

Extrait du El Correo

<http://elcorreo.eu.org/Denuncia-contr-Esso-y-Shell-en-Argentina>

Denuncia contra Esso y Shell en Argentina

- Argentine - Économie - Hydrocarbures -

Date de mise en ligne : mercredi 23 mars 2005

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Con el aumento, peligran los expendedores El argumento utilizado por la Subsecretaría de Defensa del Consumidor para denunciar a Esso y Shell se centra en el riesgo de cese de actividad en las bocas de venta que quedarían descolocadas por la suba de los combustibles.

Por Maximiliano Montenegro

[Página 12](#). 22 de marzo del 2005

La Subsecretaría de Defensa del Consumidor presentó una denuncia por violación de la Ley de Defensa de la Competencia contra Shell y Esso que apela a un argumento original y que podría fundamentar la aplicación de multas de hasta 150 millones de pesos para las dos petroleras que aumentaron los precios de los combustibles. Según la acusación de la subsecretaría de Patricia Vaca Narvaja, a la que accedió [Página/12](#), la actitud de las compañías -al subir los precios- amenaza la permanencia de las estaciones de servicio asociadas a esas marcas, lo cual perjudicaría a los consumidores porque restringirá en el futuro "la variedad y cantidad de la oferta de combustibles líquidos". Dentro de los fundamentos de la presentación se explica que los dueños de las estaciones de servicio "no pueden por sí definir los precios de venta al público de los combustibles que expenden en sus establecimientos", sino que les vienen fijados desde las empresas. Así, el Gobierno responsabiliza a Esso y a Shell de poner en riesgo a centenares de estaciones de servicio -que en los últimos días vieron caer en picada sus ventas-, lo cual profundizaría la concentración del mercado.

A la denuncia sumó ayer un testimonio en contra de las petroleras que puede ser clave. Néstor Capiello, dueño de una estación de marca Esso en la localidad de Hurlingham, denunció que la compañía norteamericana no le permitía bajar los precios del surtidor, decisión que pretendía tomar para compensar caídas en las ventas del orden del 30 por ciento. "Ellos cambian los precios de los surtidores por modem, por computadora, desde la casa central, y no te dejan otra alternativa que aplicar el aumento", afirmó Capiello. El empresario pyme contó, además, que "por contrato nos obligan a respetar los precios que ellos determinan", y dijo que temía "represalias" de la petrolera si bajaba los precios unilateralmente.

La argumentación de Defensa del Consumidor, cargando la responsabilidad por el cierre de estaciones de servicio en Esso y Shell, es, por lo menos, curiosa si se tiene en cuenta que fueron los dichos del presidente, llamando a un boicot de los consumidores contra Shell, los que dispararon el bajón en las ventas de las estaciones de servicio de esa bandera. Pero es original y abre, mediante un artilugio legal, la puerta para aplicar sanciones a las compañías mencionadas.

Hasta ahora nadie en el Ministerio de Economía creía que había elementos para aplicar la Ley de Defensa de la Competencia a Esso y Shell, tras la explosiva decisión de incrementar el precio de los combustibles. Dichas compañías no extraen petróleo en la Argentina, sólo lo refinan y comercializan, y en este segmento de la cadena acaparan entre ambas sólo el 30 por ciento del mercado de naftas y gasoil. Son, en realidad, Repsol YPF y Petrobras las empresas que están integradas en toda la cadena -extraen, refinan y distribuyen- y que tienen una "posición dominante" en el mercado de combustibles. Y en todo caso el cartel de las petroleras siempre funcionó de manera coordinada: las compañías del sector nunca compitieron por precios sino que se repartieron el mercado en perjuicio de los consumidores. Desde esta perspectiva, si la intención era aplicar sanciones por abuso de "posición dominante" o "prácticas anticompetitivas", las dos figuras más conocidas de la Ley de Defensa de la Competencia, era imposible dejar fuera de las sanciones a Repsol YPF y a Petrobras.

