

## **BARREIRAS À ENTRADA E CONCENTRAÇÃO: avaliação da trajetória recente do setor de distribuição de combustíveis no Brasil**

**SELENE DE SOUZA SIQUEIRA SOARES**  
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA (UFSC)  
selenesiqueira@yahoo.com.br

**MARIA SYLVIA MACCHIONE SAES**  
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO -  
FEA  
ssaes@usp.br

## **Introdução**

A livre mobilidade de capitais é apontada nos textos de economia como elemento importante na redução de ineficiência nos mercados e garantia de maior concorrência. Esta última, é destacada como elemento fundamental na redução de custos (e preços) e aumento de competitividade das firmas. Sob esta perspectiva de que o aumento da concorrência resulta em maior eficiência produtiva é que se conduziram boa parte das políticas liberalizantes no Brasil nos anos noventa, especialmente a política pública

## **Problema de Pesquisa e Objetivo**

Avaliar as relações entre desregulamentação e concorrência, analisando os indicadores tradicionais de organização industrial como grau de concentração, barreiras à entrada e condição de entrada no setor de distribuição de combustíveis automotivos brasileiro no período de 2000 a 2012 para verificação dos resultados da política pública implementada na década de noventa com objetivo de promoção da concorrência e aumento da eficiência produtiva no setor

## **Fundamentação Teórica**

A concorrência serve inevitavelmente ao aumento da competição. Neste estudo considera-se também a abordagem de mercados contestáveis de Baumol (1982), que defende que em mercados em que a entrada e a saída são completamente livres, mesmo se estes mercados forem concentrados há incentivos para empresas operarem de forma eficiente. Também se avalia o posicionamento do Estado na economia, a regulação pública serve à redução das falhas de mercado (FIANI, 1998)

## **Metodologia**

A pesquisa foi realizada com base em dados secundários do setor, especificamente aqueles divulgados pelos anuários estatísticos das organizações representativas setoriais com destaque para ANP (Agência Nacional de Petróleo, Gás e Biocombustíveis) e Sindicom (Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e Lubrificantes). Foi feito tratamento estatístico dos dados secundários segundo os parâmetros de avaliação de organização Industrial utilizados na pesquisa

## **Análise dos Resultados**

A análise de resultados aponta para existência de três nichos concorrenciais dentro do setor. Percebeu-se grande movimento de entrada de empresas no setor, concomitante ao aumento da concentração. É percebida a redução de barreiras a entrada, contudo, fortalecimento das barreiras à mobilidade intra-indústria. Em comparação com o modelo de competição entre distribuidoras pré-desregulamentação pode-se afirmar que hoje o mercado brasileiro está mais competitivo do que antes.

## **Conclusão**

A política pública de desregulamentação da distribuição de combustíveis no mercado nacional teve restrito êxito em seus objetivos. Sobre o pacote de desregulamentação pública ficam dúvidas quanto ao benefício do impedimento legal para que distribuidoras operem postos revendedores, como ocorre em outros países. O modelo de regulamentação vigente e executado pela ANP e a própria existência da estatal Petrobras, poderiam ser eficientes na coibição de condutas lesivas ao bem estar do consumidor.

## **Referências Bibliográficas**

- BAIN, J. S. Organización industrial, (s.l.), Omega. p.262-91, 1963.  
BAUMOL, W. J. Contestable markets: An uprising in the theory of industry structure, American Economic Review, Vol. 72, No. 1, pp. 1-15, 1982.  
FIANI, R. Teoria da regulação econômica: estado atual e perspectivas futuras. Rio de Janeiro, NUCA-IE-UFRJ. Texto para discussão n. 423, 1998.  
SYLOS-LABINI, P. Oligopólio e progresso Técnico, Rio de Janeiro: Forense Universitária: 1980.

## **BARREIRAS À ENTRADA E CONCENTRAÇÃO: avaliação da trajetória recente do setor de distribuição de combustíveis no Brasil**

**Resumo:** *O trabalho avalia a reorganização da indústria de distribuição de combustíveis no Brasil após a desregulamentação do setor em fins dos anos noventa. A redução da intervenção pública na produção e distribuição de combustíveis objetivava o aumento de competição no setor, contudo, o que se percebeu nos anos seguintes foi aumento da concentração. Argumenta-se que a desregulamentação não foi suficiente para aumentar a competição, pois o mercado de distribuição não era tão contestável quanto supunha a política pública nacional. Como avaliação geral deste trabalho, a conclusão é que a política teve alguns efeitos positivos, mas muito menores do que o esperado.*

**Palavras-chave:** Organização industrial, concentração, distribuição de combustíveis;

**Abstract:** *The study evaluates the reorganization of fuel distribution industry in Brazil after deregulation of the sector in the late nineties. The decrease of public intervention in the production and distribution of fuels aimed to increasing competition in the sector, however, which is realized in subsequent years was increased concentration. It is argued that deregulation was not enough to increase competition, because the distribution market was not as contestable as the supposed national public policy. As a general assessment of this work, the conclusion is that the policy has had some positive effects, but much smaller than expected*

**Keywords:** Industrial Organization, concentration, distribution of fuels;

### **1. Introdução**

A livre mobilidade de capitais é recorrentemente apontada nos textos de economia como elemento importante na redução de ineficiência nos mercados, na medida em que garante maior concorrência. A concorrência, neste sentido, é destacada como elemento fundamental na redução de custos de produção e aumento de competitividade das firmas, produzindo e vendendo progressivamente uma quantidade maior de produtos, a um custo menor e conseqüentemente, a preços também menores.

Garantir que haja mobilidade de recursos, garante por sua vez a entrada de novos capitais em qualquer segmento considerado lucrativo e reduz a margem de lucro daqueles que já estão naquele mercado. A sucessão de tal movimento garante às firmas a realização de lucro próximo ao normal e uma progressiva queda nos preços, dada a queda nos lucros propiciada pelo o acirramento da competição com a entrada de novos *players* no mercado. (BAUMOL, 1982). Qualquer barreira que impeça esta mobilidade pode dar margem a um desperdício de recursos fazendo com que os consumidores paguem mais do que a mercadoria realmente vale, remunerando lucros extraordinários presentes em mercados concentrados.

Portanto, sob esta perspectiva de que o aumento da concorrência resulta em maior eficiência produtiva e conseqüentemente em preços menores é que se conduziram boa parte das políticas liberalizantes realizadas no Brasil na década de noventa. Neste contexto insere-se a política pública de desregulamentação do setor de distribuição de combustíveis no País.

