

## Duopolio en el corredor Paraná – Santa Fe de transporte de pasajeros. Los márgenes de la competencia

*Mathieu, Mario F.; Orsini, Germán A.; Sors, Adriana V.; Torrent, Melisa*

AUTORES: Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Entre Ríos, Paraná, Entre Ríos, Argentina.

CONTACTO: [germanorsini@gmail.com](mailto:germanorsini@gmail.com)

### Resumen

Se examinó la conformación del duopolio en la prestación del servicio de transporte automotor de pasajeros entre Paraná y Santa Fe, sus antecedentes históricos y funcionamiento actual. Se estableció la participación de las empresas y sus estrategias competitivas, apelando a entrevistas con los gerentes de las prestatarias, funcionarios de organismos reguladores y una encuesta, a los usuarios del servicio, con el objeto de examinar sus características, preferencias, y satisfacción de los servicios.

Para el marco teórico se recurrió a la teoría microeconómica, particularmente la organización industrial. Las empresas no pueden competir en tarifa, recorridos, horarios quedando librada la competencia a colocar en servicio mayor cantidad de coches por horario y servicios adicionales, como wi fi y televisión digital.

La información de fuente primaria ha resultado significativa y su análisis permite asegurar que los usuarios del servicio son mayoritariamente jóvenes estudiantes y no tienen preferencias establecidas por oferente, en tanto quienes la tienen definida favorecen a la prestataria que tienen mayor disposición para colocar coches adicionales ante mayor demanda. Los usuarios se muestran satisfechos con el servicio y las prestaciones adicionales no aparecen como determinantes de preferencia y consideran que mejoraría el servicio con nuevas paradas y recorridos.

**Palabras clave:** Economía. Competencia. Servicio público. Estrategias. Regulación.

### Abstract

It was examined the conformation of the duopoly in providing transport of passengers service between Parana and Santa Fe, historic precedents and current functioning. Has been established the involvement of business and competitive strategies, appealing to interviews with the managers of the borrowers, servants of regulatory agencies and surveys to service users, in order to examine their characteristics, preferences, and satisfaction with services.

For theoretical framework it appealed to microeconomic theory, specially industrial organization and peculiarities of transport economics.

Companies can't compete on price, routes, timetables, competition has been waged at largest number of buses per hour and additional services as Wi Fi and digital TV.

Primary source information has been significant and the analysis ensure that service users are mostly young students and have no preferences set by one bidder, while those who have defined a preference it's in favor of the borrower that is more willing to place additional buses depending on higher demand. The users are satisfied with the service and additional benefits not appear as determinants of preference and they consider new stops and routes would improve the service.

**Key words:** Economy. Competence. Public service. Strategies. Regulation.

## Introducción

Las ciudades de Paraná y Santa Fe se sitúan una frente a la otra en riberas opuestas del Río Paraná. Las comunicaciones entre ambas se realizaban en distintas embarcaciones hasta que se construye un corredor subterráneo-subfluvial bajo el lecho del Río Paraná, inaugurado en 1969. El Túnel Subfluvial inicialmente denominado “Hernandarias” y a partir de 2001 renombrado “Uranga-Sylvestre Begnis”, fue proyectado para comunicar a las capitales de ambas provincias (Santa Fe de la Veracruz y la Ciudad de Paraná).

Históricamente el servicio de transporte de pasajeros entre las ciudades de Paraná y Santa Fe se desarrolla a partir de diferentes modalidades: por un lado la empresa Transportes Fluviales, realizaba el traslado en lanchas entre los puertos de ambas localidades y por otro, la Empresa de Transporte Automotor Combinado de Entre Ríos (ETACER), hacía el traslado en autobuses que realizaban el cruce del río Paraná en balsas, configurando una competencia intermodal. En una etapa intermedia, que no cambió la prestación en lo fundamental, ETACER realizó el servicio con dos tramos fluviales, en sendas balsas, una de ellas con tracción a cadena, y un tramo intermedio terrestre, insular.

Con la inauguración del túnel subfluvial ambas empresas pasaron a realizar el traslado de los pasajeros en la actual modalidad por autobuses, con punto de partida en la estación Terminal de ómnibus de cada una de las cabeceras y concluyendo el recorrido en la estación Terminal de la otra ciudad, sin reconocimiento de las autoridades reguladoras que recién se formuló en 1985 bajo la forma de un permiso provisorio. En 1992 el permiso será ratificado y en 1997 será suscripto contrato de concesión por diez años que será prorrogado en 2007. Queda así conformado el servicio interjurisdiccional con prestación duopólica que es objeto del presente trabajo analizar.

