

Libre competencia y regulación del mercado de GLP

Los parques comunes de cilindros

Diego Ciufici N. Alves
Director Ejecutivo de la AIGLP



TEXTOS SELECCIONADOS

Libre competencia y regulación del mercado de GLP

Los parques comunes de cilindros

La Economía de Mercado tiene como premisa básica el protagonismo del mercado en la economía. En una Economía de Mercado los papeles ejercidos por el Estado en el campo económico deben ser reducidos.

La propiedad privada constituye una de las bases para la consolidación de la Economía de Mercado, así, el número de empresas estatales debe ser el menor posible. Las libertades de iniciativa y de competencia, reguladas por la ley de la oferta y de la demanda, también son principios fundamentales de una Economía de Mercado. Estos son principios elementales del ideario liberal, según el cual el Estado debe ser mínimo. Un Estado mínimo debe interferir en la economía apenas en situaciones extremas. Sin embargo, como no existe nada creado por los hombres que haya alcanzado la perfección, la Economía de Mercado presenta algunos problemas estructurales, y, cuando estos problemas se verifican, surge la regulación económica.

El Estado Regulador surge, entonces, para sanar las fallas de mercado. En este contexto, la acción estatal ocurre para regular (poner normas) y fiscalizar la actividad económica. Tal intervención estatal solamente se legitima en pro de la realización del interés público, garantizándose la persecución del bienestar social. De esta forma, la interferencia del Poder Público en la vida económica se debe implementar en relación a los principios que rigen el orden económico, fundado en la valorización del trabajo humano y en la libre iniciativa, de manera de asegurar una existencia digna a todos. En este contexto y con base a estas premisas es que se debe dar todo tipo de intervención regulatoria del Estado.

En relación a la actividad de distribución de GLP (gas licuado de petróleo) no podría ser diferente. El Estado Regulador debe interferir para trazar condiciones elementales para el ejercicio de esta actividad, que es de utilidad pública. Una de las condiciones esenciales o en otras palabras, uno de los pilares de la industria de GLP, consiste en el uso de la marca como mecanismo de garantía de rastreo, seguridad y derecho de elección de los consumidores. En función de este hecho, la marca se debe

grabar de forma indeleble (indestructible) en el cuerpo y en otras partes de los cilindros¹. Esto sucede porque se trata de un producto altamente inflamable, que a pesar de ser extremadamente seguro cuando es bien utilizado, tiene como condición inherente su peligrosidad. Así, en la mayor parte de los países, existe regulación que impone la comercialización de recipientes transportables de GLP (cilindros) exclusivamente por las empresas detentoras de las marcas grabadas en los respectivos cilindros, es decir, se prohíbe el relleno y comercialización de otras marcas.

En función de esta determinación regulatoria, el mercado de distribución de GLP se configura de la siguiente forma: los cilindros se llenan en las bases de las distribuidoras; después de llenos se llevan a los consumidores a través de revendedores o a través de las propias distribuidoras; así se intercambian con los consumidores por cilindros vacíos, vuelven a las bases de relleno para mantenimiento correctiva y preventiva (recalificación) y vuelven a las líneas de relleno y después de esto, al proceso de entrega a los consumidores. Se trata de un verdadero caso de éxito del sistema de logística reversa, algo tan en boga actualmente, notoriamente por el tema de manejo de los residuos sólidos generados por la industria.

Todo este sistema se basa, es obvio, en la protección y respeto a la marca. Sin ello, no habría como garantizar el rastreo de los recipientes, y, por vía de consecuencia, no se tendría cómo atribuir responsabilidades por ocasión de accidentes o daños de cualquier naturaleza ocasionados a los consumidores o sus patrimonios, relacionados a los cilindros de GLP. Esto no impide, entretanto, que, de tiempo en tiempo, resurjan ideas de cambios en la sistemática de distribución de GLP. El fundamento es casi siempre el mismo — aumentar la competencia —, y, el desdoblamiento práctico y regulatorio siempre pasa por la flexibilización de la prohibición de la comercialización de cilindros de otras marcas.

Una de estas ideas consiste en la creación de lo que se define como Parque Común de cilindros. Un Parque Común de cilindros de GLP se constituye en un cuantitativo de recipientes transportables que puede ser envasado y comercializado por cualquier empresa distribuidora que actúe dentro de aquel país, independientemente de la marca grabada en cada cilindro. Tenemos noticias de la existencia de parques comunes en Argentina y en Uruguay. En Argentina el mercado de distribución de GLP es regulado por la Ley 26.020, la que instituye el Parque Común, determinando que cada empresa envasadora debe aportar un cuantitativo de recipientes de marca propia al Parque Común (cuantitativo definido mediante acuerdo entre las empresas o por determinación del órgano regulador). La Ley argentina también define que cada empresa envasadora será responsable de la manutención y reposición de los cilindros propios y de todos aquellos que por ellas sean utilizados para envasar y comercializar. En Uruguay el Decreto n° 472/007, previó la creación de un Parque Común de cien mil cilindros, compuesto por recipientes de 13 kg, introducidos en el mercado durante los años 1992 y 1993. La reposición de las unidades que integran el Parque Común, según la regulación uruguaya, deberá ser realizada en función de la participación respectiva de cada envasadora en el mercado.

