

Nota Técnica 068/CDC/2014

Rio de Janeiro, 22 de outubro de 2014.

Assunto: Comentários às minutas de resolução propondo a revisão da regulamentação referente ao exercício das atividades de distribuição e de revenda de GLP.

Ref.: Propostas de Ação nº 987/2014 (Processo nº 48610.008961/2014-14) e nº 988/2014 (Processo nº 48610.006853/2014-15).

I. INTRODUÇÃO

Em 26 de agosto de 2014, a Superintendência de Abastecimento desta ANP encaminhou a esta Coordenadoria as Propostas de Ação nº 987/2014 e nº 988/2014, que tratam, respectivamente, das minutas de resolução que estabelecem os requisitos necessários à autorização para o exercício das atividades de distribuição e de revenda de GLP.

Ambas as Propostas de Ação se inserem no âmbito de uma revisão do atual marco regulatório do setor de distribuição de GLP, iniciada em 2013 com a realização, de 14/10/13 a 02/12/13, de Consulta Pública Prévia à elaboração das novas propostas de regulamentação. Como descreve a Superintendência de Abastecimento (SAB), as propostas ora analisadas são resultado tanto das sugestões recebidas durante a fase de Consulta Pública Prévia quanto de estudos realizados internamente à Superintendência. As Propostas de Ação serão objeto de encaminhamento à apreciação da Diretoria Colegiada da ANP e posterior submissão a Consulta e Audiência Públicas.

As propostas de minutas de resolução elaboradas pela SAB propõem alterações em diversos aspectos da atual regulamentação do mercado de GLP, incluindo os requisitos de entrada, a comercialização de botijões, a caracterização dos agentes revendedores segundo vinculação com distribuidores



de GLP e a possibilidade de atuação dos agentes distribuidores na atividade de revenda varejista.

Sobre este último aspecto, a SAB procura estabelecer vedação total do exercício da atividade de revenda varejista de GLP por distribuidores do produto, incluindo proibição (i) de atuação direta na comercialização no varejo de botijões até 90 kg e (ii) de participação de agente detentor de autorização para exercício da atividade de distribuição no quadro societário de qualquer agente autorizado para o exercício de revenda varejista de GLP.

A Procuradoria Federal junto à ANP, quando da análise das minutas propostas no âmbito das respectivas Propostas de Ação, por meio dos Pareceres nº 73/2014/PF-ANP/PGF/AGU (referente à PA nº 987/2014, que trata da atividade de distribuição) e nº 75/2014/PF-ANP/PGF/AGU (referente à PA nº 988/2014, que trata da atividade de revenda), solicitou a manifestação da CDC expressamente quanto à vedação de integração vertical proposta pela SAB, destacando ainda o papel da Secretaria de Acompanhamento Econômico (SEAE) do Ministério da Fazenda na promoção da concorrência em órgãos de governo e perante a sociedade.

Assim, tendo em vista o explicitado nos pareceres da procuradoria, bem como que, do ponto de vista concorrencial, as alterações propostas podem - e devem - ser analisadas conjuntamente, a presente Nota Técnica tem por objetivo avaliar estritamente os aspectos concorrenciais decorrentes da vedação à atuação vertical no mercado de revenda de botijões de GLP, tendo por base o texto das minutas de resolução que integram as PAs nº 987/2014 e 988/2014.

Para tanto, o estudo está dividido em seis seções, além desta introdução. A próxima seção apresentará o papel da ANP na defesa da concorrência. A terceira seção dedica-se à análise da evolução recente dos segmentos de distribuição e de revenda de GLP no Brasil e da regulamentação vigente no segmento. A quarta seção traz considerações acerca da integração vertical na indústria do petróleo, enquanto a quinta seção analisa o caso concreto apresentado. Por fim, a última seção apresenta as conclusões do estudo.

II. O PAPEL DA ANP NA DEFESA DA CONCORRÊNCIA

A Lei nº 9.478, de 6 de agosto de 1997, conhecida como "Lei do Petróleo" eleva à condição de princípios da política energética nacional a promoção da livre concorrência, a garantia do abastecimento nacional e a defesa dos interesses do consumidor quanto a preço, oferta e qualidade. Considerando que os preços estabelecidos nas diversas etapas da cadeia de produção do petróleo e seus derivados e do gás natural são livres e estabelecidos individualmente pelos agentes econômicos em função, principalmente, dos seus custos e das especificidades de cada mercado, a efetiva promoção da concorrência e a adoção de esforços voltados para evitar a conformação de estruturas de mercado que favoreçam a adoção de práticas anticompetitivas se

[Handwritten signature]

torna essencial para que a Agência cumpra o objetivo legal de defesa dos interesses dos consumidores quanto a preço e oferta dos produtos.

Adicionalmente, o art. 10 da Lei nº 9.478/97 estabelece que esta Agência, no exercício de suas atribuições, deverá comunicar ao Cade fatos que configurem ou possam configurar infrações contra a ordem econômica, para a adoção das medidas cabíveis no âmbito da Lei nº 12.529/2011. É importante notar, entretanto, que compete exclusivamente à Superintendência Geral do Cade a instauração e a instrução do Processo Administrativo e ao Tribunal Administrativo de Defesa Econômica do Cade seu julgamento¹.

A fim de auxiliar a compreensão da análise do caso concreto, a qual será apresentada na quinta seção deste estudo, serão explicitados os conceitos de poder de mercado e de práticas anticompetitivas (em particular, as práticas de preços predatórios e discriminação de preços). Por fim, será feito um breve esclarecimento acerca do conceito de concorrência desleal, que, embora legitimamente manifestado pelos agentes de mercado, não se insere na esfera de competência da análise antitruste.

II.1 - Sobre a Existência de Poder de Mercado e da Aptidão para Afetar a Concorrência

A análise de indícios de práticas anticompetitivas por parte de uma ou de várias empresas tem início com o exame do poder de mercado desses agentes econômicos em determinado mercado relevante. A ordem lógica da análise, portanto, exige que para identificar uma eventual existência de poder de mercado é necessário antes que seja delimitado o mercado onde tal poder é exercido. Apenas após esta delimitação prossegue-se à análise das condições de mercado que tornam provável (ou não) a detenção e o exercício de poder de mercado.

Os mercados relevantes de distribuição de derivados de petróleo no Brasil são, em geral, segmentados por produto (gasolina, diesel, etanol hidratado, gás liquefeito de petróleo - GLP e gás natural veicular - GNV) e por estados da federação (em alguns casos, entretanto, são agregados dois ou mais estados em um mesmo mercado relevante²). Já os mercados relevantes de revenda (tanto de combustíveis automotivos quanto de GLP) são em geral definidos também a partir da segmentação por produto, mas do ponto de vista geográfico a delimitação corresponde aos municípios em análise.

¹ A Agência não está obrigada a comunicar toda e qualquer denúncia recebida, mas apenas aquelas que, após exame técnico, julgar representarem, de fato, indícios de infração à ordem econômica. O CADE, por sua vez, com base nos fatos comunicados pela ANP, pode instaurar um processo administrativo contra as empresas representadas (caso julgue que há indícios suficientes para eventual condenação), ou, caso decida que os indícios de que teve conhecimento não são fortes o suficiente para instauração imediata de um processo administrativo, a Superintendência-Geral do CADE pode promover inquérito administrativo para obter informações adicionais acerca da conduta investigada e dos mercados atingidos pela alegada prática anticoncorrencial.

² Para maiores informações, ver a definição de mercado relevante na distribuição adotada por esta Coordenadoria no Ato de Concentração AGIP-BR (Ato de Concentração nº 08012.005539/2004-60).

O poder de mercado (em um dado mercado relevante) é, geralmente, definido como sendo a capacidade de fixar preços significativa e persistentemente fora do nível competitivo. Medidas de concentração são utilizadas como uma primeira avaliação da possibilidade estrutural de poder de mercado e, de forma geral, considera-se que empresas com elevadas participações de mercado são capazes de adotar (embora não necessariamente adotem) práticas comerciais e/ou contratuais que podem resultar em prejuízo à livre concorrência e redução do bem estar social. O poder de mercado, contudo, está associado não apenas à concentração industrial em determinado mercado, mas sim à capacidade de uma empresa ou grupo de empresas restringir a produção e aumentar preços de modo a obter lucros acima do normal sem que outros competidores sejam atraídos para o mercado em questão.

Medidas de concentração industrial são úteis para indicar preliminarmente os setores para os quais se espera que o poder de mercado seja significativo. No entanto, a avaliação acerca da possibilidade de exercício abusivo de poder de mercado envolve diversos aspectos, sendo a determinação da concentração industrial do mercado em análise apenas o primeiro deles, sendo condição necessária para que os prejuízos ao processo concorrencial sejam teoricamente possíveis (apesar de não ser suficiente para comprovação da existência de poder de mercado por parte de uma empresa).

