



**UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO**  
**FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS,**  
**ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS**  
**CENTRO DE PESQUISA E EXTENSÃO DA FEAC**

# **Texto para discussão**

Texto para discussão nº 04/2005

## ***MERCADO DE GLP: UM ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA CIDADE DE PASSO FUNDO***

Ivan Sachet  
Julcemar Bruno Zilli

# MERCADO DE GLP: UM ESTUDO DO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR NA CIDADE DE PASSO FUNDO<sup>1</sup>

Ivan Sachet<sup>2</sup>  
Julcemar Bruno Zilli<sup>3</sup>

## RESUMO

*O presente trabalho é resultado de estudos realizados do mercado de GLP no Brasil, seus números de produção, importação, distribuição e do perfil do consumidor de GLP, especificamente tipo P13, na cidade de Passo Fundo - RS. Tem como principal objetivo o conhecimento do mercado em geral e das variáveis econômicas, sociais e demográficas que influenciam a oferta e a demanda. A pesquisa realizada junto aos consumidores de Passo Fundo abordou as características e hábitos de consumo, marcas mais lembradas, qualidades do produto que são valorizadas e outras informações que formam o perfil do consumidor na cidade. Almeja-se também com este trabalho oferecer aos interessados, informações que possam ser úteis, principalmente para profissionais da área bem como futuros empreendedores do setor. Entre algumas características identificadas pode-se citar a identificação de marcas pelo consumidor, a preferência pelo pedido via telefone e por uma marca predominante, entre outras características que são aqui apresentadas.*

*Palavras-chave: demanda, oferta, comportamento, distribuição, GLP*

## 1 INTRODUÇÃO

Assim como qualquer outro produto ofertado no mercado consumidor, o GLP (Gás Liquefeito de Petróleo) tem suas particularidades e variáveis próprias. Estas interferem positiva ou negativamente, tanto na oferta quanto na demanda, na produção interna, ou na importação.

O estudo do GLP, principalmente, o uso residencial na cidade de Passo Fundo, é o objetivo principal deste trabalho. Apresentam-se, também, estatísticas de consumo, produção e importação no Brasil. Além disso, os aspectos demográficos não foram esquecidos, visto que são fatores que influenciam significativamente o consumo.

A distribuição e armazenagem do produto na região Sul, bem como variações de preços foram estudadas e comparadas buscando melhor entendimento do funcionamento do setor.

Finalmente, apresentam-se os resultados obtidos em pesquisa de opinião realizada na cidade de Passo Fundo, no mês de setembro de 2004, onde se estudou o comportamento do consumidor, suas preferências, necessidades e hábitos na compra de GLP tipo 13 kg.

Longe de esgotar o assunto, este trabalho é apenas o levantamento de informações básicas sobre o produto e o mercado, mas que podem ser úteis a profissionais e interessados na área ou que pretendam empreender neste setor.

## 2 IDENTIFICAÇÃO E JUSTIFICATIVA

O GLP (Gás Liquefeito de Petróleo) é um derivado de petróleo que tem uma importante participação como fator de produção de energia, tanto na indústria, comércio, bem como, nas residências.

---

<sup>1</sup> O artigo é parte da monografia do curso de MBA em logística e gestão empresarial do primeiro autor sob orientação do segundo autor.

<sup>2</sup> Administrador de empresas - UPF

<sup>3</sup> Professor - UPF, Economista - UNOCHAPECO, Mestre em Economia Aplicada - ESALQ/USP.

Delimitou-se o tema para efeitos de estudo, especificando o consumo do GLP tipo P13<sup>4</sup> na cidade de Passo Fundo, percebendo-se, desta forma, uma ausência de trabalhos acadêmicos, literaturas e pesquisas que possam auxiliar aos interessados em geral e aos profissionais da área na busca de um maior conhecimento do mercado.

Desta maneira, contribuiu para amenizar esta deficiência, ficando evidente a necessidade de realização de uma pesquisa mercadológica que contemple, a coleta e análise de informações que identifiquem algumas características do consumo de produto em questão e do comportamento do consumidor no ato da compra.

O GLP tipo P13 é um produto de consumo de massa, com embalagem padronizada e normatizada, que não aceita variações em sua forma, e que, portanto, não exige por parte dos profissionais de vendas e distribuição uma especialização profissional mais elevada. Isto faz com que a entrada neste mercado, na cadeia final de distribuição do produto se torne fácil e não onerosa.

No entanto, para a permanência e o sucesso destes empreendimentos no mercado, assim como em qualquer atividade econômica e comercial, exige um prévio conhecimento do comportamento do consumidor alvo e de suas necessidades.

Conhecimentos estes, que é claro, também podem e devem ser obtidos através da experiência e conhecimentos adquiridos no relacionamento diário com o consumidor; mas que de forma alguma deve ser confundido com o puro “achismo”, este sim não contribui de forma eficaz para a tomada de decisões financeiras e comerciais.

### 3 OBJETIVOS

#### 3.1 Objetivo geral

Estudar o comportamento de mercado consumidor de Gás Liquefeito de Petróleo (GLP P 13) na cidade de Passo Fundo.

#### 3.2 Objetivos específicos

- Conhecer o sistema de produção, distribuição e consumo de GLP;
- Identificar os possíveis gargalos do processo de distribuição;
- Compreender os diferentes critérios utilizados para a realização da compra do GLP pelas famílias.

### 4 INFORMAÇÕES ECONÔMICAS, SOCIAIS E DEMOGRÁFICAS DO BRASIL

#### 4.1 Cenários para o crescimento do PIB (Produto Interno Brasileiro)

A análise de diferentes cenários econômicos projeta crescimento da economia brasileira para os próximos anos. Isso tem sido notado nos indicadores do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro, realizado pelo Instituto Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA, 2004). Entretanto, pode-se verificar que o PIB apresentou um cenário de crescimento moderado em 2001, 2002 e 2003. O índice de crescimento nesses anos ficou relativamente baixo, por volta de 1% ao ano. Já para os próximos anos o instituto prevê-se um cenário de crescimento um pouco maior, para algo em torno de 3%.

O crescimento projetado fornece características importantes para os tomadores de decisão, pois a partir deste cenário otimista vários mercados serão influenciados, principalmente, o mercado consumidor. O aumento da renda da população é um dos efeitos proporcionados pelo aqueci-

---

<sup>4</sup> Capacidade de 13 kg.

mento da economia. Portanto, projeta-se um crescimento na disponibilidade de gastar do consumidor brasileiro para os próximos anos.

## 4.2 A população brasileira

O crescimento populacional brasileiro tem ocorrido de forma controlada a partir do final da década de 90. Antecedendo este período, havia uma explosão demográfica em todas as regiões brasileiras. Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE, 2004), a população brasileira parte em 1980 de 121,61 milhões de habitantes para 170 milhões em 2000 um aumento em torno de 40% no período. A partir daí passa-se de 170 milhões para uma previsão de 185,74 milhões de habitantes em 2007, crescendo em torno de 9,17% no período.

Analisando-se apenas a região Sul ter-se-á um quadro em que em 1980 esta região possuía 19,32 milhões de habitantes, já em 2007 estima-se possuir 27,17 milhões de habitantes, crescimento de 7,85 milhões ou 40,6% no período. Fica evidenciado, então, que a região Sul tem previsão de crescimento demográfico, menor que o apresentado no cenário nacional. Também é a que menos crescerá em comparação com o restante das regiões brasileiras. Nas demais regiões a que possui previsão de maior aumento é a região Norte, com 114%, seguido da região de SP e Centro-Oeste com 65% de aumento populacional no período apresentado.

Tabela 1 - População até 2000 e estimativas populacionais até 2007(em milhões de habitantes)

Regiões	1980	1990	2000	2002	2003	2005	2007
Norte	6,94	10,12	12,94	13,50	13,78	14,34	14,89
Nordeste	35,53	42,71	47,82	48,85	49,36	50,38	51,38
RJ/ES/MG	27,11	31,27	35,44	36,27	36,68	37,50	38,31
SP/C-O	32,71	41,27	48,78	50,28	51,03	52,51	53,98
Sul	19,32	22,21	25,15	25,73	26,03	26,60	27,17
Brasil	121,61	147,59	170,14	174,63	176,88	181,34	185,74

Fonte: IBGE (2004)

Segundo dados do IBGE (2004), o Brasil possui uma previsão de crescimento médio da população de 1,26% entre 2000 e 2007. Já para a região Sul a expectativa de avanço populacional está em torno de 1,11% no mesmo período, demonstrando, também, uma menor taxa de crescimento em relação à estimada para o Brasil.

## 4.3 Número de domicílios no Brasil

Segundo o estudo realizado pelo IBGE (2004) a respeito do crescimento de domicílio brasileiros entre 1990 a 2007, observou-se uma previsão de incremento em torno de 17.532 domicílios no país.