Até início dos anos noventa, a distribuição de combustíveis no Brasil era fortemente conduzida pelo governo. Operavam no mercado poucas empresas distribuidoras autorizadas e era mantido o monopólio estatal da Petrobrás na produção e distribuição de combustível. Além disso, o governo mantinha preços tabelados em todos os elos da cadeia. A partir de 1997, o governo ampliou as medidas liberalizantes no setor, com o objetivo principal de promover o aumento da competitividade. Houve o fim do monopólio estatal, fim do

tabelamento de preços, a permissão da entrada de novas firmas distribuidoras no mercado nacional e foi também autorizada a importação de combustíveis pelas empresas distribuidoras.

No elo revendedor varejista, foi vetada aos distribuidores a propriedade e/ou operação de postos de combustíveis. O segmento da revenda ficou dividido entre postos que tem contratos de fornecimento exclusivo com o distribuidor e portanto, exibem suas marcas comerciais como uma unidade de franquia e postos independentes que não exibem nenhuma marca comercial de distribuidor e podem comprar combustível para revender de qualquer distribuidor. Estes últimos são conhecidos no mercado nacional como "bandeiras branca".

Embora, percebe-se que a principal justificativa para as mudanças no setor era o aumento da concorrência, a observação dos dados setoriais indica que, ao contrário do que pretendia a política pública de desregulamentação, o que ocorreu de fato foi um agravamento da concentração do elo distribuidor, especialmente nos anos 2000. A entrada de novas distribuidoras se restringiu à uma franja competitiva de empresas que tem sua atuação restrita a mercados locais.

Argumenta-se neste artigo que intervenções a partir do elo distribuidor sem investimentos na produção de combustíveis - segmento majoritariamente estatal - somadas a uma expressiva expansão do mercado consumidor de automóveis acarretou pressões de demanda que ajudaram a diminuir o efeito das políticas liberalizantes sobre redução de preços advindos de aumento de competição.

Adicionalmente, sugere-se que o setor convive com elevadas barreiras à mobilidade, o que diminui sua contestabilidade e inviabiliza, na prática, o aumento de competição apenas por meio da redução de barreiras à entrada institucionais, pretendidas na década de noventa, com a desregulamentação. Na medida em que persiste a concentração na distribuição é possível que outras barreiras à entrada se mantenham, mesmo após o fim das barreiras institucionais.

A pesquisa foi realizada com base em dados secundários do setor, especificamente aqueles divulgados pelos anuários estatísticos das organizações representativas setoriais com destaque para ANP (Agência Nacional de Petróleo, Gás e Biocombustíveis) e Sindicom (Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e Lubrificantes).

O aporte teórico utilizado sustenta-se nas abordagens de economia industrial, com destaque para os elementos críticos que definem a conformação de uma indústria, a saber: concentração de mercado, barreiras à entrada e a mobilidade dentro da indústria. O tratamento da questão da mobilidade na indústria dá maior atenção ao caso da Distribuidora Ale.

O artigo possui seis sessões além desta introdução. Na segunda sessão é feita uma breve revisão de aspectos teóricos que tratam da relação entre desregulamentação e concorrência. No terceiro tópico são apresentados principais conceitos de organização industrial utilizados no trabalho, seguindo-se a este um quarto tópico, onde tais conceitos são aplicados à análise do segmento de distribuição. No quinto tópico são levantadas outras questões setoriais pós-desregulamentação com destaque para o comportamento dos preços e estrutura de consumo de combustíveis nacional. Seguem-se a estes, breves considerações finais do estudo.

## 2. Aspectos teóricos

Desde os anos setenta, com avanço do pensamento liberal, inúmeros são os argumentos teóricos em favor da saída do Estado da esfera produtiva da economia. A busca pela definição desse novo papel do Estado na economia e as formas pelas quais se faz isso variam entre correntes de pensamento econômico. Não se trata de abordar neste artigo este amplo debate teórico sobre o papel do Estado na economia<sup>1</sup>, mas é importante destacar a noção que norteou as políticas econômicas no Brasil na década de noventa.

A reestruturação industrial brasileira da década de noventa atingiu praticamente todos os setores. O País vivenciou um período de muitas transformações com a abertura da economia, intensificação do processo de privatização e redução do controle público sobre alguns setores, entre eles, a distribuição de combustíveis que era um setor altamente regulado pelo governo. No caso brasileiro destaca-se o controle sobre o setor especialmente para o sucesso dos planos econômicos de estabilização nas décadas de setenta e oitenta, notadamente pela administração deste preço público com preços tabelados pelo governo; e também pelas características da política energética nacional adotada após os choques do petróleo na década de setenta.

Como a discussão sobre esse novo posicionamento do Estado na economia é muito ampla, nos concentraremos apenas na questão da regulação e sua relação com a concorrência<sup>2</sup>. Na observação mais evidente deste processo, a regulação pública serve à redução das falhas de mercado (FIANI, 1998). Notadamente do caso brasileiro havia no setor de distribuição uma barreira institucional à entrada e uma ingerência excessiva no sistema de preços deste mercado.

A justificativa mais óbvia das políticas liberalizantes é que o poder público permita que os mercados sejam regidos por uma ordem natural formada a partir de das livres decisões individuais reguladas sobretudo pelo mecanismo de preços, em meio aos pressupostos dos mercados concorrenciais baseado entre outras coisas na livre mobilidade de fatores.

Caminhando mais além nesta discussão da livre mobilidade, considera-se a abordagem de mercados contestáveis de Baumol (1982), que defende que em mercados em que a entrada e a saída são completamente livres, mesmo se estes mercados forem concentrados há incentivos para que as empresas operem da forma eficiente. Nestes casos, monopolistas e oligopolistas seriam hábeis no impedimento da entrada de novos concorrentes, mas o fariam apenas por um comportamento virtuoso, capaz de oferecer aos consumidores os benefícios que a concorrência traria.

Para estes mercados ditos contestáveis o desvio de bom comportamento das firmas estabelecidas seria vulnerável a entradas do tipo *hit-and-run*. E, neste sentido, baixas barreiras à entrada favoreceriam condutas concorrenciais por parte das estabelecidas, na medida em que conduta de elevado *markup* potencializa a entrada de concorrentes. Nos mercados com altos índices de concentração, se os custos de entrada são negligenciáveis devido à inexistência de barreiras à entrada, não haveria prejuízo ao bem estar econômico (BAUMOL, 1982). Do ponto de vista dos mercados contestáveis, ficam evidentes as vantagens que se teria quando se removem barreiras institucionais à entrada, permitindo que surjam entrantes mesmo que apenas potenciais.

E, desta forma, sob a justificativa de que a desregulamentação do mercado se reverteria em ganhos para a economia é que se conduziram tais políticas no setor de distribuição de combustíveis no Brasil, com especial destaque para o argumento de que a

---

<sup>1</sup> Abordagens mais detalhadas acerca do tema ver: Stigler (1971), Fiani (1998), Feldman (1987) e Jackson (1992).