Importante expor que a lei antitruste não objetiva combater o poder de mercado, em si, mas o uso abusivo desse poder³, normalmente operacionalizado através da adoção de condutas anticoncorrenciais, que serão analisadas a seguir.

II.2 – Conceitos Básicos de Práticas Restritivas

De acordo com a teoria econômica, condutas e efeitos anticompetitivos podem ser divididos em horizontais e verticais. São condutas anticompetitivas horizontais aquelas que tem como objetivo ou efeito a concorrência em um mesmo mercado; verticais são aquelas que afetam o processo concorrencial ao longo da cadeia – ou seja, envolvem empresas que se relacionam como compradoras e vendedoras – consistindo em restrições praticadas por ofertantes de bens/serviços de um mercado que afetam outro mercado ao primeiro relacionado verticalmente (a montante ou a jusante).

Condutas horizontais consistem basicamente em acordos entre concorrentes ou na concorrência predatória entre eles – ambos os casos implicam a redução ou eliminação da concorrência do mercado. Dentre as situações possíveis de acordos entre concorrentes, os mais comuns são os cartéis, caracterizados como acordos explícitos ou tácitos entre concorrentes, que afetam parte substancial do mercado relevante, envolvendo o estabelecimento de preços, quotas de produção e distribuição ou divisão

³ Conforme expõem Mello e Possas (2002), "... a lei antitruste não torna ilegal o poder de mercado – nem os monopólios – mas apenas tenta controlar a *forma* pela qual esse poder é adquirido e mantido. Reprime-se o exercício *abusivo* de poder de mercado, e não o poder em si; o poder de mercado não deve ser reprimido quando resultante da maior eficiência de um agente em relação a seus competidores, pois isso significaria coibir um resultado positivo do ponto de vista social, decorrente do próprio funcionamento do processo competitivo."

territorial. A concorrência predatória, por sua vez, se manifesta quase sempre como preços predatórios, definidos como prática deliberada de preços abaixo do custo variável médio, visando eliminar concorrentes para, em momento posterior, praticar preços e lucros mais próximos do nível monopolista.

Já as condutas anticompetitivas verticais normalmente destacadas pela teoria econômica são a fixação de preços de revenda, a imposição de restrições territoriais e de base de clientes, a adoção de acordos de exclusividade, recusa de venda/negociação, venda casada e a discriminação de preços. Tais condutas têm como principais efeitos anticoncorrenciais a facilitação de práticas concertadas (como cartéis) ou o reforço de poder de mercado de empresa dominante no mercado de origem (que lhe permite a prática de preços mais próximos no nível monopolista nos mercados em que atua). É importante notar, entretanto, que a conduta do agente econômico só surtirá efeitos deletérios ao mercado se for verificado, na prática, a detenção de poder de mercado por parte das firmas e que o próprio enfrentamento das condutas anticompetitivas verticais não pode ser considerado tarefa trivial.

Dentre as condutas mencionadas, podem ser destacadas a prática de preços predatórios e discriminação de preços, que serão brevemente abordadas a seguir.

II.3 – Comentários sobre condutas verticais selecionadas: preços predatórios e discriminação de preços

Condutas anticompetitivas são vedadas pela legislação brasileira no âmbito do artigo art. 36, Lei nº 12.529/2011, que dispõe serem consideradas infrações da ordem econômica quaisquer atos que tenham por objeto ou possam produzir, os seguintes efeitos: i) limitar, falsear ou de qualquer forma prejudicar a livre concorrência ou a livre iniciativa; ii) dominar mercado relevante de bens ou serviços; iii) aumentar arbitrariamente os lucros; e iv) exercer de forma abusiva posição dominante.

A título exemplificativo, o parágrafo 3º do artigo 36 traz um rol não exaustivo de condutas que podem ser caracterizadas como infração à ordem econômica. Dentre elas se incluem a prática de preço predatório (inciso XV⁴) e de discriminação de preços (inciso X⁵).

Tanto a prática de preços predatórios quanto a discriminação de preços, exigem para sua configuração que os agentes econômicos detenham, em conjunto ou separadamente, poder de mercado suficiente para produzir os efeitos anticoncorrenciais previstos na literatura.

A prática de preço predatório é definida na literatura econômica como a venda de mercadoria com preço abaixo do seu preço de custo e que tenha por efeito ou objeto prejudicar a livre concorrência, dominar mercado relevante de bens ou serviços, aumentar arbitrariamente os lucros ou exercer de forma abusiva posição dominante. Segundo o guia para análise econômica de

⁴ XV - vender mercadoria ou prestar serviços injustificadamente abaixo do preço de custo;

⁵ X - discriminar adquirentes ou fornecedores de bens ou serviços por meio da fixação diferenciada de preços, ou de condições operacionais de venda ou prestação de serviços

preços predatórios da SEAE⁶, a prática de preços predatórios ocorre quando uma firma reduz o preço de venda de seu produto abaixo do seu custo, incorrendo em perdas no curto prazo, objetivando eliminar rivais do mercado, ou possíveis entrantes, para, posteriormente, quando os rivais saírem do mercado, elevar os preços novamente, obtendo, assim, ganhos no longo prazo. Assim, a venda de mercadoria abaixo do preço de custo não constitui, por si só, uma infração.

Ainda, note-se que a prática refere-se à venda abaixo do preço de custo da empresa (não necessariamente dos concorrentes). Dessa forma, empresas que possuem custos menores que seus concorrentes e se aproveitam desta estrutura para comercializar produtos a preços inferiores àqueles praticados pelos demais agentes não incorrem em qualquer prática anticompetitiva.

A conduta tipificada como discriminação de adquirentes ou fornecedores pela imposição diferenciada de preços pressupõe que o produtor ou distribuidor utiliza seu poder de mercado para fixar preços diferentes para o mesmo produto/serviço, discriminando compradores, individualmente ou em grupos, de forma a se apropriar de parcela do excedente econômico e assim elevar seus lucros. A infração possui três graus distintos: oferta de um mesmo produto por preços diferentes a clientes distintos, com certa aleatoriedade; discriminação por faixas de consumo e discriminação de preços para grupos de clientes diferentes.

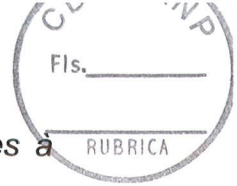
Esta prática, amplamente disseminada nas economias modernas, não é intrinsecamente anticompetitiva. Em geral, são duas as principais situações nas quais a discriminação de preços, a despeito de seus efeitos sobre o mercado, pode ser considerada lícita: quando decorrente de descontos devidos a diferenças no custo de manufatura, venda ou entrega dos produtos (decorrente de diferentes métodos ou quantidades); ou quando associada à redução do preço para equiparação a preço igualmente baixo praticado por concorrentes da firma discriminadora.

No caso do abastecimento nacional de combustíveis, práticas discriminatórias, em geral, consistem na situação dita discriminação secundária de preços; i.e., aquela cujos efeitos negativos refletir-se-ão no mercado de quem se beneficia com a aquisição do produto com condições diferenciadas ou a preços menores. Isto porque a prática discriminatória na distribuição de derivados gera, na verdade, efeitos no segmento seguinte da cadeia (a revenda). Na análise de uma conduta específica, é importante diferenciar a discriminação de preços que resulta em prejuízo ao processo competitivo nos mercados e aquela que, embora possa representar menores ganhos para algumas empresas em decorrência das suas estruturas de custo, não gera efeitos negativos sobre o ambiente concorrencial.

[Assinatura]

⁶ Anexo à Portaria SEAE/MF nº 70, de 12 de dezembro de 2002.

II.4 – Sobre a concorrência desleal e sua distinção em relação às infrações à ordem econômica examinadas sob a ótica de defesa da concorrência



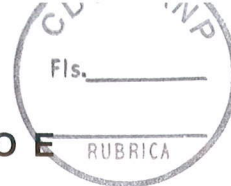
O fundamento primordial da defesa da concorrência, que deve pautar não apenas a atuação da ANP como a de todos os órgãos públicos, é a defesa do interesse comum. Já o objeto da proteção contra a concorrência desleal é a defesa de um concorrente específico, ou grupo de concorrentes, contra práticas comerciais consideradas desleais.

Assim, o sistema de repressão à concorrência desleal incide sobre as relações entre particulares (concorrentes), e o interesse tutelado de forma imediata é o do concorrente que pode sofrer danos por atos desleais (enquanto na defesa da concorrência o interesse tutelado é o de toda a coletividade). A concorrência desleal está, portanto, mais próxima da defesa comercial do que da defesa da concorrência.

