



CÂMARA DOS DEPUTADOS

REQUERIMENTO Nº _____, DE 2019 (Do Sr. ELIAS VAZ)

Requer Audiência Pública para tratar das Políticas Comerciais e de Precificação das Principais Distribuidoras de Combustíveis do País e seus Efeitos à Competitividade do Setor.

Senhor Presidente,

Requeiro, nos termos do art. 58, §2º, inciso II, da Constituição Federal e na forma do art. 255 do Regimento Interno da Câmara dos Deputados, a realização de audiência pública, no âmbito desta Comissão de Minas e Energia, para tratar das Políticas Comerciais e de Precificação das Principais Distribuidoras de Combustíveis do País e seus Efeitos à Competitividade do Setor, com os seguintes convidados:

1. Bruno Conde Caselli – Superintendente de Defesa da Concorrência, Estudos e Regulação Econômica da ANP;
2. Representante da Distribuidora BR;
3. Representante da Distribuidora Raízen;
4. Representante da Distribuidora Ipiranga;
5. Representante da ABRILIVRE; e
6. Representante da FECOMBUSTÍVEIS

JUSTIFICAÇÃO

A greve dos caminhoneiros, ocorrida em maio de 2018, trouxe um grande holofote para a relevância que os combustíveis têm para a nossa economia. A falta de abastecimento de combustíveis nesse período fez o Brasil parar, gerando consideráveis perdas à economia nacional.



CÂMARA DOS DEPUTADOS

Diante disso, os Poderes Legislativo e Executivo Federal passaram a prestar maior atenção ao mercado brasileiro de combustíveis trazendo propostas para alterações e melhorias na regulação aplicada ao setor, com o objetivo de proporcionar maior liberdade econômica, livre concorrência e competitividade a pequenos, médios e grandes agentes do setor.

Nesse sentido, foram apresentadas propostas para: (i) a liberação da venda direta de etanol, (ii) o fim do controle do Estado sobre as relações de embandeiramento entre distribuidoras e postos; e (iii) a permissão de produtores e distribuidoras operarem diretamente postos revendedores de combustíveis.

Ocorre, contudo, que o tema dos contratos de exclusividade e das políticas comerciais e de precificação adotadas pelas principais distribuidoras bandeiradas do país foi posto relativamente de lado nessa discussão.

É exatamente para debatermos e tomarmos maior conhecimento sobre **“As Políticas Comerciais e de Precificação das Principais Distribuidoras de Combustíveis do País e seus Efeitos à Competitividade do Setor”**, que o presente requerimento para a realização de **“Audiência Pública”** lança foco.

Com efeito, temos conhecimento sobre situações nas quais as principais distribuidoras do país utilizam-se da exclusividade obtida em razão da regra regulatória do “embandeiramento” e dos contratos de exclusividade celebrados com revendedores de combustíveis que ostentam suas respectivas bandeiras para discriminar preços e pressionar estes últimos a não baixarem seus preços ou, ainda, a deixarem o mercado, na medida em que as distribuidoras aos quais estes encontram-se vinculados não lhes dão condições comerciais para competir com postos da mesma bandeira, de outras bandeiras ou mesmo com aqueles “bandeira branca”.

Ilustrativamente, segundo dados disponibilizados pela ANP, verificam-se casos em que dois postos da mesma bandeira recebem da distribuidora aos quais encontram-se contratualmente vinculados preços de compra cujas diferenças podem superar R\$ 0,40 (Figura 1), sendo que a margem média bruta atual nesse segmento encontra-se bem inferior deste patamar.

Há outros casos, em que a distribuidora bandeirada confere a um posto vinculado a sua marca preço de compra igual, ou até mesmo maior, do que o preço de venda de outro distribuidor também vinculado a sua bandeira e que se encontra na mesma área de influência do primeiro (Figura 2).

Casos, tão ou até mesmo mais graves que estes, são aqueles em que a distribuidora vende o seu combustível a um posto bandeira branca por um preço bem



CÂMARA DOS DEPUTADOS

inferior àquele ofertado a um posto vinculado a sua bandeira e que se encontra na mesma área de influência do primeiro (Figura 3).