Assim, considerando apenas as variáveis econômicas e demográficas acima mencionadas, o consumo de GLP no Brasil mostra um quadro de crescimento de consumo, e previsão igualmente de aumento para os anos futuros, uma vez que aumentando o nível populacional e de domicílios, por consequência, deveria aumentar o consumo geral do GLP. No entanto outros fatores interferem nesta demanda, como por exemplo, a substituição por fontes alternativas de energia - como o gás natural - que estão em franco crescimento no país, como se verá mais adiante; também: a lenha, a energia elétrica, eólica, o diesel, a energia solar, etc.

#### 4.4 Dados demográficos de Passo Fundo

O censo populacional realizado pelo IBGE (2004) em 2001 e, atualização pelo Jornal Diário da Manhã (2004), demonstrou que o número de habitantes em Passo Fundo chega a 182.000 e o número de domicílios em 49.529.

Segundo dados informados pela Prefeitura Municipal de Passo Fundo, em 1991 a população do município de Passo Fundo era de 147.318 habitantes, em 1997 era de 156.999 habitantes.

Desta forma, pode-se projetar que a demanda aproximada de GLP na cidade é de aproximadamente 455.000 kg de GLP, considerando Granel e Envasado. Esta estimativa de 2,5 KG de GLP *per capita* esta baseada nas informações coletadas junto a ANP.

### 5 SISTEMA DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

O Brasil começou a usar os botijões de GLP a partir do acidente com o dirigível Hindenburg. O fato provocou o encerramento das atividades dos dirigíveis, que faziam o transito aéreo comercial entre a Europa e a América, deixando sem utilização em Recife, 6000 cilindros de 90 kg de GLP que os abasteciam.

Ernesto Igel teve a idéia de aproveitar este material, utilizando o GLP dos cilindros como combustível para fogões domésticos, iniciando o ciclo do GLP no Brasil.(Minasgas Distribuidora de Gás S.A, 2004)

O gás liquefeito de petróleo (GLP) é mais conhecido no Brasil como “gás de cozinha”, por sua ampla utilização em cocção (cozedura). Normalmente comercializado em botijões no estado líquido, torna-se gasoso à pressão atmosférica e temperatura ambiente, na hora de sua utilização em fogão. É caracterizado por sua grande aplicabilidade como combustível, graças à facilidade de armazenamento e transporte a partir do seu engarrafamento em vasilhames (botijões, cilindros ou tanques).

Por ser um produto inodoro, é adicionado um composto a base de enxofre para caracterizar seu cheiro. Dessa forma, é possível detectar eventuais vazamentos. É o mais leve dos derivados do petróleo, formado por uma mistura de gases propano e butano, gerando uma combustão sem resíduos tóxicos. É uma fonte limpa de energia, não é corrosivo e nem poluente. Também não é tóxico, mas se inalado em grande quantidade tem efeito anestésico.

No Brasil, além de ser usado em sua grande maioria para fins residenciais, uma parcela da produção de GLP é utilizada pela indústria, por exemplo, de vidros, cerâmica, agropecuária e alimentícia.

#### 5.1 Produção e especificação

O GLP consumido no País provém, em sua maior parte, do refino do petróleo. O petróleo é basicamente uma mistura de hidrocarbonetos. O processo de refinação do petróleo consiste em se separar estas misturas em faixas delimitadas onde certas características podem ser associadas aos produtos obtidos.

A primeira etapa do processo de refino é a destilação atmosférica. Nela, o petróleo é aquecido e fracionado em uma torre, de onde são extraídos, por ordem crescente de densidade, gases combustíveis, GLP, gasolina, nafta, solvente e querosenes, óleo diesel e um óleo pesado, chamado de resíduo atmosférico, extraído pelo fundo da torre.

Em seguida este resíduo é reaquecido e enviado para uma outra torre onde o fracionamento se dá a uma pressão abaixo da atmosférica, sendo então extraída mais uma parcela de óleo diesel e um produto chamado genericamente de gasóleo. O resíduo de fundo desta destilação, chamada a vácuo, pode ser especificado como óleo combustível ou asfalto, ou até mesmo servir como carga de

outras unidades mais complexas de refinação, sempre com o objetivo de se produzir produtos mais nobres do que a matéria-prima que os gerou.

O gásóleo, por exemplo, serve como matéria-prima para o processo de craqueamento catalítico,<sup>5</sup> onde altas temperaturas conjugadas à presença de catalisadores químicos partem as moléculas, transformando-o em gases combustíveis, GLP, gasolina e outros produtos. Esta unidade de craqueamento catalítico fluído, conhecida como FCC, é a grande geradora de GLP produzido nas refinarias brasileiras. Após tratamento para remoção de enxofre e compressão dos gases, à parte que se liquefaz à temperatura ambiente é armazenada em esferas e denominada gás liquefeito de petróleo. Outro processo onde é extraído parte do GLP consumido no País ocorre nas Unidades de Processamento de Gás Natural (UPGN) nas quais as frações mais pesadas do gás são separadas da corrente, produzindo GLP e um derivado na faixa da gasolina. (PETROBRÁS, 2004)

Segundo a Agência Nacional do Petróleo (ANP, 2004), de cada barril de petróleo a refinar, o rendimento em derivados varia de acordo com o tipo de petróleo, as condições operacionais e, por último, com os processos utilizados. Por exemplo, petróleos mais leves geram maior quantidade de derivados leves, como gases combustíveis, GLP e gasolina. Petróleos pesados geram mais óleo combustível ou asfalto. O objetivo sempre é o de atender o mercado nacional de derivados ao menor custo e em quaisquer circunstâncias.

De qualquer forma existe uma limitação na quantidade de GLP produzida a partir da refinação do petróleo. Atualmente, com a gama de tipos de petróleo processados e as unidades em operação nas refinarias brasileiras, aproximadamente 9% do petróleo refinado é transformado em GLP. Em 1997, as unidades em operação nas refinarias, somadas com as UPGN, produziram uma média mensal de cerca de 325.000 toneladas de GLP, o que ficou muito aquém da demanda média brasileira de aproximadamente 525.000 t/mês, conforme previsões da PETROBRÁS (2004). A diferença, em torno de 40% do consumo, é completada a partir de GLP importado. Daí a importância da existência de projetos de racionalização do uso deste combustível.

Ainda segundo a ANP (2004), a opção de se aumentar à oferta de GLP simplesmente a partir do aumento da capacidade de refino, não se revela a mais atraente do ponto de vista de custos, uma vez que o aumento de 60% da capacidade de refino, necessário para atender o mercado, acarretaria uma sobra considerável de outros combustíveis, principalmente gasolina e óleo combustível, e a conseqüente dificuldade de se comercializá-los a preços atrativos. Desta forma, a menos que aconteça um rearranjo do perfil de consumo de derivados no País, a importação de GLP se fará presente ainda por muito tempo.

## 5.2 Produção do GLP

A Tabela 2 demonstra a quantidade de GLP produzido e importado no Brasil no período de 2000 a 2004. A variação de 2000 para 2001 foi de 7,88%; de 2001 para 2002 a variação foi de 2,56%; de 2002 para 2003 foi de 3,76%. Isso evidencia que a produção tem apresentado um crescimento em todos os anos analisados. A projeção para 2004 também é de manutenção do crescimento uma vez que até julho já havia tido sido produzido em torno de 68% do volume de 2003.

Para o Rio Grande do Sul, observa-se que a quantidade de GLP produzida no período de 2000 a 2004 tem sofrido quedas consecutivas (a variação de 2000 para 2001 foi de -2%; de 2001 para 2002 a variação foi de -14,2%), com exceção de 2003 que apresentou um crescimento de 9,58%.

Em algumas oportunidades o Brasil necessita importar GLP para suprir o déficit interno. Percebe-se que a redução da quantidade importada acontece em todos os anos analisados. Em 2001 a quantidade total diminuiu 24,44%; em 2002 a quantidade também reduziu em relação a

---

<sup>5</sup> Técnica de refino do petróleo.

2001 em 12,87%; em 2003 a volume continuou baixando em 39,29% ; para o ano de 2004 a perspectiva ainda é de queda, uma vez que a média alcançada até julho/04 indica a manutenção ou até redução em relação a 2003. A redução das importações brasileiras fica evidenciada nos números. Em 2000 a importação correspondia por 42% do consumo total, já em 2003, a importação correspondia a apenas 20% do total e a produção interna era responsável pelos 80% restantes. Desta forma, o país está na direção da auto sustentabilidade na produção do GLP.

Tabela 2 - Produção e Importação de GLP no Brasil e no RS

Estados	2000	2001	2002	2003	2004*
Brasil (Produção)	6.871.432	7.413.299	7.603.611	7.890.102	4.697.073
Brasil (Importação)	5.096.778	3.851.092	3.355.396	2.039.941	969.851
Rio Grande do Sul (Produção)	445.710	437.360	382.814	419.482	234.294

\* ate mês de julho.

