



Álvaro Mazarrasa

Director general de AOP

La nueva Ley del Sector de Hidrocarburos ha modificado algunas de las condiciones relacionadas con la comercialización de carburantes, lo que podría haber abierto la puerta a malas prácticas de nuevo cuño

Nueva Ley, riesgos añejos

El pasado 22 de mayo se publicó en el BOE la Ley 8/2015, por la que se modifica la Ley 34/1998, del Sector de Hidrocarburos. En la Ley, además de incluir medidas en relación con la exploración, investigación y explotación de hidrocarburos, se han modificado algunas de las condiciones relacionadas con la comercialización de carburantes. Una medida que ahonda en la reforma del sector, encaminada en teoría a incrementar la transparencia y la competencia en el mismo y a mejorar su competitividad, que se ha despachado en apenas cuatro meses de trámite parlamentario. A pesar de las reiteradas declaraciones del Gobierno en pro de recrudescer la lucha contra el fraude fiscal, que podría estar costando a España 59.000 millones de euros cada año, a nuestro juicio no se ha aprovechado la oportunidad para mejorar los controles en la distribución de carburantes, sino que se puede haber abierto la puerta a malas prácticas de nuevo cuño. Hay que tener en cuenta que la mitad del precio final son impuestos -en 2014 se recaudaron más de 16.550 millones de euros- por lo que el incentivo para el defraudador es muy grande.

Desde que la reforma de la Ley de Hidrocarburos de 2009 sustituyera la exigencia de autorización administrativa para los

operadores mayoristas por una declaración responsable, algunos operadores dados de alta desde entonces vulneran sistemáticamente las obligaciones estipuladas, mientras el fraude tributario en el sector detectado por la Guardia Civil ha superado los 240 millones en los últimos 4 años. El texto original que llegó al Congreso incluía una modificación de este régimen, introduciendo la obligación para los nuevos operadores de constituir una garantía financiera que respondiera de posibles incumplimientos. Durante la tramitación parlamentaria, muy sorprendentemente, el legislador decidió suprimir este requisito al entender como suficiente la exigencia de cumplimiento de obligaciones fiscales. Esta sorpresa se extiende al hecho de que el texto publicado en el BOE mantiene en los primeros párrafos de su exposición de motivos la mención de la nueva garantía inicialmente prevista, que “se ha revelado necesaria ante los frecuentes incumplimientos que han derivado en consecuencias no sólo de índole económica, sino en materia de competencia y de observancia de las normas tributarias”.

No se calibraron las consecuencias en 2009 y nos embarcamos hoy en otro marco normativo con implicaciones que no deberían desdeñarse. La nueva Ley permitirá que los distribuidores al por menor, previa inscripción en el registro de

impuestos especiales, suministren carburantes a otros distribuidores al por menor. Si no existe una identificación precisa de las obligaciones ni garantía de que la Agencia Tributaria cuenta con los recursos y mecanismos necesarios para controlar su cumplimiento por todos los distribuidores al por menor que actúan en el mercado, se estarían creando unas condiciones perfectas para un masivo fraude tributario, asociado muchas veces a mezclas no autorizadas. Por otro lado, la introducción de este escalón adicional en la cadena de suministro no parece que pueda aportar ningún beneficio en unos menores precios finales, como se trata de justificar, y sí presenta un alto riesgo en el aumento del fraude fiscal. Desde nuestro análisis ha primado la improvisación, no se entienden si no la falta de coherencia entre la exposición de motivos de la Ley y el propio articulado, y también, el desconocimiento del funcionamiento del mercado, de sus actores y de los controles tributarios existentes.

Por otra parte, la posibilidad que se concede a los distribuidores minoristas no adheridos a redes de distribución de un operador mayorista de publicitar el operador al que adquieren el carburante, no sólo podría acarrear un fraude a los consumidores, sino que puede vulnerar los derechos de propiedad intelectual de las marcas de los operadores mayoristas y supone un riesgo por una posible utilización no autorizada de sus marcas. No existen precedentes de este tipo en ningún sector de la distribución comercial y se posibilita por Ley que en algunas ocasiones se pueda engañar o confundir al consumidor.

Además, hay que tener en cuenta que aunque los operadores mayoristas suministren en estos casos carburantes que cumplen

unas calidades mínimas fijadas por las especificaciones del Ministerio de Industria, nada tienen que ver con los carburantes de altas prestaciones y calidad que los operadores mayoristas suministran en sus propias redes. La posibilidad que da la nueva Ley de publicitar una marca ajena, sin la debida autorización del dueño de la misma, parece contraproducente y un auténtico riesgo pues los consumidores podrían recibir publicidad engañosa ya que no existe ninguna garantía para el consumidor de que efectivamente el producto sea del operador publicitado.

Aunque desde el punto de vista del consumidor no está claro que el uso de la marca mayorista sin la debida autorización vaya a incentivar su consumo en las instalaciones que utilicen esta opción, sí se va a sembrar confusión y desconfianza, ya que como hemos dicho, se pueden producir fraudes relacionados con el verdadero origen del producto. Las estaciones de servicio independientes se caracterizan por no formalizar contratos de exclusiva con los operadores, al comprar con libertad en el mercado. Como los productos se mezclan en los tanques, el consumidor recibirá una información no veraz, pues algunas estaciones podrían realizar compras aisladas a operadores de prestigio para aprovecharse indebidamente de su marca.

En fin, una vez aprobada la Ley, sin el conveniente consenso entre todos los intervinientes en el mercado, sólo nos queda esperar que los mecanismos para la detección y control de los posibles fraudes, tanto tributarios, como de calidad del producto u origen del mismo, funcionen de la mejor manera posible, por el bien de los consumidores y de la eficiencia del sector de distribución de carburantes.

Álvaro Mazarrasa

Director general de AOP

Ha primado la improvisación. No entendemos la falta de coherencia entre la exposición de motivos de la propia Ley y el articulado, ni el desconocimiento del funcionamiento del mercado, sus actores y los controles tributarios