Há, por trás da análise de eventual conduta desleal, o pressuposto de um exercício legal e honesto do direito próprio, expresso da probidade profissional; excedido este limite é que surge a concorrência desleal (é desleal porque excede o que se tem como correto ou normal no mundo dos negócios). Há que se ter em mente, ainda, que a concorrência desleal não se confunde com a concorrência criminosa. Esta última foi tipificada como crime, enquanto a primeira, ainda que não tipificada como ilícita, não é considerada uma prática comercial leal. Assim, práticas ilícitas, tais como adulteração de produtos, sonegação fiscal ou desconformidades que afetem a segurança do consumidor podem constituir concorrência criminosa (não devendo ser confundidas com práticas de concorrência desleal tais como publicidade falsa, falsa informação, desvio de clientela, uso indevido de nome comercial e outras práticas tipificadas na Lei 9.279/96).

A Lei de Defesa da Concorrência não trata de práticas de concorrência desleal (as quais, conforme exposto, não se confundem com infrações à ordem econômica), de modo que a repressão às práticas desleais não se encaixa no escopo do artigo 10 da Lei do Petróleo (Lei 9.478/97), o qual determina a atuação da ANP em casos de indícios de infração da ordem econômica.

III. ARCABOUÇO REGULATÓRIO E OS MERCADOS DE DISTRIBUIÇÃO E DE REVENDA DE GLP NO BRASIL



O GLP participa da matriz energética brasileira com pouco mais de 3,0% do consumo energético total do país (BEN 2013⁷). A participação do produto no consumo energético residencial é, entretanto, muito maior, tendo respondido por 27% do total do consumo energético residencial em 2013. De acordo com o SINDIGÁS (SINDIGÁS, 2014⁸), cerca de 80% da população brasileira utiliza o GLP em residências. Por suas características de portabilidade e armazenamento, o GLP não possui limites de utilização geográfica, atendendo 100% dos municípios em todo território nacional.

O atual arcabouço regulatório para os segmentos de distribuição e revenda de gás liquefeito de petróleo tem seu lastro normativo na Resolução ANP n.º 015/2005 (que regulamenta a atividade de distribuição) e na Portaria ANP n.º 297/2003 (que regulamenta a atividade de revenda). A Resolução ANP n.º 15/2005 estabelece os requisitos necessários à autorização, às pessoas jurídicas, para o exercício da atividade de distribuição de GLP. A referida norma prevê autorização diferenciada de acordo com a modalidade de distribuição: a granel e envasado ou somente a granel, e permite expressamente ao distribuidor a comercialização do GLP envasilhado por intermédio de postos revendedores autorizados pela ANP ou diretamente ao consumidor final, situação em que o estabelecimento do distribuidor deverá estar previamente autorizado pela ANP para o exercício da atividade de revenda, nos termos da Portaria ANP n.º 297/03.

De acordo com a regulamentação vigente, o distribuidor pode adquirir o GLP de agentes produtores ou importadores, de outro distribuidor do produto, ou diretamente no mercado externo, devendo possuir capacidade de tancagem operacional para receber a quantidade a ser adquirida de GLP. No caso de operar na modalidade envasado e a granel, deverá, ainda, possuir instalações específicas para o envasilhamento dos recipientes transportáveis a serem comercializados.

Já no que tange o exercício da atividade de revenda de GLP, a Portaria ANP n.º 297/2003 estabelece os requisitos necessários para a autorização ao exercício da atividade de revenda varejista pelo órgão regulador⁹ e introduz no segmento o conceito de revenda multimarca (aquela a quem é permitido comercializar vasilhames de diversas marcas, desde que os distribuidores sejam indicados na Ficha Cadastral do revendedor).

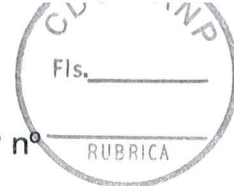
A regulamentação vigente estabelece que os revendedores somente podem comercializar o produto em recipientes transportáveis, não sendo permitida a venda a granel do combustível por estes agentes. Tal modalidade de comercialização, inclusive ao consumidor final, pode ser

⁷ Balanço Energético Nacional - Ano Base 2013. Disponível em <https://ben.epe.gov.br>

⁸ Informações disponíveis em <http://www.sindigas.com.br/GasLP.aspx> (acesso em 03 de outubro de 2014).

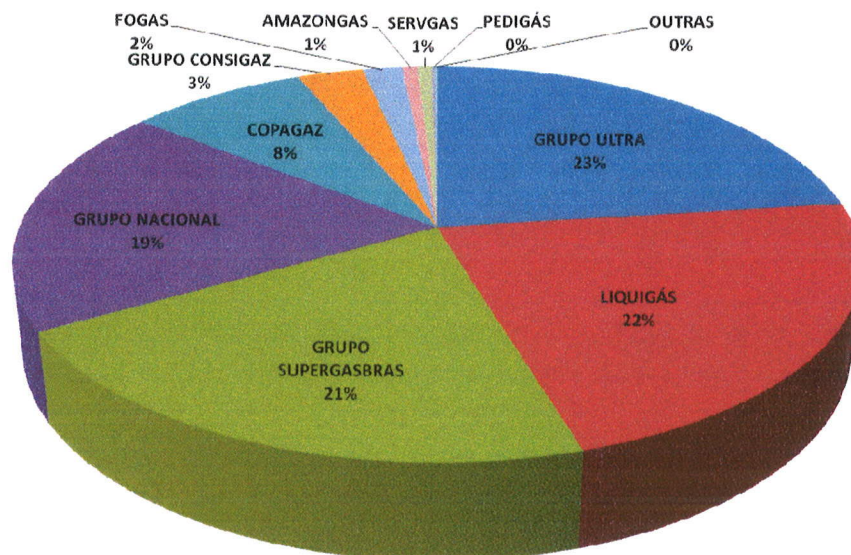
⁹ Cumpre observar que à época, a Portaria 297/2003 estabeleceu que o cadastramento das pessoas jurídicas já existentes seria efetuado por uma entidade cadastradora credenciada pela ANP. Em 2008, a ANP modificou os requisitos necessários à autorização para o exercício da atividade de revenda de GLP e detalhou o papel da entidade cadastradora no processo de autorização de revendedores de GLP.

executada apenas pelos distribuidores de GLP, nos termos na Resolução ANP nº 15/2005.



Nesse contexto, atualmente o mercado de distribuição de GLP é composto por 22 distribuidoras¹⁰. Não obstante o número de agentes, é um segmento com elevado grau de concentração econômica. Segundo o Boletim Abastecimento em Números de Agosto de 2014, até mês referenciado, aproximadamente 85% das vendas totais de GLP foram realizadas por apenas quatro empresas, conforme o Gráfico 01.

Gráfico 01: Vendas de GLP por distribuidora (Acumulado até ago 2014).



Fonte: Elaboração própria, a partir de informações do Boletim Abastecimento em Números de Agosto de 2014

É importante observar que as vendas das distribuidoras concentram-se principalmente nas regiões Sudeste (que respondeu por 45% do total de vendas acumuladas) e Nordeste (24%), e que a maior parte do gás liquefeito de petróleo é comercializado pelas distribuidoras na modalidade envasado, em vasilhames de até 13kg (que responde, historicamente, por cerca de 70% do volume total comercializado do produto). Se considerarmos apenas o segmento residencial, a comercialização de GLP em vasilhames de até 13kg responde por até 94% do consumo (SINDIGÁS, 2014).

Já o mercado de revenda é altamente pulverizado, com cerca de 57 mil revendedores autorizados no país, concentrados principalmente nos estados de São Paulo (com 18% do total de revendedores autorizados no país) e Minas Gerais (com 12%), um resultado que pode ser correlacionado com o volume total de vendas em cada unidade da federação¹¹. Em âmbito municipal, os mercados

¹⁰ Há empresas, no entanto, que pertencem ao mesmo grupo econômico, conforme as distribuidoras: Ultragaz e Bahiana; Nacional Gás Butano e Paragás; SHV Gás Brasil e Minasgás; Consigaz e Gasball.

¹¹ Segundo o anuário estatístico da ANP, em termos de volume de vendas, o estado de São Paulo respondeu por 26% do total de GLP comercializado no país, enquanto Minas Gerais respondeu por 10% de todo o volume de gás liquefeito de petróleo vendido pelas distribuidoras no ano de 2013.

revendedores são, em regra, também altamente pulverizados, à exceção de municípios que, por suas características sócio-econômicas, apresentam poucos agentes revendedores (o que se reflete em maiores participações de mercado de cada agente individualmente considerado).