Fonte: Agência Nacional do Petróleo (2004)

Desta forma, um menor montante gasto com importação desse gás pode suprir outros setores da economia. Além disso, o cenário de desvalorização na moeda nacional faz com que o produto importado não seja competitivo internamente. Ocorrendo assim, aumento nos dispêndios internos em tecnologia para a obtenção do GLP.

Além disso, os dispêndios do Brasil com a importação do GLP entre os anos de 2000 e 2004 apresentaram significativas reduções. Assim como a quantidade importada diminuiu no mesmo período, o dispêndio também diminuiu. Em 2000 o custo em dólar corrente foi de U\$\$ 798,7 milhões e em 2003 reduziu-se para 317,1 milhões, uma redução de 152%. Essa redução tem auxiliado na obtenção de uma balança comercial favorável para o país.

Já às exportações de GLP nos anos de 2000 a 2004, em comparação com a importação do mesmo período, são, praticamente, insignificantes. Apenas nos anos de 2002 e 2003 a exportação atingiu números significativamente acima da média de 2000 e 2001. Em 2004, até o mês de julho, ainda não ocorreram exportações. Fica evidente que o país não se caracteriza como um exportador de GLP, visando atender, primeiramente, o mercado interno e exportando somente o excedente.

### 5.3 Movimentações previstas na Região Sul

Segundo estudos da PETROBRÁS (2004), em 2002 a região apresentou um déficit de produção, requerendo uma complementação anual de 424 kt do produto (38% da demanda). A importação deverá ser reduzida ao longo do período e, em 2007, a região terá um déficit de 155 kt (15% da demanda). Esta variação se deve, em grande medida, à ampliação da produção da REFAP, que aumentará de 197 kt/ano em 2002 para 315 kt/ano em 2007. Atualmente, a falta do produto é suprida por transporte marítimo de longo curso e de cabotagem para os mercados do Paraná e do Rio Grande Sul.

A partir da maior disponibilidade de GLP proveniente da Argentina este déficit poderá ser inteiramente suprido por navios refrigerados através do porto de Paranaguá, com posterior transferência pelo duto OLAPA para a região de Araucária. A construção de pontos de carregamento em Paranaguá constitui uma alternativa de suprimento para a região, o que acarretaria a redução da dependência do OLAPA, atualmente congestionado.

Considerando a prevista ampliação de produção de GLP da REFAP e sendo viabilizada a opção acima, a Região Sul ficaria plenamente atendida, sem a necessidade de receber o produto da Região de São Paulo, como ocorre atualmente.

A produção e a demanda da região Sul são apresentadas nas tabelas

Tabela 3 -Produção de GLP nas áreas operacionais da Região Sul (kt/ano)

Fonte: Agência Nacional do Petróleo (2004)

#### 5.4 Área operacional Canoas

Segundo estudos da PETROBRAS (2004), a produção atual da REFAP e da Copesul atende a apenas 41% da demanda da área, havendo um déficit de 762 t/d em 2002. Com o aumento de produção previsto, o déficit de produto da área será reduzido para 304 t/d em 2007. O déficit atual é suprido via importação/cabotagem através do terminal marítimo de Rio Grande e dos terminais aquaviário de Tergasul e, eventualmente, de Santa Clara.

No Tersul, há carregamento rodoviário e ferroviário. Há ainda a possibilidade de retirar, através de pontos de carregamento rodoviário, o GLP do *pool* de combustíveis Tenoas da Petrobrás Distribuidora - BR, localizado junto a REFAP. Retiram GLP nestes terminais a Agip, a Ultragas, a Shell Gás, Nacional Gás e a BR.

Conforme estudos da PETROBRAS (2004) está previsto para entrar em operação, em 2004, um duto de 1,8 km, 6 polegadas e vazão de 70 m<sup>3</sup>/h, interligando a REFAP às bases da Ultragas e da Shell Gás, estando em fase de projeto uma extensão deste duto até a base da Copagaz.

Já o GLP proveniente de importação ou cabotagem chega aos terminais Tergasul e Santa Clara através de navegação pela Lagoa dos Patos e ao terminal de Santa Clara, o escoamento é realizado por duto até a REFAP. O escoamento a partir do Tergasul é feito por carregamento rodoviário até as companhias distribuidoras, com exceção da Agip e da Supergasbras, que engalfam no próprio local.

Área Operacional (unidade produtora)	2002	2003	2004
Aratuária (REFAP)	480	492	
SIX	7	16	
Canoas (REFAP)	197	204	
Copesul	0	17	
Pelotas (RPISA)	18	16	
TOTAL	702	745	

#### 5.5 Cadeia de distribuição do GLP

A cadeia de distribuição do GLP possui algumas características que são visualizadas na Figura 1. Nela ilustra-se o processo que sofre o GLP desde sua origem, que pode ser as Petroquímicas brasileiras, que são três; as onze refinarias da Petrobrás ou as três refinarias privadas. A origem do GLP pode ser do mercado externo, principalmente da Argentina, através da importação gerenciada pela Petrobrás.

Atualmente, praticamente 100% do GLP produzido ou importado é distribuído pelas cercas de 20 distribuidoras autorizadas que atuam no território nacional. Porém, o mercado é dominado em sua grande maioria (93%) por SHV – Supergasbras/Minasgas – (23%), BR Distribuidora – Liquigas – (21%), Ultragas (24%), Nacional Gás (19%) e Copagaz (6%) segundo Jornal Correio do Povo. Estas efetuam a venda na forma de Granel, principalmente, para grandes consumidores industriais ou Envasado sendo o P13 a forma mais tradicional de embalagem.

As distribuidoras podem realizar a venda direta para consumidores finais como residenciais ou também para indústrias, comércios ou demais consumidores. Porém, a forma que representa maior volume de vendas das distribuidoras é para as revendas autorizadas que realizam o trabalho de entrega do produto para os mesmos consumidores residenciais, comerciais ou industriais.

O modal utilizado em praticamente toda a cadeia desde a produção até a chegada para o consumidor final é o rodoviário, existindo legislação própria para estes veículos transitarem nas ruas e estradas, com registro na Fundação Estadual de Proteção Ambiental (Fepam) e demais órgãos responsáveis pela segurança ambiental. Os condutores destes veículos necessitam estar devidamente habilitados para realizar o transporte do produto uma vez que se trata de carga perigosa e nociva ao meio ambiente e a população em caso de acidente.

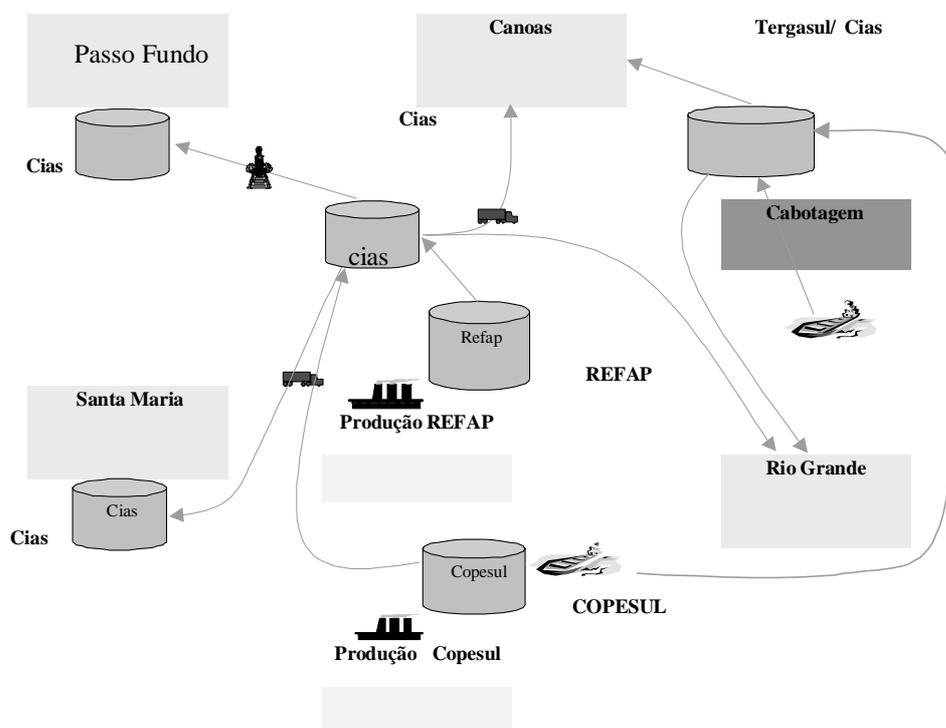
Os modais ferroviário e marítimo também participam da cadeia, o primeiro com pouca participação no mercado interno, já o segundo é o responsável pelo transporte do GLP importado.

