



## FORMULÁRIO DE COMENTÁRIOS E SUGESTÕES

TOMADA PÚBLICA DE CONTRIBUIÇÕES Nº 3/2018 - DE 21/09/2018 a 20/10/2018

NOME: SINDICATO DO COMÉRCIO VAREJISTA DE DERIVADOS DE PETRÓLEO NO ESTADO DE GOIÁS  
- SINDIPOSTO

( ) agente econômico  
( ) consumidor ou usuário

☒ representante órgão de classe ou associação  
( ) representante de instituição governamental  
( ) representante de órgãos de defesa do consumidor

### Tomada Pública de Contribuições sobre a verticalização da cadeia de distribuição de combustíveis.

ASSUNTO	PROPOSTA	JUSTIFICATIVA
TPC nº 3/2018	Manutenção da proibição de verticalização	<p>O tema da verticalização da cadeia de distribuição de combustíveis, tendo em vista sua relevância e complexidade, deve ser analisado sob vários enfoques. São eles: impactos na concorrência; consequências no preço dos combustíveis; experiência internacional; e aspecto legal.</p> <p><b><u>1) Análise de mercado/impactos concorrenciais:</u></b></p> <p>A presente TPC se insere no contexto do grupo de trabalho formado pelo CADE e pela ANP, cujo objetivo principal é a criação de mecanismos para promoção da concorrência no setor. Entretanto, a proposta de verticalização fatalmente terá efeito prático inverso pois, na realidade, se trata de medida anticoncorrencial.</p> <p>Ao analisar o mercado de combustíveis no Brasil se verifica a existência de oligopólio na etapa de distribuição, tendo em vista que há poucos distribuidores que controlam grande parcela do mercado. Por outro lado, na etapa final da cadeia de consumo já existe ampla concorrência entre os milhares de revendedores atuantes no mercado.</p> <p>Caso seja permitida a verticalização, o oligopólio existente na distribuição será estendido para a etapa de revenda, pois as distribuidoras irão adquirir uma série de postos (especialmente os maiores e mais lucrativos), replicando a estrutura de mercado concentrado da distribuição para a revenda.</p> <p>O próprio Cade, no recente julgamento do AC nº 08700.006444/2016 (Alesat/Ipiranga), definiu o mercado de distribuição como um oligopólio com franja, cuja estrutura e peculiaridades facilitam a interação estratégica entre as grandes distribuidoras, de modo a favorecer a ocorrência de conluio entre elas, conforme se tem notícia pela mídia de diversas operações policiais e investigações em curso, inclusive perante o Cade.</p>