La novedad de la denuncia de Defensa del Consumidor es que logra aislar, jurídicamente, a Shell y a Esso, de modo tal que puedan ser pasibles de sanciones individuales.

Los puntos principales de la exposición de Vaca Narvaja ante la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia

son los siguientes :

- ▶ "Las empresas Shell y Esso han aumentado los precios de los combustibles -naftas y gas oil- entre un 2,6 y un 4,2%, perjudicandolacompetencia entre estaciones de servicio, conforme los argumentos que se desarrollan a continuación y correlativamente a los sujetos débiles del mercado, los consumidores."
- ▶ "Sólo un 10% del parque de estaciones de servicio es operado directamente por las empresas refinadoras a través de personal en relación de dependencia. El restante 90% de la red de estaciones de bandera opera con la modalidad contractual conocida como "DODO" (dealer owneddealer operated, es decir que la propiedad y la operación corresponden al particular)."
- ▶ "Sin embargo, la libertad de los estacioneros está acotada." A pesar de que las empresas refinadoras y/o distribuidoras no son propietarias de los establecimientos que operan bajo DODO, se han hecho cargo de las mejoras en dichas estaciones -invirtiendo en carteles, surtidores y tanques- y otorgando préstamos a los operadores.
- ▶ Además, "se ha desarrollado en el mercado una variante de la modalidad contractual referida, por la cual el propietario-operador de la estación recibe el combustible de las refinadoras en consignación y lo vende por su cuenta y orden. En estas condiciones los estacioneros no pueden determinar los precios finales al público. La modalidad a la que se hace referencia abarca la mitad de las estaciones que operan por contratos DODO y permite a las comercializadoras controlar el expendio de combustible".
- ▶ "Siendo que los estacioneros no pueden por sí definir los precios de venta al público de los combustibles que expenden, existe grave preocupación desde la perspectiva de la defensa de la competencia en un contexto en que los consumidores poseen plena información respecto de las empresas que aumentaron."
- ▶ "Así, las ventas de los expendedores marca Shell -930 estaciones de servicio en todo el país con contratos de exclusividad vigentes- han caído en un 70%."
- ▶ "Se observa claramente que la permanencia de las estaciones de bandera de las empresas en cuestión (Esso y Shell) se ve seriamente amenazada de permitírseles desde el Estado continuar con esa postura, y ello acarreará un perjuicio para los consumidores, que verán restringida la variedad y cantidad de la oferta de combustibles líquidos."
- ▶ "En esas condiciones, la conducta de Esso y Shell encuadra dentro de las previsiones del artículo 1º de la Ley de Defensa de la Competencia por cuanto tienen por objeto o efecto limitar, restringir, falsear o distorsionar la competencia o el acceso al mercado, con perjuicio para el interés económico general."
- ▶ "El artículo 1º de la Ley prevé multas de 10 mil hasta 150 millones de pesos para las empresas culpables de las prácticas denunciadas. Ahora el expediente está bajo la evaluación de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia, que conduce Ismael Malis, que responde a Roberto Lavagna. Es el organismo que deberá emitir un dictamen sobre el asunto para que después el secretario de Coordinación Técnica de Economía, Leonardo Madcur -otro hombre de Lavagna-, determine qué sanciones les corresponde a las petroleras díscolas. Se vienen días difíciles para el ministro de Economía, quien en los últimos días optó por no participar de la batalla librada por el presidente Kirchner contra las empresas que encendieron la mecha de los precios."

Entre dos fuegos y sin salida

Néstor Cappello es el dueño de una estación de servicio Esso de la localidad de Hurlingham. Desde que se desató la guerra del Gobierno contra Shell primero y, en menor medida, contra Esso después, sus ventas de combustibles líquidos bajaron el 35 por ciento, mientras que el GNC, que no varió su precio, perdió entre el 20 y el 25 por ciento.

