# I. Título

Competencia en los mercados de combustibles líquidos de Lima Metropolitana

# II. Objetivos e importancia

El objetivo del presente trabajo de investigación es determinar los factores que afectan las estrategias de precios en los distintos mercados de combustibles líquidos de Lima Metropolitana. En particular, se analizará el efecto de la competencia (medida como el número de estaciones de servicio en un mercado determinado) y de características de las estaciones en los precios fijados para combustibles líquidos.

Un estudio de esta naturaleza es importante ya que de manera recurrente hay quejas que los precios de combustibles a usuarios finales no reflejan las caídas del precio de crudo a nivel mundial, y esto podría estar relacionado con el poder de mercado de las estaciones de servicio locales.

# III. Alcance

El alcance del trabajo de investigación está enmarcado en las siguientes dimensiones:

* Temporal: Con información de precios de combustibles líquido en Lima Metropolita en el intervalo de 2006 hasta 2017. Se complementará con datos de características observables de las estaciones de servicios y datos demográficos relevantes.
* Espacial: Se definirán mercados de combustibles donde las estaciones de servicios compiten entre sí. Todos estos mercados se encontrarán físicamente en Lima Metropolitana.
* Metodológico: Se utilizará gráficas descriptivas para descubrir patrones de colusión tácita en los distintos mercados. Por otra parte, se utilizará la data de panel disponible para estimar un modelo en forma reducida que relacione el precio del combustible en una estación de servicio con número de estaciones que compiten con ella.

# IV. Índice Tentativo

Resumen Ejecutivo

Capítulo I. Introducción (planteamiento del problema e hipótesis)

Capítulo II. Revisión de la literatura

Capítulo III. Mercado de combustibles líquidos en Perú

Capítulo IV. Métodos

Capítulo V. Análisis de Resultados

Conclusiones y Recomendaciones

Bibliografía

Anexos