## 5.6 Infra-Estrutura da Região Sul

A infra-estrutura da região Sul é composta de três refinarias - uma no Paraná (REPAR, em Araucária) e duas no Rio Grande do Sul (REFAP, em Canoas, e RPISA, em Rio Grande) -, além de uma unidade de processamento de Xisto - SIX (em São Mateus do Sul, Paraná) e uma central petroquímica, a Companhia Petroquímica do Sul - Copesul (em Triunfo, RS).

O GLP produzido pela REFAP (Refinaria Alberto Pasqualini/Canoas-RS) é escoado através de três dutos de 6 polegadas, com vazão de 66 t/h. Um dos dutos interliga a refinaria às bases da maioria das companhias distribuidoras (vide Figura 2). O segundo duto interliga a refinaria à base da distribuidora Nacional Gás e o terceiro interliga a refinaria ao terminal de recebimento Tersul, onde a Distribuidora Agip é arrendatária do terminal. No Tersul, há carregamento rodoviário e ferroviário. Há ainda a possibilidade de retirar, através de pontos de carregamento rodoviário, o GLP do *pool* de combustíveis Tenoas da Petrobrás Distribuidora - BR, localizado junto a REFAP. Retiram GLP nestes terminais a Agip, a Ultragaz, a Shell Gás, Nacional Gás e a BR.

Segundo estudos da PETROBRAS (2004) está previsto para entrar em operação, em 2004, um duto de 1,8 km, 6 polegadas e vazão de 70 m<sup>3</sup>/h, interligando a REFAP às bases da Ultragaz e da Shell Gás, estando em fase de projeto uma extensão deste duto até a base da Copagaz.

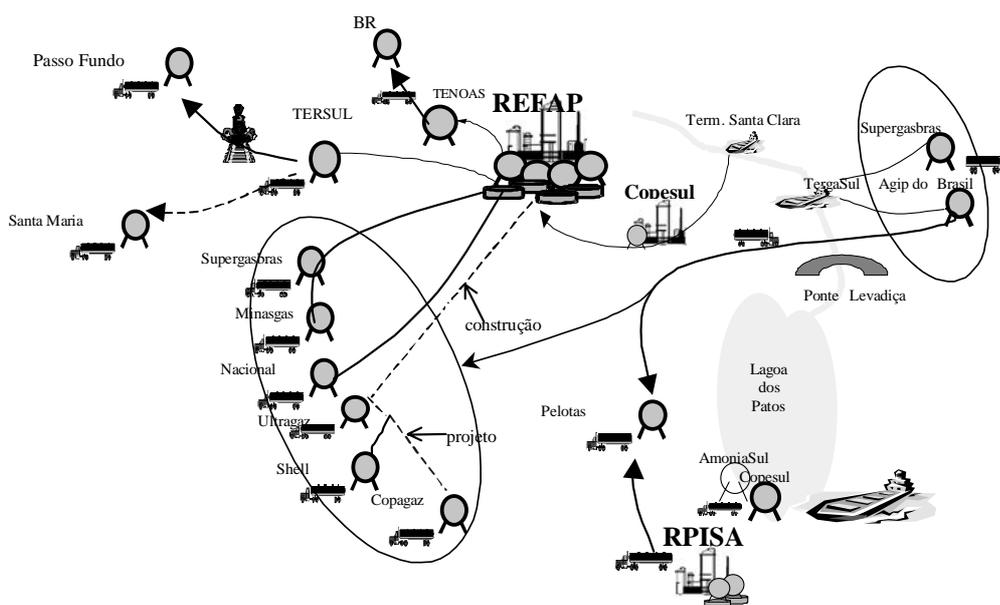


Fonte: PETROBRAS (2004)

Figura 1 - Mapa da Movimentação do GLP em Canoas

Já o GLP proveniente de importação ou cabotagem chega aos terminais Tergasul e Santa Clara através de navegação pela Lagoa dos Patos. A partir do terminal de Santa Clara, o escoamento é realizado por duto até a REFAP. O escoamento a partir do Tergasul é feito por carregamento rodoviário até as companhias distribuidoras, com exceção da Agip e da Supergasbras, que engarrafam no próprio local.

O Tergasul, é o elo principal do suprimento complementar de GLP para o mercado do Rio Grande do Sul, opera atualmente com uma tancagem de 2.520 t, recebendo navios de 2.300 t e 3.000 t. Na chegada do navio, o Tergasul programa-se previamente, com colocação de caminhões-tanque, no sentido de viabilizar a completa descarga do mesmo de forma ininterrupta. No entanto, este procedimento não permite o recebimento imediato de uma segunda descarga, sem a ocorrência de sobreestadia.



Fonte: PETROBRÁS (2004)

Figura 2 - Mapa da Infra-estrutura de Canoas e Rio Grande

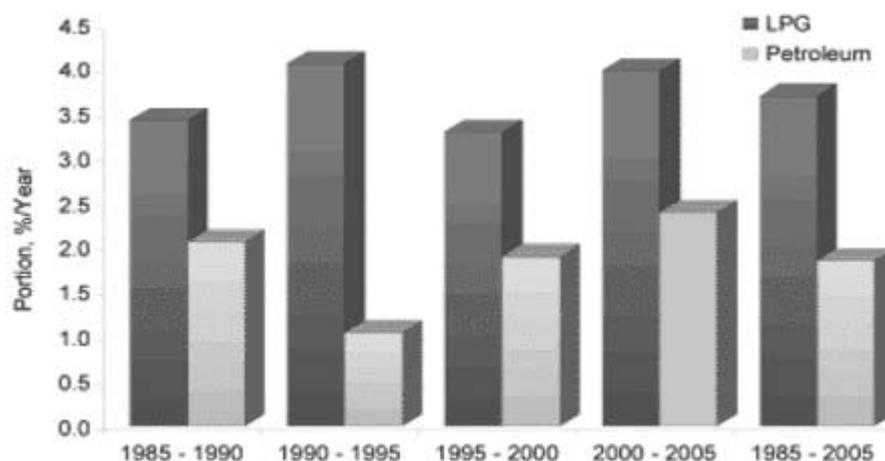
## 5.7 Demanda mundial por regiões do GLP

Embora o preço mundial do GLP, de forma geral, esteja alinhado com o preço do petróleo cru, o GLP, como toda commodities, tem seus próprios parâmetros de oferta e demanda que é um determinante crítico do preço. A maioria dos produtores mundiais usa o preço determinado pela Saudi Aramco Contract Price (Saudi CP) como um referencial do preço do mundial e sobre o qual exportações e vendas domésticas no atacado, são negociadas. A razão disso é que existem poucos fixadores do preço do GLP e, além do mais, a Arábia Saudita é o maior produtor mundial de GLP.

Segundo PURVIZ & GERTZ (2004), a demanda global de GLP, que é aproximadamente de 200 milhões de toneladas/ano, está aumentando substancialmente desde 1985. Durante os anos 90, a demanda de GLP cresceu em média 3,7% ao ano, comparado com 1,5% da demanda total do petróleo.

Economias em desenvolvimento, particularmente na Ásia e na América Latina continuam a demonstrar uma dinâmica crescente na demanda de GLP. Em 1985, a demanda mundial de GLP foi aproximadamente de 116 milhões de toneladas. Segundo estimativas de peritos da área, para 2005 a demanda estará em torno de 240 milhões de toneladas.

Em 1985, o mercado de GLP da América do Norte representava perto de 50% da demanda mundial, já em 2000 detinha somente 26%, com tendências a diminuir ainda mais essa participação até 2005 (Purviz & Gertz, (\*\*\*)).



Fonte: PURVIZ & GERTZ (2004)

Figura 3 - Gráfico de produção mundial de GLP e Petróleo

Por outro lado, o mercado de GLP da Ásia tem crescido de forma relevante, de fato, em 1985 esse mercado representava 18%, em 2000 passou para 24% representando um volume acima de 50 milhões de m<sup>3</sup> da demanda mundial total. Outra região que tem mostrado uma dinâmica crescente para o mercado de GLP é a América Latina, com 11% da demanda em 2000. Porém, o mercado que vem despontando a grandes e rápidos passos são do Oriente Médio. Essa região, insignificante no consumo até 1985, subitamente vem mostrando um crescimento surpreendente, pois em quinze anos passou de pouco mais de um milhão de m<sup>3</sup> para uma demanda próxima dos 15 milhões em 2000. (PURVIZ & GERTZ,2004)

Ainda, segundo PURVIZ & GERTZ (2004), no Brasil, o GLP vem ampliando sua presença como energético de uso final em diversos setores. Em 1986, 95% dos 7,184 milhões de metros cúbicos consumidos concentravam-se nos setores residencial e comercial. O setor industrial como um todo participava de pífios 297 mil m<sup>3</sup>, equivalendo a 4%. Para 2001, houve um significativo crescimento do consumo de GLP nas indústrias, principalmente nas de cerâmica (540 mil m<sup>3</sup>), ferro-gusa e aço (170 mil m<sup>3</sup>), não ferrosos e outros (114 mil m<sup>3</sup>) e alimentos e bebidas (97 mil m<sup>3</sup>) o que possibilitou, junto com outras indústrias, que o setor industrial participasse com 10% do total do uso final de GLP que foi de 12,676 milhões de m<sup>3</sup>. Contudo, o segmento residencial e comercial (R/C) ainda é responsável pelo maior consumo de GLP no país com 85% do total. A presença tímida de outros setores como o agropecuário, energético e público está aumentando, em especial o último, cuja demanda de GLP era de 586 mil m<sup>3</sup>, o setor de outros detinha 5% da participação no uso final de GLP em 2001. Nos setores químico e automotivo o consumo de GLP é ainda insignificante ou inexistente, respectivamente, o gráfico embaixo mostra esta situação analisada, pontualmente para dois anos.

