FORMULÁRIO DE COMENTÁRIOS E SUGESTÕES

TOMADA PÚBLICA DE CONTRIBUIÇÕES N° 4/2018\_\_\_\_ - DE 21/09/2018 a 20/10/2018

NOME: **Sindicato da Indústria do Açúcar e do Álcool do Estado de Pernambuco – SINDAÇÚCAR/PE**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ( ) agente econômico  ( ) consumidor ou usuário | | (X) representante órgão de classe ou associação  ( ) representante de instituição governamental  ( ) representante de órgãos de defesa do consumidor | |
| Tomada Pública de Contribuições sobre a tutela regulatória da fidelidade à bandeira. | | | |
| ASSUNTO | PROPOSTA | | JUSTIFICATIVA |
| **TPC nº 4/2018** | Apresentamos anexo documento em Word em que consta, de forma detalhada e completa, a opinião, comentários e fundamentações, legais e econômicas, para as questões apontadas nesta TPC 4/18. | | Elaboramos referido documento anexo com o objetivo de melhor sistematizar as preocupações e sugestões apresentadas pelo Sindaçúcar/PE sobre os diferentes temas tratados nesta TPC 4/18 e, em especial, os fundamentos ali trazidos para cada uma das propostas e preocupações apresentadas. Neste formulário, apenas resumiremos os principais tópicos desenvolvidos no documento anexo, adotando os assuntos e objetivos trazidos nesta Consulta. |
| **Defesa do Consumidor** | Entendemos que a regra do embandeiramento e, especialmente, os contratos de exclusividade celebrados entre as principais distribuidoras bandeiradas e seus revendedores, decorrentes desta regra, não têm atendido, de forma satisfatória, os interesses dos consumidores associados a menores preços e melhor qualidade dos combustíveis e serviços ofertados pelos revendedores bandeirados. Desta forma, a proposta apresentada é pela revogação do modelo de embandeiramento ou, pelo menos, por uma regulação mais rígida de forma a proibir os contratos de exclusividade ou, no mínimo, limitar seus prazos de duração, assim como o número de postos sujeitos a eles. O modelo de embandeiramento e os contratos de exclusividade não trazem preços menores e, tampouco, são sinônimos de qualidade no combustível, segundo dados públicos divulgados pela ANP. Além disso, esta regra e contratos eleva **as barreiras à entrada** de novos ofertantes (produtores ou distribuidoras) de combustíveis no mercado brasileiro, além de **facilitar práticas anticompetitivas** associadas a: (a) **discriminação de preços**, (b) **subsídios cruzados / *price* squeeze** e (c) cartelização. | | Conforme destacado em detalhes no documento anexo. Os problemas competitivos associados ao embandeiramento e, especialmente, aos contratos de exclusividade são destacados e expressa e explicitamente em diversos julgados pelo CADE, destacados no item III.1. O item IV apresenta dados empíricos que justificam, por exemplo, que os postos embandeirados também adulteram combustíveis e, ainda, trazem preços mais elevados. Neste item IV, ainda são apresentados dados que demonstram discriminação de preços e a total falta de preocupação das distribuidoras bandeiradas em garantir a seus revendedores condições plenas de competição e competitividade no mercado. Por fim, no item III.2 foram apresentados exemplos de medidas adotadas em outros países para mitigar os problemas concorrenciais gerados pelo embandeiramento e contratos de exclusividade celebrados entre distribuidoras e revendedores. |
| **Fiscalização do Setor Público sobre o contrato privado entre distribuidores e revendedores** | Entendemos que tanto o CADE como a ANP devem estar atentos aos efeitos anticompetitivos dos contratos de exclusividade celebrados entre distribuidores e revendedores; e anulá-los – ou pelo menos regulá-los ao restringir suas cláusulas que geram efeitos anticompetitivos -, assim como ocorre em outras jurisdições. | | Nossa proposta é pela anulação dos contratos de exclusividade existentes ou, pelo menos, para tornar seus prazos por tempo indeterminado (ou limitá-los a no máximo 1 ano) e retirar as multas proibitivas ali existentes e que impedem a migração de um posto para outra bandeira ou para se tornar bandeira branca e limitar o número de postos sujeitos a esses contratos. |