<sup>2</sup> Especificamente no caso brasileiro, a desregulamentação do setor de distribuição também apresenta aspectos interessantes de avaliação no que se refere às teorias de regulação voltadas aos aspectos da captura do Estado por grupos de interesse privados. Embora muito relevante tal discussão não será feita neste artigo.

desconcentração de mercado, ou seja, o aumento de competição seria o principal vetor de melhorias neste segmento econômico, ademais a persistência de concentração num mercado contestável traria também os benefícios esperados.

### 3. Conceitos de Organização Industrial

Neste tópico são apresentados rapidamente os principais conceitos de organização industrial que serão aplicados ao setor de distribuição na sessão seguinte. O leitor que tiver mais proximidade com estes conceitos pode dispensar sua leitura.

#### 3.1 – Grau de Concentração

O grau de concentração de uma firma é indicativo importante na configuração de uma indústria. A existência de elevada concentração é indicativo de existência de barreiras à entrada, que por sua vez são indicativos da existência de um setor que convive com *markups* contínuos, acima de preços competitivos, mais baixos que os preços de mercados concentrados (JORGE, 1991). A avaliação da concentração é usualmente medida pelos índices  $CR(m)^3$  e o Hirschman-Herfindahl<sup>4</sup> (HH).

#### 3.2 - Barreiras à Entrada

Do ponto de vista econômico, uma entrada consiste, de modo geral, no estabelecimento de uma nova empresa ou na introdução de uma nova capacidade produtiva em uma indústria (ou mercado). O conceito de barreiras à entrada, amplamente debatido em estudos acadêmicos refere-se a condições ou comportamentos que limitam o livre acesso de capital em determinados mercados. Dentre as fontes de barreiras à entrada destacadas na literatura, destacam-se quatro grandes grupos:

- a) Barreiras institucionais: Barreiras que impedem a entrada de novas empresas devido a fatores institucionais, notadamente, pelo impedimento legal, a exemplo do que acontece em monopólios estatais mantidos pela legislação.
- b) Diferenciação de produto: A diferenciação de produto, segundo Bain (1963) cria “preferências acumuladas nos compradores” ou em outros termos, lealdade à marca.
- c) Economias de escala na produção e comercialização: Sugerida por Bain (1963) como uma fonte fraca de barreiras à entrada, a possibilidade de existência de barreiras à entrada dada pelas significativas economias de escala numa indústria que venha de fato se constituir em impedimento à atuação de novas empresas, é uma questão controvertida. A pertinência desta barreira à entrada discutida por Modigliani (1958) e Sylos-Labini (1980) depende de duas condições, que tem certo alinhamento com o comportamento dos custos: 1) Escala mínima eficiente não negligenciável em comparação com o tamanho da demanda de mercado e 2) Custos médios de produção em escalas subótimas sensivelmente superiores aos custos médios mínimos de longo prazo, isto é, elevada inclinação da curva de custos na região de escala subótima.
- d) Diferenciais de custos: Neste caso, considera-se que o custo médio de longo prazo das empresas que entram no mercado são maiores que o das firmas estabelecidas em qualquer nível de produção de um bem homogêneo. Tais vantagens de custo em favor das firmas

---

<sup>3</sup> A proporção de concentração  $m$ -firmas, a qual representa a soma das parcelas de mercado ( $S_i$ ) detidas pelas  $m$  maiores firmas dentre as  $n$  firmas que compõem a indústria ( $m < n$ ).

<sup>4</sup> Hirschman-Herfindahl, o qual representa o somatório dos quadrados das parcelas de mercado detidas pela totalidade das firmas ( $n$ ). Tal índice tende a superestimar o nível de concentração, pois sua metodologia atribui maior peso à participação das maiores empresas, ao adotar o quadrado da parcela de mercado.

estabelecidas surgem em função de: (1) melhores condições de acesso aos fatores de produção; (2) acumulação de economias dinâmicas de aprendizado e (3) imperfeições no mercado de fatores. Desta forma, as entrantes potenciais incorreriam em custos mais elevados em relação às estabelecidas independente da escala de produção de ambas, o que permitiria a estas a manutenção de *mark-ups* permanentes.

### 3.3 - Barreiras à Mobilidade

Além das barreiras à entrada (e a saída), a teoria captou também a existência de barreiras à mobilidade dentro de uma indústria. Essas se referem à circulação do capital entre os diferentes grupos de firmas que a compõem. A origem de tais grupos ocorre quando da adoção de diferentes estratégias, visando-se amainar a competição pelas novas entrantes.

Sendo assim, dentro de uma mesma indústria, existiriam ilhas superprotegidas e áreas onde a possibilidade de driblar as barreiras existentes seria possível. Tal fato dá margem a diferentes caminhos pelos quais as entrantes poderiam contornar a existência de fatores limítrofes à concorrência. A grosso modo, as barreiras à mobilidade são análogas às barreiras à entrada, diferindo apenas no seu âmbito de atuação (as primeiras atuam intra-industrialmente).

## 4. Organização da Indústria de Distribuição

### 4.1 – Grau de Concentração

A análise dos índices de concentração setorial indicam um expressivo aumento da concentração do mercado distribuidor, conforme dados na tabela 1. Os dados demonstram uma concentração muito maior no mercado de diesel seguido pela gasolina e o mercado menos concentrado, o de etanol. De fato, a diferença entre os três combustíveis está intimamente ligada à cadeia produtiva que envolve tais combustíveis, na medida em que a cadeia do diesel é a mais integrada e atrelada às refinarias dentre esses três combustíveis.

Na outra ponta, a revenda atacadista de etanol é muito mais dispersa e representa maior facilidade logística para os pequenos distribuidores, ao contrário dos derivados de petróleo que vêm da refinaria por dutos e exigem a montagem de uma base de distribuição própria próxima à refinaria ou de manter uma base compartilhada.

**Tabela 1: Índices de Concentração**

Indicador	Gasolina				Diesel				Etanol			
	2000	2005	2009	2012	2000	2005	2009	2012	2000	2005	2009	2012
CR(3)	45,59	50,66	60,38	65,83	56,69	63,05	72,35	76,79	32,31	41,52	52,36	56,93
CR(5)	66,11	68,65	73,52	73,20	76,25	77,77	80,78	81,90	46,79	53,94	61,22	61,87
HHI	971	1.152	1.474	1.576	1.381	1.689	2.239	2.313	573	746	1.048	1.141
Firmas	160	164	140	153	169	170	142	140	166	162	154	156

Fonte: Elaboração própria. Dados dos Anuários Estatísticos ANP, vários anos.