IV. INTEGRAÇÃO VERTICAL NOS SEGMENTOS DE DISTRIBUIÇÃO E REVENDA DE GLP

O modelo proposto para as indústrias de petróleo e derivados e de gás natural possui algumas hipóteses (decorrentes de atributos específicos das indústrias) que merecem ser mencionadas: em algumas etapas da cadeia, os atributos de fluxo e espacialidade da rede impõem restrições técnicas e econômicas peculiares às atividades e, no atual estado da tecnologia, as redes físicas e equipamentos têm, na maior parte dos casos, utilização específica e não conversíveis para outros usos econômicos. As implicações econômicas desses atributos nas decisões de investimentos tendem a configurar uma organização concentrada das estruturas de mercado, a existência de vantagens econômicas para firmas verticalmente integradas e a necessidade de coordenação e planejamento das atividades ao longo das cadeias industriais.

De modo geral, a teoria econômica prevê que ao longo do processo competitivo há entrada e saída de empresas nos mercados – sendo este movimento natural, resultado de um processo de seleção nos mercados onde sobrevivem apenas agentes eficientes. Na busca por eficiência, uma das alternativas disponíveis para os agentes é a redução dos custos de transação inerentes às suas atividades, sendo frequentemente observadas (com este fim), estratégias de diversificação (horizontal ou vertical). Não é, nem deve ser, objetivo de políticas públicas ou da ação regulatória a proteção de agentes ineficientes que tenham dificuldades em competir com os demais agentes de um mercado específico.

A integração vertical pode ser vista dentro do processo de diversificação das empresas, fenômeno que se refere à expansão da empresa para novos mercados distintos de sua área original de atuação. Ela é alternativa na maior parte das vezes legítima para viabilizar o crescimento da empresa, na medida em que lhe permite ampliar seu potencial de acumulação e geração de valor, em particular quando uma empresa atua em dois ou mais processos contínuos de produção, onde o produto de um processo é o insumo para o outro subsequente.

IV.1 - Integração Vertical na Distribuição e Revenda de GLP

A integração vertical entre a revenda e distribuição de GLP tem sua explicação na evolução jurídico-institucional do segmento, no entanto, a própria configuração institucional do setor baseia-se, primordialmente, na racionalidade econômica da atividade.

O primeiro ato normativo que consolidou o marco regulatório aplicável ao segmento de GLP foi a Resolução nº 13/1976 do Conselho Nacional do Petróleo (CNP). De acordo com o ato normativo, o CNP cumpria o papel de órgão central do chamado "Sistema de Distribuição de GLP", com poderes para planejar, coordenar e controlar as atividades do setor, o que compreendia, dentre outras atribuições, a fixação dos preços e margens de comercialização em todas as etapas da cadeia produtiva; a definição do número desejável de empresas distribuidoras em operação no país, bem como sua localização, volumes processados e rotinas contábeis; e o estabelecimento das condições de entrega do produto ao consumidor final. O regulamento do CNP não identificava o segmento de revenda como uma atividade independente, tratando o atendimento do consumidor final como responsabilidade dos próprios distribuidores.

Com a extinção do CNP e transferência parcial de suas funções ao Departamento Nacional de Combustíveis (DNC), foi editada nova regulamentação para o setor, a Portaria MINFRA nº 843, de 31.10.90, que flexibilizou a maioria das regras vigentes. Embora mantivesse o controle de preços e as restrições quantitativas no suprimento de GLP por parte dos produtores e importadores, a mencionada Portaria simplificou os requisitos para o estabelecimento de novas distribuidoras, abolindo regras de localização (ou seja, permitindo às empresas operar em qualquer região do país), bem como as normas disciplinadoras das condições de entrega do produto ao consumidor final. Em particular, a norma identificou a revenda como atividade acessória à distribuição, tornando cada distribuidor responsável por credenciar seus postos de revenda, cabendo-lhe apenas informar ao DNC, mensalmente, todos os credenciamentos e descredenciamentos ocorridos no mês anterior¹².

Finalmente, com a criação da ANP, teve início uma nova etapa no desenvolvimento do segmento de GLP. Além de ampliar a liberalização do segmento, com a retirada de regras mais intervencionistas ainda existentes, a Portaria ANP nº 203/1999 e, posteriormente, a Resolução ANP nº 15/2005 deixaram de lado o controle excessivo das atividades das empresas, concentrando-se em regras que promovessem a livre iniciativa e, ao mesmo tempo, garantissem a segurança nos consumidores (especialmente no que se refere aos recipientes transportáveis de GLP) e o combate à informalidade na revenda.

Do ponto de vista da atividade de revenda, o principal avanço normativo foi o reconhecimento da atividade de forma independente da distribuição. De fato, a Portaria nº 297/03 não apenas passou a exigir que os pontos de revenda de GLP tivessem autorização própria (e não fossem apenas agentes cadastrados pelas distribuidoras - e, portanto, a elas vinculados), mas permitiu que um revendedor pudesse operar com mais de um distribuidor, criando o conceito de revenda multimarcas. Tal inovação partiu do reconhecimento não apenas da importância da atividade de revenda na cadeia do GLP, mas também da desnecessidade de estabelecimento de vínculos compulsórios em um mercado já amadurecido.

Assim, de acordo com a regulamentação vigente, os revendedores de GLP podem optar por firmar ou não contratos de exclusividade com alguma

¹² Portaria MINFRA nº 843/1990, art. 8º.

[Handwritten signature]

distribuidora. No segundo caso, tais postos de revenda, denominados revendedores multimarcas, podem exibir a marca comercial (e, naturalmente, comercializar vasilhames) de qualquer distribuidor¹³.

Na cadeia de GLP, a interdependência observada entre os segmentos de distribuição e revenda é menor do que aquela observada em outros ramos da indústria de petróleo (notadamente a cadeia de combustíveis líquidos automotivos). Isto ocorre por dois motivos. Em primeiro lugar, porque ao contrário dos combustíveis líquidos, no GLP não há a obrigatoriedade de comercialização de um único produto caso o revendedor varejista opte por ostentar a marca comercial de um distribuidor. Em segundo lugar, porque o investimento inicial necessário para a atividade de revenda de GLP é significativamente inferior àquele observado para a atividade de revenda de combustíveis líquidos (o que torna o revendedor menos dependente de financiamento e equipamentos provenientes do distribuidor para iniciar suas atividades).

Não obstante esta menor interdependência, há distintos arranjos verticais possíveis entre um revendedor de GLP e a(s) distribuidora(s) que lhe fornecem o produto. Tais arranjos vão desde a total independência (no caso de um revendedor multimarcas que não possua contrato de fornecimento) até a atuação direta do distribuidor na revenda a varejo de botijões de GLP, situação em que deve possuir também a autorização para o exercício da atividade de revenda varejista (conforme regulamentação citada anteriormente).

No intervalo de arranjos possíveis, destacam-se aqueles em que, mesmo não pertencendo ou sendo operado por uma empresa distribuidora, a situação do revendedor aproxima-se daquela de uma integração vertical: i) quando a distribuidora detém a propriedade de determinados ativos (como o terreno onde a revenda está instalada ou os caminhões utilizados para entrega); ii) quando o uso de determinados ativos, linhas de financiamento ou benefícios estão condicionados ao fornecimento exclusivo do produto; ou iii) quando existe um arranjo de exclusividade entre os agentes (como, por exemplo, um contrato de franquia).

Como será visto na próxima seção, no caso do segmento de GLP, a decisão acerca do arranjo a ser adotado faz parte da esfera da livre iniciativa dos agentes econômicos e parece ser orientado mais pela busca de ganhos de eficiência e aproveitamento de ativos já existentes.

¹³ Note-se que conceitualmente há uma distinção importante entre o posto bandeira branca da revenda de combustíveis líquidos e o revendedor multimarcas da revenda de GLP: enquanto ao primeiro é vedada a exibição da marca comercial de qualquer distribuidora de combustíveis, ao segundo é permitida a exibição da marca comercial de todas as distribuidoras com as quais opera.

V. DA ANÁLISE, SOB A ÓTICA CONCORRENCIAL, DA PROPOSTA DE VEDAÇÃO À INTEGRAÇÃO VERTICAL NO MERCADO DE DISTRIBUIÇÃO E DE REVENDA DE GLP

Esta seção será dedicada à verificação de eventuais distorções competitivas nos mercados derivadas do desenho institucional vigente (ou seja, da permissão para atuação das empresas distribuidoras na venda de botijões de GLP diretamente ao consumidor final).

