

ANÁLISE DO MERCADO DE COMBUSTÍVEIS NO BRASIL E NO RIO GRANDE DO SUL

Alberto José Silva Ayres¹
Tiarajú Alves de Freitas²

Resumo: Este trabalho fará um breve histórico da formação do mercado de combustíveis no mundo e no Brasil, destacando a importância do Petróleo como principal insumo para produção de combustíveis. A seguir realiza-se uma análise da constituição do mercado brasileiro da gasolina, mostrando a formação do mercado de refino de petróleo até a chegada do produto aos consumidores. Também, mostra como funcionam os organismos de defesa da concorrência em relação a este mercado e a importância da criação da Agência Nacional de Petróleo, como agente fiscalizador e regulador deste mercado. Por fim, com referência aos efeitos da concorrência deste mercado junto ao consumidor, se verifica o nível do alinhamento dos preços praticados pelos revendedores de combustível líquido. Para tanto calcula-se o coeficiente de variação entre os preços praticados pelos postos, o denominamos de Índice Concorrencial de Preços (ICP). O seu cálculo é feito para 43 cidades do Rio Grande do Sul., verificando-se, assim o nível de concorrência do estado e dos municípios gaúchos.

Palavras chaves: Combustíveis. Concorrência. Histórico.

Abstract: This paper will make a description soon about of the fuel market in the world and Brazil, emphasizing the importance of oil, as main raw material for fuel production. To follow an analysis of the constitution is become fulfilled of the Brazilian market of the gasoline in Brazil, showing the formation of the market of refining of oil until the arrival of the product to the consumers. Also, one reveals as organisms of a free market defense in relation to this market and the importance of creation of the Agencia Nacional de Petróleo (ANP), as fiscalizador and regulating agent of this market . Finally, with reference to the effect of the competition of this together market to the consumer, if it verifies the level of the alignment of the prices practised for the liquid fuel peddlers. For in such a way the variation coefficient is calculated enters the prices practised for the ranks, calls it of Índice Concorrencial de Preços (ICP) Its calculation is made for 43 cities of the Rio Grande do Sul, verifying itself, thus the level of competition of the state and the cities gauchos.

1 Introdução

O petróleo em seu estado natural é uma mistura de hidrocarbonetos, com vários tipos de moléculas formadas por átomos de hidrogênio e de carbono, e em proporções bem menores, derivados oxigenados nitrogenados e sulfurados. Seus produtos e subprodutos são os mais variados, destacando-se a gasolina, o querosene, óleos combustíveis, plásticos, asfaltos, fibras sintéticas, fertilizantes, detergentes, solventes, borracha, pinturas, e etc...

Começou a ser utilizado nas primeiras civilizações, onde era conhecido popularmente como betume, asfalto, alcatrão, lama, resina, azeite e nafta. Na Babilônia era utilizado em construções de cisternas, esgotos, pinturas em cerâmica, aplicação de ladrilhos, iluminação (através de tochas) e para cremação de corpos. Em outras civilizações foi utilizado na

¹ Bacharel em Ciências Econômicas pela Fundação Universidade Federal do Rio Grande.

² Professor Assistente do Departamento de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis – DCEAC – da Fundação Universidade Federal do Rio Grande – FURG e aluno do PPGE-UFRGS;

construção de templos, na construção de estradas pavimentadas e na construção de pirâmides³. Se tendo também relatos do seu uso pelos indígenas peruanos. (MORELLI, 1966)

Na metade do século XIX, com a descoberta de petróleo nos Estados Unidos, começou-se a industrialização do insumo, e as pesquisas de perfuração de poços, ocasionou um desenvolvimento da indústria norte americana deste setor, impulsionando uma revolução econômica, industrial e tecnológica no mundo. (ARAGÃO, 2005)

No Brasil, os primeiros vestígios de exploração do petróleo datam de por volta de 1860 na Bahia, quando o imperador Dom Pedro II, baixou os Decretos nº 3.352, de 1864 e 4.386 de 1869, concebendo a permissão para se extrair turfa, petróleo e outros minerais nas Comarcas de Camamu, Ilhéus e nas margens do rio Maraú, na província da Bahia, tendo como principal interesse econômico à produção de querosene. (MARINHO JR., 1970)

Até o início do século, não se teve grandes investimentos no setor petrolífero brasileiro, caracterizando a exploração por livre iniciativa do setor privado. Em 1907, o Brasil começou a importação de gasolina a fim de abastecer os primeiros veículos automotores que começavam a circular no país. (ARAGÃO, 2005). Também neste ano, houve a criação do Serviço Geológico e Mineralógico Brasileiro (SGMB), na qual ocasionou em aumentando substancial da perfuração de poços no Brasil e em 1933 há a criação do Departamento Nacional da Produção Mineral (DNPM). (LUCCHESI, 1998)

Com a Primeira Guerra Mundial, (1914-1918) houve um novo ânimo para o desenvolvimento de pesquisa em petróleo no Brasil, na qual resultou na criação da Comissão de Pesquisa de Carvão e Petróleo do Vale do Amazonas, em 1917. (MORELLI, 1966) A partir dos anos 20, no Rio de Janeiro, a comercialização da gasolina, começou a se dar diretamente ao consumidor, havendo uma distribuição da gasolina bem diversificada. Cabe ressaltar que neste período, a economia brasileira sofreu com a crise do café, houve o surgimento da indústria no país, a crise de 29 e a revolução de 30. Estes fatores, principalmente o da industrialização e da necessidade de insumos fez com houvesse um aumento da demanda no Brasil de petróleo. (ARAUJO & OLIVEIRA, apud, ROPPA, 2005)

Em 1938, ocorre a criação do Conselho Nacional do Petróleo (CNP), por Getúlio Vargas, primeira iniciativa de regulamentação do produto. (MARINHO JR., 1970). Na década de 40, ocorre a implantação do Plano SALTE, que visava o desenvolvimento de vários setores do Brasil em quatro anos, na qual os setores da saúde, alimentação e energia eram as principais metas de desenvolvimento. Assim na parte de energia no setor petrolífero se obteve pesquisas intensivas e investimentos na compra de equipamentos para execução dos trabalhos, além da construção de refinarias e aquisição de petroleiros. (MARINHO JR. 1970)

Com o pós-guerra⁴, o petróleo se estabeleceu como principal fonte energética mundial, acarretando uma necessidade, por parte das nações, de buscarem fontes energéticas para suprir as necessidades das economias européias, japonesas e norte-americanas, estas que por sua vez tinham uma escassez de oferta de petróleo (COUTO, 2003), com isto, os países vendo a importância do insumo começaram a nacionalização do produto, entre eles o Brasil com a criação da Petrobrás, e pelos principais países exportadores de petróleo, a criação da OPEP⁵, que tinha como objetivos, atuar como controladora das reservas, e da produção mundial, manipulando os preços internacionais o que viria a ocasionar nas futuras crises do petróleo. (ROPPA, 2005)

Sob o lema “O Petróleo é Nosso”, em 1953 foi criada a Petrobrás, sob a lei nº 2004 no dia três de outubro de 1953 e instalada em 10 de maio de 1954, no governo de Getúlio Vargas, sendo uma empresa estatal e com exclusivo monopólio da exploração do petróleo em nome da União (LUCCHESI, 1998). A empresa tinha como objetivo a lavra, a refinação, o comércio e o transporte do petróleo e derivados, constituído a nacionalização da exploração,

³ Egito antigo.