Tal movimento de concentração é resultados dos processos de fusão e aquisição no mercado, com destaque para: (1) a aquisição da Ipiranga pelos grupos Ultra, Petrobrás e Braskem em 2007, estabelecendo controle da Petrobrás BR sobre os postos das regiões norte, nordeste e centro-oeste e controle do grupo Ultra sobre os postos das regiões sul e sudeste; (2) a compra da Texaco em 2008 pelo grupo Ultra; (3) a aquisição da Esso pela Cosan; (4) por fim, em 2010 foi anunciada a fusão entre Cosan e Shell dando origem a marca Raizen, mantendo preferencialmente postos revendedores na bandeira Shell. A evolução das participações de mercado destas grandes distribuidoras na tabela 2 demonstra o efeito destes movimentos.

**Tabela 2: Evolução participações de mercado – Grandes Distribuidores segundo combustíveis (anos selecionados)**

Marca	Gasolina				Diesel				Etanol			
	2000	2005	2009	2012	2000	2005	2009	2012	2000	2005	2009	2012
BR	18,6	24,3	28,9	28,9	25,6	31,3	39,7	39,4	13,3	17,4	22,2	20,5
Ipiranga	14,4	16,2	20,1	20,3	19,2	21,8	22,7	23,0	10,5	13,9	17,0	17,5
Esso	12,4	9,0	-	-	8,5	5,2	-	-	8,4	5,3	-	-
Shell	11,4	10,0	11,2	-	11,7	9,8	9,8	-	7,7	10,1	13,0	-
Texaco	9,0	8,9 <sup>1</sup>	-	-	10,9	9,4 <sup>1</sup>	-	-	6,7	7,0 <sup>1</sup>	-	-
Raizen	-	-	6,6 <sup>2</sup>	16,4	-	-	5,0 <sup>2</sup>	14,3	-	-	5,0 <sup>2</sup>	18,8
Outras	34,2	33,6	37,2	39,4	24,1	24,5	26,8	28,3	53,4	48,3	46,8	48,2
Soma	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

<sup>1</sup> Chevron <sup>2</sup> Cosan

Fonte: Anuários Estatísticos ANP, vários anos.

Sobre a quantidade de firmas no mercado, mais de 15% das firmas distribuidoras que entraram no mercado nacional de distribuição em fins dos anos noventa, saíram do mercado ou foram absorvidas por empresas maiores entre os anos de 2005 e 2010, reforçando o movimento de concentração deste mercado e também o impacto das políticas disciplinares no mercado que forçou a saída das firmas que operavam com práticas irregulares<sup>5</sup>.

## 4.2 – Barreiras à Entrada

### a) Barreiras institucionais

No Brasil, a indústria brasileira de petróleo e derivados caracterizava-se pela forte interferência do Estado, que atuava por meio da detenção de um monopólio estatal nas atividades de pesquisa, lavra, refino, importação e transporte de petróleo e de seus derivados, bem como exercia o controle de preços, margens de comercialização e fretes tanto na distribuição quanto na revenda de combustíveis.

A partir da década de 1990 uma série de mudanças estruturais e legais<sup>6</sup> promoveram alterações nas formas de participação do Estado na vida econômica da sociedade. A maior parte destas mudanças foi realizada por meio de alterações no marco legal, que ensejou não apenas a abertura comercial, mas também a retirada de barreiras institucionais à entrada em diversos mercados, entre eles, a distribuição de combustíveis. (ESTEVES e BARAN, 2011)

Com a desregulamentação do setor, as barreiras institucionais foram flexibilizadas. O exercício da atividade ficou a cargo da regulamentação da ANP, que por meio de suas

<sup>5</sup> Por exemplo, a saída das distribuidoras Acelub, Petroforte, Petrosul e T.M. que juntas tinham praticamente o tamanho da Esso em início dos anos 2000 e que foram acusadas por consultores, advogados, entidades, órgãos governamentais e até por outras distribuidoras por comprar e vender combustível sem recolher impostos, como PIS e Cofins. (BERNARDES, 2000). Tais suspeitas foram comuns no início dos anos 2000 e recaíram sobre várias novas distribuidoras.

<sup>6</sup> Segundo Esteves e Baran (2011), o artigo 177 da Constituição Federal de 1988 determinava que cabia exclusivamente à União o monopólio das atividades de exploração e produção de petróleo, gás natural e outros hidrocarbonetos, refino, transporte marítimo do petróleo bruto de origem nacional ou de derivados básicos produzidos no país, o transporte por meio de dutos de petróleo, seus derivados e gás natural, bem como a importação e a exportação de petróleo e derivados. Em 1995 esse monopólio foi flexibilizado, com a edição da Emenda Constitucional nº 9, que permitiu à União contratar o exercício de tais atividades com empresas públicas ou privadas, extinguindo a exclusividade legal do exercício deste monopólio em nome da União por parte da Petrobras.



portarias ANP n.º 29, de 10/02/99, e n.º 202, de 31/12/99 define os requisitos mínimos para exercício da atividade no setor. Não apenas a permissão a entrada foi flexibilizada pelo governo, como os requisitos mínimos estabelecidos pela ANP foram definidos em patamares baixos para o setor. Segundo as portarias da ANP o agente deve possuir capital social integralizado de, no mínimo, R\$ 1.000.000,00 (um milhão de Reais) e base própria de armazenamento e distribuição de combustíveis líquidos derivados de petróleo, álcool combustível e outros combustíveis automotivos, aprovada pela ANP, com capacidade mínima de armazenamento de 750 m<sup>3</sup> (setecentos e cinquenta metros cúbicos).

Sendo assim, do ponto de vista dos requisitos exigidos para a autorização para o exercício da atividade de distribuição de combustíveis automotivos, pode-se considerar, que as barreiras à entrada não são significativas pós desregulamentação. Os valores de investimento inicial apresentam-se compatíveis com investimentos em franquias de redes de restaurantes no Brasil, por exemplo. A capacidade mínima de armazenamento é irrisória quando comparada as maiores bases em operação no país que chegam a capacidades de armazenamento entre 60.000 e 100.000 m<sup>3</sup>.