		<p>Por esses motivos é que há muitos anos a vedação à verticalização é a regra vigente no Brasil, configurando intervenção necessária do Estado na economia de forma a promover a livre concorrência prevista no art. 170 da Constituição Federal. Eventual mudança na regra para permitir a verticalização somente se justificaria em caso de alteração do cenário acima exposto, principalmente com relação à existência de oligopólio na etapa de distribuição. Como é cediço, a teoria da regulação de mercado justifica a criação ou a revogação de regra regulatória quando se constata falhas de racionalidade no mercado, falhas estas que não são capazes de serem corrigidas pelo próprio funcionamento do mercado. No caso da vedação à verticalização a falha de mercado que justifica a regulação decorre justamente do elevado nível de concentração empresarial nos segmentos de refino e distribuição. Logo, a fim de se afastar a norma regulatória seria necessário comprovar que a falha de mercado deixou de existir, isto é, que já não haveria mais elevado nível de concentração nos mercados de refino e distribuição. Ocorre que, nos últimos anos, a concentração de distribuidores se intensificou, pois atualmente apenas 3 grandes distribuidoras controlam cerca de 70% das vendas no país. Desse modo, do ponto de vista do Direito Regulatório, a proibição de verticalização continua sendo a medida que melhor resguarda o regular funcionamento do mercado e o bem-estar do consumidor.</p> <p><b><u>2) Prováveis impactos da verticalização nos preços ao consumidor:</u></b></p> <p>No que tange aos impactos da verticalização no preço dos combustíveis, como já visto o controle será essencialmente das grandes distribuidoras.</p> <p>Essa é a tendência de mercado: quanto menos agentes atuando na revenda, maiores os preços. Principalmente com a provável e significativa redução dos postos de bandeira branca. Eles são importantes para preservar a competição, e existem estudos que apontam preços menores nas bases territoriais onde há mais postos bandeira branca. Por outro lado, verificam-se preços mais elevados nas localidades onde há maior concentração de postos vinculados a grandes distribuidoras.</p> <p>Além disso, deve-se levar em consideração que, no mercado de combustíveis no Brasil, a grande maior parte da margem de contribuição para a formação de preços ocorre nas primeiras etapas da cadeia, de modo que a margem de lucro média do revendedor varejista é muito baixa e, por isso, possui pouca relevância na formação do preço ao consumidor. Ao se analisar a composição do preço da gasolina, por exemplo, verifica-se que aproximadamente 44% correspondem a tributos; 30% se referem à margem de realização da Petrobrás; e 12% são relativos ao custo do etanol anidro (dados extraídos do site da Petrobrás, em novembro de 2018). Ou seja, quase metade do preço se refere aos altos tributos; e 86% do valor total do combustível está dissociado das margens do elo final da cadeia de consumo.</p> <p>Assim, não é possível imputar ao revendedor a responsabilidade pelos altos preços dos combustíveis, de modo que sua eliminação do mercado por conta da verticalização não provocará redução de preços ao consumidor final. Ao contrário; é justamente a alta concorrência verificada na revenda que permite a redução de preços, mediante redução da margem de lucro do posto para que ele possa competir no mercado. A título</p>
--	--	--

		<p>de exemplo, imagine-se que uma determinada distribuidora reduz o preço de venda para os revendedores que exibam sua bandeira. Caso um desses revendedores mantenha o preço e aumente sua margem de lucro, ao invés de repassar o desconto ao consumidor, ele vai perder clientela para o posto vizinho que repassou a redução do preço na bomba.</p> <p>Nesse sentido, não há indícios que a verticalização provocará redução do preço dos combustíveis. Ao contrário, pelos motivos expostos a expectativa é que se verifique aumento de preços ao consumidor final.</p> <p><b><u>3) Considerações de ordem jurídica estrito senso:</u></b></p> <p>A proibição de verticalização existente no Brasil é norma que representa intervenção necessária do Estado na economia para fins de promover a livre concorrência. Nesse contexto é que foi editada a Lei 9.478/97, que expressamente define as figuras do distribuidor e do revendedor: Art. 6º, XX e XXI: Distribuição: atividade de comercialização por atacado com a rede varejista; Revenda: atividade de venda a varejo exercida por postos de serviços ou revendedores.</p> <p>Da simples leitura é possível concluir que somente o revendedor pode atuar no comércio varejista de combustíveis. Tal interpretação foi ratificada pela ANP quando da edição das resoluções 41/2013 e 58/2014, que impõem ao distribuidor a vedação ao exercício da atividade de revenda varejista. Aliás, essas resoluções refletem o cuidado da ANP em preservar a cadeia de consumo como atualmente existente, mediante a clara distinção entre as atividades de distribuição e revenda, e a proibição da verticalização. Com isso, o objetivo da ANP é o de promover a flexibilização da regulamentação do setor, o que teve início na década de 90. A ideia é proporcionar a competitividade do setor em contraposição a uma regulamentação exacerbada anteriormente vigente.</p> <p>Assim sendo, para se alterar as normas atualmente vigentes, não basta a edição de nova resolução por parte da ANP. É necessária mudança legislativa que altere os dispositivos da citada Lei 9478/97.</p>
--	--	---

Este formulário deverá ser encaminhado à ANP para o endereço eletrônico: [tpc\\_verticalizacao@anp.gov.br](mailto:tpc_verticalizacao@anp.gov.br).