⁴ 2ª Guerra Mundial

⁵ Organização dos Países Produtores de Petróleo

industrialização e comércio. A partir deste período, ocorre um grande desenvolvimento da indústria petrolífera brasileira, já que juntamente há um aumento da industrialização e de construções de rodovias que interligavam as principais cidades brasileiras, aumentando o consumo de combustíveis devido ao aumento de automóveis. Assim, consequentemente ocorre a necessidade de importação do petróleo, já que a capacidade de produção nacional era bem inferior do que a demandada.

Devido a este aumento de demanda dos produtos derivados do petróleo o governo decide construir através da Petrobrás várias refinarias pelo país, como a de Landulpho Alves (RLAM) na Bahia, inaugurada em 1950, a de Presidente Bernardes (RPBC), situada em Cubatão, perto de Santos, inaugurada em 1955, a de Duque de Caxias (REDUC) localizada no Rio de Janeiro, a Alberto Pasqualini (REFAP) situada em Canoas no Rio Grande do Sul, inaugurada em 1968, e a Gabriel Passos (REGAP) em Minas Gerais, também inaugurada em 1968. (MORELLI, 1966)

Na década de 60, a Petrobrás se caracteriza principalmente por ser constituída inicialmente por técnicos estrangeiros, que com o passar do tempo foram sendo substituídos por brasileiros. Em termos de exploração de petróleo houve uma expansão que ia do Norte até o Sudeste brasileiro, e pelas descobertas dos poços “*offshore*”⁶. O que mesmo assim, no início da década, resultou em uma baixa produtividade dos poços terrestres, até que em 1968 ocorreu a descoberta dos campos “*off-shore*” de Guaricema no Sergipe, e logo após o de São Mateus, no Espírito Santo, havendo uma mudança em relação a produtividade. (LUCCHESI, 1998).

A década de 70 foi marcada pela primeira e segunda crise do petróleo. Cabe ressaltar que um dos motivos que a Petrobrás foi criada foi para substituir a importação de derivados do produto pela sua produção interna, mas esta não conseguiu suprir a demanda brasileira, devido à baixa produtividade dos poços. (ROPPA, 2005), o que ocasionou a estagnação da produção nacional, já que as reservas brasileiras não conseguiam suprir o consumo crescente. A diminuição da capacidade das reservas terrestres e aquáticas fez com que o governo ampliasse o investimento *downstream*⁷ e formação da Braspetro em 1972⁸, sendo que neste período ocorreu o primeiro choque do petróleo, devido às manipulações dos países da OPEP para o aumento do preço, fazendo com que o mercado de petróleo se inflacionasse, e assim aumentando a necessidade do Brasil em aumentar os investimentos na exploração. No meio da crise, em 1974, no entanto, houve a descoberta dos campos marítimos da bacia de Potiguar no Espírito Santo, e a bacia de Campos no Rio de Janeiro, iniciando-se assim a exploração de petróleo em águas profundas e ultraprofundas, na plataforma continental brasileira. Em 1978, acontece a segunda crise do petróleo, assim os preços quintuplicaram, forçando a indústria nacional a fomentar ainda mais investimentos para aumentar a produção interna e diminuir a dependência externa, que mais uma vez foi ocasionada pelo controle feito pelos países da OPEP. (LUCCHESI, 1998)

Os anos 80 se caracterizam principalmente por haver uma realocação geográfica, principalmente *off-shore*, dos investimentos, a da entrada de capital internacional e fusões, na indústria petrolífera brasileira. Em 1982 a produção marítima ultrapassa a terrestre, graças às descobertas das Bacias de Campos. Em 1986 se dá a criação do Programa de Inovação Tecnológica e Desenvolvimento Avançado em Águas Profundas (Procap 1.000), em que visava à pesquisa em águas até 1.000 metros de profundidade, projeto que obteve grande sucesso, já que conseguiu perfurar poços, abaixo de 1.200 metros. (ARAGÃO, 2005)

Na década de 90 começa o processo de liberação do mercado de combustíveis, na qual ocorreu gradativamente, assim diminuindo o poder do estado no setor produtivo, passando a atuar somente como agente regulador. (PINTO; SILVA, 2004), assim em 1995, é sancionada

⁶ No mar.

⁷ Refino Transporte e petroquímica.

⁸ Buscava alternativas de abastecimento de petróleo em outros países.

a Emenda Constitucional nº. 9 que estabelecem nova redação ao artigo 177 da constituição de 1988, na qual autoriza empresas constituídas sob lei nacional, a realizar atividades de exploração e produção, contudo esta emenda não retirou a propriedade exclusiva da União dos recursos minerais brasileiros, mas autoriza empresas privadas a realizar atividades de exploração e produção. (ARAGÃO, 2005) Já no ano seguinte através da Portaria MF⁹ nº 56/96, de 29 de março de 1996, ocorreu a liberalização dos preços de venda das distribuidoras e das revendedoras para a gasolina e álcool hidratado em praticamente todo o território nacional, com exceção de alguns municípios da região norte e do centro-oeste, supridos pelo modal fluvial. E no final do ano de 1996 houve então a redução do subsídio ao álcool hidratado em todo o território nacional e liberalização dos preços deste e da gasolina nos estados que faltavam¹⁰ (PINTO; SILVA, 2004), sendo que em 1997 é criada pelo governo federal a Agência Nacional do Petróleo, a ANP.

Em 1997 é finalizado o monopólio estatal e com isto ocorre a abertura do capital privado para as atividades antes só realizadas antes pela Petrobrás, esta por sua vez, agora atuando como mais uma empresa comercial do ramo.

Com o intuito de melhorar a concorrência do setor de derivados de petróleo, foi instituída a Lei nº 9.478 (Lei do Petróleo), de seis de agosto de 1997, criando a ANP, vinculada ao Ministério de Minas e Energia, na qual cabe a defesa dos interesses do consumidor e a livre concorrência, além de elaborar os editais e promover as licitações para a concessão de exploração, desenvolvimento e produção, entre outros atributos de realização de contratos e fiscalização.