- ▶ ¿Las ventas de GNC también cayeron ?
- ▶ La gente no sólo mira los precios sino la marca. De lo que se trata es de no cargar en Shell y en Esso. Tengo conocidos que trabajan con Shell y para ellos la situación es aún peor ; en algunas estaciones las ventas cayeron hasta el 70 por ciento.
- ▶ ¿Considera que la situación puede mantenerse en el tiempo ?
- ▶ Existe una especie de pacto de fidelidad con los clientes que de alguna manera se deterioró. Creo que muchos de los que se fueron no van a volver, porque la marca quedó identificada entre las que quisieron cobrarle de más. Será una mancha difícil de sacarnos.
- ▶ ¿La responsable de la situación que usted vive es la empresa ?
- ▶ Aunque no fue la primera en hacerlo, Esso subió los precios. Si uno observa históricamente cómo fueron los

aumentos en la Argentina, encuentra que existe una secuencia clásica. Primero Shell, después sigue Esso y atrás siempre seguían Eg3 -ahora Petrobras- y Repsol. Creo que lo que el Gobierno hizo al reaccionar contra Shell fue parar la secuencia apenas comenzó. Nosotros quedamos en el medio.

- ▶ ¿La empresa les avisó que aumentaría los precios ?
- ▶ Nunca nos avisan, a veces nos enteramos después de que ocurren. Los surtidores están conectados a una computadora, que a su vez está conectada vía modem con Esso, que cambia los precios de manera automática.
- ▶ Si es como dice, entonces la firma conoce hasta los litros de combustible que usted vende.
- ▶ Así es. Incluso esta vez aumentaron un viernes para que, con el fin de semana, pasara desapercibido. Después de la reacción contra Shell, a muchos nos pareció extraño que la compañía aumentara de todas maneras.
- ▶ ¿Se lo cuestionaron a la empresa ?
- ▶ Sí, y el argumento fue que se trató de una decisión que no se tomó en la Argentina sino en Estados Unidos. En realidad, desde hace dos años Esso Argentina ya no es más una sociedad anónima sino una SRL, no tiene presidente en el país. La distribución de combustibles, por ejemplo, ya no se maneja en el país sino desde Brasil. Si yo tengo un problema de abastecimiento, como me sucedió este fin de semana, solo pueden resolvérmelo desde Brasil.
- ▶ ¿Qué cree que pasará con su negocio si esta situación continúa ?
- ▶ Mi situación es complicada porque una parte de la inversión fue hecha con créditos. Con una baja de ventas del 35 por ciento los números no cierran. Para los que también tenemos GNC el impacto es algo menor, porque el margen de comercialización es más alto. Tenemos una estructura de 15 empleados que será lo último que toquemos.
- ▶ ¿No puede cambiar de proveedor ?
- ▶ No, porque tengo un contrato por 15 años y sólo llevo 5.
- ▶ ¿No puede rescindir el contrato ?
- ▶ El contrato no se puede cambiar, aunque la empresa nos cambie los márgenes de comercialización y las condiciones de pago.
- ▶ ¿Qué pasa si el negocio va mal ?
- ▶ Me dan la opción de ponerlo en venta, reservando la aprobación del comprador, ya que le transfieren el contrato a él.

Campaña con actores

El Gobierno acordó ayer con un grupo de conocidos actores y representantes de asociaciones de defensa de los consumidores la realización de una campaña mediática destinada a concientizar a la población para que no convalide las subas injustificadas de precios. "La idea es lanzar una campaña para concientizar a la gente de que no pague demás los productos, para lo cual convocamos junto con la Secretaría de Medios a las asociaciones de defensa de los consumidores y a actores de renombre con el fin de aportar ideas" que permitan "afrontar esta lucha" contra la suba especulativa de los precios, explicó la subsecretaria de Defensa de la Competencia y el Consumidor, Patricia Vaca Narvaja. La campaña comenzó a definirse en una reunión que Vaca Narvaja encabezó con el secretario de Medios, Enrique Albistur. "Esta convocatoria es muy importante, porque nos llaman para diseñar un plan para que la gente no sea avasallada por los grandes grupos de poder que habitualmente determinan el futuro de la vida de los ciudadanos", señaló el actor Víctor Laplace, presente en esa reunión. Además de Laplace, tomaron parte de la reunión los actores Jean-Pierre Noher, Daniel Aráoz, Coco Silly ; los cantantes Omar Mollo, Adriana Varela y Teresa Parodi, y los conductores de televisión Adrián y Alejandro Korol.