## Metodología

Se realizaron entrevistas guiadas con los gerentes de las empresas prestatarias del servicio y, con la modalidad de entrevista abierta, con autoridades de la Dirección General de Tránsito y Transporte de la Provincia de Entre Ríos. Se incorporó la realización de una encuesta estructurada cerrada, con preguntas cuantitativas y cualitativas tendientes a detectar las características de los usuarios, así como identificar condiciones de la competencia en el servicio, se realizó y controló una muestra de 115 casos con un error de muestreo inferior al 10%. Se consultó la información que las empresas hacen pública en relación con la oferta de los servicios y además se recurrió a información disponible en la Comisión Nacional de Regulación del Transporte, Secretaría de Transportes de la Nación y Dirección General de Tránsito y Transportes de la Provincia de Entre Ríos.

## Las características generales del servicio y la visión de las empresas

Ambas prestadoras del servicio, por las regulaciones de las diferentes jurisdicciones que intervienen, realizan el mismo recorrido, efectúan las mismas paradas, realizan el servicio en horarios establecidos dentro de franjas horarias que permiten alternancia de modo tal que no signifiquen ventaja para cualquiera de las prestadoras y tienen establecida tarifa y bonificaciones. Estas regulaciones reducen la competencia a algunos servicios adicionales como wi fi, televisión digital, algún evento promocional y la posibilidad de incorporar coches adicionales en horarios de mayor demanda, con el mayor confort y seguridad que ello implica, dado que en el período en que se desarrolló el estudio las empresas podían transportar pasajeros parados.

Transportes Fluviales puso énfasis en colocar mayor cantidad de coches en servicio en los horarios pico, para de ese modo brindar condiciones de mayor confort y seguridad, y ofrecer el servicio de wi fi y te-

levisión digital. Introdujo el uso de tarjeta magnética para las ventas anticipadas por el sistema de abono y en algún caso mostró más rápida disposición para responder a solicitud de pasajeros estudiantes de modificar el punto de parada en el paraje denominado “El Pozo”, donde se realizan importantes actividades universitarias, siendo estudiantes la mayor parte de los usuarios, para mejorar condiciones de seguridad.

ETACER considera que en un trayecto tan corto, el servicio demanda un recorrido total de treinta kilómetros, y que en parte, un diez por ciento, se pierde posibilidad de recibir señal satelital por transitar el túnel subfluvial, no constituía elemento de relevancia ofrecer wi fi o televisión digital. Tal equipamiento lo poseen unidades de la misma empresa que brindan otros recorridos. Tiene en estudio, al momento de realizar las entrevistas, la disposición a ofrecer tarjeta magnética a los usuarios y realiza sorteos y entrega tarjeta de pasajero frecuente como modo de fidelizar usuarios. Respecto del punto de parada en el paraje “El Pozo” la empresa también modificó el mismo una semana después que la competencia lo hubiera realizado.

### **Los usuarios: características, preferencias y satisfacción con el servicio**

Los usuarios del servicio son predominantemente jóvenes estudiantes en su mayoría mujeres. Son estudiantes el 66% de los viajeros y el resto se reparte entre trabajadores en relación de dependencia, trabajadores independientes y otras actividades, y las mujeres representan el 54%. Analizados los pasajeros frecuentes, considerados tales aquellos que viajan más de dos veces por semana, se observa que las mujeres son mayoría pero apenas superan el 51% y quienes son estudiantes representan tres cuartas partes del total, representando el motivo del viaje el estudios para una porción apenas menor.

Cuando se consultan las preferencias de los usuarios respecto de los servicios, y la satisfacción con los mismos, tres cuartas partes de los mismos señalan no tener preferencias por ningún prestador en particular. Cuando examinamos las preferencias del cuarto restante los que se deciden por Transportes Fluviales duplican a los que prefieren a ETACER, entre los pasajeros totales, pero dicha preferencia casi desaparece cuando analizamos los que viajan con frecuencia.