Assim, até o ano de 2002 ocorreu o processo de desregulamentação do mercado, na qual, permitiu que outras companhias produzissem e comercializassem em todo o território nacional os combustíveis, bem como a importação e exportação de derivados de petróleo, assim buscando o aumentando do número de agentes no mercado de combustíveis. (ARAGÃO, 2005)

2 O Mercado de Concorrência

Uma das principais barreiras à concorrência são os cartéis. Quando o governo passou a liberar o mercado de combustíveis na década de noventa, visava assegurar a liberdade dos agentes envolvidos na busca da eficiência, através da livre concorrência e diminuindo a sua atuação no mercado, assim a estrutura de varejo de combustíveis no Brasil sofreu várias transformações ao longo da década tendo sua conclusão no ano de 2002. (NUNES; GOMES, 2005)

Em se tratando de concorrência, o modelo de concorrência perfeita, é aquele que parte da hipótese de que nenhuma empresa tem poder sobre o mercado, assim tomando decisões isoladamente. A indústria se define, como um grupo de empresas produzindo um produto homogêneo, sendo que as características dos produtos e dos serviços assim como as vendas são as mesmas para todos, não interferindo no preço de mercado, ou seja, que os agentes sejam tomadores de preço (VASCONCELOS, OLIVEIRA, 2000), sendo que as hipóteses básicas para se ter este tipo de mercado são: grande número de empresas; o produto tem que ser homogêneo, não haver diferenças entre a firma que fabricou, de modo que o produto com o preço menor é o preferido ao mais caro; a livre entrada e saída de empresas da indústria, cada uma com sua parcela de mercado; a maximização dos lucros; a remuneração do capital acima da taxa normal de mercado; a livre circulação da informação e de fatores de produção, assim os agentes estão livres para trocar de uma empresa para outra, e uma sabe o que a outra esta vendendo, como seu preço, qualidade, custos, ou seja, uma alocação ótima dos recursos

⁹ Ministério da Fazenda

¹⁰ Tocantins, Mato Gross, Porto Velho, Manaus e Belém.

(HANSENCLEVER, 2002). Contudo a concorrência é considerada “... um caso extremo de atomização do mercado que faz com que nenhuma firma que atua neste setor tenha algum poder de influenciar isoladamente a formação do preço...” (VASCONCELLOS, OLIVEIRA, R. G., 2000 p.179)

Contudo nota-se que é raro encontrar um modelo de concorrência perfeita, pois muitas vezes eles não tratam da realidade dos mercados, pois cada empresa sempre procurará proteger sua produção, com isto inferindo os pressupostos acima, caracterizando-se por um modelo de concorrência imperfeita.

O modelo de concorrência imperfeita, no entanto, nada mais é do que o relaxamento das premissas do modelo de concorrência perfeita, onde o mercado de combustíveis brasileiro mais se enquadra. Em se tratando de um mercado com poucos vendedores, pode-se dizer que este se trata de um oligopólio. “... quando as empresas de um oligopólio escolhem individualmente a quantidade produzida que maximiza o lucro, eles produzem uma quantidade maior do que o nível do monopólio e menor do que o que seria atingido pela concorrência. O preço do oligopólio é menor do que o do monopólio, mas maior que o preço do mercado competitivo (em que o preço é igual ao custo marginal)” (MANKIW, p. 356. 2001).

Em se tratando de oligopólio, no entanto, existem dois tipos: o oligopólio com produto homogêneo e o oligopólio com diferenciação dos produtos. Os de oligopólio homogêneo, as empresas produzem produtos que não são diferenciados pelos consumidores, onde o preço é o único diferencial; os de diferenciação de produtos são quando os consumidores têm preferência por produtos de determinada firma. (VASCONCELLOS, 2000).

Cabe ressaltar também que na revenda de combustíveis os produtos são homogêneos, pois os combustíveis devem ter as mesmas propriedades para serem utilizados nos veículos, conforme as normas da ANP. Isto pode fazer com que os postos utilizem marketing e sinalização de aspectos qualitativos como forma de atrair o consumidor para si.

Em se tratando de cartel, este por sua vez, é uma das práticas que mais entaves trazem a concorrência, ocasionando problemas para o mercado e malefícios para o consumidor. Varian defende que o cartel “ocorre quando várias empresas diferentes em uma indústria podem fazer uma colusão para restringir a produção com o objetivo de aumentar o preço, e, portanto, os lucros” (VARIAN, p. 459, 2000). Assim, as práticas anticompetitivas, visam proteger as empresas das forças do mercado já que esta possui pressões menores para diminuir custos ou aumentar a tecnologia, com isto tornando-se uma economia ineficiente de mercado. “... uma vez que o cartel é formado, o mercado passa a ser atendido, de fato, por um monopólio,... Um cartel deve concordar, não só quando à quantidade total a ser produzida como quanto à produção de cada integrante” (MANKIW, p. 353, 2001).

No Brasil segundo a Secretaria de Direito Econômico – SDE - o mercado de combustíveis, é o setor com maior número de investigações envolvendo cartel. Portanto o cartel se caracteriza por acordos formais ou informais, feito pelas empresas competidoras, a fim de controlarem os preços e as quantidades, para maximização dos lucros (BRUNI, 2005).

Para que os mercados não usem de práticas anticompetitivas existem organismos de defesa da concorrência, assim para o mercado de combustíveis, após a liberalização do mercado, coube a Agência Nacional do Petróleo, a responsabilidade pela regulamentação e fiscalização deste mercado. Entre suas atribuições a ANP faz uma coleta semanal de preços dos distribuidores e dos revendedores de combustíveis, na qual divulga em seu site¹¹, assim especificando o levantamento dos preços, e de margem de comercialização abrangendo todos os combustíveis comercializados no Brasil. Esta coleta também procura identificar os indícios de infrações à ordem econômica como o alinhamento de preços e a formação de cartel,

¹¹ www.anp.gov.br

comunicando à SDE e ao CADE¹² as possíveis infrações. Caso seja constatada alguma irregularidade, cabe a ANP, aplicar sanções administrativas, com a aplicação de multas, de acordo com a graduação da infração; apreensão de bens e produtos; apreensão de produtos; cancelamento do registro do produto junto a ANP; suspensão temporária, total ou parcial, de funcionamento de estabelecimento ou instalação e revogação de autorização para o exercício de atividade.

No Brasil, no ano de 2006 houveram 24.666 postos fiscalizados, onde 1000 sofreram interdição, 6.261 sofreram infração e 1.570 atuações por qualidade. No ano de 2007 até o mês de setembro, já foram fiscalizados 18.706 postos, e destes, 698 sofreram interdição; 4.417 infrações e 1.241 atuações por qualidade, conforme TABELA 1.

TABELA 1 – Nº DE POSTOS QUE SOFRERAM ATUAÇÕES PELA ANP

Ano	Fiscalização	Interdição	Infração	Autuação por Qualidade
1999	7.335	449	2.098	424
2000	12.465	559	4.206	743
2001	15.671	692	5.274	1.228
2002	22.619	1.132	7.247	1.948
2003	26.347	1.311	8.690	1.643
2004	25.161	1.674	7.877	1.309
2005	15.306	645	4.290	1.088
2006	24.666	1000	6.261	1.570

Fonte : ANP

3 O MERCADO DE GASOLINA

Em se tratando do mercado de gasolina, cabe ressaltar todas as etapas do processo até a chegada do produto ao consumidor, assim primeiramente será abordado o refino de petróleo no Brasil, a distribuição de combustíveis através das distribuidoras e também o setor de revenda de combustíveis e as suas respectivas bandeiras.