Como esclarece a SAB na Nota Técnica nº 211/2014 (às fl. 133 do Processo nº 48610.006853/2014-15), uma das principais alterações propostas visa evitar a verticalização do distribuidor de GLP direta ou indiretamente na atividade de revenda de botijões de GLP, o que atenderia ao disposto no art. 6º da Lei nº 9.478/1997. Ainda, esclarece a Superintendência, na Nota Técnica nº 212/2014 (às fl. 77 do Processo 48610.008961/2014-14), que:

"embora próximas, as atividades de distribuição e de revenda não podem ser exercidas pela mesma sociedade, isso porque a definição legal da atividade pressupõe a comercialização entre o agente distribuidor e o agente revendedor. Permitir àquele exercer atividade de revenda cria diversas implicações regulatórias e jurídico-fiscais: (i) criação de vantagens comparativas injustificáveis; (ii) redução da concorrência; (iii) alteração dos preços repassados aos consumidores finais em razão do salto na cadeia de recolhimento do ICMS; e (iv) confusão entre distribuidor (credor) e revendedor (devedor)".

Inicialmente, no que tange à vedação à integração vertical, importa mencionar que as implicações (iii) e (iv) elencadas pela SAB poderiam ser corrigidas com a exigência de criação de pessoa jurídica específica para exercício da atividade de revenda de GLP, de modo a vedar a possibilidade de concessão de autorização para exercício da atividade de revenda a CNPJ autorizado na ANP para o exercício da atividade de distribuição de GLP. Ou seja, a empresa distribuidora que quisesse operar no segmento de revenda de botijões deveria constituir CNPJ próprio para este fim, mesmo que na condição de filial. Tal medida mostraria-se menos gravosa para os agentes econômicos e igualmente eficaz para o fim ao qual se propõe (i.e.: identificar, do ponto de vista fiscal e regulatório, a existência de duas pessoas jurídicas distintas, atuando em etapas distintas da cadeia produtiva de GLP).

Como complementação, portanto, cabe avaliação, sob o ponto de vista de defesa da concorrência, se a proposição de vedação total do exercício da atividade de revenda por sociedade empresária que já detenha autorização para exercício da atividade de distribuição justifica-se pela incidência de efeitos danosos ao mercado, conforme implicações (i) e (ii) apontadas pela SAB no trecho da Nota Técnica nº 212/2014 transcrito anteriormente (quas sejam: a existência de vantagens comparativas injustificáveis e a redução da concorrência).

Dessa forma, esta seção tem o objetivo de avaliar a atual situação concorrencial, considerando as normas vigentes, bem como a base de dados

[Assinatura]

disponível no SIMP referente ao volume de venda e às informações cadastrais dos agentes autorizados para atuar no segmento de distribuição de GLP.

Para tanto, é necessário primeiro avaliar quais seriam os agentes efetivamente afetados pela norma. Consulta ao SIMP-Cadastro realizada por esta Coordenadoria indica que dos cerca de 57 mil postos revendedores autorizados de GLP no país, apenas 233 (menos de 0,5% do total) estão vinculados a agentes autorizados ao exercício da atividade de distribuição de GLP (estes estabelecimentos foram autorizados a operar a partir de CNPJ de uma empresa de distribuição¹⁴). Deste total, como pode ser observado na Tabela 1, parte majoritária (21,9%) está concentrado no estado de São Paulo, com 51 postos revendedores autorizados a partir de CNPJs de empresas distribuidoras (o que representa 0,5% do total de revendas do Estado), seguido de Minas Gerais (com 20 postos revendedores).

A análise regional do mercado de revenda, conforme Tabela 2, explicita uma concentração primordialmente na Região Sudeste, onde estão concentrados 40,3% do total de postos revendedores de propriedade de empresas distribuidoras. Já a observação da participação de bandeiras de distribuidoras no mercado de revenda varejista, de acordo com a Tabela 3, mostra predominância de agentes com maior participação de mercado. Ou seja, como esperado, as quatro maiores de distribuidoras de GLP do país são também aquelas que detêm o maior número de postos revendedores de GLP autorizados.

¹⁴ De acordo com a SAB, não há registro de empresas distribuidoras de GLP em quadro societário de postos revendedores de GLP, com exceção dos 233 vinculados às instalações autorizadas para a atividade de distribuição de GLP.

[Handwritten signature]
[Handwritten mark]

Tabela 1 - Distribuição, por UF e por bandeira, das vendas de GLP próprias das distribuidoras

| EMPRESA | UF | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|------|-------------|
| | AC | AL | AM | AP | BA | CE | DF | ES | GO | MA | MG | MS | MT | PA | PB | PE | PI | PR | RJ | RN | RO | RR | RS | SC | SE | SP | TO | Total geral |
| AMAZONGÁS | 1 | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | - | - | - | - | - | 4 |
| BAHIANA | - | 1 | - | - | 6 | 1 | - | - | - | 1 | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | 1 | - | - | 12 |
| ULTRAGAZ | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | 2 | - | 2 | 1 | - | - | - | - | - | 4 | - | - | - | - | 4 | 2 | - | 16 | - | 33 |
| CONSIGAZ | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 3 | - | 3 |
| COPAGAZ | - | 1 | - | - | 1 | 1 | 1 | - | 1 | - | 2 | 2 | 1 | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | 1 | 1 | - | 3 | - | 16 |
| LIQUIGÁS | - | - | - | 1 | 1 | - | - | - | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | - | - | 6 | 3 | - | 10 | 1 | 40 |
| MASTERGAS | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | - | 2 |
| MINASGAS | - | 1 | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | 2 | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | - | - | 6 |
| NACIONAL GÁS BUTANO | - | 1 | - | - | 6 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | - | - | - | 2 | 2 | 2 | 2 | 6 | 1 | - | - | 1 | 1 | 1 | 6 | - | 41 |
| NUTRIGÁS | - | - | - | - | - | - | - | 2 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 |
| PARAGAS | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - | 6 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 8 |
| SERVGÁS | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 |
| SOCIEDADE FOGAS | 1 | - | 6 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1 | - | - | - | - | - | - | 1 | 1 | - | - | - | - | - | 10 |
| SOS GÁS | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 2 |
| SUPERGASBRAS | - | - | - | - | 3 | - | 1 | 3 | 1 | - | 9 | 1 | 1 | 1 | - | - | - | 3 | 8 | - | - | - | 6 | 3 | 1 | 11 | 1 | 53 |
| Total geral | 2 | 4 | 7 | 2 | 17 | 4 | 4 | 8 | 6 | 5 | 20 | 5 | 3 | 9 | 7 | 5 | 3 | 15 | 15 | 3 | 2 | 2 | 18 | 10 | 4 | 51 | 2 | 233 |
| Total (%) | 0,9% | 1,7% | 3,0% | 0,9% | 7,3% | 1,7% | 1,7% | 3,4% | 2,6% | 2,1% | 8,6% | 2,1% | 1,3% | 3,9% | 3,0% | 2,1% | 1,3% | 6,4% | 6,4% | 1,3% | 0,9% | 0,9% | 7,7% | 4,3% | 1,7% | 21,9% | 0,9% | |

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados extraídos do SIMP Cadastro.

Tabela 2 - Distribuição, por região, de vendas de GLP próprias das distribuidoras

| Por região | % |
|---------------------|-------|
| Região Sudeste | 40,3% |
| Região Norte | 11,2% |
| Região Nordeste | 22,3% |
| Região Sul | 18,5% |
| Região Centro-Oeste | 7,7% |

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados extraídos do SIMP Cadastro

Tabela 3 - Distribuição, por empresa, dos postos de revenda próprios das distribuidoras

| Por distribuidora | % |
|--|--------|
| SUPERGASBRAS ENERGIA LTDA | 22,75% |
| NACIONAL GÁS BUTANO DISTRIBUIDORA LTDA. | 17,60% |
| LIQUIGÁS DISTRIBUIDORA S.A. | 17,17% |
| COMPANHIA ULTRAGAZ S A | 14,16% |
| COPAGAZ DISTRIBUIDORA DE GÁS S/A. | 6,87% |
| BAIANA DISTRIBUIDORA DE GÁS LTDA. | 5,15% |
| SOCIEDADE FOGAS LTDA. | 4,29% |
| PARAGAS DISTRIBUIDORA LTDA. | 3,43% |
| MINASGÁS S/A INDUSTRIA E COMERCIO | 2,58% |
| AMAZONGÁS DISTRIBUIDORA DE GÁS LIQUEFEITO DE PETRÓLEO LTDA. | 1,72% |
| CONSIGAZ DISTRIBUIDORA DE GÁS LTDA. | 1,29% |
| MASTERGAS COMÉRCIO, TRANSPORTE E DISTRIBUIÇÃO DE GLP RIO CLARO LTDA. | 0,86% |
| NUTRIGÁS S/A | 0,86% |
| SOS GÁS DISTRIBUIDORA LTDA | 0,86% |
| SERVGÁS DISTRIBUIDORA DE GÁS S. A. | 0,43% |

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados extraídos do SIMP Cadastro

Como indica a Tabela 1, os postos revendedores detidos por empresas distribuidoras são geograficamente dispersos. Mesmo uma análise mais detalhada em nível municipal indica que há poucos revendedores de propriedade das distribuidoras em cada município, inclusive naqueles estados com maior número de revendas¹⁵. A partir de tais dados não foi identificado, de modo geral, padrão específico para a definição da localização das revendas (como, por exemplo, escolha de localidades com maior volume de vendas, ou maior renda per capita da população).