MANDAR A HACER PIQUETES "ES UNA ABERRACION"

Aníbal quiere nuevos amigos

Por Raúl Dellatorre

Pues entonces, ¿quién lo hizo ? Como en el Gran Bonete, Aníbal Fernández, ministro del Interior, jugó al misterio sobre la identidad del responsable. Pero no se trataba de determinar, como en el juego de niños, quién escondía el objeto buscado, sino quién había enviado a los piqueteros a bloquear el acceso a las estaciones de servicio Shell. "Yo no los mandé, usted tampoco y el Presidente tampoco ; entonces, ¿quién fue ? Fustiguemos duramente al que los mandó y que sea sancionado, porque es una aberración", le propuso el ministro al periodista condescendiente con la idea del castigo. El diálogo tuvo lugar ayer por la mañana, por Radio 10.

Desde hace una semana, el Gobierno está intentando despegarse de las marchas que en las primeras 24 horas posteriores al lanzamiento del boicot ocuparon los playones de venta de las estaciones de servicio de mayor concentración de ventas de la Capital. No es tanto por los incidentes que pudieran haber afectado la imagen de la campaña oficial, que no los hubo, sino porque detrás de la ofensiva de Néstor Kirchner contra Shell se desató un contraataque acusando al Gobierno de utilizar "fuerzas de choque" para su pulseada con las petroleras. La Federación Tierra y Vivienda, el Movimiento Barrios de Pie, el MTD Evita, Martín Fierro, Movimiento Resistir y Vencer, y el MP 20 fueron "contabilizados" por los medios del establishment como las fuerzas "reclutadas para responder al Gobierno".

Los principales dirigentes de este sector no niegan su identificación con el Presidente de la Nación (más que con el Gobierno) y mantienen frecuentes reuniones con funcionarios de primer nivel, como el secretario general de la Presidencia, Oscar Parrilli. Eso dio pie a que se diera como un hecho que este funcionario tuviera al tanto a dirigentes como Luis D'Elía, Jorge Ceballos o Emilio Pérsico de los dardos que iba a lanzar Kirchner contra la petrolera angloholandesa el jueves 10 de este mes, luego de que ésta aumentara sus precios en surtidor.

Pese a que el líder de la FTV ya mencionó que su movimiento actúa con autonomía y agenda propia, sin esperar instrucciones del Gobierno, Aníbal Fernández consideró necesario insistir en la prédica desvinculante de los "escraches", e incluso cargó contra la eventual responsabilidad de algún funcionario y reclamó sanciones para quien hubiera incitado a las movilizaciones.

Aunque las movilizaciones masivas de las organizaciones sociales no pasaron de esas primeras dos jornadas (jueves 10 y viernes 11), el debate se mantuvo durante toda la semana pasada en los medios. Incluso, desde la fiscalía contravencional y de faltas partió una instrucción a la Policía Federal para que impida el bloqueo de las estaciones de servicio, pese a que no hubo quejas ni demandas de usuarios o estaciones por incidentes de ese tipo. De hecho, las propias agrupaciones piqueteras habían anunciado desde el sábado que cambiarían su actitud tratando de evitar encontronazos.

Pero la presión de ciertos medios pudo más. Ayer, Aníbal Fernández dio otro paso para alejarse de los piqueteros y buscar la complacencia del establishment. "El Estado va a hacer cumplir la ley", dijo para tranquilidad de propietarios de surtidores, automovilistas y concesionarios de servicios que deban concurrir a futuras audiencias públicas. Recordando la vez en que una abogada defensora de consumidores arrojó agua sobre la cara de un empresario, el ministro garantizó que no se volverá a repetir "el bochorno de lo que ocurrió la última vez con el gas".