Em relação ao setor de refino de petróleo o setor desde o ano 2000, é formado por 13 refinarias de petróleo das quais 11 estão sob o controle da Petrobrás, sendo então a firma dominante no mercado nacional, possuindo 98,76% do mercado de refino de combustíveis no Brasil, conforme a TABELA 2

TABELA 2 – Produção da refinarias 2000/set. 2007

REFINARIAS	PRODUÇÃO 2000/2007	Porcentagem %
IPIRANGA	8.966.236	1,21%
MANGUINHOS	7.945.801	1,08%
PETROBRÁS	728.993.224	98,76%

FONTE: ANP

¹² Conselho Administrativo de Direito Econômico

Cabe ressaltar que desde o ano de 2005 a refinaria de Manguinhos parou temporariamente o processo de refino do petróleo, devido principalmente ao aumento do preço internacional do produto, pois toda a sua produção era feita através de insumo importado, sendo assim em 2006 o mercado ficou somente entre a Ipiranga e a Petrobrás, ficando 99,58% do mercado ficou na mão da estatal, conforme a TABELA 3.

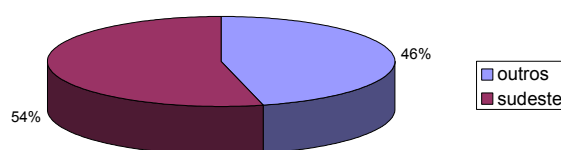
TABELA 3 – Produção das refinarias em 2006

	Refino	%
Ipiranga	415.358	0,42%
Petrobrás	98.518.855	99,58%
Total	98.934.213	100%

FONTE: ANP

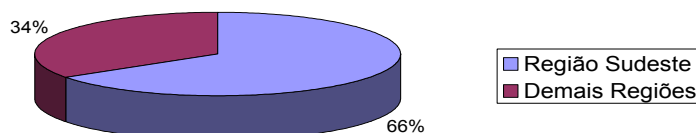
Em relação à localização geográfica das refinarias em 2007, verifica-se que 54% das refinarias brasileiras estão concentradas na região sudeste, conforme o GRÁFICO 2, dados que se confirmam também no que tange a produção, já que 66% da produção nacional está concentrada na região sudeste, conforme o GRÁFICO 3.

GRÁFICO 1 – Percentual em relação à localização das refinarias em 2007



Fonte: Elaboração própria a partir de dados estatísticos do site da ANP

GRÁFICO 2 – Percentual em relação à produção geográfica em 2007

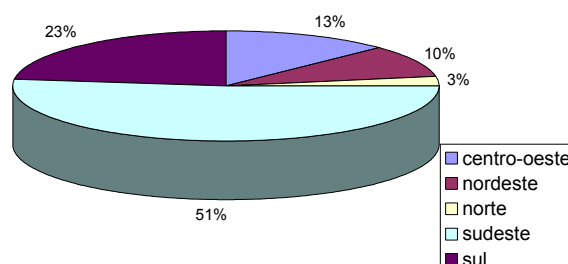


Fonte: Elaboração própria a partir de dados estatísticos do site da ANP

Em relação ao mercado de distribuição de gasolina no Brasil, este é caracterizado por empresas que compram a gasolina das refinarias, cabendo a elas realizar os procedimentos necessários para a adequação dos combustíveis para a comercialização, ou seja, adição de 20% de álcool etílico anidro, na gasolina tipo A, transformando-a na gasolina do tipo C, que após este processo vendem o combustível para os postos de revenda.

Conforme o GRÁFICO 4, a região sudeste é a que possui o maior número de distribuidoras, com 51%, possuindo mais da metade do mercado nacional de distribuição de combustíveis, notando-se assim uma grande concentração geográfica em relação a produção, já que a região sul, centro-oeste, nordeste e norte, possuem somam juntas 49% do mercado.

GRÁFICO 3 – Número de distribuidoras por regiões brasileiras - 2007



Fonte: Elaboração própria a partir de dados estatísticos do site da ANP

Em relação às distribuidoras existentes no Brasil a TABELA 4 demonstra as principais distribuidoras atuantes no mercado brasileiro, se destacando a Petrobrás, com 24,30%; a Ipiranga 16,30% e a Shell com 10,06%, representando assim 50,66% de todo o mercado de distribuição de combustíveis nacional.

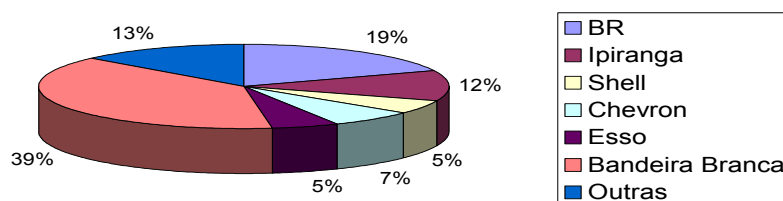
TABELA 4 – Participação em porcentagem das empresas em 2005

Distribuidoras	Participação (%)
BR	24,30
Ipiranga	16,29
Shell	10,06
Esso	9,08
Chevron	8,91
Ale	3,21
Petro Sul	2,24
Satelite	1,83
Fic	1,83
Repsol YPF	1,28
SP	1,06
Total	0,99
CJ	0,88
Sabba	0,82
Flag	0,76
Outras	16,44
Total	100 %

FONTE: ANP

No setor de revenda de combustíveis é quando a gasolina chega ao consumidor final. O mercado nacional se caracteriza por postos que se filiam a alguma bandeira, ou postos com liberdade de escolha de compra de combustíveis de qualquer distribuidora, assim se caracterizando por postos de bandeira branca. “A bandeira de um posto nada mais é que a marca de uma distribuidora (com exceção da bandeira branca). Possuir uma bandeira significa que o posto só deve comprar combustível daquela distribuidora (os postos da Petrobrás, por exemplo, só compram gasolina da Petrobrás Distribuidora). O posto com bandeira branca pode comprar gasolina de qualquer empresa” (BRUNNI, p.33, 2005).

GRÁFICO 4 – Percentual de gasolina por bandeiras no Brasil - 2005



Fonte: Elaboração própria a partir de dados estatísticos do site da ANP

No Brasil os postos de bandeira colorida representam 61% do mercado nacional, assim os postos BR são os que predominam este mercado com 19%, logo em seguida os postos Ipiranga com 12%, seguidos da Shell, Chevron, Esso, e outros postos. Já os postos de Bandeira Branca, representam 39% de todo o mercado nacional, e de acordo com a ANP, mais da metade concentrados na região Sudeste, com 51%. O desvinculo com as distribuidoras é a sua principal característica, tornando-os mais competitivos, podendo escolher de quem comprarem o combustível a um preço melhor.

