



**MINISTÉRIO DA FAZENDA**  
**Secretaria de Acompanhamento Econômico**

Parecer n.º **147** /COGSI/SEAE/MF

Brasília, 12 de abril de 2001.

**Ref.:** Ofício n.º 1339/00 SDE/GAB, de 27 de março de 2000.

**Assunto:** *Ato de Concentração n.º 08012.002810/00-74.*

**Requerentes:** *SHELL BRASIL S.A. e AGIP DO BRASIL S.A.*

**Operação:** *Aquisição, pela Agip do Brasil S.A., dos direitos de distribuição de combustíveis e de óleos lubrificantes que a Shell Brasil S.A. possuía nos Estados de MT, MS, GO e TO, bem como de contratos de exclusividade com revendedores de combustíveis da mesma região.*

**Resumo:** *A operação causou concentração horizontal em vários mercados relevantes. As maiores concentrações ocorreram em mercados referentes à revenda de combustíveis automotivos. Porém, dada a não constatação de significativas barreiras à entrada nos mercados de revenda analisados, conclui-se que a operação é passível de aprovação sem restrições.*

**Versão:** *Pública.*

---

A Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça solicita, a esta SEAE/MF, parecer referente ao Ato de Concentração acima referido, de interesse das empresas SHELL BRASIL S.A. (doravante denominada "Shell Brasil") e AGIP DO BRASIL S.A. ("Agip Brasil"), conforme estabelecido no Art. 54 da Lei n° 8.884/94.

## **1. DAS REQUERENTES**

### **1.1. Shell Brasil**

A Shell Brasil, empresa comercial com sede na cidade do Rio de Janeiro (RJ), atua no Brasil em atividades ligadas a óleos, químicos e gás natural, constituindo a terceira maior empresa privada do país, com faturamento de cerca de R\$ 4 bilhões em 1998.

Operante nas Divisões de Petróleo, Química e Gás Natural, a Shell Brasil possui participação acionária nas empresas que se encontram na Tabela 1, que se segue. No Mercosul, o Grupo Shell participa das empresas descritas na Tabela 2.

**Tabela 1. Empresas do Grupo Shell no Brasil**

<b>Empresas</b>	<b>Atividades</b>
Comgás (Companhia de Gás de São Paulo)	Distribuição e comercialização de gás combustível (ou de subprodutos e derivados) em 177 municípios da Região Metropolitana da cidade de São Paulo (SP)
Comshell – Sociedade de Previdência Privada	Sociedade que tem, como objeto social, o propósito de complementar (total ou parcialmente), aos seus assegurados ou beneficiários, as prestações asseguradas pela Previdência Social, conforme definido no “Regulamento do Plano de Benefícios”
Consórcio SER - Sistema de Energia Renovável	Desenvolvimento tecnológico, aplicado na construção e operação comercial de uma usina de demonstração, para produção de energia elétrica a partir do aproveitamento de combustível derivado da gaseificação da madeira
Epe - Empresa Produtora de Energia Ltda.	Geração, transmissão e comercialização de energia
Express Lojas de Conveniência e Serviços Ltda.	Exploração de restaurantes, lanchonetes, bares, lojas de conveniência e similares
Fusus Comércio e Participações Ltda.	Comércio e distribuição de diversos produtos da linha automotiva e industrial, tais como óleos lubrificantes, graxas e aditivos, ceras, detergentes, solventes e outros materiais de limpeza ou polimento
Icolub – Indústria de Lubrificantes S.A.	Industrialização e comercialização de lubrificantes graxas, óleos brancos e embalagens
Kraton Polymers do Brasil S.A.	Fabricação, manipulação, estoque, comércio, exportação e importação de produtos químicos; prestação de serviços de assistência técnica dentro do escopo de suas atividades; participação societária em outra companhias, seja como quotista ou acionista
Mapec do Brasil Participações Ltda.	Comércio de combustíveis, lubrificantes, GLP, peças, acessórios e utilidades para veículos, bem como a exploração de lojas de conveniência, mini-mercados, artigos para presentes, prestação de serviços de abastecimento, lavagem, lubrificação, oficina mecânica e elétrica, diagnose e avaliação técnica de veículo e borracharia
Petrogaz Distribuidora S.A.	Compra, engarrafamento, envasilhamento a granel, distribuição, importação, exportação, transporte, armazenagem, mistura e venda de gases liquefeitos e outros hidrocarbonatos de petróleo
Petróleo Sabba S.A.	Importação, exportação, distribuição e comércio de produtos de petróleo e seus derivados, bem como o agenciamento de navios de carga e transporte nos estados do Amazonas, Maranhão, Piauí, Acre e em territórios federais
Postos late Comércio e Serviços S.A.	Comércio de combustíveis, lubrificantes, GLP, peças, acessórios e utilidades para veículos terrestres e náuticos, bem como a exploração de lojas de conveniência, mini-mercados e artigos para presentes, prestação de serviços de abastecimento, lavagem, lubrificação, oficina mecânica e elétrica, diagnose e avaliação técnica de veículos terrestres e náuticos e borracharia
Setp – Sistema Especializado de Transportes S.A.	Prestação de serviços de transporte de produtos líquidos, sólidos a granel e embalados
Shell Gás Transportadora do Brasil Ltda.	Participação no capital da TBG (Transportadora Brasileira Gasoduto Bolívia-Brasil)
Smart Club do Brasil Ltda.	Obtenção de informações transacionais referentes aos hábitos de consumo de clientes, criando e mantendo inteligência de gestão de banco de dados, bem como a prestação de serviços de comunicação, publicidade e propaganda
Transgama Transportes S.A.	Prestação de serviços de transporte rodoviário de carga em geral, com veículos próprios ou de terceiros

Gasocidente do Mato Grosso Ltda.	Construção e operação de instalações de transporte de gás natural
Copart Empreendimentos e Participações S/A	Tem por objeto a participação em outras sociedades
Integral Holdings S/A	Tem por finalidade a participação em outras sociedades

Fonte: Requerentes.