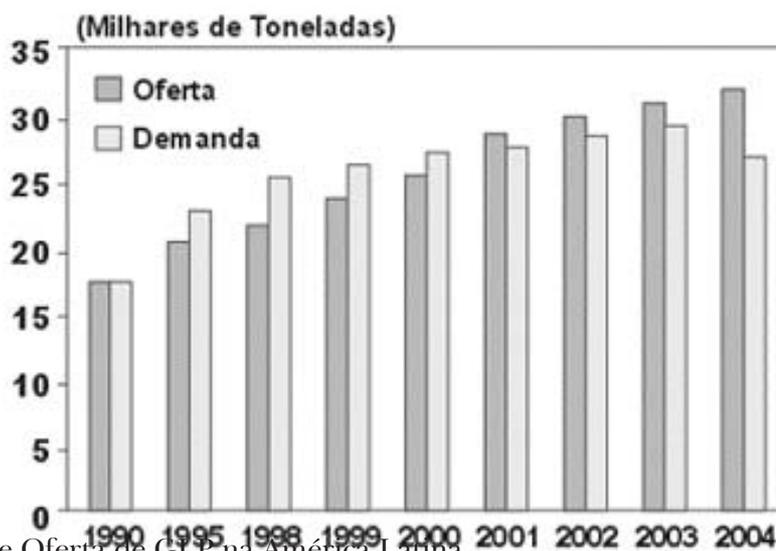
No âmbito mundial, o setor que mais consome GLP é também o Residencial/Comercial. Embora, conforme avaliação feita por PURVIZ & GERTZ (2004) as tendências apontam para ocorrência de mudanças no perfil do uso final de GLP. A indústria química consumia somente 10% do GLP e, aproximadamente 20% eram correspondentes ao consumo de outras indústrias. O mercado de automóveis e “outros” tinham quase 10% cada um. Para 2005, esses padrões de uso deverão

mudar. A participação do setor Residencial/Comercial no consumo crescerá para 60%, aplicações no setor químico também cresceram para perto de 15% do total consumido naquela região. Os três setores remanescentes totalizaram os 25% restantes do uso final.

Esse perfil mudará em 2005, pois, o setor Residencial/Comercial permanecerá com 40%, mas a demanda na indústria química crescerá para aproximadamente 33% do total de consumo de GLP.

Tratando-se das mudanças do perfil do consumidor de GLP a nível mundial é também evidente como o setor residencial-comercial é majoritário. Em média, o consumo médio de GLP no setor residencial-comercial em 1999 era de 10 kg/per capita. Para 2005, PURVIZ & GERTZ (2004) estimam que o consumo médio seja de 17 kg/per capita. Entre 2000/2005 a demanda por GLP na produção química aumentará 25% no mundo, no setor Residencial/Comercial esse consumo passará dos 40% em 1985, para 45% em 2005. O uso do GLP no setor industrial, como combustível no setor.

A Figura 4 ilustra a demanda e a oferta do GLP na América Latina, com previsões para até 2005. Pode-se perceber que em 1990 a demanda e a oferta eram praticamente iguais, na faixa dos 18 milhões de toneladas. Já nos anos seguintes, até o ano de 2000, a demanda mantinha-se acima da oferta. Porém, a partir de 2001, a relação se inverte, e a oferta se torna superior do que a demanda, ocasionando um excesso de oferta. Tal fenômeno aconteceu em virtude da manutenção da linha crescente da oferta, enquanto que no ano de 2001 a demanda já começava a reduzir, em 2004 a estimativa são de mais queda na demanda, retornando seu crescimento em 2005.



Fonte: GÁS BRASIL (2004)

Figura 4 - Gráfico da Demanda e Oferta de GLP na América Latina

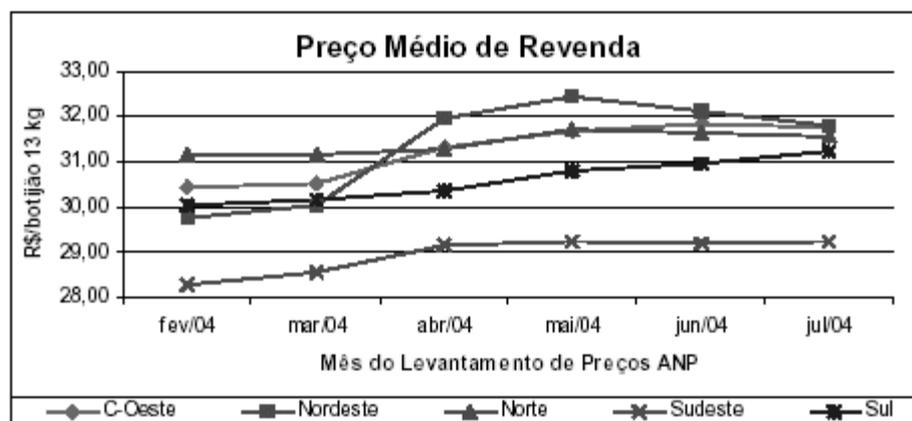
Já na região Sul, as áreas operacionais possuem uma demanda de cerca de 1,04 mil kt/ano, sendo que, segundo a Tabela 4, essa demanda reduziu-se em, aproximadamente, 7,9% nos últimos 3 anos. Esta queda verificada no período deverá se reduzir para os próximos 3 anos, visto que, segundo PETROBRAS (2004), estimou-se uma demanda de 1,07 mil kt para 2007. O aumento provém dos constantes aumentos da renda da população.

Tabela 4 -Demanda de GLP nas áreas operacionais da Região Sul (kt/ano)

Fonte: PETROBRÁS (2004)

### 5.8 Preços do GLP no Brasil

A Figura 5 mostra os preços médios mensais de revenda observados nas regiões brasileiras, com base no período de fevereiro a julho de 2004, de acordo com o levantamento de preços da ANP. Observa-se que, entre junho e julho de 2004, os preços médios mensais nominais de revenda de GLP apresentaram-se relativamente estáveis para todas as regiões e assumiram os valores de R\$ 31,80, R\$ 31,58, R\$ 31,76, R\$ 29,25, e R\$ 31,23 nas Regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul, respectivamente, em julho. Entretanto, em ambas as regiões ocorreram elevações de preços que evidenciam o dinamismo do mercado, principalmente, por se tratar de um produto oriundo do Petróleo, que tem apresentado significativas oscilações nos seus preços influenciados pelos últimos incidentes nos países do Oriente Médio.



Fonte: Levantamento de preços/ANP

Figura 5 - Gráfico do preço médio de revenda

### 5.9 Pesquisa de preços ao consumidor no Brasil, Rio Grande do Sul e Passo Fundo

Na tabela 5 visualiza-se a pesquisa de preços ao consumidor, realizada pela ANP no período compreendido entre setembro de 2003 a setembro de 2004 no país, no estado do Rio Grande do Sul e na cidade de Passo Fundo.

Percebe-se que o preço médio praticado no país manteve-se estável nos últimos doze meses, apresentando um aumento de cerca de 3,46%. Os preços praticados ao consumidor no Rio Grande do Sul também estão estáveis, uma vez que no período analisado, entre setembro de 2003 e setembro de 2004, o preço médio elevou-se em R\$ 1,36, correspondendo a 4,57%. Com relação ao preço médio do GLP pesquisado na cidade de Passo Fundo, onde os preços aumentaram 5,76% passando de R\$ 29,75 em 09/03 para R\$ 31,11 em 09/04. Observa-se que, comparativamente as

	Demanda		
	2002	2003	2004
	616	573	560
	475	442	430
	35	33	30
	1.126	1.048	1.020

demais regiões, o preço médio do botijão de 13 kg de GLP apresentou os maiores aumentos no período.