Com isto, o fato dos postos de bandeira branca serem desvinculados das distribuidoras torna suas escolhas mais liberais do que os outros postos, assim cabendo à ANP a responsabilidade de fiscalização da qualidade e dos preços dos combustíveis, garantindo a não adulteração dos combustíveis e um preço de mercado.

Os postos de bandeira colorida, por sua vez, caracterizam-se por serem vinculados às distribuidoras, sendo obrigatória a compra do combustível somente dela. O fato de ostentar uma bandeira permitem aos postos se utilizarem de marketing e de propaganda da distribuidora, fazendo com que o consumidor ligue a revendedora à marca comercial da distribuidora, assim como a procedência do combustível. Através destas práticas, transmitem mensagens de diferenciação dos produtos feitos pelas distribuidoras para os consumidores, tornando a propaganda e marketing a principal estratégia competitiva das grandes distribuidoras (ROCHA 2002), já que os custos destes postos costumam ser maiores devido ao pagamento pelas franquias pela utilização das respectivas marcas, fator importante para a diferenciação dos preços em comparação com os postos de bandeira branca, já que estes muitas vezes são discriminados por venderem combustíveis mais baratos, pois as diferenças de preços podem levar o consumidor a pensar que está comprando um produto adulterado.

No Rio Grande do Sul o mercado se apresenta de forma bem dinâmica, já que possui duas refinarias, uma da Petrobrás e a outra a Ipiranga que também atuam nos outros setores de comercialização de combustíveis, na qual, em relação à quantidade de venda de combustíveis, em comparação com todos os estados da federação, é o terceiro estado brasileiro, de acordo com a ANP, a comercializar a gasolina do tipo C, abrangendo 9,01% de acordo com os dados de 2005.

4 Análise da concorrência na etapa de revenda de gasolina no Rio Grande do Sul

Para se fazer uma análise do grau de concorrência no Rio Grande do Sul, foi coletado no “*site*” da ANP semanalmente o preço da gasolina tipo C comercializada nos postos dos 43 municípios do estado, afim de que se calculasse o Índice de Concorrência destas cidades, o preço médio destas e a margem de lucro, no período de outubro de 2006 à outubro de 2007. Averiguando-se assim se existem indícios no estado de práticas desleais na concorrência do combustível.

4.1 O Cálculo do coeficiente de variação ou Índice Concorrencial de Preços (ICP)

Conforme visto, o mercado de concorrência de combustíveis é um dos que apresentam maior número de investigações envolvendo práticas anticompetitivas. Para averiguar tais práticas, uma das formas utilizadas pela ANP e pela Secretaria de Direito Econômico (SDE) é o Coeficiente de Variação (CV). O CV é uma medida variante relativa usada para se verificar a variação de duas ou mais amostras de diferentes tamanhos, sendo que quanto menor o valor menor é a dispersão (ANP, 2007), ou seja, menor a concorrência.

$$(1) \quad CV = \frac{s}{x} = ICP$$

Onde: s é o desvio padrão
 x é a média da população

Não existe, todavia, um consenso na classificação do CV alto ou baixo, sendo que para a ANP um ICP abaixo de 1% é indício de baixa dispersão de preços.

$$\begin{aligned} ICP > 1\% &= \text{Livre concorrência} \\ ICP < 1\% &= \text{Não concorrência} \end{aligned}$$

Conforme visto acima, um ambiente que apresente um ICP¹³ maior que 1% indica que o mercado está num cenário de livre concorrência, ao contrário, pode haver indícios de práticas desleais no mercado. Utilizando a metodologia acima, através dos dados coletados semanalmente da *home page*¹⁴ da ANP, são calculados os ICPs dos municípios do Rio Grande do Sul, ponderando-se com a frota¹⁵ dos veículos das cidades do RS.

$$(2) \quad ICP_{RS} = \sum_{i=j}^n \frac{(ICP_i \times FROTA_i)}{\sum_{i=j}^n FROTA_i} \quad \text{onde } n=43$$

Assim a pesquisa abrange 43 municípios, sendo que o cálculo é feito através da soma da frota dos veículos vezes o ICP de cada cidade, dividindo-se por toda a frota do estado, resultando no ICP do estado do Rio Grande do Sul.

¹³ Deste ponto em diante o Coeficiente de Variação – CV será chamado de Índice Concorrencial de Preços – ICP.

¹⁴ www.anp.gov.br

¹⁵ de acordo com os dados coletados de dezembro de 2006, do site do denatran www.denatran.gov.br

4.2 A Margem de lucro dos postos de gasolina

A variável Margem é estabelecida através do preço médio pago pelos postos de gasolina a distribuidora sobre o preço médio pago pelo consumidor, assim tem-se um percentual entre os dois preços.

$$(3) \quad MARGEM = \left(1 - \left(\frac{P_d}{P_c} \right) \right)$$

Cabe ressaltar que no Rio Grande do Sul a coleta dos dados dos preços das distribuidoras começou a ser feita a partir de março de 2007 até outubro de 2007, totalizando 35 semanas deste o início desta coleta. Sendo que nesta margem de lucro também estão embutidos os custos referentes ao funcionamento do posto. Um fator importante a se destacar é que uma alta margem de lucro juntamente com um ICP baixo podem ser um indicio de práticas desleais no mercado de gasolina, já que para o ministério público, uma margem acima de 14% já é um indicio de tais práticas.

4.3 O Preço médio dos combustíveis

O preço médio de revenda dos combustíveis trata-se de uma média de preços do período analisado, assim somam-se os preços de revenda de todas as semanas analisadas (56 semanas) e divide-se pelo número delas. Assim o cálculo do preço médio serve para se ter uma idéia do preço praticado por cada cidade no período de outubro de 2006 a outubro de 2007.

$$(4) \quad P_{\text{médio}} = \frac{\sum P_{\text{semanas}}}{n} \quad \text{onde } n=56$$

Onde: $\sum P_{\text{semanas}}$ é a soma dos preços semanais de cada cidade
 n é o número de amostras

4.4 ICP das cidades do Rio Grande do Sul

Para o cálculo do ICP Rio Grande do Sul foram analisados 43 municípios no período de outubro de 2006 até outubro de 2007, da qual resultaram 13 meses pesquisados. Para o cálculo do ICP estadual, foram usados os dados referentes à terceira semana de cada mês, na qual o valor de cada ICP foi ponderado com suas respectivas frotas, onde a soma do produto dividido pela soma da frota do estado resultam no ICP estadual, conforme a TABELA 5.

TABELA 5 –ICPs do Rio Grande do Sul entre 10/2006 até 10/2007

Data	Coeficiente	ICP
Outubro	1,14%	1%
Novembro	1,13%	1%
Dezembro	1,32%	1%
Janeiro	1,32%	1%
Fevereiro	1,44%	1%
Março	1,34%	1%
Abril	1,44%	1%
Maiο	2,18%	1%
Junho	1,44%	1%
Julho	1,23%	1%
Agosto	1,32%	1%
Setembro	1,91%	1%
Outubro	2,41%	1%

Elaboração própria a partir dos dados da ANP

Assim conforme visto acima, em nenhum mês o estado apresentou indícios de não concorrência, sendo que o mês que apresentou o menor índice foi Novembro de 2006 com 1,13% e o mês com maior índice foi Outubro de 2006, com 2,41%.