**Tabela 2. Empresas do Grupo Shell no Mercosul**

<b>Empresas</b>	<b>Atividades</b>	<b>País</b>
Companhia Florestal Oriental S/A	Silvicultura	Uruguai
Misuroi S/A	Comércio de produtos petrolíferos e lojas "Select"	Uruguai
Shell Uruguay S/A	Comércio de produtos petrolíferos e petroquímicos	Uruguai
Tramarco S/A	"Shipping"	Uruguai
Shell Uruguay Renewable Energy S/A	Projetos de Biomassa	Uruguai
Shell Paraguay Ltd	Comércio de óleos	Paraguai
Select Sri	Atacadista	Paraguai
Florestal Iguazu Sri	Silvicultura	Paraguai
Shell Gas Sri	Comércio de GLP	Paraguai
Terminales Paraguayas Sri	Armazenamento e manipulação de produtos petrolíferos	Paraguai
Cia. Inmobiliaria Dominium S/A	Administração de imóveis	Argentina
Companhia Lureza S/A	Distribuição e vendas por atacado	Argentina
Companhia Rimidan S/A	Distribuição e vendas por atacado	Argentina
Debeza S.A.IC.F.I.	Distribuição e vendas por atacado	Argentina
Diadema Gas S/A (atual Shell Gas S/A)	Comércio de GLP	Argentina
Energina Compania Argentina de Petroleo S/A	Inativa	Argentina
Estrelia del Bosque S/A	Silvicultura	Argentina
Petrolera India S/A	Inativa	Argentina
Garruchos S/A	Silvicultura	Argentina
Shell Compania Argentina de Petroleo S/A	Comércio de produtos petrolíferos, extração mineral e gás natural	Argentina
Petroken Petroquímica Ensenada S/A	Comércio de produtos químicos	Argentina

Fonte: Requerentes.

## 1.2. Agip Brasil

A Agip Brasil constitui-se em empresa do Grupo ENI (de origem italiana), o qual atua nas áreas de exploração e produção de petróleo e gás natural, fornecimento e distribuição de gás, refino e comercialização de derivados de petróleo, produtos petroquímicos e serviços de engenharia. Estando presente em mais de 75 países, o Grupo ENI integra o *ranking* das principais companhias do setor energético internacional.

No Brasil, o Grupo Agip está presente por meio das empresas AgipLiquigás (que engarrafa e distribui GLP - gás liquefeito de petróleo); Agip Distribuidora (que distribui combustíveis) e Agip Lubrificantes (cuja atuação relaciona-se a óleos lubrificantes).

O faturamento do Grupo Agip no Brasil no ano de 1999 foi de R\$ 1,9 bilhão e, em nível mundial, foi de US\$ 28,5 bilhões. A Tabela 3, abaixo, relaciona empresas do Grupo ENI no Brasil, com suas respectivas atividades.

**Tabela 3. Empresas do Grupo ENI no Brasil**

<b>Empresas</b>	<b>Áreas de Atuação</b>
Agip Distribuidora S/A	a) Comércio atacadista de lubrificantes, álcool hidratado, gasolina comum, gasolina aditivada, gasolina premium, óleo diesel, óleo diesel aditivado, óleo combustível 1A, óleo combustível 2A e gás natural veicular; b) locação, manutenção e o suprimento de postos de abastecimento e serviços de veículos; c) prestação de serviços de armazenagem e manipulação de derivados de petróleo e álcool, bem como de “quaisquer outros serviços ligados a sua atividade ou especialidade”.
AgipLiquigás S.A.	Segundo as Requerentes, as atividades da AgipLiquigás S.A. estão relacionadas à “manipulação, estocagem, engarrafamento, transporte, distribuição e comércio de sub-produtos da refinação de petróleo, especialmente gás liqüefeito.”
Agip Lubrificantes Ltda.	a) Indústria e comércio, exportação e importação de produtos químicos derivados de petróleo, lubrificantes, aditivos e graxas lubrificantes; b) comércio de artigos e equipamentos para oficinas mecânicas.
Oficina Mecânica Carlos Weber S.A.	a) Produção e comercialização de válvulas para botijões P13; b) recuperação de válvulas P13 e fabricação do regulador do gás doméstico; c) elaboração e homologação de projetos de equipamentos e peças para a segurança e o controle no tratamento e utilização de GLP e gás natural; d) prestação de serviços de consultoria e assistência técnica.

Fonte: Requerentes, em resposta ao Ofício n.º 1179/00 COGSI/SEAE-MF, de 11 de abril de 2000.

## 2. DA OPERAÇÃO

Trata-se da cisão de parte dos negócios detidos pela Shell Brasil e sua transferência para o Grupo Agip. Para isso, o Grupo Shell criou a empresa Lesh S.A. (“Lesh”), que incorporou a parcela da Shell Brasil a ser cindida. A partir de então, a Agip Brasil adquiriu a totalidade das ações da Lesh, bem como seus ativos e acervo patrimonial.

A Agip Brasil adquiriu, da Shell Brasil, os direitos de distribuição de combustíveis e lubrificantes e os contratos de exclusividade com os postos de revenda, referentes a localidades dos Estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins e parte de Goiás, como também seis bases de distribuição localizadas em Cuiabá, Campo Grande, Alta Floresta, Gurupi, Sinop e Dourados.

As Requerentes informaram que a operação ocorreu em 29 de fevereiro de 2000, tendo um valor de R\$146 milhões.