Tabela 5 - Preços ao pago pelo consumidor pelo GLP P13 (R\$/13kg)

Fonte: Agência Nacional de Petróleo (2004)

### 5.10 Comparativo entre o botijão P13 versus salário mínimo

O GLP é um produto de consumo de massa, utilizado por todas as classes sociais e o poder de compra do botijão será analisado no quadro a seguir, num comparativo com o salário mínimo nacional em termos nominais. Desde a implantação do Plano Real e Salário Mínimo em Real, as evoluções do salário mínimo e do preço médio do gás de cozinha apresentaram comportamentos interessantes. Percebe-se que o salário mínimo nominal aumentou em 69,2%, enquanto que o preço médio do GLP no Brasil, oscilou 56,4% no mesmo período. Assim, isso não significa que o poder aquisitivo da população melhorou, mas apenas que houve uma melhora do salário mínimo em relação aos valores defasados percebidos na década de 1980, ou 69,2%.

Além disso, observa-se que em 2001 um botijão tipo P13 custava 9,55% do salário mínimo, já no ano de 2004 a mesma comparação chega em 11,71% do salário mínimo. Esta relação de troca auxilia no entendimento do exposto acima. Nesta comparação vê-se que o consumidor final obteve uma queda em seu poder. Desta forma, fica evidente que o salário mínimo não tem acompanhado as evoluções relativas do preço do GLP, sendo um potencial fator de redução do consumo.

Data	Preço médio Salário Mínimo (R\$) Brasil	Preço médio R\$
Set/04	30,210,00	31,11
Agv/04	30,300,00	30,85
Abv/04	30,420,00	30,87
Mar/04	30,420,00	30,71
Mai/04	30,44	30,62
Abv/04	30,18	30,64
Mar/04	29,44	30,30
Fev/04	29,21	30,05
Jan/04	29,04	29,91
Dez/03	28,80	29,13
Nov/03	28,87	28,92
Out/03	29,04	29,54
Set/03	29,23	29,75

Tabela 6 - Comparativo salário mínimo X GLP

Fonte: ANP/DIEESE (2004)

## 5.11 Vendas do GLP no Brasil

As vendas sentiram os impactos da queda do poder aquisitivo brasileiro. A Tabela 7 mostra a quantidade vendida de GLP no Brasil entre os anos de 2000 a 2004. Nos anos de 2000 a 2002 percebe-se que houve uma estabilidade de vendas por volta de 12 milhões de m<sup>3</sup>/ano. Já em 2003 houve uma redução de 6,35% nas vendas em relação ao ano de 2002. No ano de 2004, até o mês de julho vendeu-se 6.763.008 de m<sup>3</sup> o que permite realizar uma estimativa de que a demanda permanecerá praticamente inalterada em relação ao ano de 2003.

Para o estado do Rio Grande do Sul, o volume de vendas entre 2000 e 2003 manteve-se com ritmo de queda no período. Em 2000, foram negociados 870.729 m<sup>3</sup> e em 2003 venderam-se 789.869m<sup>3</sup>, uma queda de 89.860m<sup>3</sup> que representa redução de cerca de 11,3% em relação a 2000.

Tabela 7 - Vendas de GLP no Brasil e no Rio Grande do Sul

\*até mês de julho

Fonte: Agência Nacional do Petróleo (2004)

## 6 MATERIAL E MÉTODOS

Ano	Brasil (m <sup>3</sup> )
2000	12.750.582
2001	12.676.471
2002	12.108.405
2003	11.385.310
2004*	6.763.008

Buscando-se identificar o comportamento dos consumidores de Gás Liquefeito de Petróleo na cidade de Passo Fundo utilizou-se de uma ferramenta de pesquisa etnográfica realizada junto à população residente no perímetro urbano de Passo Fundo, para melhor entender o funcionamento do processo de decisão de compra imposta pelos consumidores. Para isso, o público alvo foi composto por pessoas que adquirem e utilizam o gás de cozinha P13.

Considerando a natureza das informações, que se caracterizam como quantitativas, utilizou-se a técnica de pesquisa de opinião realizada através de contatos individuais e domiciliares em 288 questionários escolhidos aleatoriamente. Para uma confiança ainda maior na veracidade das informações escolheu-se como entrevistado a pessoa responsável pela aquisição do GLP nos domicílios pesquisados.

O questionário utilizado na coleta dos dados foi estruturado de forma a conter respostas fechadas, abertas, encadeadas, múltiplas e escalas diferenciais. As entrevistas foram realizadas nos meses de Agosto/Setembro/2004 na maioria dos bairros da cidade. Após a coleta de todos os questionários procedeu-se a tabulação das respostas, as quais foram interpretadas e a seguir apresentadas.

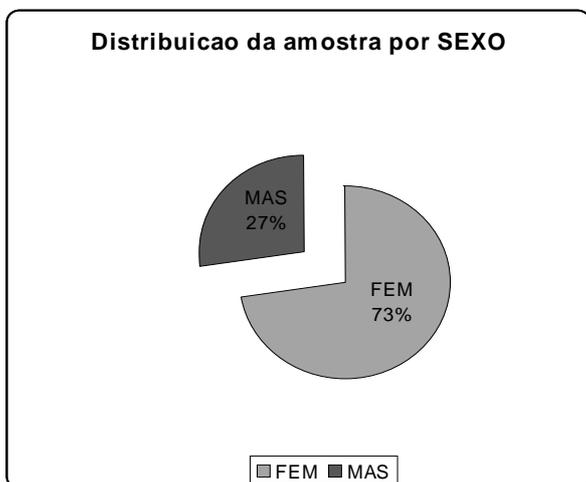
Além disso, tomou-se grande cautela com a divulgação das marcas das distribuidoras indicadas nas entrevistas. Portanto, nas análises aparecerão apenas códigos que servirão para identificar as diferentes distribuidoras da cidade de Passo Fundo.

## 7 RESULTADOS E DISCUSSÕES

A amostragem dos entrevistados demonstrou que 73% dos entrevistados são do sexo feminino e 27% de masculinos. O número maior de mulheres deve-se ao fato de que as mulheres, principalmente donas de casa, são as que decidem e realizam as compras do gás de cozinha.

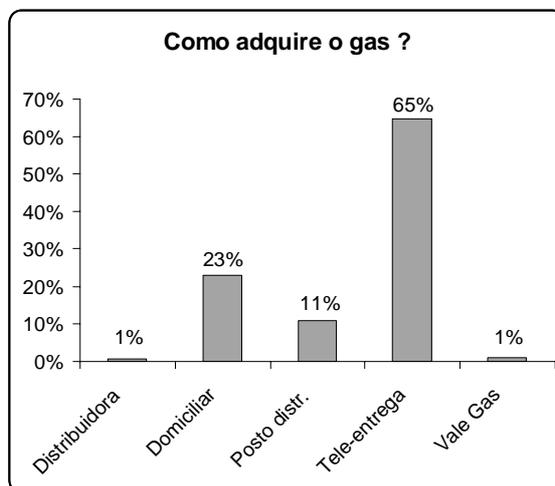
Além disso, entre as formas de aquisição do GLP, destaca-se com 65% da amostra respostas sendo como “tele-entrega”, ou seja, os consumidores preferem usar o telefone para encomendarem seu botijão quando necessário.

A segunda forma mais utilizada é a entrega domiciliar, onde o consumidor aguarda a passagem do fornecedor em sua rua, que representa 23% da amostra. Como terceira opção mais utilizada esta à compra em postos de distribuição de GLP com 11% da preferência do consumidor.



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 6 -Gráfico de amostra por sexo

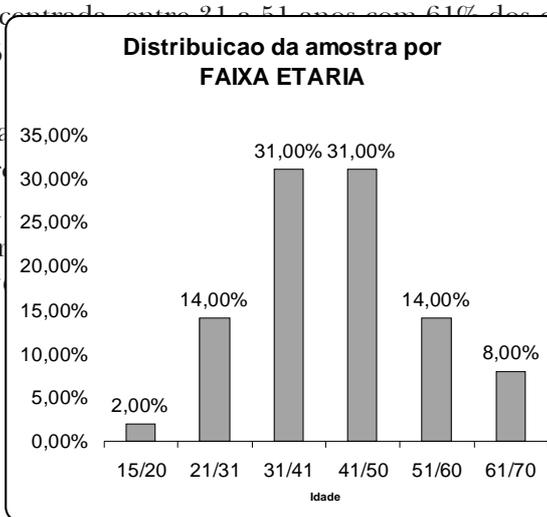


Fonte: Dados da pesquisa

Figura 7 -Gráfico modo de compra

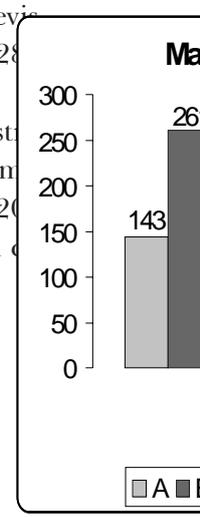
A faixa etária dos entrevistados, esta concentrada entre 21 e 51 anos com 61% dos entrevistados, seguido pela faixa com 21 a 31 anos e 51% dos entrevistados.