| **Fiscalização pela ANP da utilização da marca.** | Entendemos que esta responsabilidade não deveria recair à ANP, mas apenas aquela de garantir a comercialização de combustíveis nas qualidades estabelecidas pela Agência. Além disso, entendemos que a atual regra estabelecida pela ANP, na qual o revendedor deve deixar visível aos consumidores a origem do fornecedor dos combustíveis ofertados pelo posto já é suficiente para garantir-lhes as informações necessários para a sua decisão sobre em qual posto adquirir o combustível, assim como para obter ressarcimento por danos causados por combustíveis adulterados adquiridos junto aos postos. | | Fim da regra do embandeiramento e maior rigidez na fiscalização e combate a combustíveis adulterados, punindo, não somente o revendedor, como também o distribuidor titular da bandeira. Além disso, sugerimos que a informação sobre a visibilidade do fornecedor do combustível receba maior visibilidade, como, por exemplo, com a sua fixação no letreiro em que consta os preços dos combustíveis ofertados pelos postos. |
| **Responsabilidade Solidária dos Distribuidores sobre os Postos Bandeirados, independente da existência de culpa.** | Somos absolutamente favoráveis a esta medida, pois entendemos que ela trará aos distribuidores um maior controle sobre a qualidade dos combustíveis ofertados pelos postos que estão sob sua bandeira. Entendemos ainda que esta responsabilidade deveria também se estender aos problemas de sonegação fiscal existentes nesse setor. | | Definir melhor esta responsabilidade solidária entre distribuidora e revendedor e aplicação de forma mais severa da penalidade de cassação da autorização de funcionamento para revendedores e distribuidoras autuados por adulteração de combustíveis e/ou sonegação fiscal. Sob este último ponto, embora saibamos que seria de competência das Secretarias Estaduais de Finanças, assim como da SRF, entendemos que o problema da sonegação fiscal acarreta graves e séries distorções na concorrência e competitividade do setor. Por esta razão, propomos que este tema também seja levado em consideração na fiscalização e punições adotadas pela ANP contra revendedores e distribuidoras. |
| **Experiência Internacional** | Relatamos no item III.2 do documento anexo algumas medidas adotadas por outros países para tentar mitigar os efeitos anticompetitivos decorrentes do embandeiramento e dos contratos de exclusividade. | | Vide item documento anexo. |
| **Possibilidade de introdução de maior competição entre os distribuidores pelo fim da tutela regulatória da fidelidade à bandeira** | Somos favoráveis ao fim da regra do embandeiramento, assim como dos contratos de exclusividade atualmente celebrados entre distribuidoras e revendedores. | | As justificativas para este posicionamento, encontram-se melhor embasadas e apresentadas no documento anexo. Resumidamente, os argumentos que embasam este posicionamento são: (a) os postos bandeirados trazem preços mais elevados do que aqueles de bandeira branca; (b) os postos bandeirados também adulteram combustíveis em níveis próximos àqueles dos postos bandeira branca; (c) as distribuidoras bandeiradas não estão preocupadas com a qualidade do combustível e serviços ofertados pelos seus postos bandeirados, mas apenas, pelo volume e lucros registrados com as vendas realizadas a esses pontos; (d) o atual modelo de embandeiramento e contratos de exclusividade não são benéficos aos revendedores e, ainda, acarretam em condutas anticompetitivas associadas a discriminação de preços, subsídios cruzados/*price squeeze* e cartel. |

Este formulário deverá ser encaminhado à ANP para o endereço eletrônico: *tpc\_fidelidade\_bandeira@anp.gov.br*.