## 3. DOS MERCADOS RELEVANTES

### 3.1. Do produto/serviço

Como afirmado, por meio da operação a Shell Brasil transferiu, para o Grupo Agip, direitos de distribuição de combustíveis e lubrificantes, bem como contratos de exclusividade com postos de revenda Shell, referentes a localidades dos Estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Tocantins e parte de Goiás. Além disso, foram transferidas seis bases de

distribuição localizadas em Cuiabá, Campo Grande, Alta Floresta, Gurupi, Sinop e Dourados. Dito isso, segue a caracterização dos produtos/serviços envolvidos na operação.

Uma dos serviços transferidos pela Shell Brasil foi a distribuição de gasolina, de álcool hidratado e de óleo diesel a postos de revenda. Muito embora essas três mercadorias tenham características físico-químicas distintas, a distribuição das mesmas consiste em uma mesma atividade, dado que: (a) o destino dos produtos é o mesmo; (b) as relações contratuais entre os clientes e as distribuidoras contemplam conjuntos dos mesmos produtos; e (c) as empresas atuam, em geral, simultaneamente na distribuição conjunta desses três produtos.

Uma segunda atividade que o Grupo Agip assumiu da Shell Brasil foi a distribuição de óleo diesel e óleos combustíveis a grandes consumidores. Esse tipo de cliente utiliza esses dois combustíveis para abastecer suas frotas de veículos (nos casos das empresas de transporte de cargas e de passageiros) ou para a queima em caldeiras nos setores agrícola e de serviços (seja para a produção de calor, seja de pequena quantidade termelétrica). Além disso, incluem-se dentre esses clientes os TRRs (Transportadores Revendedores Retalistas), que são, ao mesmo tempo, clientes e concorrentes das distribuidoras de óleo diesel. No que tange à distribuição de combustíveis a grandes consumidores (diesel e óleos combustíveis), neste Parecer será considerado que se trata de atividade em que atuam empresas aptas a ofertar ambos os produtos.

Em função da operação, o Grupo Agip também adquiriu negócios de distribuição de lubrificantes que a Shell Brasil desenvolvia. A distribuição de lubrificantes pode ser diferenciada dos demais produtos elencados acima, pois exige uma logística de transporte que difere da que se aplica aos combustíveis líquidos.

Um outro aspecto da operação que não pode ser deixado de lado são os seus impactos sobre a atividade de revenda de combustíveis automotivos. No Brasil, a dinâmica do segmento de combustíveis levou a que, a exemplo de outros países, a atividade de revenda esteja intimamente ligada à de distribuição, de modo que a questão da “bandeira” possui considerável importância na forma em que se dá a concorrência entre postos revendedores (inclusive no que tange às barreiras à entrada nos mercados de revenda).

De acordo com as normas legais, as distribuidoras não estão autorizadas a possuírem postos. No entanto, é prática comum a assinatura de contratos entre distribuidoras e proprietários de postos, por meio dos quais as distribuidoras “emprestam” suas marcas (ou seja, as bandeiras) para os revendedores. Embora haja casos de postos que não se vinculam a quaisquer bandeiras (os quais são chamados de “postos bandeira branca”), na imensa maioria dos casos ocorre esse tipo de vinculação.

No Brasil (e possivelmente em grande parte do mundo), um fato bastante tradicional é que essa vinculação a uma distribuidora tornou-se uma condição quase que *sine qua non* para um empresário estar apto a abrir um posto de combustíveis. Essa “exigência” está baseada em fatores tais como os seguintes.

i) As distribuidoras possuem condições econômicas e financeiras para financiar a instalação de um novo posto por parte de um empresário que não possua a capacidade necessária. Além disso, não se deve desprezar a importância da assessoria técnica das distribuidoras, o que envolve até mesmo sua enorme experiência em aspectos mercadológicos da concorrência nos vários mercados relacionados a combustíveis.

ii) Na concorrência entre as distribuidoras, a questão da “marca” possui papel fundamental e crescente. Na busca de ampliar (ou manter) seu faturamento, as

distribuidoras investem enormes volumes de recursos em diferenciação (via tecnologia e via gastos em propaganda). Assim, embora seja um aspecto da concorrência entre as distribuidoras, a questão da “marca” acaba tendo grande impacto nos gostos dos demandantes finais dos combustíveis (os clientes dos postos). Ou seja, dado que a maioria dos postos está ligada a alguma “bandeira”, a concorrência entre os postos acaba sendo influenciada pela concorrência entre as distribuidoras, principalmente no que tange à questão da “marca”.

Em correspondência enviada a esta Secretaria em resposta ao Ofício n.º 3719/COGSI/SEAE/MF, de 13 de outubro de 2000, a Shell Brasil informou que a sua política de preços leva em consideração o grau de concorrência a que estão sujeitos cada um dos postos que ostentam sua bandeira (de modo que essa distribuidora interfere diretamente nas condições de concorrência entre os postos revendedores), como segue *in verbis*:

“Deve-se citar ainda, os critérios utilizados na política de preços, para a definição do preço praticado a cada Posto Revendedor, a fim de demonstrar que os mesmos são imparciais e compõem uma política de preços única e aplicada a todos os postos da rede. Assim, destacamos os critérios utilizados:

- Definição do principal competidor;
- Fluxo de tráfego, visibilidade e acessibilidade do posto;
- Produtos e Serviços oferecidos (lavagens, lojas de conveniência, ...)
- Utilização de frentista ou “self service” (auto-atendimento)

Assim, a política de preços praticada pela Shell, identifica qual o principal competidor do posto da rede Shell, e a partir desta definição, procede a um levantamento de preços praticado pelo mesmo, bem como dos serviços e produtos disponibilizados pelo mesmo. Com isso, procede-se a uma comparação com o posto pertencente a rede Shell, levantando diferenças e semelhanças entre este o seu principal competidor, que integram os critérios para definição do preço final.