La aprobación de los servicios prestados es, sin dudas, contundente: la calificación de malo no aparece en ninguna de las respuestas y sólo un 3,5% lo califica de regular. Para el resto las respuestas recorren el bueno, muy bueno, aceptable y excelente, en orden decreciente de cantidad de respuestas. Si consideramos sólo las calificaciones de bueno, muy bueno y excelente suman casi cuatro quintos del total.

Los aspectos del servicio que los usuarios entienden deben ser mejorados por las prestatarias, por orden de preferencia, son: añadir nuevas paradas, mejorar las frecuencias y mejorar los recorridos. Las paradas y los recorridos urbanos, los más significativos, deben ser aprobados por los respectivos municipios y al respecto deberá tenerse en cuenta que eventuales aprobaciones podrían generar algún conflicto con los prestadores de los servicios urbanos de transporte automotor.

Cuando a los usuarios se les pregunta sobre que es lo que más valora cuando elige prestador un sesenta por ciento de los pasajeros frecuentes responden que lo hacen en función de la disponibilidad de coches adicionales en los horarios pico. Al momento de realizar el estudio el servicio podía ser realizado con pasajeros parados y los coches transportaban hasta 60 y 70 pasajeros en coches con capacidad para 46 pasajeros sentados con lo cual el confort y seguridad se resienten, más allá de que no haya registros de siniestralidad.

### **La Comisión Nacional de Regulación del Transporte modifica las condiciones de prestación del servicio**

Estando en el tramo final de realización el presente estudio una medida tomada por la Comisión Nacional de Regulación del Transporte (CNRT) cambió las condiciones de prestación del servicio. Previa-

mente había sido inaugurada la autovía Paraná - Santa Fe, en los primeros días de febrero de 2011, y las condiciones de prestación del servicio se modifican, básicamente en la posibilidad de que pueda ser realizado en menor tiempo, a mayor velocidad, y esto habría ocasionado la intervención de la CNRT modificando las condiciones de prestación del servicio.

En fecha 10 de abril de 2013 la CNRT comunica que en el servicio de transporte de pasajeros entre Paraná y Santa Fe se deberá realizar con pasajeros sentados, con cinturón de seguridad y tacómetro, ajustándose a una comunicación N° 12 de 2013, que se respalda en la resolución de la Secretaría de Transportes de la Nación N° 14 de 2010 y, refiriendo que el incumplimiento, expondría a las prestatarías a la aplicación de las sanciones contempladas en el decreto N° 1395 de 1998 del Poder Ejecutivo Nacional.

En los primeros tiempos posteriores a la comunicación referida se produjo insuficiencia de las prestaciones, reclamos de pasajeros que quedaban sin servicio, llegando a protestas que incluyeron cortes de calles y otras modalidades como asambleas estudiantiles y reclamos por las redes sociales virtuales, también se realizaron anuncios contradictorios de empresas y órganos de contralor, hasta que se produjo un incremento de frecuencias que llevó de las setenta y dos, cuarenta por parte de Transportes Fluviales y treinta y dos por parte de ETACER, que se anunciaban hacia finales de 2011 a ochenta y ocho anunciadas el once de abril de 2013, cuarenta y ocho y cuarenta respectivamente para las prestadoras señaladas, para cinco días más tarde anunciarse un total de doscientos veintiséis frecuencias. La oferta, en un corto período de tiempo, se incrementó en más de un doscientos por ciento medida sobre capacidad de traslado de pasajeros sentados. Otra modificación interesante que destaca fue la diagramación de salidas con destino a los centros universitarios exclusivamente.

Tanto el incremento de frecuencias como la diagramación de salidas exclusivas con destino a los centros universitarios resultan coincidentes con dos aspectos del servicio que resultaban del análisis que en el presente estudio se había realizado: la importante participación de estudiantes en el uso del servicio, aproximadamente dos tercios, y la demanda de mayor cantidad de frecuencias, que representaba más de una quinta parte de las respuestas cuando se interrogaba sobre los aspectos que se señalaba debían ser mejorados. Este punto aparecía en otro parte del estudio con mayor fuerza: cuando se interrogó sobre las razones para elegir prestador un sesenta por ciento de los usuarios consultados señalaron la disposición a colocar mayor número de coches adicionales en los horarios pico. Esto último es coincidente con que la prestadora que ofreció esta disposición logró en el año examinado (2011) captar un cincuenta y seis por ciento de los pasajeros transportados.