Do ponto de vista regulatório, a legislação de fato ofereceu condições de entrada de novas firmas distribuidoras. Considerando que os requisitos mínimos foram estabelecidos em patamares baixos até mesmo para escala de operação do setor, pode-se afirmar que oficialmente a regulamentação setorial responde ao objetivo da política pública de promoção de competição.

b) Diferenciação de produto

Mesmo se tratando de um produto homogêneo, no mercado nacional de combustíveis persiste certa preferência do consumidor pelas marcas dos grandes distribuidores. Sob a perspectiva histórica, no período pré desregulamentação, o consumidor tinha acesso somente à estas grandes distribuidoras, basicamente BR, Shell, Esso, Texaco e Ipiranga. Quando houve a permissão para novas distribuidoras operarem no mercado a memória do consumidor ainda associava confiança e requisitos de qualidade a estas marcas conhecidas, o que ainda se reforça na literatura setorial (SOARES, PAULILLO e CANDOLO, 2012). O custo de construção de uma marca e o deslocamento desta preferência do consumidor tem sido elevado e a rigor o sucesso desta estratégia seria refletido na mobilidade entre nichos competitivos, especificamente, na entrada no nicho dominante, no qual competem as grandes distribuidoras. Desta forma, admite-se que persiste neste mercado elevadas barreiras à entrada no requisito diferenciação de produto, notadamente, pela existência de preferência do consumidor pelas marcas tradicionais.

c) Economias de escala na produção e comercialização

Esta característica é extremamente importante na indústria de distribuição de combustíveis. Embora não se saiba exatamente qual impacto das economias de escala nas reduções de custos médios<sup>7</sup>, na literatura setorial há um consenso de que o custo médio operacional das empresas de menor porte é maior que o das maiores firmas distribuidoras. Tal fato deriva em grande medida da perda das economias de escala na distribuição dos produtos, relacionadas principalmente com a armazenagem e o volume a ser transportado, em função da distância entre as bases e as refinarias e da distância entre as bases e os pontos de revenda (BICALHO; GOMES, 2002)

---

<sup>7</sup> Como já era de se esperar, a quantificação da variabilidade de custos em função da escala no setor não foi encontrada na literatura, até mesmo por que se trata de um dado estratégico ao negócio, sendo portanto muito difícil acessar tais valores de custos de produção.

Bicalho e Borges (2008) adicionam também a existência de economia de escala pecuniárias na atividade de distribuição associada à aquisição de volumes maiores de compra. No mesmo sentido, Rodrigues e Saliby (1998) relacionam economias de escala associadas à utilização mais racional da operação de distribuição, especialmente no funcionamento das bases de distribuição. Ainda como potencial de aumento de eficiência logística, se considerada a ponta da revenda, uma rede grande de clientes favorece distribuição de cargas. Neste ponto, as maiores distribuidoras, que mantém uma rede de atendimento maior e mais dispersa, favorece o gerenciamento logístico com menos ociosidade dos caminhões-tanque.

E por fim, não se pode esquecer as economias de escala pecuniárias relacionadas às vantagens que as firmas estabelecidas detém no mercado para obtenção de financiamentos para novos empreendimentos com custos financeiros muito inferiores aos de empresas novas de pequeno e médio porte, conforme ocorre no Brasil.

d) Diferenciais de custos

Na consideração dos diferenciais de custos na distribuição de combustíveis a principal vantagem de custo em favor das firmas estabelecidas anteriormente ao processo de desregulamentação é seu melhor posicionamento junto às refinarias. Tal proximidade garante melhor condições de abastecimento.

**4.2.1 – Condição de Entrada**

Sobre a condição de entrada na distribuição de combustíveis, pode-se afirmar que a queda da barreira institucional foi um importante marco em direção ao aumento da competição neste segmento. De fato, a barreira institucional funcionava restringindo a entrada de novas firmas, já que a partir da desregulamentação a entrada e mais de 200 distribuidoras de combustíveis confirma que o único impedimento à entrada de empresas neste elo da cadeia era realmente a legislação.

Contudo, a existência de relevantes diferenciais de custos e economias de escala entre as firmas já estabelecidas e as novas entrantes deixa evidente que, se de um lado, as barreiras à entrada não são fortes, de outro, as barreiras à mobilidade dentro do setor são muito grandes. A observação do comportamento das firmas indica que as barreiras à mobilidade garantem coexistência de três nichos muito diferentes com condições de custos e perpetuação de *mark-ups* diferentes, descritos na tabela abaixo:

**Tabela 3: Nichos competitivos – Características**

Característica/ Nicho	Independente	Regional	Dominante
Entrada no setor	Após desregulamentação	Após desregulamentação	Pré - desregulamentação
Modelo de Negociação	Somente "Bandeiras-branca"	"Bandeiras Branca" e Franqueados	"Bandeiras Branca" e Franqueados
Âmbito de Atuação	Local	Local	Nacional

Fonte: Elaboração Própria

A diferenciação entre estes três tipos de mercado caracterizados na tabela 3 descritos na tabela 4 permite identificar segmentos específicos de atuação e ficam evidentes grandes diferenças de porte entre as firmas distribuidoras, a exceção do segmento dominante, onde há certo equilíbrio entre os três grandes grupos que o compõem: BR, Shell e Ipiranga.

Ao contrário, nos segmentos independente e regional, há significativas diferenças de porte. Coexistem neste segmento firmas que movimentam até 50.000 vezes menos combustível que sua concorrente, dentro de um mesmo nicho comercial e para um mesmo combustível em um ano. Considerando a importância das economias de escala no setor, a

principal justificativa para atividades de porte tão diminuído se relaciona com a possibilidade de integração vertical para pequenas redes de postos familiares que acabam por integrar-se a montante, sob uma nova composição societária – diferente da dos postos – para se adequar ao que permite a legislação. Outrossim, a restrição geográfica de atuação de algumas firmas distribuidoras é o que explica sua restrita participação no mercado. Embora muito menor que a escala de uma empresa média no setor, as menores participações de mercado, garantem a estas firmas abastecimento em torno de 2 a 5% das frotas veiculares dos menores estados brasileiros, o que em verdade, não é de todo desprezível.