Es incontestable que el permiso genérico, inherente a un parque común, donde se envasen cilindros de cualquier marca por cualquier empresa (aunque se defina un cuantitativo limitado, como ocurre en los países citados), flexibiliza el problema objetivo e incontestable que se da entre el detentor de la marca grabada en el cilindro y la responsabilidad por la manutención de ese recipiente. En la práctica,

1 La legislación en Brasil, por ejemplo, impone que cada distribuidora puede solamente envasar y comercializar cilindros de su propia marca. De esta forma, la identificación de la marca comercial de la distribuidora se estampa en alto relieve en el cuerpo del envase transportable de GLP, lo que contribuye a la operacionalización del proceso de recalificación y al rastreo y fiscalización (seguridad). La empresa que tiene su marca grabada en el cilindro es legalmente responsable de la manutención de estos recipientes, que debe ser hecha de acuerdo a las normas técnicas específicas.

no es viable un control efectivo sobre los recipientes tratados individualmente. Es decir, no es posible afirmar, de forma categórica, que un dado recipiente compone o no el parque común. Así, lo que tiende a ocurrir, en la práctica, es que el control sobre el envasado y manutención de los cilindros pierda eficacia. Siempre que una empresa envasadora se encuentre en la posesión de la comercialización de un recipiente que no sea de su propia marca, podrá alegar que se trata de un componente del parque común, y entonces, que está actuando de acuerdo a la regulación. De igual forma, después de puesto en el mercado un recipiente envasado por una empresa que no es detentora de la respectiva marca en él grabada, se hace prácticamente imposible establecer con absoluta certeza la responsabilidad por la manutención, recualificación o inutilización del mismo, en el caso que éste se encuentre fuera de las condiciones de uso. Así, indudablemente, en el caso de accidentes o incidentes, la atribución de responsabilidades por los eventuales daños ocasionados se hace mucho más difícil.

Accidentes con consumidores de GLP, vía de regla, suceden por dos razones: uso o almacenamiento inadecuado o falta de manutención preventiva o correctiva de los recipientes. El uso inadecuado puede ocurrir en el caso de faltar el cambio de mangueras o reguladores, instalaciones mal hechas, etc. El almacenamiento inadecuado ocurre si el cilindro se almacena en un lugar confinado o poco ventilado, cerca de rejillas por las que el gas pueda migrar y ocasionar accidentes. Éstas son causas que están asociadas a los propios usuarios o eventualmente a los instaladores, y, sobre éstas apenas las campañas educativas a la población tienen el poder de mitigar. La falta de manutención preventiva o correctiva de los recipientes, es una responsabilidad que sólo se puede imputar a la industria (envasadores y distribuidores). De esta forma, únicamente mediante reglas claras y simples que impongan a la industria el deber de mantener, recalificar y desechar recipientes inutilizables es una medida capaz de atenuar los riesgos de accidentes relacionados a las condiciones de los propios recipientes. Obviamente que, para que estas medidas regulatorias tengan efectividad, el vínculo entre el recipiente y la empresa que lo envasó, a través de la protección a la marca, es lo más simple y eficaz.

Cada uno de los países nombrados establece disposiciones regulatorias con el objetivo de intentar atenuar los problemas resultantes de la falta de vinculación exclusiva entre marca grabada en el cilindro y el permiso de envasado y comercialización. En Argentina, por ejemplo, toda empresa envasadora está obligada a contratar un seguro de responsabilidad civil con cobertura integral por los daños causados a terceros, en las instalaciones o por los cilindros por ellas envasados, en condiciones y hasta el monto definido por la autoridad reguladora. En Uruguay, en relación a la creación del parque común, la regulación dispone que el distribuidor detentor de la marca estampada sea responsable del estado, manutención, recalificación y reposición de los cilindros, como de la destrucción de los recipientes inutilizables. Como se puede prever, tanto en el caso de Argentina, como en el caso de Uruguay, en situaciones concretas, la falta de vínculo objetivo y exclusivo entre el detentor de la marca estampada en el cilindro y el relleno y comercialización del mismo, la tendencia es traer problemas a los consumidores en situaciones de busca por resarcimiento a los daños ocasionados.

Siempre habrá, cuando no exista vínculo exclusivo entre marca y envasador, una posibilidad de duda sobre el responsable del recipiente. Esta duda será resultado, naturalmente, ante la ausencia de manutención o en la manutención deficiente de esos recipientes, lo que ocasiona chatarra precoz, perjuicios para la industria y el medio ambiente, además de, probablemente, una mayor cantidad de accidentes. Es por esta y otras razones que el respeto a la marca es un pilar del mercado de distribución de GLP, y cualquier iniciativa que tienda a flexibilizar esta protección, como es el caso de los parques comunes, no debe ser llevada en consideración, si el objetivo del Estado Regulador fuera el de traer seguridad a los consumidores.



Asociación Iberoamericana
de Gas Licuado de Petróleo
Associação Ibero-Americana
de Gás Liquefeito de Petróleo

www.aiglp.org | aiglp@aiglp.org

Rua da Assembleia 66 | sala 1901 | RJ | Brazil | Cod. Postal: 20011-000

Tel. +55 21 3078-2850 | Fax: +55 21 2531-2621