Quanto às marcas mais conhecidas na cidade citaram conhecer a empresa “B”; 143 r empresa “A”; noventa e dois entrevistados ou afirmaram conhecer a empresa “C”; 20% afir conhecer a empresa “E”; e 23% as marcas “H”, “



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 8 - Gráfico faixa etária



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 9 -Gráfico de marcas conhecidas

Fica evidenciado que a empresa “B” está em franca liderança na lembrança do consumidor de GLP, na cidade de Passo Fundo, com larga vantagem sobre a segunda colocada e também sobre as demais distribuidoras.

Para os consumidores, a marca que acreditam ser a mais consumida na cidade de Passo Fundo está representada pela empresa “B” que foi citada como a marca mais consumida por 89% dos entrevistados; em segundo lugar ficou a empresa “A” com 6% dos entrevistados acreditando ser a mais marca mais consumida. As marcas “D” e “H” ficaram com 2%; a marca “F” ficou com 1% das indicações e as marcas “E”, “I” não receberam indicações de lembrança de consumo.

Consecutivamente, a marca de gás que os consumidores preferem comprar em seus domicílios foi, em 67% da mostra, elencada para a marca “B”; 16% preferem a marca “A”; 7% preferem a marca “D”; as marcas “I” e “H” são preferidas por 3% dos entrevistados; 2% preferem a marca “G” e as marcas “E” e “F” são preferidas por 1% dos entrevistados.

Novamente percebe-se que a grande maioria (67%), prefere a marca “B”, enquanto que as demais são pouco citadas como preferidas, com percentuais entre 0 (zero) e 16 (dezesesseis) por cento.

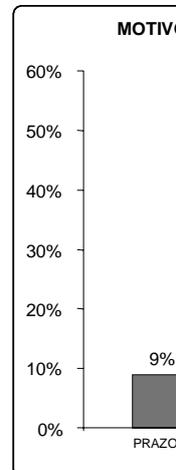
Como a marca “A” foi lembrada por uma boa parte da amostra, solicitou-se aos entrevistados que preferem a marca “A” os motivos desta preferência e as respostas foram as seguintes: “tem menor preço” foi citado por 54% dos entrevistados; de “boa qualidade” foi citado por 37% e o “prazo de pagamento” foi outro motivo citado por 9% dos consumidores que preferem esta marca. Diante disso, percebe-se a qualidade dos produtos consumidos não possui tanta importância, mas o preço possui um papel fundamental na hora da tomada de decisão de compra de GLP para a cidade de Passo Fundo.

Fonte: Dados da pesquisa

Figura 10 - Gráfico da marca preferida para compra



Figura 11 - Motivos da preferência pela marca



Para a marca identificada como líder “B”, solicitou-se aos entrevistados que a preferem os motivos desta preferência. O gás desta marca “dura mais” foi citado por 37% dos entrevistados; que “não preteia as painéis” foi citado por 25%; gás de “boa qualidade” foi citado também citado por 25%; a “qualidade da chama”, foi lembrada por 6%; “bom atendimento” e “costume” foram citados por 2% e 4%, respectivamente.

Os entrevistados afirmaram que em 67% da amostra afirmaram haver diferença de qualidade entre as marcas e, 33% afirmaram que não há diferença entre as marcas. Fica evidenciado que praticamente dois terços dos consumidores entrevistados acreditam que existe diferença de qualidade entre as diferentes marcas de GLP consumidos em Passo Fundo.

Fonte: Dados da pesquisa

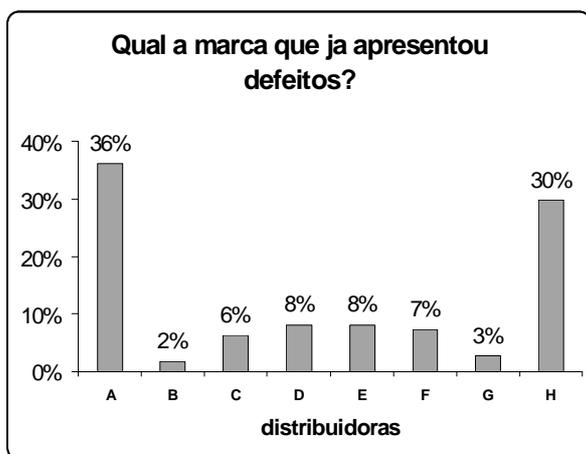
Fonte: Dados da pesquisa

Figura 12 - Motivos da preferência pela marca      Figura 13 - Gráfico de diferença entre marcas

Para as marcas que já apresentaram defeitos ao consumidor, identificou que em 36% da amostra a marca “A” foi citada como problemática; a marca “H” também foi outra marca bastante citada por 30% dos entrevistados; as marcas “D” e “E” foram citadas por 8% dos entrevistados; as marcas “F” e “C” foram citadas por 7% e 6% respectivamente. A marca “G” e “B” praticamente não apresentam problemas pois foram citadas apenas por 3% e 2% respectivamente. Entretanto, deve-se ter cuidado em analisar esses resultados, pois as mesmas foram poucas vezes lembradas pelo consumidor. Isso representa que o consumo dessas marcas na região não possui significância.

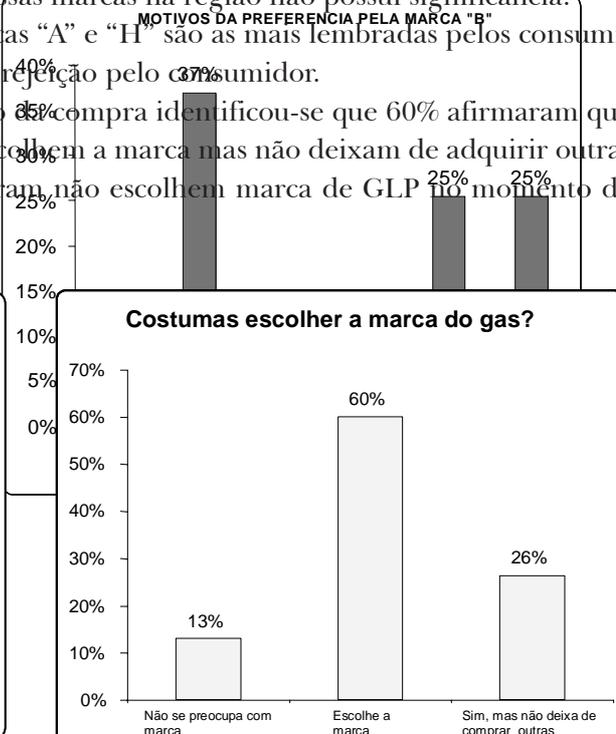
Fica evidenciado neste gráfico que as marcas “A” e “H” são as mais lembradas pelos consumidores como “problemáticas” tendo assim maior rejeição pelo consumidor.

Quanto a escolha das marcas no momento da compra identificou-se que 60% afirmaram que escolhem a marca; outros 26% disseram que escolhem a marca mas não deixam de adquirir outras se for conveniente e ainda outros 13% afirmaram não escolher marca de GLP no momento da compra.



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 14 -Gráfico das marcas defeituosas



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 15-Gráfico da escolha de marcas

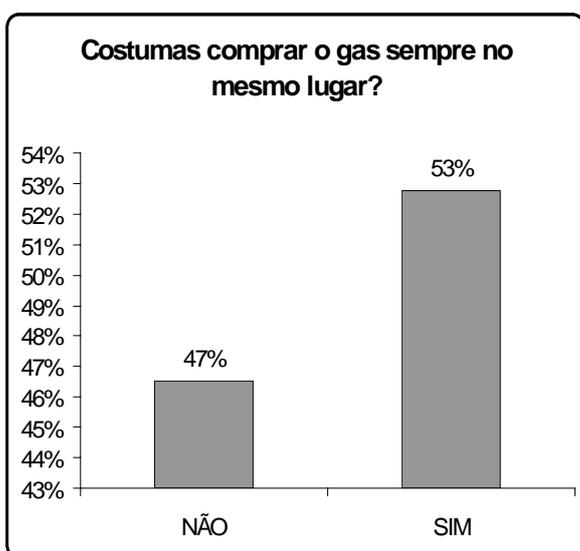
Analisando a Figura 15 fica evidenciado que o consumidor de GLP, em sua grande maioria, escolhe a marca na hora da necessidade de compra e que somente 13% da amostra de consumidores não se importa com marca de GLP para comprar.

O questionamento sobre o costume de comprar o gás sempre no mesmo local apontou que 53% adquirem sempre no mesmo local e o restante, ou seja, 47% mudam o local de compra do GLP.

Segundo estes percentuais parece que existe um certo equilíbrio entre os hábitos de compra dos consumidores, uma vez que a diferença entre ambos é de apenas 6%. Portanto a fidelidade quanto ao local de compra existe em 53% dos entrevistados.