**Tabela 4: Nichos competitivos – Composição: comparação 2000 e 2012**

Nichos competitivos / Mercado	Mercado Etanol					
	Independente		Regional		Dominante	
	2000	2012	2000	2012	2000	2012
<i>Ano</i>	2000	2012	2000	2012	2000	2012
Quantidade de firmas	58	82	100	67	5	3
Participação no mercado (conjunto de empresas)	11,93	32,17	41,28	10,91	46,79	56,92
Participação máxima	2,34	2,58	6,10	2,18	13,30	20,52
Participação mínima	0,0001	0,00005	0,0003	0,00005	6,7	17,58
Participação média	0,2056	0,392	0,4128	0,162	9,35	18,97
Nichos competitivos / Mercado	Mercado Gasolina					
	Independente		Regional		Dominante	
	2000	2012	2000	2012	2000	2012
<i>Ano</i>	2000	2012	2000	2012	2000	2012
Quantidade de firmas	50	83	100	67	5	3
Participação no mercado (conjunto de empresas)	3,42	4,08	30,48	30,09	66,10	65,83
Participação máxima	0,79	0,43	4,19	5,40	18,66	28,98
Participação mínima	0,00002	0,00001	0,00009	0,0011	9,09	16,47
Participação média	0,0684	0,049	0,3048	0,449	13,22	21,94
Nichos competitivos / Mercado	Mercado Diesel					
	Independente		Regional		Dominante	
	2000	2012	2000	2012	2000	2012
<i>Ano</i>	2000	2012	2000	2012	2000	2012
Quantidade de firmas	59	74	100	67	5	3
Participação no mercado (conjunto de empresas)	1,55	2,75	22,21	20,46	76,24	76,79
Participação máxima	0,28	0,29	2,54	3,20	25,64	39,14
Participação mínima	0,00003	0,00001	0,00001	0,0001	8,56	14,37
Participação média	0,2627	0,037	0,2221	0,305	15,24	25,60

Fonte: Elaboração própria, Dados: Anuários Estatísticos ANP dos anos 2001 e 2013

A observação dos três nichos competitivos permite inicialmente diferenciar a atuação das firmas no que se refere aos produtos comercializados. Nos mercados de diesel e gasolina a participação de mercado do conjunto de empresas que compõe o nicho competitivo pouco se alterou, sendo nítida a baixíssima participação das firmas independentes nestes dois segmentos. Ao contrário, no mercado de etanol há um aumento substancial da participação de mercado das firmas Dominantes (10 pp.) e Independentes (20 pp.) e proporcional queda nas participações de mercado das firmas que compõe o nicho Regional. Em parte tal comportamento reflete movimento de fusões e aquisições ocorridos no setor, especialmente aquisições de distribuidores Regionais por distribuidores Dominantes e uma certa migração de distribuidores que deixam o nicho Regional para operar apenas como distribuidor Independente.

Tal diferença de segmentação entre os mercados de etanol e de derivados de petróleo não surpreende, na medida em que é facilmente explicável pelas próprias restrições de escala e diferenciais de custos dos elos a montante entre estes dois segmentos<sup>8</sup>.

Considerando ainda a expansão da produção e comercialização de combustíveis no Brasil (ver dados da tabela 5) potencializada pelo expressivo aumento das vendas de automóveis em função das políticas de crédito e redução de impostos, o aumento ou mesmo a

<sup>8</sup> O mercado de etanol se apresenta muito mais acessível às pequenas distribuidoras na medida em que a dispersão das usinas favorece tal comportamento. Na cadeia de derivados de petróleo, os únicos fornecedores são as refinarias, o que acaba por determinar maiores exigências de escala e de localização próximo às refinarias, o que não acontece no mercado de etanol.

manutenção das participações de mercado indica ocorrência de certo crescimento no tamanho das firmas no setor.

**Tabela 5: Vendas de combustível pelas distribuidoras (em 1.000m<sup>3</sup> – Anos selecionados)**

Combustível	2000	2003	2005	2007	2009	2012	Varição no período
Gasolina C	22.630	22.610	23.553	24.325	25.409	39.698	+ 75,42%
Diesel	35.151	36.853	39.008	39.008	44.764	55.900	+ 59,03%
Etanol	4.604	3.245	4.667	6.187	16.471	9.850	+ 113,95%

Fonte: Anuários Estatísticos ANP vários anos  
Elaboração própria

Quanto à quantidade de empresas em cada nicho competitivo, o segmento independente foi o único a apresentar aumento do número de firmas em atividade. Em sentido oposto, nos segmentos Regional e Dominante houve queda no número de empresas na comparação entre os anos de 2000 e 2012.

Apenas como um exercício para pensar a concentração nos diferentes nichos competitivos, foi calculado os HHI em cada nicho considerando as participações relativas das firmas no total de seu nicho, como se cada nicho competitivo fosse um mercado completo. Neste cálculo, os resultados demonstram queda na concentração de mercado no segmento Independente e aumento da concentração nos segmentos regional e dominante. Os índices HHI tanto no segmento Independente quanto regional evidenciam que são nichos competitivos, ao contrário do nicho dominante que já se apresentava altamente concentrado já em 2000 e aumentou substancialmente sua concentração em 2012, conforme dados da tabela 6.

**Tabela 6: HHI por nicho competitivo: comparação 2000 e 2012**

Mercado	Nichos competitivos					
	Independente		Regional		Dominante	
Ano	2000	2012	2000	2012	2000	2012
Gasolina	920	440	474	540	2.119	3.522
Diesel	576	456	386	551	2.343	3.882
Etanol	761	470	569	744	2.125	3.346

Fonte: Elaboração própria, Dados: Anuários Estatísticos ANP dos anos 2001 e 2013

Esta diferença entre os segmentos de mercado sugerem inexistência de barreiras à mobilidade nos segmentos Independente e Regional e elevadas barreiras à entrada no nicho dominante. De fato, a mobilidade entre os nichos Independente e Regional é fácil e a observação da indústria tem mostrado casos da entrada e saída nas duas direções, tanto de empresas que atuavam no nicho Independente e passaram para o nicho Regional, como empresas que atuavam no nicho Regional e passaram para o nicho Independente mediante extinção de suas bandeiras no mercado varejista.

A entrada no nicho Dominante tem se mostrado mais difícil, na medida em que há maiores barreiras; especialmente aquelas relacionadas às vantagens absolutas de custos e economias de escala. Não houve no mercado nacional de distribuição a entrada de grandes empresas distribuidoras pós-regulamentação que alterasse a configuração no nicho dominante. Até mesmo porque as quatro maiores empresas exploradoras e distribuidoras de petróleo e gás do mundo já operavam no País: Exxon Mobil, Chevron Shell e BP.

A Shell continua em atuação no País no nicho dominante, aumentando sua participação de mercado, especialmente pela formação da *joint venture* com a Cosan e criação da Raizen, conforme já destacado (ver tabela 2). A Chevron vendeu para o grupo Ultra os seus ativos fixos (postos de combustíveis) e a partir de 2012, todos os postos de combustíveis da marca Texaco deixaram de existir no País, tornando-se postos Ipiranga.

A americana ExxonMobil atuava no Brasil desde 1912 com o nome de Standard Oil Company of Brazil e vendeu em 2008 para a Cosan os ativos da afiliada brasileira da ExxonMobil. O que, na data, permitia o uso das marcas registradas Esso, Mobil, Shop & Shop e Hungry Tiger, o que terminou com o estabelecimento da joint venture entre Cosan e Shell em 2010 e o licenciamento da marca Shell para a Cosan.