É certo, que um posto que possui loja de conveniência, lavagem e oferece outros produtos e serviços, tem capacidade maior de atrair clientes, mesmo com preço mais elevado. Por outro lado, deve-se registrar que mesmo um posto Shell que ofereça todos os serviços, pode estar inserido em uma localização geográfica com competição extremamente acirrada.

(...)

**Portanto, as diferenças encontradas nos preços praticados aos postos da rede Shell podem se dar por diversos motivos (preços praticados pelo principal competidor, serviços e produtos oferecidos pelo principal competidor, etc.), porém, todos estes critérios acima explanados, compõem uma política única, rígida, aplicada de forma integral a todos os postos da rede Shell, sem que haja qualquer espécie de prática discriminatória”** (negritos no original).

Do exposto, fica claro que a Shell Brasil interfere na concorrência entre os postos, na medida em que os seus preços não são os mesmos para todos os postos de sua bandeira. Como se viu, a Shell Brasil observa as condições de concorrência a que estão sujeitos os postos de sua bandeira, a partir do que fixa os diferentes preços que deverão ser pagos pelos mesmos.

Portanto, além do fato de as distribuidoras terem poder de cercear a entrada de novos agentes no segmento de revenda, notou-se que a sua política comercial tem extrema

influência na concorrência entre postos, motivo pelo qual conclui-se que, indubitavelmente, a operação em tela possui claros impactos sobre a atividade de revenda de combustíveis, a qual não pode ser aqui desprezada.

Ademais, cabe aqui ressaltar novamente a importância da “marca” (bandeira). Essa variável também é fundamental para se chegar à conclusão de que a operação interfere nas possibilidades de escolha dos clientes dos postos Shell cujos contratos foram transferidos para a Agip. Isso devido ao fato de a operação restringir as opções de marca (de bandeira) que os clientes possuem no momento de abastecer seus veículos. Assim, nas regiões em que os clientes podiam optar entre postos Shell e postos Agip, a operação levou a que o número de opções tenha sido reduzido, passando-se a ter apenas a opção da bandeira Agip. Em suma, a despeito dos elementos apresentados acima (referentes à questão da enorme influência que as distribuidoras possuem no padrão de concorrência entre postos de revenda, inclusive interferindo em suas políticas comerciais), conclui-se que a operação possui a capacidade de causar concentração horizontal em determinados mercados de revenda (cuja dimensão geográfica da concorrência é local), na medida em que restringiu as opções de marca de que os clientes dispunham anteriormente à sua realização. Assim, a revenda de combustíveis automotivos será considerada um dos mercados relevantes do produto/serviço afetados pela operação em tela.

Dessa forma, o presente Parecer considera quatro mercados relevantes do produto/serviço.

- 1) Distribuição de combustíveis automotivos a postos revendedores
- 2) Distribuição de óleo diesel e óleos combustíveis a grandes consumidores
- 3) Distribuição de lubrificantes
- 4) Revenda de combustíveis automotivos

## **3.2. Dos Mercados Geográficos**

### **3.2.1. Quanto à Distribuição**

Como afirmado acima, a operação em tela envolve a transferência, para o Grupo Agip, de negócios antes desenvolvidos pela Shell Brasil nos Estados de MT, MS, GO e TO. Como parte do negócio, foram negociadas 6 bases de distribuição, as quais se localizam em seis municípios diferentes: Cuiabá (MT), Alta Floresta (MT), Sinop (MT), Gurupi (TO), Dourados (MS) e Campo Grande (MS).

Devido a suas características, a atividade de distribuição de combustíveis (seja a postos revendedores, seja a grandes consumidores) e a de distribuição de lubrificantes possuem caráter regional. Ao retirar esses produtos de uma unidade produtora (como as refinarias e as destilarias), a distribuidora fornece o serviço de levar o produto até uma região relativamente distante, o que somente pode fazer porque conta com uma gama de contatos comerciais, que formam a rede de distribuição (que deve ser razoavelmente capilarizada).

Os clientes afetados pela operação podem escolher seus fornecedores dentre as empresas que estejam instaladas em um local não muito distante. Segundo as Requerentes, as distribuidoras atendem clientes a até 1700 km.<sup>1</sup> Dessa forma, observada a dimensão geográfica, tem-se os seguintes mercados relevantes relacionados à distribuição:

---

<sup>1</sup> Petição Inicial encaminhada à SEAE, página 5.

<b>1</b>	Distribuição de combustíveis automotivos a postos revendedores localizados na região compreendida pelos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Tocantins
<b>2</b>	Distribuição de óleo diesel e óleos combustíveis a grandes consumidores localizados na região compreendida pelos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Tocantins
<b>3</b>	Distribuição de lubrificantes na região compreendida pelos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás e Tocantins

### 3.2.1. Quanto à Revenda de Combustíveis Automotivos

No que tange à revenda, os aspectos geográficos das escolhas dos clientes são diferentes dos que interferem na concorrência entre distribuidoras. No momento de optar por um posto de revenda (e, também, por uma marca/bandeira), os demandantes não possuem a possibilidade de adquirir combustíveis de postos que estejam localizados a grandes distâncias, dados os custos de deslocamento.

Em resposta ao Ofício n.º 2614 COGSI/SEAE/MF, de 2 de agosto de 2000, as Requentes informaram que, à época da operação, eram os seguintes os municípios em que havia postos revendedores de bandeira Agip (ou de bandeira São Paulo) e, simultaneamente, postos de bandeira Shell:

Estado de Goiás → Bom Jesus de Goiás, Buriti Alegre, Caldas Novas, Itapuranga, Jataí, Mineiros, Morrinhos, Nova Crixas, Rio Verde, Sancrelândia e Santa Helena de Goiás;

Estado de Mato Grosso do Sul → Aparecida do Taboado, Bataguassu, Campo Grande, Cassilândia, Eldorado, Ivinhema e Três Lagoas;

Estado do Mato Grosso → Cáceres, Campo Novo do Parecis, Colider, Cuiabá, Guaranta do Norte, Itiquira, Jangada, Matupa, Peixoto de Azevedo, Primavera do Leste, Rondonópolis, Santo Antônio do Leverger, Sinop, Tangara da Serra, Tapura, Terra Nova do Norte, Várzea Grande e Vera.