Assim, sob a ótica concorrencial, não se observa indícios da adoção de estratégias, pelas distribuidoras, de atuação pulverizada na atividade de revenda de botijões de GLP, bem como não se identifica estratégias direcionadas a elevação da participação das distribuidoras na revenda direta de vasilhames ao consumidor final. Ao contrário, a análise da localização e do perfil das revendas próprias indica que a motivação econômica para a atuação vertical dos agentes distribuidores baseia-se no aproveitamento de infraestrutura (pátio, equipamentos, caminhões) e base de clientes já existentes para as instalações de distribuição.

Além disso, a observação do quantitativo de postos de revenda de propriedade de empresas distribuidoras, conforme Tabela 1, sugere que, na maior parte dos mercados, a atuação das empresas de distribuição no segmento de revenda não é significativa o suficiente para gerar efeito permanente e duradouro nos mercados relevantes de revenda de GLP.

Em complementação aos dados quantitativos de revendas de GLP próprias das distribuidoras, mostra-se relevante examinar o volume comercializado por estas empresas diretamente aos consumidores finais, comparando-o com o volume destinado às revendas de GLP. Ou seja, no caso em tela, cumpre observar se há indícios de que a atuação vertical das empresas de distribuição tem o potencial de gerar prejuízos ao processo concorrencial nos mercados de revenda.

É relevante registrar que a norma proposta pela SAB tem o condão de afetar o mercado de revenda de vasilhames até 90kg, não impactando na venda de GLP à granel ao consumidor final, a qual permanecerá sendo atendida exclusivamente pelas empresas distribuidoras. Deste modo, o escopo da análise ora efetuada utilizará como subsídio os dados de comercialização de botijões até 90 kg.

Em termos de volume de vendas, cerca de 70% da comercialização de GLP no país é realizada por meio de vasilhames de até 13kg. As vendas de GLP a granel, por sua vez, correspondem ao segundo maior percentual, representando mais de 20% das vendas totais. Em seguida, os vasilhames

¹⁵ Cabe destaque para duas situações excepcionais: a Sociedade Fogás, no Amazonas, concentra todas as suas revendas próprias em Manaus, capital do estado (a distribuidora possui estratégia de atuação regional, centrada na Região Norte, e suas revendas próprias localizadas em Manaus representam 60% do total de revendas próprias da empresa) e; a Ultragaz, em São Paulo, tem cinco revendas próprias localizadas na capital, o que representa cerca de 30% do total de revendas da empresa no estado de São Paulo e de 10% do total de revendas detidas por distribuidoras no estado de São Paulo.

maiores que 13kg e até 45kg representam pouco mais de 6% das vendas totais, enquanto a comercialização em vasilhames superiores a 45kg tem participação irrisória.

Assim, considerando que a vedação à integração vertical proposta na minuta de resolução afetará o mercado de revenda (vasilhames até 90kg), e que as vendas de GLP em vasilhames de 90kg tem participação bastante reduzida na comercialização do produto no país, a presente Nota Técnica concentrar-se-á nas vendas do produto em vasilhames de até 45kg, considerando os seis primeiros meses de 2014.

Utilizando-se os dados de movimentação de produtos disponíveis no sistema SIMP, serão considerados como *proxy* da parcela de mercado das distribuidoras as operações qualificadas como "Venda a Varejo (consumidor final)", enquanto que para o dimensionamento do mercado de revenda de GLP considerar-se-á as operações qualificadas como "Vendas para agente regulado - Revenda de GLP" associadas a destinatários integrantes da base dados cadastrais de postos revendedores de GLP (SIMP-Cadastro).

À luz de tal delimitação analítica, a Tabela 4 apresenta os dados consolidados das vendas das distribuidoras por destinatário do produto.

Tabela 4 - Vendas das distribuidoras por destinatário (1º semestre/2014)

| | Vasilhames até 13 kg | Vasilhames acima de 13kg até 45kg | Mercado de Revenda (até 45kg) |
|---|-------------------------|---|----------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 2.504.756.083 | 222.454.933 | 2.727.211.016 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 2.443.395.746 | 161.421.007 | 2.604.816.753 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 45.421.712 | 11.501.079 | 56.922.791 |
| Outras Vendas - C | 15.938.625 | 49.532.847 | 65.471.472 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Parcela das vendas das distribuidoras em relação à parcela das revendas de GLP - (B / A) | 1,86% | 7,12% | 2,19% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 1,81% | 5,17% | 2,09% |

Fonte: Elaboração Própria a partir de dados extraídos do SIMP.

Nota: "Outras Vendas" representa as vendas das distribuidoras para "agente não regulado" e para agentes regulados não identificados como revendas de GLP.

Como indicam os resultados apresentados, as vendas das distribuidoras diretamente aos consumidores finais (identificadas na linha "Vendas no Varejo (consumidor final)") não representam parcelas significativas do total comercializado no país. Se observarmos os vasilhames até 13kg, as vendas diretas das distribuidoras representaram, no primeiro semestre de 2014, apenas 1,81% do total comercializado nesta modalidade. Se observarmos o

mercado de vasilhames acima de 13kg até 45kg o percentual, embora mais elevado, permanece baixo, representando apenas 5,17% do total de venda de GLP ao consumidor final¹⁶.

Considerando que os mercados relevantes de distribuição são analisados, do ponto de vista antitruste, em âmbito estadual, foi elaborada análise similar para cada um dos estados da federação (resultados apresentados em anexo). Conquanto em alguns alguns estados a participação das distribuidoras nas vendas diretas ao consumidor final apresentem-se acima da média nacional, ainda assim as participações de mercado obtidas são insuficientes para que se possa caracterizar, do ponto de vista antitruste, potencial de efeito nocivo advindo da atuação vertical das distribuidoras de GLP nos mercados analisados.

Deste modo, sob a ótica concorrencial, não é possível afirmar que o atual arcabouço regulatório do mercado de GLP, em particular no que se refere à possibilidade de atuação de empresas distribuidoras diretamente no segmento de revenda de GLP, reflita condições estruturais de mercado prejudiciais à concorrência. Os dados de volume de comercialização associados às informações cadastrais e de dispersão geográfica das revendas próprias das distribuidoras diagnosticam uma estrutura de mercado em que o consumidor final de GLP é atendido majoritariamente pelos postos revendedores, os quais detêm cerca de 98% do mercado nacional de revenda de GLP até 45 kg.

Ou seja, a partir das informações disponíveis e das análises efetuadas por esta Coordenadoria, não há elementos, sob o ponto de vista da defesa da concorrência, que justifiquem a adoção de vedação à participação das distribuidoras no mercado de revenda de GLP. A integração vertical, hoje permitida na regulamentação vigente, não parece representar risco ao ambiente competitivo. Ao mesmo tempo, as estratégias adotadas pelas distribuidoras de GLP indicam, aparentemente, a intenção dessas empresas de atuar apenas marginalmente na revenda direta ao consumidor final do combustível, como forma de aproveitar as instalações já existentes para a atividade de distribuição de GLP.

[Assinatura]

¹⁶ Apesar desta Nota Técnica conter os dados agregados, esta Coordenadoria analisou também as informações mensais e não encontrou diferenças significativas entre aqui apresentada e a desagregada mês a mês.

VI. CONCLUSÕES

A presente Nota Técnica teve a finalidade de examinar os aspectos concorrenciais decorrentes das minutas de resolução elaboradas pela SAB no âmbito das Propostas de Ação nº 987/2014 e 988/2014, as quais tratam da alteração do arcabouço regulatório dos segmentos de distribuição e de revenda de GLP. Particularmente, com base nos pareceres da Procuradoria Federal junto à ANP que integram as referidas PAs, a análise desta Coordenadoria restringiu-se à proposta de vedação à atuação vertical no mercado de revenda de botijões de GLP, a qual se reflete na proibição (i) de atuação direta das distribuidoras na comercialização no varejo de botijões até 90 kg e (ii) de participação de agente detentor de autorização para exercício da atividade de distribuição no quadro societário de qualquer agente autorizado para o exercício de revenda varejista de GLP.