A BP está no mercado nacional desde 1957 e atua na exploração de petróleo e gás natural, na produção de lubrificantes e biocombustíveis e também na distribuição de combustíveis marítimos e de aviação. Ao contrário do que ocorre em outros países, no Brasil, a BP não atua no segmento de revenda.

Desta forma, fica evidente o porquê da pequena alteração no nicho dominante pós-desregulamentação, já que duas das quatro grandes distribuidoras mundiais deixaram o mercado nacional ao invés de disputar este espaço e uma das maiores distribuidoras mundiais, a BP não teve interesse em entrar na concorrência, no elo distribuidor e varejista.

Não se sabe exatamente as causas deste desinteresse pelo mercado distribuição de combustíveis no Brasil, no entanto a literatura internacional sugere uma inclinação maior destas firmas ao elo *upstream*, que é considerado mais rentável que a revenda. (NACS, 2013), o que no Brasil, ainda é monopólio estatal.

## 5. Outros impactos da desregulamentação: Preços e estrutura de oferta

Com relação à questão de preços, a desregulamentação da revenda com a possibilidade de postos de "bandeira branca" trouxe uma oportunidade de menores preços aos consumidores. Contudo, a observação dos mesmos demonstra claramente o exercício de uma estratégia de liderança-preço.

Tais preços referem-se à média aritmética das médias geométricas anuais de preços correntes coletados pela FIPE na cidade de São Paulo.

**Tabela 9: Média de preços dos combustíveis (Média anual 10 litros – Anos selecionados)**

Marca do posto	Gasolina				Diesel				Etanol			
	2000	2005	2009	2012	2000	2005	2009	2011 <sup>1</sup>	2000	2005	2009	2012
Dominantes	13,48	22,38	24,26	26,79	6,70	17,72	21,14	20,57	8,73	12,23	13,79	18,27
Regionais	13,06	21,72	23,32	26,13	6,77	17,35	20,96	21,19	7,92	11,13	12,73	17,97
Todos os Bandeirados	13,42	22,22	24,12	26,73	6,71	17,63	21,13	20,61	8,62	11,95	13,63	18,24
Bandeira Branca	12,59	21,08	22,53	25,12	6,59	17,55	21,09	19,99	7,38	10,63	12,19	17,11
Branças x Bandeirados	-6,2%	-5,1%	-6,6%	-6,0%	-1,8%	-0,5%	-0,2%	-3,0%	-14,4%	-11,0%	-10,6%	-6,2%

Fonte: FIPE

<sup>1</sup> Médias mensais até junho de 2011, quando o diesel foi excluído da pesquisa de orçamentos familiares da Fipe

Observa-se que os preços praticados por postos de bandeira branca são menores que àqueles preços médios praticados pelos postos associados aos distribuidores para os três combustíveis automotivos.

Tal posição confortável para as líderes impede movimentos de queda nos preços via ganhos de escala, comuns nesse mercado. A elevada diferenciação de produtos que ainda persiste reduz significativamente a contestabilidade do mercado, o que diminui os impactos da política implementada na revenda. O potencial de aceitação dos postos de "bandeira branca" depende sobretudo da inclinação dos consumidores em alterar sua preferência pelas marcas tradicionais do mercado.

A preferência do consumidor brasileiro não se alterou significativamente e a vantagem das marcas tradicionais ainda é muito grande, o que se deve principalmente à desconfiança

dos consumidores quanto à lisura e qualidade dos combustíveis que se adquire em postos de bandeira branca ou de distribuidores regionais<sup>9</sup>. Tal desconfiança fortalece a preferência do consumidor e implica o pagamento de preços mais altos junto aos postos franqueados e certa perda de bem estar do consumidor pelo pagamento deste valor majorado; já que os postos franqueados possuem custos associados à vinculação contratual ao distribuidor. Neste sentido, políticas voltadas para a construção de marcas com referencial de qualidade pelas distribuidoras Regionais e uma maior atuação do poder público na fiscalização do setor e coibição de práticas irregulares podem, no longo prazo, alterar a preferência do consumidor e potencializar mais competição entre distribuidores.

Torna-se importante ressaltar que nos últimos anos a política de preços no mercado nacional tem seguido uma tendência altista tanto no mercado de derivados de petróleo pela necessidade de importação, quanto no mercado de etanol pelo insipiente investimento em aumento de oferta deste combustível nos últimos anos.

Observando especificamente a estrutura de oferta no elo anterior a distribuição, fica evidente que o Brasil tem problemas claros de baixo investimento na produção desses três combustíveis. Não iremos tratar causas desse processo, mas não se pode deixar de destacar um certo descaso da política industrial no País que incentivou sobremaneira a ampliação da frota de veículos com incentivos fiscais e de crédito, mas não destinou esforços compatíveis na ampliação doméstica de combustíveis automotivos. O que desde 2010 tem acarretado impactos negativos nas contas externas do País, assim como exercendo pressão inflacionária nos preços internos.

## **6. Considerações finais**

O artigo apresentou como objetivo principal a avaliação da política pública implementada pelo governo brasileiro com vistas a aumentar a competição no setor de combustíveis automotivos e obter melhoria de bem estar da economia, especificamente a redução de preços dos combustíveis. A avaliação final do artigo considera a comparação entre os dois períodos pré e pós desregulamentação.

No momento anterior à desregulamentação, os preços eram fixados pelo governo e somente eram permitidas a operar no mercado poucas grandes distribuidoras. Neste período a competição entre estas empresas se dava exclusivamente pela preferência do consumidor por uma marca ou outra, já que não havia diferenças de preços entre os postos de combustíveis. Considerando um produto unidimensional, o espaço para conquistar o cliente estava fundamentalmente assentado sobre a construção de preferência do consumidor pelo fortalecimento das marcas. Desta maneira, a necessidade de fortalecimento das marcas e o investimento em propaganda num mercado de preços tabelados implicava que as distribuidoras se organizassem estrategicamente para reduzir seus custos e ampliar sua margem de lucro no gerenciamento de sua quantidade vendida e não de seus preços. Haveria, portanto, espaço para competição entre as firmas.

Contudo, se em conjunto, as firmas estabelecidas se comportarem como um cartel organizado (pelo governo), os incentivos a melhores práticas que reduzam custos, aumentem margens e expandam suas de fatias de mercado não funcionam. Nesta situação, os incentivos para a continuidade de um "cartel" que divide o mercado entre seus interessados acabam sendo maior. E em conjunto, o espaço de disputa dessas firmas se direciona muito mais à

---

<sup>9</sup> Em 2003 os índices de não conformidade (percentual de amostras não conformes dentre o total de amostras analisadas) nos postos de bandeira branca eram iguais a 14,3%, 12,8% e 6,5% para gasolina, etanol e diesel, respectivamente enquanto nos postos de bandeira dominantes esses percentuais eram de 3,8, 6,7 e 2,4. Em 2011, nos postos de bandeiras esses percentuais eram de 2,1, 3 e 2,9 contra 1,1, 1,6 e 1,6 nos postos de bandeiras dominantes, também para gasolina, etanol e diesel respectivamente.

pressão sobre o poder público para que estes preços administrados garantam o retorno sobre seus investimentos do que propriamente a um comportamento virtuoso dentro de um mercado completamente protegido.