À exceção de Campo Grande e Cuiabá, todos os demais municípios são relativamente pequenos do ponto de vista populacional, possuindo regiões urbanas cujas dimensões não são representativas (não se podendo considerar que o território do município engloba mais de um mercado relevante geográfico). Por simplificação, foi considerado que, para os municípios cuja população não ultrapassa 200 mil habitantes, a delimitação do mercado relevante geográfico segue a mesma delimitação do território dos respectivos municípios. Essa delimitação considerou que municípios pouco populosos possuem limitado número de postos de revenda de combustíveis, não havendo condições econômicas (viabilidade econômica) para que os postos desses municípios pouco populosos estejam presentes em mercados relevantes geográficos distintos. Ou seja, considera-se que, dado que a demanda é relativamente limitada nos municípios com pequena população, não é viável que os postos estejam demasiadamente espalhados no território do município, sob pena de não possuírem demanda suficiente.

Portanto, observada a questão da dimensão geográfica dos mercados relevantes (e descartando-se neste momento os municípios de Campo Grande e Cuiabá), tem-se os seguintes mercados relevantes relacionados à atividade de revenda de combustíveis automotivos que serão considerados neste Parecer:



4	Revenda de combustíveis automotivos no município de Bom Jesus de Goiás
5	Revenda de combustíveis automotivos no município de Buriti Alegre
6	Revenda de combustíveis automotivos no município de Caldas Novas
7	Revenda de combustíveis automotivos no município de Itapuranga
8	Revenda de combustíveis automotivos no município de Jataí
9	Revenda de combustíveis automotivos no município de Mineiros
10	Revenda de combustíveis automotivos no município de Morrinhos
11	Revenda de combustíveis automotivos no município de Nova Crixas
12	Revenda de combustíveis automotivos no município de Rio Verde
13	Revenda de combustíveis automotivos no município de Sanclrelândia
14	Revenda de combustíveis automotivos no município de Santa Helena de Goiás
15	Revenda de combustíveis automotivos no município de Aparecida do Taboado
16	Revenda de combustíveis automotivos no município de Bataguassu
17	Revenda de combustíveis automotivos no município de Campo Grande
18	Revenda de combustíveis automotivos no município de Cassilândia
19	Revenda de combustíveis automotivos no município de Eldorado
20	Revenda de combustíveis automotivos no município de Ivinhema
21	Revenda de combustíveis automotivos no município de Três Lagoas
22	Revenda de combustíveis automotivos no município de Cáceres
23	Revenda de combustíveis automotivos no município de Campo Novo do Parecis
24	Revenda de combustíveis automotivos no município de Colider
25	Revenda de combustíveis automotivos no município de Cuiabá
26	Revenda de combustíveis automotivos no município de Guaranta do Norte
27	Revenda de combustíveis automotivos no município de Itiquira
28	Revenda de combustíveis automotivos no município de Jangada
29	Revenda de combustíveis automotivos no município de Matupa
30	Revenda de combustíveis automotivos no município de Peixoto de Azevedo
31	Revenda de combustíveis automotivos no município de Primavera do Leste
32	Revenda de combustíveis automotivos no município de Rondonópolis
33	Revenda de combustíveis automotivos no município de Santo Antônio do Leverger
34	Revenda de combustíveis automotivos no município de Sinop
35	Revenda de combustíveis automotivos no município de Tangara da Serra
36	Revenda de combustíveis automotivos no município de Tapura
37	Revenda de combustíveis automotivos no município de Terra Nova do Norte
38	Revenda de combustíveis automotivos no município de Várzea Grande
39	Revenda de combustíveis automotivos no município de Vera

Especificamente em relação aos municípios de Campo Grande e Cuiabá, esta Secretaria solicitou, às Requerentes, mapas que indicassem a localização dos postos de combustíveis existentes, a fim de se poder definir os mercados relevantes geográficos localizados em seus territórios.

Quanto a Campo Grande, as Requerentes enviaram um mapa a esta Secretaria e informaram que, na dada da operação, havia apenas dois postos de bandeira Agip naquele município, contra 31 postos Shell (de um total de 141 postos de revenda de combustíveis em todo o município).<sup>2</sup> Além disso, notou-se que ambos os postos Agip encontram-se localizados em regiões isoladas e sem proximidade com postos Shell (no mapa, esses dois referidos postos aparecem nos quadrantes J7 e D16). Portanto, conclui-se que não há necessidade de se analisar se houve concentração horizontal na atividade de revenda em Campo Grande, dado que:

- a) a operação resultou em um pequeno aumento no número de postos pertencentes a uma bandeira em Campo Grande. Antes da operação havia uma rede com dois postos (a Agip) e outra com 31 postos (a Shell). Como resultado da operação essa situação alterou-se muito pouco, passando-se a ter uma rede que detém 33 postos (a Agip); e
- b) os dois postos que a Agip já possuía em Campo Grande estão localizados em regiões isoladas, distantes de outros postos Shell, o que leva a que não seja necessário analisar-se os efeitos da operação na atividade de revenda nesse município.