Em relação ao ICPs médios de cada cidade as cidades que indicam os menores índices, conforme a TABELA 6 foram respectivamente, Jaguarão, Sabiranga, Bagé e Palmeira das Missões; e as que apresentaram os maiores índices foram Vacaria, Cruz alta e Santo Ângelo, sendo que Porto Alegre encontra-se em 39º lugar.

TABELA 6. Média dos ICPs das cidades do Rio Grande do Sul no período analisado

	Cidades	Média de ICPs
1º	JAGUARAO	0,39209%
2º	SAPIRANGA	0,62299%
3º	BAGE	0,65138%
4º	PALMEIRA DAS MISSOES	0,67879%
5º	SAO GABRIEL	0,74509%
6º	GRAMADO	0,78622%
7º	GUAIBA	0,80358%
8º	CACHOEIRA DO SUL	0,96826%
9º	CAXIAS DO SUL	0,98438%
10º	SANTA VITORIA DO PALMAR	1,07962%
11º	SAO LEOPOLDO	1,09532%
12º	CACAPAVA DO SUL	1,10639%
13º	ESTEIO	1,19347%
14º	CHUI	1,19546%

Continuação na próxima página

	Cidades	Média de ICPs
15º	SANTA CRUZ DO SUL	1,27910%
16º	NOVO HAMBURGO	1,29895%
17º	GRAVATAI	1,33136%
18º	VIAMAO	1,33166%
19º	SAPUCAIA DO SUL	1,33171%
20º	SANTA MARIA	1,36005%
21º	SANTANA DO LIVRAMENTO	1,38035%
22º	TORRES	1,39581%
23º	ALEGRETE	1,39671%
24º	ALVORADA	1,39857%
25º	RIO GRANDE	1,40251%
26º	OSORIO	1,43550%
27º	CACHOEIRINHA	1,44776%
28º	CANOAS	1,51189%
29º	PELOTAS	1,51782%
30º	LAJEADO	1,57253%
31º	PORTO ALEGRE	1,60582%
32º	TRAMANDAI	1,62007%
33º	PASSO FUNDO	1,63251%
34º	ERECHIM	1,65535%
35º	BENTO GONCALVES	1,72493%
36º	SAO BORJA	1,85868%
37º	URUGUAIANA	2,35740%
38º	SANTA ROSA	2,45593%
39º	IJUI	2,52986%
40º	SAO LUIZ GONZAGA	2,97731%
41º	SANTO ANGELO	3,17645%
42º	CRUZ ALTA	3,38056%
43º	VACARIA	5,90947%

Elaboração própria a partir dos dados da ANP

Em relação aos preços médios dos municípios, conforme a TABELA 7 as cidades que apresentaram os menores preços foram às cidades de Cruz Alta, Guaíba e Novo Hamburgo, já os municípios com os maiores preços médios foram Santa Vitória do Palmar, Jaguarão e a cidade de Porto Alegre em 4º lugar.

TABELA 7 – Preço Médio da gasolina tipo C nos municípios do Rio Grande do Sul

	Município	Preços médios no período	Nº médio de postos por cidade
1º	CRUZ ALTA	R\$ 2,50	19
1º	GUAIBA	R\$ 2,50	13
1º	NOVO HAMBURGO	R\$ 2,50	25
2º	ESTEIO	R\$ 2,51	11
2º	SUL SAPUCAIA DO	R\$ 2,51	12
3º	CANOAS	R\$ 2,52	29
4º	ALVORADA	R\$ 2,53	12
4º	CACHOEIRINHA	R\$ 2,53	15
4º	OSORIO	R\$ 2,53	17
4º	PORTO ALEGRE	R\$ 2,53	138
4º	SAO LEOPOLDO	R\$ 2,53	21
5º	SAPIRANGA	R\$ 2,55	9
5º	VIAMAO	R\$ 2,55	14
6º	GRAVATAI	R\$ 2,56	23
6º	VACARIA	R\$ 2,56	16
7º	GRAMADO	R\$ 2,58	11
8º	PASSO FUNDO	R\$ 2,60	22
9º	SANTA MARIA	R\$ 2,62	24
10º	TRAMANDAI	R\$ 2,63	7
11º	IJUI	R\$ 2,65	19
11º	SANTA ROSA	R\$ 2,65	16
11º	TORRES	R\$ 2,65	8
12º	ANTA CRUZ DO SUL	R\$ 2,66	23
13º	BENTO GONCALVES	R\$ 2,68	21
13º	CAXIAS DO SUL	R\$ 2,68	40
13º	ERECHIM	R\$ 2,68	22
13º	LAJEADO	R\$ 2,68	17
14º	ICHU	R\$ 2,69	3
14º	PELOTAS	R\$ 2,69	38
14º	SANTO ANGELO	R\$ 2,69	14
15º	CACHOEIRA DO SUL	R\$ 2,70	15
16º	CACAPAVA DO SUL	R\$ 2,73	8
17º	SANTANA DO LIVRAMENTO	R\$ 2,78	19
18º	SAO BORJA	R\$ 2,79	8
18º	LUIZ GONZAGA SAO	R\$ 2,79	8
19º	PALMEIRA DAS MISSOES	R\$ 2,80	6
19º	SAO GABRIEL	R\$ 2,80	11

Continuação na próxima página

	Município	Preços médios no período	Nº médio de postos por cidade
20º	RIO GRANDE	R\$ 2,81	27
21º	BAGE	R\$ 2,82	17
21º	ANAUUGUAI	R\$ 2,82	14
22º	ALEGRETE	R\$ 2,83	14
23º	JAGUARA	R\$ 2,89	6
24º	SANTA VITORIA DO PALMAR	R\$ 2,90	4

FONTE: Elaboração própria a partir de dados estatísticos do site da ANP

Conforme visto, a cidade que apresentou o ICP mais baixo foi a cidade de Jaguarão, com o valor médio do índice no período de 0,392%, que também possui também um preço médio da gasolina alto, abaixo somente da cidade de Santa Vitória do Palmar, assim fazendo-se uma análise da margem de lucro dos postos desta cidade, este valor encontra-se no valor de 20% de acordo com as semanas analisadas.