Pensando em termos da racionalidade dos contratos de exclusividade e dos incentivos ao embandeiramento, a distribuidora bandeirada deveria garantir melhores condições de compra e venda aos postos vinculados a sua bandeira do que àqueles não vinculados. Isso porque, acredita-se que a distribuidora, ao decidir investir e desenvolver uma marca própria, está esperando valorizar a sua marca de forma a ser vista pelos agentes de mercado (postos e consumidores) como um importante – e até mesmo fundamental – sinal de qualidade dos produtos e serviços ofertados pelos postos que ostentam esta marca.

Desta forma, para que os postos vinculados a sua bandeira tenham incentivos para realizar investimentos para a melhoria do posto e da qualidade dos serviços e produtos ofertados aos seus clientes finais – com o objetivo de incrementar suas vendas e, conseqüentemente, as vendas da distribuidora a qual se encontra contratualmente ligado – espera-se que a distribuidora conceda a todos os postos vinculados a ela, no mínimo, condições comerciais para que tenham condições de competir com os postos de outras marcas ou de bandeira branca.

Este racional parece, contudo, não estar atualmente no horizonte das principais distribuidoras do país, visto que, além das práticas discriminatórias apontadas, os dados de lucratividade divulgados recentemente por estas empresas demonstram, por exemplo, que, embora tenham tido perdas de volume, seus lucros cresceram nos últimos 4 anos. Este crescimento nos lucros está exatamente relacionado a essas práticas discriminatórias.

Observa-se ainda que os preços mais altos são cobrados daqueles postos de menor porte e não pertencentes a grandes redes ou a redes de supermercados. Estes menores postos são a grande maioria e, portanto, conjuntamente, representam o maior volume de combustíveis ofertado no Brasil.

Se os postos de menor porte são a maioria no país e se estes postos acabam pagando preços de compra de combustível mais altos do que aqueles de maior porte, temos, por questão de lógica, que estes postos estão vendendo combustíveis a preços maiores e, portanto, que a grande maioria dos consumidores está, por conseguinte, também comprando combustíveis a preços mais altos.

Outra situação verificada é que estes postos de menor porte estão tentando se manter competitivos no mercado, a partir da cobrança de preços de revenda iguais àqueles praticados por postos bandeira branca ou por postos de grandes redes que se encontram em sua área de influência e são beneficiados pela distribuidora com preços de compra mais baixos. Nesses casos, o que se tem como conclusão lógica é que, no



CÂMARA DOS DEPUTADOS

médio prazo, a tendência será de estes **postos irem a bancarrota**. Isso porque, existem custos fixos e operacionais que exigem uma margem bruta mínima; margem esta não atingida pela diferença existente entre o preço de compra junto à distribuidora bandeirada e o preço de venda aos consumidores finais.

Este fenômeno de fechamento de postos pode ser constatado pelos dados de número de postos, divulgados pela ANP (Figura 4).

A realização desta Audiência Pública é fundamental para, não somente todos os agentes do mercado passarem a entender o racional econômico das Políticas Comerciais e de Precificação dessas três distribuidoras, como para que essa Comissão de Minas e Energia avalie a relevância e a pertinência da adoção de medidas legais e infralegais para coibir, ou pelo menos mitigar, o exercício dessas práticas adotadas pelas referidas distribuidoras, se assim considerarem prejudiciais ao livre mercado, à concorrência e à competitividade no setor nacional de combustíveis.

FIGURA 1





FIGURA 2



Fonte: ANP levantamento de preços – Semana 07/07/2019 a 13/07/2019

FIGURA 3



Fonte: ANP levantamento de preços – Semana 07/07/2019 a 13/07/2019



FIGURA 4

**CONTRATOS E POLÍTICA
COMERCIAL: DISCRIMINAÇÃO DE PREÇOS**



Efeito prático gerado pelas cláusulas de exclusividade aliadas às práticas discriminatórias:

- Fechamento de postos pertencentes a pequenos e médios empresários.
- Concentração dos postos em grandes redes.

| QUANTIDADE POSTOS | dez/13 | dez/14 | dez/15 | dez/16 | dez/17 | dez/18 | jun/19 |
|-------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| BRASIL | 39.163 | 40.042 | 40.632 | 41.689 | 41.901 | 42.536 | 40.524 |
| Δ | | 879 | 590 | 1.057 | 212 | 635 | -2.012 |

Sala das Sessões, em de novembro de 2019.

ELIAS VAZ

Deputado Federal – PSB/GO