Quanto a Cuiabá, o mapa enviado pelas Requerentes apresenta todos os postos de revenda de combustíveis presentes no município.<sup>3</sup> A partir de uma análise da forma como as bandeiras estão distribuídas no território de Cuiabá, esta Secretaria detectou que em apenas uma parte do município havia uma proximidade mais preocupante entre postos Shell e postos Agip: na região noroeste (ver região assinalada no referido mapa, delimitada por um quadrilátero). Para as demais regiões de Cuiabá, a SEAE entendeu que:

- (a) havia satisfatória presença de várias bandeiras, de modo que a operação não limitou seriamente as possibilidades de os demandantes de combustíveis realizarem escolhas entre marcas; e/ou
- (b) não havia proximidade entre postos Shell e postos Agip, de modo que a operação não cerceou significativamente a concorrência intra-marcas (ou seja, nas demais regiões de Cuiabá não é preocupante o fato de a operação ter unido duas redes distribuidoras que interferiam na política comercial dos postos de revenda de combustíveis).

Assim, por meio do Ofício n.º 193/COGSI/SEAE/MF, de 22 de janeiro de 2001 (cujos termos foram reforçados pelo Ofício n.º 481/COGSI/SEAE/MF, de 14 de fevereiro de 2001), solicitou-se às Requerentes que fosse estimada a localização da maior parte dos clientes de 10 postos situados na região noroeste de Cuiabá, a partir do que se poderia delimitar o mercado relevante geográfico referente à atividade de revenda de combustíveis naquele município. Com base nessas informações, esta Secretaria optou por, no que tange a Cuiabá, ater-se apenas à região noroeste do município, a qual será considerada como a dimensão geográfica da atividade de revenda naquele município. Dessa forma, tem-se mais um mercado relevante que será analisado no presente Parecer:

<b>40</b>	Revenda de combustíveis automotivos na região noroeste de Cuiabá
-----------	--

<sup>2</sup> Respostas das Requerentes ao Ofício n.º 3706/COGSI/SEAE/MF, de 10 de outubro de 2000, e ao Ofício n.º 4358/COGSI/SEAE/MF, de 28 de novembro de 2000.

<sup>3</sup> Respostas das Requerentes ao Ofício n.º 3706/COGSI/SEAE/MF, de 10 de outubro de 2000.

#### 4. DAS PARTICIPAÇÕES DE MERCADO

As Tabelas 4 a 9, a seguir, apresentam as participações de mercado dos principais ofertantes que concorrem nos 40 (quarenta) mercados relevantes considerados neste Parecer.<sup>4</sup>

**Tabela 4. Participações no Mercado Relevante n.º 1 (em %)**

<b>Empresa</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
BR	22,2	23,2
Ipiranga	21,5	21,8
<b>Shell</b>	<b>14,1</b>	<b>12,2</b>
<b>Agip</b>	<b>0,0</b>	<b>1,2</b>
Texaco	12,5	12,2
Esso	5,9	6,5
São Paulo	2,7	2,1
Sabba	1,1	0,9
Outras	20,0	20,0
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Requerentes. Elaboração: SEAE.

**Tabela 5. Participações no Mercado Relevante n.º 2 (em %)**

<b>Empresa</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
BR	71,5	72,1
<b>Shell</b>	<b>20,5</b>	<b>18,5</b>
<b>Agip</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Texaco	7,2	9,1
Ipiranga	0,8	0,4
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Requerentes. Elaboração: SEAE.

<sup>4</sup> Cumpre informar que, antes da operação, o Grupo Agip atuava nos estados de MT, MS e GO, não atuando em Tocantins. A resposta das Requerentes ao Ofício n.º 1400/MF/SEAE/COGSI explica por meio de quais empresas o Grupo Agip atuava na Região Centro-Oeste na data da operação.

**Tabela 6. Participações no Mercado Relevante n.º 3 (em %)**

<b>Empresa</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>
Texaco	29,1	26,8
BR	19,4	17,7
Ipiranga	17,1	19,1
<b>Shell</b>	<b>15,9</b>	<b>16,7</b>
<b>Agip</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
Mobil	4,2	4,8
Esso	2,6	2,1
Castrol	2,3	0,0
Sabba	0,5	0,4
Outras	8,9	12,3
<b>TOTAL</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Fonte: Requerentes. Elaboração: SEAE.

**Tabela 7. Participações nos Mercados Relevantes n.º 4 a n.º 14  
(em % – conforme “quantidade de postos por bandeira”)**

<b>Mercado Relevante</b>	<b>Shell</b>		<b>Agip</b>		<b>Texaco</b>		<b>Ipiranga</b>		<b>Esso</b>		<b>BR</b>		<b>ALE</b>		<b>Bandeira Branca</b>		<b>Qtde. Total de Postos (100%)</b>
	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	<b>Qtde</b>	<b>%</b>	
<b>4</b>	1	20%	1	20%	0	0%	1	20%	0	0%	1	20%	0	0%	1	20%	5
<b>5</b>	1	33%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	33%	3
<b>6</b>	1	8%	1	8%	2	17%	0	0%	1	8%	2	17%	0	0%	5	42%	12
<b>7</b>	0	0%	1	17%	2	33%	1	17%	0	0%	1	17%	0	0%	1	17%	6
<b>8</b>	0	0%	3	19%	2	13%	2	13%	2	13%	2	13%	1	6%	4	25%	16
<b>9</b>	1	13%	1	13%	1	13%	2	25%	0	0%	2	25%	0	0%	1	13%	8
<b>10</b>	1	9%	1	9%	4	36%	2	18%	1	9%	0	0%	2	18%	0	0%	11
<b>11</b>	1	25%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	50%	4
<b>12</b>	4	16%	1	4%	4	16%	5	20%	3	12%	1	4%	0	0%	7	28%	25
<b>13</b>	1	33%	1	33%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3
<b>14</b>	3	43%	0	0%	1	14%	2	29%	0	0%	1	14%	0	0%	0	0%	7

**Tabela 8. Participações nos Mercados Relevantes n.º 15 a n.º 21  
(em % – conforme “quantidade de postos por bandeira”)**