De acordo com os documentos que subsidiaram a proposição da SAB, a vedação total do exercício da atividade de revenda varejista de GLP por distribuidores do produto teria o condão de evitar implicações regulatórias e jurídico-fiscais negativas ao mercado de GLP, quais sejam: (i) criação de vantagens comparativas injustificáveis; (ii) redução da concorrência; (iii) alteração dos preços repassados aos consumidores finais em razão do salto na cadeia de recolhimento do ICMS; e (iv) confusão entre distribuidor (credor) e revendedor (devedor).

Neste contexto, o presente estudo, além de evidenciar o papel da ANP na defesa da concorrência, buscou apresentar a evolução da regulamentação dos segmentos de distribuição e de revenda de GLP no Brasil, bem como trouxe considerações acerca da integração vertical na indústria do petróleo. Com relação à proposição constante das minutas de resolução, a Nota Técnica analisou, sob a ótica de defesa da concorrência, o mercado de distribuição e de revenda de GLP, considerando as informações cadastrais e os dados disponíveis de comercialização do produto em âmbito nacional e estadual.

Conforme mencionado na seção anterior, a análise sob a ótica estritamente concorrencial não identificou indícios da adoção de estratégias, pelas distribuidoras, de atuação pulverizada na atividade de revenda de botijões de GLP, bem como não foram identificadas estratégias direcionadas à elevação da participação das distribuidoras na revenda direta de vasilhames ao consumidor final. O exame da localização e do perfil das vendas próprias parece indicar que a motivação econômica para a atuação vertical dos agentes distribuidores baseia-se no aproveitamento de infraestrutura (pátio, equipamentos, caminhões) e base de clientes já existentes para as instalações de distribuição.

Adicionalmente, a observação do quantitativo de postos de revenda de propriedade de empresas distribuidoras sugere que, na maior parte dos mercados, a atuação das empresas de distribuição no segmento de revenda não é significativa o suficiente para gerar efeito permanente e duradouro nos mercados relevantes de revenda de GLP.

A partir das informações disponíveis e das análises efetuadas por esta Coordenadoria, portanto, não é possível afirmar que o atual arcabouço regulatório do mercado de GLP, em particular no que se refere à possibilidade de atuação de empresas distribuidoras diretamente no segmento de revenda de GLP, reflita condições estruturais de mercado prejudiciais à concorrência.

Em tese, a atual estrutura do mercado e os arranjos entre os segmentos de distribuição e de revenda de GLP resultam do exercício da livre iniciativa pelos agentes econômicos e, principalmente, parecem estar orientados pela busca de ganhos de eficiência e aproveitamento de ativos já existentes. Não há elementos que indiquem a possibilidade de que a atuação direta do distribuidor na atividade de revenda varejista de botijões de GLP (nos termos estabelecidos na regulamentação em vigente da ANP) traga prejuízos ao processo competitivo.

Ressalta-se que a parcela de mercado das distribuidoras na atividade de revenda de GLP, considerando os vasilhames de até 45 kg, corresponde a apenas 2% (Tabela 4). Ou seja, em consonância com os elementos teóricos apresentados anteriormente, a atuação da distribuidora na atividade de revenda de botijões de GLP teria como principal motivador a obtenção de economia de custos, com aproveitamento de ativos já existentes.

No entanto, a existência de eventual abuso de poder de mercado por parte de quaisquer agentes regulados pela Agência, incluindo tanto os revendedores quanto as empresas distribuidoras de GLP só pode ser examinada caso a caso. Como já mencionado, situação deste tipo deve levar em conta os efeitos que provoca sobre um determinado mercado relevante, considerando a análise específica de uma conduta anticompetitiva adotada por um ou mais agentes, com base no disposto na legislação brasileira de defesa da concorrência.



BRUNO CONDE CASELLI

Especialista em Regulação de Petróleo e Derivados, Álcool Combustível e Gás Natural



HELOISA BORGES BASTOS ESTEVES

Especialista em Regulação de Petróleo e Derivados, Álcool Combustível e Gás Natural

De acordo.



LÚCIA NAVEGANTES BICALHO

Coordenadora de Defesa da Concorrência

ANEXO À NOTA TÉCNICA Nº 068/CDC/2014



| ACRE | Vasilhames até 13 kg | Vasilhames acima de 13kg até 45kg | Mercado de Revenda (até 45kg) |
|---|-----------------------------|--|--------------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 9.261.565 | 225.995 | 9.487.560 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 8.996.291 | 60.990 | 9.057.281 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 239.678 | 13.965 | 253.643 |
| Outras Vendas - C | 25.128 | 141.350 | 166.478 |

| | | | |
|--|-------|--------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 2,66% | 22,90% | 2,80% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 2,59% | 6,18% | 2,67% |

| ALAGOAS | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 39.733.661 | 742.685 | 40.476.346 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 39.321.626 | 480.445 | 39.802.071 |
| Vendas para agente regulado - Total | 39.323.524 | 499.520 | 39.823.044 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 399.282 | 16.995 | 416.277 |
| Outras Vendas - C | 10.855 | 226.170 | 237.025 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 1,02% | 3,54% | 1,05% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 1,00% | 2,29% | 1,03% |

| AMAZONAS | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 39.523.675 | 1.537.980 | 41.061.655 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 38.491.583 | 356.340 | 38.847.923 |
| Vendas para agente regulado - Total | 38.495.989 | 429.445 | 38.925.434 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 859.837 | 140.372 | 1.000.209 |
| Outras Vendas - C | 167.849 | 968.163 | 1.136.012 |

| | | | |
|--|-------|--------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 2,23% | 39,39% | 2,57% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 2,18% | 9,13% | 2,44% |

| AMAPÁ | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|--------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 7.986.279 | 481.410 | 8.467.689 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 7.960.539 | 481.410 | 8.441.949 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 0 | 0 | 0 |
| Outras Vendas - C | 25.740 | 0 | 25.740 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,32% | 0,00% | 0,00% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,30% | 0,00% | 0,00% |

BAHIA

| | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 183.063.754 | 3.767.243 | 186.830.997 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 175.303.766 | 2.430.930 | 177.734.696 |
| Vendas para agente regulado - Total | 175.303.805 | 2.531.862 | 177.835.667 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 7.706.739 | 107.950 | 7.814.689 |
| Outras Vendas - C | 53.210 | 1.127.431 | 1.180.641 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 4,40% | 4,44% | 4,40% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 4,21% | 2,87% | 4,18% |

CEARÁ

| | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 108.702.678 | 3.357.725 | 112.060.403 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 108.657.446 | 3.067.375 | 111.724.821 |
| Vendas para agente regulado - Total | 108.658.070 | 3.095.835 | 111.753.905 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 18 | 1.935 | 1.953 |
| Outras Vendas - C | 44.590 | 259.955 | 304.545 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,00% | 0,06% | 0,00% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,00% | 0,06% | 0,00% |

DISTRITO FEDERAL

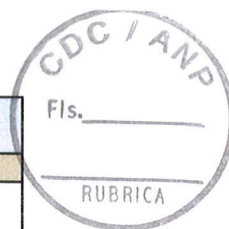
| | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 32.875.114 | 1.844.615 | 34.719.729 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 32.716.877 | 1.265.435 | 33.982.312 |
| Vendas para agente regulado - Total | 32.718.541 | 1.295.305 | 34.013.846 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 38.967 | 10.580 | 49.547 |
| Outras Vendas - C | 117.606 | 538.730 | 656.336 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,12% | 0,84% | 0,15% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,12% | 0,57% | 0,14% |