TABELA 8 – Margem de lucro para a cidade de Jaguarão de 03/2007 à 10/2007

Semanas	Margem de Lucro	Semanas	Margem de Lucro	Semanas	Margem de Lucro
1	18%	13	19%	25	20%
2	20%	14	19%	26	23%
3	19%	15	18%	27	20%
4	21%	16	19%	28	21%
5	20%	17	19%	29	22%
6	18%	18	20%	30	21%
7	18%	19	20%	31	21%
8	18%	20	19%	32	21%
9	19%	21	20%	33	20%
10	18%	22	20%	34	20%
11	18%	23	20%	35	20%
12	19%	24	20%	Média	20%

FONTE: Elaboração própria a partir de dados da ANP

Em contraponto, encontra-se a cidade de Vacaria, que de acordo com a análise do ICP possui o índice mais alto, no valor de quase 6%, sendo a 6º cidade gaúcha em relação ao menor preço médio da gasolina, no valor de R\$ 2,56 o litro, e possuindo uma margem de lucro de 13%, assim o mercado desta cidade, conforme análise dos dados encontra-se concorrência.

TABELA 9 – Margem de lucro para a cidade de Vacaria de 03/2007 a 10/2007

Semana	Margem de Lucro	Semana	Margem de Lucro	Semana	Margem de Lucro
1	10%	13	11%	25	14%
2	11%	14	12%	26	15%
3	12%	15	12%	27	15%
4	13%	16	12%	28	15%
5	11%	17	13%	29	16%
6	11%	18	13%	30	16%
7	11%	19	13%	31	15%
8	11%	20	14%	32	16%
9	10%	21	14%	33	17%
10	10%	22	14%	34	17%
11	10%	23	14%	35	15%
12	11%	24	14%	Média	13%

FONTE: Elaboração própria a partir de dados da ANP

A capital do estado, Porto Alegre, por sua vez, encontra-se um ICP no valor de 1,606%, sendo que o valor encontra-se 31º lugar de acordo com a classificação do índice dos municípios, em relação ao preço médio, nota-se que a cidade encontra-se em 4º lugar, em relação ao valor do combustível por litro de R\$ 2,53; já a margem média de lucro encontra-se no valor de 13%, valor considerado baixo. Assim pode-se dizer que a gasolina em Porto Alegre encontra-se em concorrência, de acordo com a análise dos dados feita.

TABELA 10 – Margem de lucro para a cidade de Porto Alegre de 03/2007 a 10/2007

Semana	Margem de Lucro	Semana	Margem de Lucro	Semana	Margem de Lucro
1	15%	13	10%	25	13%
2	14%	14	16%	26	14%
3	12%	15	15%	27	15%
4	11%	16	16%	28	12%
5	10%	17	16%	29	11%
6	14%	18	15%	30	9%
7	13%	19	15%	31	11%
8	12%	20	15%	32	11%
9	11%	21	16%	33	8%
10	9%	22	14%	34	16%
11	8%	23	14%	35	15%
12	10%	24	13%	Média	13%

FONTE: Elaboração própria a partir de dados da ANP

5 Conclusão

Conforme visto, na década de 90, o governo brasileiro vê a necessidade de abertura comercial do mercado de petróleo, com o objetivo principal de melhorar a concorrência no setor de combustíveis no Brasil, abrindo-o para novos agentes, até que em 1997 cria a Agência Nacional do Petróleo (ANP), assim terminando com o monopólio do estado na exploração do produto.

Em relação às fases de produção, ainda pode-se dizer que o setor encontra-se estruturado na forma de quase um monopólio, pois existem no país 12 refinarias em funcionamento, e destas 11 estão sob o controle da Petrobrás. Já o setor de distribuição de gasolina, é menos concentrado, pois existem uma infinidade de empresas no setor, mas conforme visto na TABELA 4, as três maiores empresas representam 50,06% de todo o mercado nacional.

Já na etapa de revenda dos combustíveis, uma das ferramentas utilizadas para se verificar o nível de concorrência foi Índice Concorrencial de Preços, o ICP. Assim foi feita uma análise de todos os municípios do Rio Grande do Sul também foram calculados a margem de lucro e os preços médios procurando-se fazer o mesmo tipo de análise que os órgãos fiscalizadores com o intuito de averiguar indícios de práticas nocivas ao mercado de revenda de gasolina no RS.

Contudo esta análise foi feita abrangendo o período de outubro de 2006 a outubro de 2007 sendo pesquisados 13 meses, em que nenhum apresentou índice abaixo de 1%, ressaltando que para este cálculo foi utilizada a terceira semana de cada mês, ponderando-se os ICPs das cidades a suas respectivas frotas, somando-os e dividindo-os pela frota total do estado, gerando o ICP estadual do RS. No estado, os valores estiveram entre 1,14% e 2,41%.

Em relação aos municípios, de acordo com a óptica do ICP, a cidade de Jaguarão foi a que apresentou o pior resultado no período analisado, com índice no valor de 0,392% e um preço médio de R\$ 2,89 e uma margem de lucro de 20%, mostrando-se assim um dos piores lugares para o consumidor em se tratando da concorrência no RS. Em contraponto, encontra-se a cidade de Vacaria, que possui o maior nível de concorrência de acordo com o ICP calculado, apresentando um valor de 5,909%, a gasolina no valor médio de R\$ 2,56 e a margem de lucro em torno dos 13%. A capital do estado por sua vez apresenta o ICP de 1,606%, com o preço médio da gasolina de R\$ 2,53 e uma margem de lucro de 13%.

Cabe enfatizar que a cidade de Vacaria em comparação com a cidade de Porto Alegre possui uma frota muito menor do que a capital do estado, já que a primeira possui 574.206 veículos em comparação com 21.180 da segunda, ou seja, 4% deste valor. Assim o ICP não pode ser usado como ferramenta para se medir o nível de preços, mas sim os níveis de concorrência, assim não necessariamente um preço baixo do combustível represente que o mercado não se encontre em níveis abaixo de 1%, ou seja, de não concorrência.

Referências Bibliográficas

AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO. **A defesa da concorrência no mercado de combustíveis ANP/SDE**. Disponível em:

http://www.mj.gov.br/noticias/2004/maio/carilha_cartel.pdf; Acesso em 24/05/2007

AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO. **Dados estatísticos**. Disponível em:

www.anp.gov.br; acesso em: 30/10/2007

ARAGÃO, P. M. **Estimativa da contribuição do setor petróleo ao produto interno bruto brasileiro: 1955/2004**. Disponível em:

<http://www.ppe.ufrj.br/ppe/production/tesis/amandap.pdf>; acesso em 06/10/2007

BARBOSA, A. R. **Breve panorama dos contratos no setor de petróleo**. Disponível em:

<http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=2794>; acesso em 07/10/2007

BRUNI, PEDRO PAULO BALLARIN. **Comportamento dos Preços e a Formação de Cartéis na Etapa do Mercado de Gasolina Brasileiro**. Disponível em:

http://www.gee.ie.ufrj.br/publicacoes/pdf/2005_comp_preco_form_carteis.pdf acesso em 04/05/2007

CADE. **Cartilha do CADE**. Disponível em:

<http://www.portaldocomercio.org.br/media/cartilhacade.pdf>; acesso em 26/10/2007