### **Los escasos márgenes de la competencia**

En los escasos márgenes que la actividad examinada reserva para la competencia puede observarse que existen indicios de interdependencia. Se puede advertir que Transportes Fluviales incorpora los servicios de wi-fi y televisión digital y ETACER analiza la incorporación de los mismos, de hecho tiene incorporadas estas prestaciones en unidades de la empresa que prestan servicios en otras rutas, pero lo desecha por no considerar relevante estos elementos en el momento en que los usuarios tienen que elegir prestador del servicio. Cuando existe alguna modificación mínima en la ubicación de una parada, por parte de Transportes Fluviales, ETACER lo imita transcurrida una semana. La mayor disposición de Transportes Fluviales a colocar coches adicionales no es respondida con igual disposición por cuanto ETACER privilegia obtener mejoras en la rentabilidad y Transportes Fluviales gana participación en el mercado. Podemos afirmar que Transportes Fluviales tiene la iniciativa para ganar una mayor participación en el mercado en tanto ETACER no responde y con ello mantiene una posición más orientada a la búsqueda de una mayor tasa de ganancia. La estrategia de Transportes Fluviales le ha permitido obtener una mayor participación en el mercado con el 56 % de los pasajeros transportados que está

fundada en el mayor número de coches que dispone para la prestación del servicio. En este punto se puede observar que Transportes Fluviales realiza el 58% de los viajes totales. Además pudimos observar que la antigüedad promedio de la flota de Transportes Fluviales (un año y siete meses) muestra la preocupación en dotar al servicio de equipamiento confortable y seguro en tanto ETACER cuenta con una flota de una antigüedad mayor (tres años). No obstante consultados los usuarios por la valoración de la calidad de los micros al momento de elegir prestatario la misma resulta baja. Es probable que esta respuesta se deba a que la antigüedad media de la flota es baja en ambas empresas y por tanto no se lo percibe como un elemento valorado al momento de elegir empresa.

La teoría de los juegos puede ser utilizada para presentar de un modo más simple los elementos principales de la relación entablada por las empresas que brindan el servicio analizado. Para este cometido consideraremos la estrategia de Transportes Fluviales orientada a ganar participación en el mercado de la cual tenemos información respecto de los resultados obtenidos.

Considerando como estrategias a: más coches y menos coches los resultados son: si Transportes Fluviales elige Más coches y ETACER Menos coches la participación en el mercado (resultado) será 56 para Transportes Fluviales y 44 para ETACER si las estrategias se invierten también se invertirán los resultados y si ambas empresas coinciden en Más coches, o en Menos coches, cada empresa obtendrá 50.

Aplicando la usual tabla o matriz para presentar las estrategias y resultados tenemos:

#### Situación en el mercado según se coloquen mayor número de coches

		ETACER: Estrategias	
		Más coches	Menos coches
Transportes	Mas Coches	50 - 50	56 - 44
Fluviales: Estrategias	Menos coches	44 - 56	50 - 50

Se considera el equilibrio de Nash como aquella situación en la cual “si a representa la mejor estrategia del jugador A cuando B juega b y b representa la mejor estrategia de B cuando A juega a” (**Nicholson: 2001, 353**).

Analizando la matriz observamos que a cada uno de los jugadores (empresas) les resulta conveniente aplicar la estrategia “Más coches” ya que le permite obtener mejores resultados cualquiera sea la estrategia que haya elegido el otro. La estrategia “Más coches” adquiere el carácter de dominante. Esto conducirá a la distribución del mercado 50 y 50 colocando más coches ambos jugadores, éste sería un equilibrio de Nash. Es muy probable que llegado a este punto ambos jugadores encuentren que pueden obtener el mismo resultado ofreciendo ambos menos coches asumiendo un acuerdo, tácito o explícito.

La situación a que se arribó en la realidad está fundamentada en que otros factores han hecho que uno de los jugadores no haya elegido perseguir el objetivo de mayor participación al costo de ofrecer más coches. No obstante, desde la lógica de la teoría de los juegos, podría pensarse que lo haya hecho como una manera de inducir al otro jugador a compartir por mitades el mercado optando por la estrategia menos coches.

Por su parte el equilibrio basado en estrategias de “menos coches” por los dos jugadores, que les permite repartir el mercado en partes iguales, ofrece la tentación de abandonar la estrategia y ganar una mayor participación.