ESPÍRITO SANTO

| | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|----------------------|-------------------------|-------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 56.265.817 | 2.994.800 | 59.260.617 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 53.710.184 | 2.322.500 | 56.032.684 |
| Vendas para agente regulado - Total | 53.711.003 | 2.362.790 | 56.073.793 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 767.561 | 6.795 | 774.356 |
| Outras Vendas - C | 1.787.253 | 625.215 | 2.412.468 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 1,43% | 0,29% | 1,38% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 1,36% | 0,23% | 1,31% |



| GOIÁS | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 97.726.908 | 4.944.955 | 102.671.863 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 97.611.393 | 4.149.095 | 101.760.488 |
| Vendas para agente regulado - Total | 97.611.952 | 4.214.650 | 101.826.602 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 56.680 | 126.075 | 182.755 |
| Outras Vendas - C | 58.276 | 604.230 | 662.506 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,06% | 3,04% | 0,18% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,06% | 2,55% | 0,18% |

| MARANHÃO | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 65.986.714 | 1.223.675 | 67.210.389 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 65.822.758 | 1.144.700 | 66.967.458 |
| Vendas para agente regulado - Total | 65.822.758 | 1.146.040 | 66.968.798 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 163.397 | 2.115 | 165.512 |
| Outras Vendas - C | 559 | 75.520 | 76.079 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,25% | 0,18% | 0,25% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,25% | 0,17% | 0,25% |

| MINAS GERAIS | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 263.269.472 | 20.122.069 | 283.391.541 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 254.269.006 | 13.554.263 | 267.823.269 |
| Vendas para agente regulado - Total | 254.298.902 | 13.767.276 | 268.066.178 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 7.491.539 | 1.304.990 | 8.796.529 |
| Outras Vendas - C | 1.479.031 | 5.049.803 | 6.528.834 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 2,95% | 9,63% | 3,28% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 2,85% | 6,49% | 3,10% |

| MATO GROSSO DO SUL | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 37.697.995 | 2.003.315 | 39.701.310 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 37.649.389 | 1.714.710 | 39.364.099 |
| Vendas para agente regulado - Total | 37.649.389 | 1.723.705 | 39.373.094 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 29.624 | 99.440 | 129.064 |
| Outras Vendas - C | 18.982 | 180.170 | 199.152 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,08% | 5,80% | 0,33% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,08% | 4,96% | 0,33% |



| MATO GROSSO | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 45.691.293 | 2.551.095 | 48.242.388 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 45.424.849 | 2.188.000 | 47.612.849 |
| Vendas para agente regulado - Total | 45.424.875 | 2.191.630 | 47.616.505 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 228.357 | 110.205 | 338.562 |
| Outras Vendas - C | 38.061 | 249.260 | 287.321 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,50% | 5,04% | 0,71% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,50% | 4,32% | 0,70% |

| PARÁ | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 86.043.066 | 2.039.280 | 88.082.346 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 85.764.173 | 1.562.845 | 87.327.018 |
| Vendas para agente regulado - Total | 85.772.077 | 1.578.325 | 87.350.402 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 53.406 | 15.005 | 68.411 |
| Outras Vendas - C | 217.583 | 445.950 | 663.533 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,06% | 0,96% | 0,08% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,06% | 0,74% | 0,08% |

| PARAÍBA | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 86.043.066 | 2.039.280 | 88.082.346 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 85.764.173 | 1.562.845 | 87.327.018 |
| Vendas para agente regulado - Total | 85.772.077 | 1.578.325 | 87.350.402 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 53.406 | 15.005 | 68.411 |
| Outras Vendas - C | 217.583 | 445.950 | 663.533 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,06% | 0,96% | 0,08% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,06% | 0,74% | 0,08% |

| PERNAMBUCO | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 117.454.389 | 2.625.270 | 120.079.659 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 115.711.323 | 1.880.480 | 117.591.803 |
| Vendas para agente regulado - Total | 115.711.323 | 1.895.025 | 117.606.348 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 1.719.432 | 262.655 | 1.982.087 |
| Outras Vendas - C | 23.634 | 467.590 | 491.224 |

| | | | |
|--|-------|--------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 1,49% | 13,97% | 1,69% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 1,46% | 10,00% | 1,65% |

| PIAUÍ | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 39.577.805 | 689.685 | 40.267.490 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 39.401.330 | 685.725 | 40.087.055 |
| Vendas para agente regulado - Total | 39.401.330 | 685.725 | 40.087.055 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 168.987 | 3.960 | 172.947 |
| Outras Vendas - C | 7.488 | 0 | 7.488 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,43% | 0,58% | 0,43% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,43% | 0,57% | 0,43% |

| PARANÁ | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 149.882.014 | 24.488.644 | 174.370.658 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 142.117.303 | 19.519.334 | 161.636.637 |
| Vendas para agente regulado - Total | 142.126.681 | 19.729.929 | 161.856.610 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 7.487.367 | 1.799.520 | 9.286.887 |
| Outras Vendas - C | 267.966 | 2.959.195 | 3.227.161 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 5,27% | 9,22% | 5,75% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 5,00% | 7,35% | 5,33% |

| RIO DE JANEIRO | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 206.558.353 | 18.556.110 | 225.114.463 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 205.245.138 | 13.604.390 | 218.849.528 |
| Vendas para agente regulado - Total | 205.261.479 | 13.922.185 | 219.183.664 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 668.724 | 878.870 | 1.547.594 |
| Outras Vendas - C | 628.150 | 3.755.055 | 4.383.205 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,33% | 6,46% | 0,71% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,32% | 4,74% | 0,69% |

| RIO GRANDE DO NORTE | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 47.226.089 | 1.024.640 | 48.250.729 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 46.765.492 | 1.012.620 | 47.778.112 |
| Vendas para agente regulado - Total | 46.765.492 | 1.012.620 | 47.778.112 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 324.259 | 5.305 | 329.564 |
| Outras Vendas - C | 136.338 | 6.715 | 143.053 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,69% | 0,52% | 0,69% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,69% | 0,52% | 0,68% |



| RONDÔNIA | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 25.088.429 | 765.040 | 25.853.469 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 24.943.608 | 564.595 | 25.508.203 |
| Vendas para agente regulado - Total | 24.944.856 | 569.835 | 25.514.691 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 120.019 | 26.580 | 146.599 |
| Outras Vendas - C | 23.554 | 168.625 | 192.179 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,48% | 4,71% | 0,57% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,48% | 3,47% | 0,57% |

| RORAIMA | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 5.427.893 | 285.885 | 5.713.778 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 4.414.159 | 44.690 | 4.458.849 |
| Vendas para agente regulado - Total | 4.414.250 | 47.205 | 4.461.455 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 1.009.433 | 181.595 | 1.191.028 |
| Outras Vendas - C | 4.210 | 57.085 | 61.295 |

| | | | |
|--|--------|---------|--------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 22,87% | 406,34% | 26,71% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 18,60% | 63,52% | 20,84% |

| RIO GRANDE DO SUL | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 146.781.476 | 24.678.695 | 171.460.171 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 141.134.213 | 19.226.285 | 160.360.498 |
| Vendas para agente regulado - Total | 141.136.098 | 19.277.815 | 160.413.913 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 5.204.608 | 1.461.360 | 6.665.968 |
| Outras Vendas - C | 440.770 | 3.939.520 | 4.380.290 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 3,69% | 7,60% | 4,16% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 3,55% | 5,92% | 3,89% |

| SANTA CATARINA | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 76.092.671 | 18.045.770 | 94.138.441 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 71.455.621 | 14.951.515 | 86.407.136 |
| Vendas para agente regulado - Total | 71.456.349 | 15.047.950 | 86.504.299 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 3.399.874 | 1.596.230 | 4.996.104 |
| Outras Vendas - C | 1.236.448 | 1.401.590 | 2.638.038 |

| | | | |
|--|-------|--------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 4,76% | 10,68% | 5,78% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 4,47% | 8,85% | 5,31% |

| SERGIPE | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 27.641.057 | 530.295 | 28.171.352 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 24.979.632 | 282.685 | 25.262.317 |
| Vendas para agente regulado - Total | 24.980.139 | 286.730 | 25.266.869 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 2.656.550 | 89.355 | 2.745.905 |
| Outras Vendas - C | 4.368 | 154.210 | 158.578 |

| | | | |
|--|--------|--------|--------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 10,63% | 31,61% | 10,87% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 9,61% | 16,85% | 9,75% |

| SÃO PAULO | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 512.242.678 | 81.458.010 | 593.700.688 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 499.473.185 | 53.535.258 | 553.008.443 |
| Vendas para agente regulado - Total | 499.948.885 | 57.788.798 | 557.737.683 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 3.732.185 | 3.216.892 | 6.949.077 |
| Outras Vendas - C | 8.561.608 | 20.452.320 | 29.013.928 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,75% | 6,01% | 1,26% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,73% | 3,95% | 1,17% |

| TOCANTINS | Soma de Até 13 kg | Soma de De 14 a 45kg | Soma mercado revenda |
|---|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| TOTAL GERAL (A+B+C) = D | 20.763.519 | 505.245 | 21.268.764 |
| Vendas para agente regulado (Revenda de GLP) - A | 20.621.313 | 488.325 | 21.109.638 |
| Vendas para agente regulado - Total | 20.621.313 | 488.325 | 21.109.638 |
| Vendas no Varejo (consumidor final) - B | 139.138 | 15.430 | 154.568 |
| Outras Vendas - C | 3.068 | 1.490 | 4.558 |

| | | | |
|--|-------|-------|-------|
| Vendas das distribuidoras em relação às vendas das revendas de GLP - (B / A) | 0,67% | 3,16% | 0,73% |
| Parcela de mercado das distribuidoras para o consumidor final em relação ao Total Geral - (B / D) | 0,67% | 3,05% | 0,73% |