Desta forma, a abertura do mercado e a liberação de preços apresentou uma arena mais concorrencial onde as empresas precisariam manter e ampliar sua posição neste novo mercado desregulado. A ameaça às firmas estabelecidas seria tão maior quanto maiores fossem as capacidades de entrada em níveis de igualdade das firmas incumbentes. Tal ameaça não se consolidou. Primeiro porque as grandes distribuidoras mundiais não se interessaram pela entrada e disputa do mercado nacional de combustíveis, pós desregulamentação, provavelmente em função da instabilidade institucional brasileira e também pela redução das margens da distribuição devido à proibição de integração vertical no mercado nacional. E segundo, porque as distribuidoras menores que adentraram o mercado o fizeram com desvantagens absolutas de custos e tem incorrido nos elevados custos de construção de marca e deslocamento da preferência do consumidor. Somam-se a estas questões o acentuado processo de fusões e aquisições dos últimos 10 anos que fortaleceram ainda mais a participação de mercado das distribuidoras estabelecidas.

De outro lado, não se pode negar que mesmo com desvantagens evidentes, as novas firmas que adentraram o mercado têm conseguido aumentar suas participações de mercado, com expressivo destaque para o mercado de etanol, e especificamente o casos de sucesso como o da distribuidora Ale<sup>10</sup> demonstra que a mobilidade para o nicho dominante tem sido possível (mas não recorrente), em grande medida pela expansão do mercado consumidor de combustíveis líquidos.

Em tese, se o primeiro objetivo da política pública era desconcentrar o mercado, isso não aconteceu com o vigor alardeado em fins dos anos noventa. Há uma quantidade muito grande de empresas distribuidoras, contudo, o mercado de combustíveis está progressivamente mais concentrado. Em comparação com o modelo de competição entre distribuidoras pré-desregulamentação pode-se afirmar que hoje o mercado brasileiro está mais competitivo do que antes.

Em resumo, consideramos que a política pública de desregulamentação da distribuição de combustíveis no mercado nacional teve restrito êxito em seus objetivos, já que os resultados benéficos desta política não foram tão grandes quanto o que se esperava em fins dos anos noventa.

No bojo do pacote de desregulamentação pública ficam dúvidas quanto ao benefício do impedimento legal para que distribuidoras operem postos revendedores, como ocorre em outros países. A proibição da integração vertical serviria ao impedimento de uma competição desleal entre grandes e pequenos e distribuidores e também entre proprietários independentes. Contudo, uma conduta virtuosa das firmas distribuidoras poderia implicar menores preços na revenda, em ambiente de preços livres. O novo modelo de regulamentação vigente e executado pela Agência Nacional de Petróleo, Gás e Biocombustíveis e a própria existência da estatal Petrobras, que detém significativa parcela da distribuição e o monopólio do refino de petróleo, poderiam ser eficientes na coibição de condutas lesivas e apropriação de bem estar do consumidor.

---

<sup>10</sup> A distribuidora aumentou sua rede de postos de 146 para 1.479 e a quantidade vendida de combustíveis de 673.743,2 m<sup>3</sup> para 4.147.222m<sup>3</sup> entre os anos de 2000 e 2012 respectivamente.

## Referências

- BAIN, J. S. *Organización industrial*, (s.l.), Omega. p.262-91, 1963.
- BAUMOL, W. J. Contestable markets: An uprising in the theory of industry structure, *American Economic Review*, Vol. 72, No. 1, pp. 1-15, 1982.
- BICALHO, L. M. e BORGES, H. Barreiras à Entrada na distribuição de combustíveis no Brasil, *Anais do XII Congresso Brasileiro de Energia*. Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2008.
- BICALHO, L. e GOMES, M.F. Evolução Recente da Desconcentração dos Mercados de Distribuição de Gasolina e Diesel no Brasil. *Anais do IX Congresso Brasileiro de Energia*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2002
- ESTEVES, H. B. B. e BARAN, P. H. A elevação dos preços de revenda dos combustíveis automotivos do ciclo Otto no ano de 2011 e o papel da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e biocombustíveis. *Relatório: Coordenadoria de defesa da Concorrência*, ANP, Disponível em: [www.anp.gov.br/?dw=59054](http://www.anp.gov.br/?dw=59054), 2011
- FIANI, R. Teoria da regulação econômica: estado atual e perspectivas futuras. Rio de Janeiro, NUCA-IE-UFRJ. *Texto para discussão* n. 423, 1998.
- JORGE, M. A. Das barreiras à entrada às barreiras à mobilidade: uma survey. *Ensaio FEE*, 12(2), 481-495, 1991.
- KUPFER, D. e HASENCLEVER, L. (orgs) *Economia Industrial*: Campus, Rio de Janeiro, 2013
- MODIGLIANI, F. New Developments on the oligopoly Front. *Journal of Political Economy*, 66 (3) : 215-232, 1958.
- NACS - The Association for convenience & fuel retailing (2013), *The NACS State of the Industry Report of 2013 Data*.
- RESENDE, M. e BOFF, H. Concentração Industrial. (Cap. 5, pp.55-89). In. KUPFER, D. e HASENCLEVER, L. (orgs) *Economia Industrial*: Campus, Rio de Janeiro, 2013
- RODRIGUES, A. M. e SALIBY, E. A. *Aplicação da Simulação no Dimensionamento de Bases Distribuição de Combustíveis*. Recuperado de: <http://www.centrodelogistica.com.br/new/fsbibliografia.htm>. 1998. Acesso em maio de 2010.
- SYLOS-LABINI, P. *Oligopólio e progresso Técnico*, Rio de Janeiro: Forense Universitária: 1980.
- SOARES, S. S. S. *Distribuição de combustíveis no estado de São Paulo: Estruturas de Governança no setor de distribuição e Quebras de Contrato*. Departamento de Engenharia de Produção, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2012 (tese).
- SOARES, S.S.S.; PAULILLO, L. F. & CANDOLO C. (2013) Opportunistic Behavior and Stability of Governances in Automotive Fuel Negotiations in the State of São Paulo (Brazil) *Journal of Economic Issues*, 47 (4), p. 983-1002.