La que se ha presentado es la realidad previa a la intervención de la CNRT y se fundamenta en que Transportes Fluviales toma la iniciativa de conquistar mayor participación y coloca más coches en

tanto ETACER acepta resignar participación, y decide aplicar menor cantidad de recursos al servicio, configurando un equilibrio, si bien inestable. Esta última situación resulta en un equilibrio basado en diferentes visiones respecto del objetivo. Si ETACER cambiara su apreciación muy probablemente debería incorporar más coches hasta que ambas empresas igualen participación y allí determinen que igual participación podrían obtener aplicando menos coches.

La situación antes descrita se modifica por la intervención de la CNRT. Es previsible que tal intervención ofrezca una solución de participación en el mercado del cincuenta por ciento para cada uno pero aquí ya no cabría analizar estrategias alternativas ya que ambas empresas se ven compelidas a ofrecer más coches.

En las condiciones anteriores a la disposición de la CNRT, relativa a la obligación de traslado de pasajeros sentados, cabe pensar que la preferencia por la prestadora que disponía de mayor cantidad de coches en servicio tenía como alternativa por parte del usuario la espera a coches con menor ocupación o anticipar la salida antes de que se produjera la saturación de pasaje. En estos casos se deriva en contrariedades: en el primer caso la posibilidad cierta de llegar tarde en la actividad que motiva el viaje, en el segundo la disposición de un tiempo total de traslado mayor por el incremento del tiempo de espera. Los cambios dispuestos por la CNRT orientados a mejorar la seguridad y el confort del viaje, y que trajeron como consecuencia la elevación substancial en la cantidad de frecuencias tendrán también un beneficio claro en la reducción de los tiempos siendo pertinente recordar que “en el transporte regular... al incrementarse el número de viajeros las empresas responden introduciendo mayores frecuencias, lo cual permite a todos los usuarios reducir sus tiempos de espera y un mejor ajuste de la oferta a sus preferencias en términos de horarios. Este tipo de externalidad positiva recibe en economía del transporte el nombre de efecto Mohring, en honor al autor que primero las analizó en el contexto del transporte urbano.” (De Rus et al, 2003,11). (Cabe consignar que en el presente caso el incremento en el número de pasajeros no es la causal del incremento de frecuencias sino que ya viajaban en exceso sobre la capacidad de pasajeros sentados de las unidades y la norma regulatoria introducida lo impide. De cualquier modo el incremento de las frecuencias operado luego de la intervención de la CNRT permite que se produzca del mismo modo el denominado “efecto Mohring”).

Con anterioridad a la disposición de la CNRT una de las prestadoras había atendido el punto en función de su estrategia ganadora en la captación del mercado y con posterioridad la regulación impuso a las dos prestadoras la mayor cantidad de frecuencias.

La medida tomada por el órgano regulador ha tenido impacto en la definición del campo que constituyó el objeto del estudio por cuanto la mayor disposición de unidades en servicio ha de quedar excluida, a partir de la nueva regulación, como uno de los elementos de competencia entre las prestadoras, por lo cual los márgenes de la misma, que ya eran estrechos, se han reducido aún más.

## Referencias bibliográficas

DE RUS G., CAMPOS J., NOMBELA G. (2003); Economía del transporte; Antoni Bosch Editor, España.  
NICHOLSON Walter (2001); Microeconomía Intermedia y sus aplicaciones, Mc Graw Hill, Colombia.

**PID 4043 Denominación del proyecto**

Duopolio en el corredor Paraná – Santa Fe de transporte de pasajeros. Los márgenes de la competencia

**Director**

MATHIEU, Mario Francisco

**Co-director**

ORSINI, Germán Andrés

**Unidad de Ejecución**

Universidad Nacional de Entre Ríos

**Dependencia**

Facultad de Ciencias Económicas (UNER)

**Contacto**

[germanorsini@gmail.com](mailto:germanorsini@gmail.com)

**Integrantes del Proyecto**

SORS, Adriana Verónica

**Becarios**

TORRENT, Melisa

**Fecha de iniciación y finalización efectivas**

23/08/2011 y 19/09/2013

Aprobación del Informe Final por Resolución CS N°105/16  
(02/05/2016)

«« VOLVER AL INICIO