Mercado Relevante	Shell		Agip		Texaco		Ipiranga		Esso		BR		Taurus		Simarelli		FIC		Bandeira Branca		Qtde. Total de Postos (100%)
	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	
<b>15</b>	1	20%	1	20%	0	0%	2	40%	1	20%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5
<b>16</b>	1	14%	1	14%	1	14%	1	14%	0	0%	3	43%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	7
<b>17</b>	31	22%	2	1%	14	10%	31	22%	11	8%	37	26%	2	1%	1	1%	4	3%	8	6%	141
<b>18</b>	2	22%	3	33%	1	11%	1	11%	0	0%	1	11%	0	0%	0	0%	0	0%	1	11%	9
<b>19</b>	1	25%	1	25%	0	0%	1	25%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4
<b>20</b>	1	13%	1	13%	2	25%	1	13%	0	0%	1	13%	1	13%	0	0%	0	0%	1	13%	8
<b>21</b>	6	33%	1	6%	1	6%	3	17%	1	6%	4	22%	1	6%	0	0%	0	0%	1	6%	18

Fonte: Requerentes. Elaboração: SEAE.

**Tabela 9. Participações nos Mercados Relevantes n.º 22 a n.º 40  
(em % – conforme “quantidade de postos por bandeira”)**

Mercado Relevante	Shell		Agip		Texaco		Ipiranga		Esso		BR		Simarelli		Petrofort		Bandeira Branca		Qtde. Total de Postos (100%)
	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	
<b>22</b>	2	15%	1	8%	1	8%	1	8%	1	8%	5	38%	1	8%	0	0%	1	8%	13
<b>23</b>	2	33%	1	17%	1	17%	1	17%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6
<b>24</b>	1	17%	1	17%	1	17%	0	0%	1	17%	0	0%	2	33%	0	0%	0	0%	6
<b>25</b>	23	19%	19	16%	12	10%	11	9%	11	9%	26	21%	10	8%	2	2%	7	6%	121
<b>26</b>	0	0%	1	17%	0	0%	1	17%	0	0%	1	17%	0	0%	0	0%	3	50%	6
<b>27</b>	1	33%	1	33%	0	0%	1	33%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3
<b>28</b>	2	50%	1	25%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4
<b>29</b>	1	25%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	2	50%	0	0%	0	0%	0	0%	4
<b>30</b>	1	17%	3	50%	1	17%	0	0%	0	0%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	6
<b>31</b>	2	25%	1	13%	1	13%	1	13%	1	13%	0	0%	1	13%	0	0%	1	13%	8
<b>32</b>	10	26%	2	5%	4	10%	7	18%	3	8%	7	18%	3	8%	0	0%	3	8%	39
<b>33</b>	1	25%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	1	25%	4
<b>34</b>	4	25%	2	13%	2	13%	4	25%	1	6%	1	6%	2	13%	0	0%	0	0%	16
<b>35</b>	2	14%	3	21%	2	14%	2	14%	0	0%	2	14%	1	7%	0	0%	2	14%	14
<b>36</b>	2	33%	1	17%	1	17%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	33%	6
<b>37</b>	1	25%	1	25%	0	0%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	1	25%	4
<b>38</b>	8	18%	2	5%	3	7%	7	16%	5	11%	10	23%	4	9%	1	2%	4	9%	44
<b>39</b>	1	25%	2	50%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	4
<b>40</b>	4	40%	3	30%	0	0%	0	0%	1	10%	1	10%	1	10%	0	0%	0	0%	10

Fonte: Requerentes. Elaboração: SEAE.

No que tange à **atividade de distribuição** (mercados relevantes n.º 1 a n.º 3), as Tabelas acima mostram que a operação não causou concentração horizontal nos mercados relevantes n.º 2 e n.º 3. Entretanto, ocorreu uma pequena concentração horizontal no mercado relevante n.º 1.

No mercado relevante n.º 1, a operação fez com o Grupo Agip passe a deter uma participação de mercado de 13,4%, de modo que é praticamente nula a possibilidade de *exercício unilateral* de poder de mercado por parte da empresa concentrada. Quanto ao *exercício coordenado* de poder de mercado, a possibilidade de ocorrer também é praticamente nula tendo em vista que o C4 (ou seja, a soma das fatias de mercado dos 4 maiores concorrentes, que no presente caso é de cerca de 70%) é inferior ao limite de 75% estabelecido como parâmetro pela SEAE.<sup>5</sup> Ademais, deve-se notar que o C4 nesse mercado já era relativamente alto mesmo antes da operação, não havendo *nexo causal* entre a operação em tela e o valor relativamente alto do C4. Ou melhor, a concentração oriunda da operação foi de apenas 1,2% do mercado relevante n.º 1, não havendo *nexo causal* entre a operação e o fato de poder haver alguma possibilidade de *exercício coordenado de poder de mercado*.

Quanto à **atividade de revenda**, esta Secretaria detectou significativa concentração horizontal nos seguintes mercados relevantes:

**Tabela 10. Mercados relevantes em que a operação causou maior concentração horizontal**

Mercado Relevante	Shell		Agip		Qtde. Total de Postos (100% do mercado relevante)
	Qtde. de postos	%	Qtde. de postos	%	
5	1	33%	1	33%	3
13	1	33%	1	33%	3
27	1	33%	1	33%	3
28	2	50%	1	25%	4
30	1	17%	3	50%	6
39	1	25%	2	50%	4
40	4	40%	3	30%	10

Elaboração: SEAE.

A partir da observação da Tabela 10 conclui-se que, para tais mercados relevantes, é necessária uma análise da probabilidade de exercício de poder de mercado por parte da empresa concentrada.