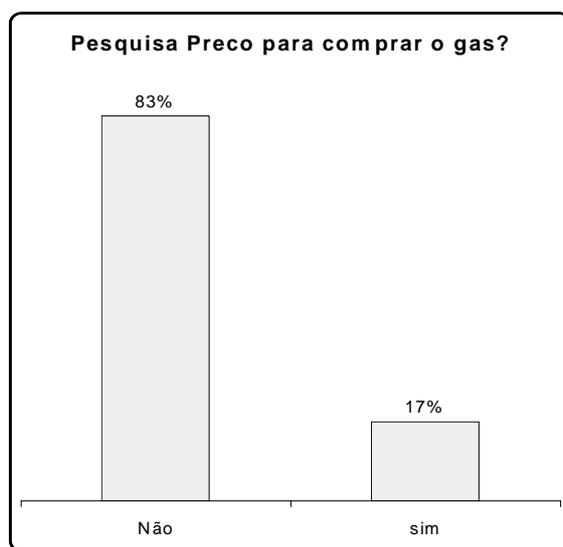
Quando solicitado ao entrevistado se este costuma realizar pesquisa de preço para adquirir o gás de cozinha, a grande maioria, 83% dos pesquisados afirmaram que “não” realizam pesquisa de preço, e apenas 17% realizam esta pesquisa.

Este dado informa que o preço não é pesquisado antes da efetivação da compra, muito provavelmente em virtude de que o consumidor já possui um parâmetro de preços praticados pelo mercado e pelo preço pago em sua última compra. Além disso, esses resultados não significam que o consumidor não leva em conta o preço do gás na hora da compra, mas que ele tem em sua mente a disponibilidade máxima a pagar pelo produto.



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 16 -Gráfico da escolha do local



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 17 -Gráfico da pesquisa de preço

Várias são as formas que os consumidores usam para identificar o gás que estão comprando. Entre elas, os entrevistados destacaram o lacre do botijão, com 24% e pela identificação do veículo do fornecedor, através de sua cor, em 23% da amostra. A música anunciada no veículo também é utilizada por 16% dos entrevistados e através do conhecimento do vendedor por 9% dos entrevistados. Com 3% aparece a identificação “cachorrinho”, a qual trata-se de logotipo de determinada Distribuidora.

Portanto, o lacre do botijão e o veículo do fornecedor de GLP são as principais formas de identificação visual do produto pelo consumidor.

Fonte: Dados da pesquisa

Figura 18 -Gráfico da identificação da marca

## 8 CONCLUSÕES

Após a coleta, processamento e análise das informações contidas neste trabalho, pôde-se chegar a algumas conclusões sobre o mercado consumidor de GLP na cidade de Passo Fundo.

O GLP é uma importante fonte de energia, seja residencial, comercial ou industrial. No entanto, estes dois últimos segmentos ficaram excluídos deste estudo e, ficam como possíveis sugestões para outros pesquisadores abordarem em outros estudos.

Já no uso residencial, foco de estudo deste trabalho, verificou-se que sua participação é expressiva, atingindo todas as camadas sociais. Assim, por tratar-se de um produto de consumo de massa, por sua natureza não permitir uma diferenciação e agregação de valor no próprio produto, tornasse uma commodity, e portanto, altamente vulnerável as oscilações de mercado como oferta e demanda.

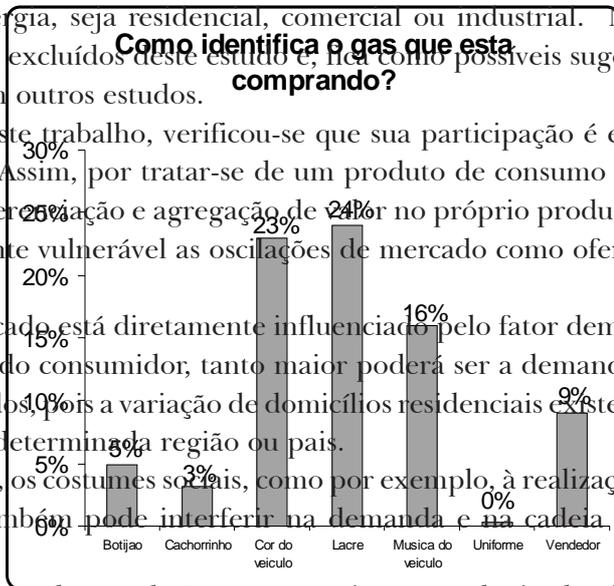
O volume de vendas em geral deste mercado, está diretamente influenciado pelo fator demográfico, uma vez que tanto maior for o mercado consumidor, tanto maior poderá ser a demanda. Aspectos sociais também devem ser considerados, pois a variação de domicílios residenciais existentes acabará por refletir na demanda daquela determinada região ou país.

Apesar de não terem sido aqui analisados, os costumes sociais, como por exemplo, a realização de refeições em casa ou em restaurantes, também pode interferir na demanda e na cadeia de distribuição do GLP.

Da mesma forma, as substituições, por parte da população, por energias e tecnologia alternativas, também influenciam diretamente na demanda. O surgimento do aparelho de micro ondas é outro exemplo de substituição, uma vez que a cozedura ou aquecimento dos alimentos não e mais realizados através dos fogões.

Aspectos climáticos também interferem na demanda, uma vez que dias de baixas temperaturas, a necessidade de aquecimento humano e animal faz com que o GLP se torne fonte de energia e calor. Por outro lado nos dias de altas temperaturas (verão), o uso da lenha como fonte de energia e calor torna-se desconfortável, sendo substituído então pelo GLP.

Com relação ao mercado consumidor da cidade de Passo Fundo, com as informações aqui contidas, é possível traçar um perfil básico do consumidor e seus hábitos. O mercado consumidor



de GLP residencial de Passo Fundo é um mercado onde a dona de casa, doméstica e aposentados, são os principais agentes da compra do GLP familiar.

Conclui-se também que a opção de receber o gás em casa é a forma mais utilizada, e o telefone é o principal meio de comunicação utilizado para encomenda-lo. Outro fator que ficou bem evidenciado na pesquisa é a liderança exercida de forma bem consistente por uma determinada distribuidora da cidade, onde os índices de lembrança e preferência estão bem consolidados no consumidor e muito distantes das demais concorrentes no mercado.

Há uma valorização significativa da qualidade percebível do produto e dos botijões, bem como atendimento, preço e prazo de pagamento. Existem 8 (oito) distribuidoras atuando no mercado local, sendo que apenas uma, aqui definida como empresa “B” possui a liderança absoluta do mercado, outras duas a empresa “A” e a “H” são as que possuem maiores índices de rejeição.

Os motivos apontados pelos entrevistados para que a empresa “B” tornar-se líder de mercado são: o gás dura mais, qualidade de seu produto, e por não pretear as panelas e queimadores do fogão. Já os motivos para que as empresas “A” e “H” obtivessem uma rejeição maior por parte dos pesquisados são a pouca durabilidade do gás em relação às demais marcas e ao fato de sujar as panelas e queimadores, principalmente ao final do gás no recipiente.

Trata-se de um consumidor que conhece marcas e opta na hora da compra, que apesar de não pesquisar preço, não aceita preços acima do que o mercado esta praticando, uma vez que está sempre informado sobre os preços médios praticados. Metade das opiniões coletadas na pesquisa apontam como sendo fieis ao mesmo local de compra ou fornecedor.

As formas como os consumidores identificam a marca do GLP que esta sendo comprado vão desde a cor do caminhão, passando pelo lacre ate a música do veículo, o fato de o vendedor ser conhecido também é decisivo para 9% dos pesquisados. Interessante destacar que até o logotipo ou marca visual de uma das marcas foi lembrado, como a do “cachorrinho”, sendo este fator de reconhecimento da marca adquirida.

O fato de haver apenas uma marca com a grande maioria da preferência dos consumidores passofundense, deixa aberta uma gama de estudos investigativos mais aprofundados que visam detectar características que auxiliam na explicação desses resultados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA). Disponível em: <http://www.ipea.gov.br>. Acesso em: 20 set. 2004.

Agência Nacional do Petróleo (ANP). Disponível em: <http://www.anp.gov.br/petrol/levantamento.preços.asp>. Acesso em: 24 set. 2004.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas (IBGE). Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/cidades>. Acesso em: 29 set. 2004.

Petróleo Brasileiro S/A. Disponível em: <http://www.petrobras.com.br>. Acesso em: 25 set. 2004.

Gás Brasil. Disponível em: <http://www.gasbrasil.com.br>. Acesso em: 20 set. 2004.

Supergasbras Distribuidora de Gás S/A. Disponível em: <http://www.supergasbras.com.br>. Acesso em: 27 set. 2004.

Departamento Intersindical de Economia e Estatísticas Sócio Econômicas

Jornal diário da manhã

Prefeitura Municipal de Passo Fundo

(Minasgas Distribuidora de Gás S.A, 2004)

PURVIZ & GERTZ (2004)