COSTA, A. D.; ORTIZ NETO, B. N. **A Petrobrás e a exploração de Petróleo Offshore no Brasil**. Disponível em:

http://www.boletimdeconjuntura.ufpr.br/Textosdiscussao_pdf/Texto%2009%202006.pdf acesso em 06/10/2007

CLICK MACAÉ. **História do Petróleo no Brasil**, Disponível em:

<http://www.clickmacae.com.br/?sec=109&pag=pagina&cod=98>; acesso em 06/10/2007

COUTO, J. M. **Entre estatais e transnacionais: o pólo industrial de Cubatão**. Disponível em: <http://libdigi.unicamp.br/document/?view=vtls000289880>; acesso em 06/10/2007

CONSIDERA et all... **Prováveis impactos na economia brasileira decorrentes da liberalização do mercado de derivados de petróleo e os possíveis entraves ao funcionamento competitivo desse mercado**. Disponível em:

http://www.seae.fazenda.gov.br/central_documentos/documento_trabalho/2002-1/doctrab15.pdf; acesso em 07/10/2007

CONSTITUIÇÃO FEDERAL - CF - 1988. **Da ordem econômica e financeira**. Disponível em: http://www.dji.com.br/constituicao_federal/cf170a181.htm; acesso em 07/10/2007

INSTITUTO DE ELETROTÉCNICA E ENERGIA. **Manguinhos vai parar de refinar petróleo por ora**. Disponível em:

<http://infoener.iee.usp.br/infoener/hemeroteca/imagens/89006.htm>; acesso em 04/11/2007

HANSENCLEVER L.; KUPFER D. **Economia Industrial**. 1º edição São Paulo: Campus 2002.

LEONARD J. KAZMIER. **Estatística Aplicada a economia e administração**. 1º ed. São Paulo: Makron books do Brasil editora Ltda, 1982.

LUCESI, C. F. **Petróleo**. Disponível em:

<http://www.scielo.br/pdf/ea/v12n33/v12n33a03.pdf>; acesso em 25/10/2007

MANKIW G. **Introdução à economia**. 2º edição São Paulo: Campus 2001

MAISTRO, M. C. MARJOTTA; BARROS, G. S. DE CAMARGO. **Relações comerciais e de preços no mercado nacional de combustíveis**. Disponível em: <http://cepea.esalq.usp.br> Acesso em 04/05/2007.

MINISTÉRIO PÚBLICO DO RIO GRANDE DO SUL, **Elevação do preço no feriado de Páscoa**. Disponível em: <http://www.mp.rs.gov.br/consumidor/jurisprudencia>; em acesso dia 18/06/2007

MINISTÉRIO DA JUSTIÇA. **Cartel**. Disponível em: <http://www.mj.gov.br/sde/data/Pages/MJ9F537202ITEMIDDEB1A9D4FCE04052A5D948E2F2FA2BD5PTBRIE.htm>; Acesso em 24/10/2007

MINISTÉRIO DA FAZENDA. **Secretaria de acompanhamento econômico**. Disponível em: http://www.seae.fazenda.gov.br/conheca_seae/organizacao; acesso em 27/10/2007

MORELLI, J. N. **Conheça o petróleo**. 1º edição Rio de Janeiro: Melhoramentos, 1966.

MARINHO JR., I. P. **Petróleo: soberania e desenvolvimento**. 1º edição Rio de Janeiro; Bloch, 1970.

NUNES, Clemens; GOMES, Cleomar. **Aspectos concorrenciais do varejo de combustíveis no Brasil**. Disponível em: www.anpec.org.br/encontro2005/artigos/A05A108.pdf Acesso em 04/05/2007.

NAVES, NILSON V. **Aspectos Jurídicos da Abertura do Mercado de Petróleo**. Disponível em: http://bdjur.stj.gov.br/dspace/bitstream/2011/925/1/Aspectos_Jur%C3%ADdicos_da_Abertura.pdf acesso em 16/06/2007

NOGUEIRA, L. A. H. **Os preços dos combustíveis no BR**. Disponível em: <http://uneprisoe.org/Pricing/LuisHorta.pdf>; acesso em 16/06/2007

PETROBRÁS. **Lei nº. 9.478**. Disponível em: <http://www2.petrobras.com.br>; acesso em 06/10/2007

PINTO M. R.; SILVA E. C. D. **O brilho da bandeira branca: concorrência no mercado de combustíveis no Brasil**. Disponível em: <http://ideas.repec.org/p/anp/en2004/086.html>; acesso em 07/10/2007

PONTES, LUIZ. **O Combustível Automotivo no Brasil Qualidade e Preço. Por que tanta Confusão?** Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/petroleo/pet18.shtml> acesso em 18/06/2007

RIGOLON, F. J. Z. **Regulação da Infra-Estrutura**. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/revista/rev705.pdf> : acesso em 06/10/2007

ROPPE, F. P. **Evolução do consumo de gasolina no Brasil e suas elasticidades: 1973 a 2003**. Disponível em: http://www.prh21.ie.ufrj.br/pdfs/00028_a_evolucao_do_consumo_de_gasolina_no_brasil_e_suas_elasticidades_1973_a_2003.pdf; acesso em 06/10/2007

SANTOS, J. M.; BARROS F. M. P. **Indústria petrolífera: aspectos teóricos e jurídicos acerca das atividades de exploração e produção de petróleo e gás natural**. Disponível em: <http://jus2.uol.com.br/doutrina/texto.asp?id=6305&p=2>; acesso em 07/10/2007

SILVEIRA. G. **O mercado de distribuição de combustíveis distorções**. Disponível em: http://www.mp.ba.gov.br/eventos/2005/setembro/pirataria/identificacao_de_combustiveis_ad_alterados_guido_silveira.pdf; acesso dia 16/06/2007

SOUZA E SILVA, CARLA MARIA DE. **Estratégia de Preços da Petrobras no Mercado de Combustíveis Brasileiro Pós-liberalização e Instrumentos de Amortecimento de Variações Internacionais**. Disponível em: http://www.gee.ie.ufrj.br/publicacoes/pdf/2003_estrat_precos.pdf acesso em 17/06/2007

SUGIMOTO, L. **O Brasil sobre quatro rodas**. Disponível em: http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/abril2003/ju209pg11.html#top; acesso em 28/10/2007

TRIBUNAL DE JUSTIÇA. **Posto de combustível condenado por aumentar preço da gasolina antes de feriado**. Disponível em: http://www.tj.rs.gov.br/site_php/noticias/mostranoticia.php?assunto=1&categoria=1&item=37761; acesso em 18/06/2007

VASCONCELLOS M. A. S., OLIVEIRA, ROBERTO G. **Manual de Microeconomia**. 2ª edição São Paulo : Atlas, 2000.

VARIAN, H. R. **Microeconomia, princípios básicos**. 6ª edição São Paulo: Campus 2002.

VOGT, C. **O petróleo é nosso**. Disponível em: <http://www.comciencia.br/reportagens/petroleo/pet01.shtml>; acesso em 27/10/2007.