## 5. DA PROBABILIDADE DE EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

Alguns fatores podem impedir o exercício coordenado ou unilateral de poder de mercado, como a possibilidade de ocorrerem importações e/ou de ocorrerem entradas. Em relação às importações, trata-se de algo que não se aplica à atividade de revenda de combustíveis automotivos, dada a própria natureza desse tipo de atividade. Assim, passa-se

<sup>5</sup> Ver o “Guia para Análise Econômica de Atos de Concentração”, de que trata a Portaria SEAE n.º 39, de 29 de junho de 1999.

a analisar a possibilidade de ocorrer entrada de novo(s) concorrente(s) nos mercados relevantes em que esta Secretaria detectou a ocorrência de maior concentração horizontal de mercado (os quais estão presentes na Tabela 10, acima).

## 5.1. Possibilidade de Entradas

Em busca de se identificar as possíveis barreiras à entrada existentes nos mercados relevantes que constam da Tabela 10, esta SEAE questionou os sindicatos que representam os revendedores de combustíveis das localidades envolvidas (situadas nos Estado de Goiás e Mato Grosso).<sup>6</sup>

Segundo o Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo do Estado de Mato Grosso (SindiPetróleo), é necessário que se cumpra as seguintes condições para se viabilizar a entrada na atividade de revenda (*in verbis*):

- “Empresa constituída, com CGC e I.E.;
- Projeto de Posto de Serviço Completo;
- Alvará de Construção;
- Licença da FEMA – Fundação Estadual do Meio Ambiente;
- Licença do IBAMA – Instituto Brasileiro do Meio Ambiente;
- Licença do CONAMA;
- Licença do Corpo de Bombeiros;
- Alvará de Funcionamento”.

Quanto às normas referentes ao uso do solo, geralmente da alçada municipal, o SindiPetróleo afirmou não dispor de informações. Em relação às exigências do Corpo de Bombeiros, foi afirmado que a partir de 1999 passou-se a exigir um Projeto Contra Incêndio. Os valores dos investimentos necessários foram assim estimados pelo SindiPetróleo (*in verbis*):

“a) Volume de Vendas até 120m <sup>3</sup>	R\$ 250.000,00
b) Volume de Vendas até 200m <sup>3</sup>	R\$ 450.000,00
c) Volume de Vendas até 300m <sup>3</sup>	R\$ 550.000,00
d) Volume de Vendas até 400m <sup>3</sup>	R\$ 700.000,00
e) Volume de Vendas até acima	R\$ 1.000.000,00”

Quanto à construção de novos postos, o Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo no Estado de Goiás (Sindiposto) informou que, em nível federal, é necessário cumprir-se “as Normas Técnicas da ABNT e a Resolução CONTRAN n.º 38/1998, relativa à adequação da construção de postos ao Código de Trânsito Brasileiro.” No que tange à esfera estadual, deve ser cumprido o disposto na Lei Estadual n.º 12.111, de 22 de setembro de 1993, relativa ao Código contra Incêndio e Pânico no Estado de Goiás. Em nível municipal, ainda segundo o sindicato, não há normas relativas à construção de postos de combustíveis.

Quanto à operação dos postos de combustíveis, o Sindipostos afirmou ser necessário cumprir-se a Portaria ANP n.º 116/2000 e a Lei n.º 10.165, de 27 de dezembro de 2000, relativa a questões ambientais. Em nível estadual, há exigência de registro em órgão de proteção ao meio ambiente, conforme disposto na Lei Estadual n.º 8.544, de 17 de janeiro de 1978. Segundo esse sindicato, os municípios referentes aos mercados relevantes aqui analisados não possuem normas referentes ao uso do solo por parte de postos de revenda de combustíveis.

---

<sup>6</sup> Ofício n.º 124/COGSI/SEAE/MF e Ofício n.º 125/COGSI/SEAE/MF, de 12 de janeiro de 2001, cujas cópias acompanham o presente Parecer encaminhado à SDE/MJ.



Em relação às exigências do Corpo de Bombeiros, o Sindipostos apurou que são as seguintes: “apresentação do uso da prefeitura, apresentação de projeto arquitetônico aprovado pelo CBMGO, apresentação de Notas Fiscais de compra ou recarga de extintores e adequação do sistema preventivo às normas da Lei nr. 12.111, de 22 de setembro de 1993, sendo estas normas unificadas para todos os municípios do Estado de Goiás.”

Quanto aos valores dos investimentos necessários para a construção de um novo posto, o Sindipostos estimou-os entre R\$ 80 mil e R\$ 200 mil. Para por o postos em operação, os custos foram estimados entre R\$ 30 mil e R\$ 50 mil.

Em suma, nota-se que, nos mercados relevantes em tela, as *barreiras legais à entrada não* são significativas, não podendo ser consideradas como fatores que dificultem consideravelmente a entrada de novos concorrentes. Quanto ao valor dos investimentos necessários para a entrada na atividade de revenda de combustíveis, viu-se que não são muito expressivos (principalmente caso se considere que, em geral, as distribuidoras colaboram nos investimentos iniciais referentes à construção de postos de sua bandeira).

No que tange à atividade de revenda, um dos principais fatores que dificultam a entrada de novos concorrentes é a existência de normas que regulam o uso do solo urbano. No entanto, constatou-se que no presente caso não se observa barreiras dessa natureza. Portanto, a operação é passível de aprovação.

## 6. RECOMENDAÇÃO

A operação em análise causou concentração horizontal em vários mercados relevantes. Constatou-se que as maiores concentrações derivadas deste Ato deram-se naqueles mercados referentes à atividade de revenda de combustíveis automotivos. Entretanto, dada a não constatação de significativas barreiras à entrada nos mercados de revenda analisados, conclui-se que a operação é passível de aprovação sem restrições.

À consideração superior,

MAURÍCIO ESTELLITA LINS COSTA  
Coordenador

PRICILLA MARIA SANTANA  
Coordenadora-Geral de Serviços Públicos e Infra-Estrutura

De acordo.

CLAUDIO MONTEIRO CONSIDERA  
Secretário de Acompanhamento Econômico