



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria de Acompanhamento Econômico
Coordenação Geral de Defesa da Concorrência-DF

Parecer n.º 021/2003 COGDC-DF/SEAE/MF

Brasília, 05 de março de 2003.

Referência: Ofício OF/DPDE/N.º 5683/2002

Assunto: Processo Administrativo n.º 08012.004472/2000-12.

Representantes: Agência Nacional de Petróleo – ANP e Ministério Público Federal, Procuradoria da República no Município de Bauru/SP.

Representados: Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo do Estado de São Paulo – Regional Bauru (SINCOPETRO); Wagner Siqueira e os postos de combustíveis de sua propriedade: Auto Posto Mary Dota Ltda., Auto Posto Jardim Brasil Bauru Ltda., Auto Posto Nuno de Assis Ltda., Auto Posto Vila São Paulo Ltda. e Auto Posto Bauru 2000 Ltda.; Sebastião Homero Gomes e os postos de combustíveis de sua propriedade: Sebastião Homero Gomes Bauru e Auto Posto Petroper Ltda., Luiz Carlos Lombardi e o posto de combustíveis de sua propriedade Lopes & Lombardi Ltda.; Davilço Graminha e os postos de combustíveis de sua propriedade: Elefantinho Auto Posto de Garça Ltda., Elefantinho Auto Posto Agudos Ltda., Auto Posto Chapadão Bauru Ltda., Eskinão II Auto Posto de Serviços Ltda., Auto Posto de Serviços Eskinão Ltda., Auto Posto Esmeralda de Agudos Ltda., Lion & CIA Comércio de Combustíveis Ltda., Eskinão III Auto Posto de Serviços Ltda., Eskinão IV Auto Posto de Serviços Ltda., Elefantinho Auto Posto de Reginópolis Ltda; João Nunes Pimentel e Silvio Carlos Martins Martinez.

Conclusão: Sugere aplicação de multa pecuniária e a publicação da decisão em jornal de grande circulação no Estado de São Paulo, no caso de condenação pelo CADE.

Versão: Pública

1. A Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça, por meio do ofício OF/DPDE/N.º 5683, de 05 de dezembro de 2002, informou à SEAE, nos termos do art. 38 da Lei n.º 8.884/94, da instauração de Processo Administrativo n.º 08012.004472/2000-12.

1. PARTES ENVOLVIDAS

1.1 Representados

2. Figuram como representados 18 (dezoito) postos de gasolina na cidade de Bauru, donos de postos da mesma cidade, o Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo do Estado de São Paulo – Regional Bauru (SINCOPEPETRO) e o seu Presidente, o Sr. Davilço Graminha.

1.2 Representantes

3. O Ministério Público Federal – MPF (Procuradoria da República no Município de Bauru/SP) e a Agência Nacional de Petróleo – ANP atuaram como representantes, enviando representação à SDE sugerindo a abertura de Processo Administrativo em 01 de julho de 2002. A ANP também atuou como representante encaminhando nota técnica à SDE por meio do ofício n.º 009/CDC.

2. CARACTERIZAÇÃO DA CONDUTA

4. A representação do Ministério Público Federal do Estado de São Paulo denunciou a ocorrência de aumentos anormais e inexplicáveis dos preços de revenda da gasolina comum, de maneira uniforme, na cidade de Bauru/SP, em vários momentos, no período compreendido entre maio e junho de 2000.
5. A Nota Técnica da SDE utilizada para abertura do Processo Administrativo remete à ocorrência de infrações à ordem econômica na cidade de Bauru, em desfavor do Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo do Estado de São Paulo – Regional Bauru (SINCOPEPETRO) e outros, consistentes em:
 - a) fixar ou praticar, em acordo com concorrente, sob qualquer forma, preços e condições de venda de bens ou prestação de serviços; e
 - b) obter ou influenciar a adoção de conduta comercial uniforme ou concertada entre concorrentes sob forma de ameaça ou uso de coerção.
6. Tais práticas estão tipificadas no artigo 20, inciso I a IV, e no artigo 21, incisos I e II e XXIV da Lei n.º 8.884/94.
7. No dia 26 de novembro de 2002, a então Secretária de Direito Econômico, Dra. Elisa Silva

Ribeiro Baptista de Oliveira, acolheu a referida Nota e decidiu pela instauração de Processo Administrativo.

3. CARACTERIZAÇÃO DO MERCADO RELEVANTE PARA ANÁLISE

3.1 Da Dimensão Produto

8. Para efeitos da análise sobre possíveis infrações à ordem econômica, partindo da denúncia encaminhada pelo MPF e a ANP, pode-se definir o mercado relevante, na dimensão produto, como sendo o de serviços de revenda de gasolina. Não existem serviços substitutos à revenda desse produto. Os proprietários de veículos necessariamente são servidos pelos postos de abastecimento, autorizados pela Agência Nacional de Petróleo - ANP. Isso se dá por restrição imposta pela Lei n.º 9.478/97, Lei n.º 9.847/99 e pela Portaria n.º 116/2000 da ANP.
9. Optou-se pela definição do mercado relevante - dimensão produto - como sendo o de serviço de revenda de gasolina e não o serviço de revenda de gasolina aditivada e comum separadamente, pois o preço da gasolina aditivada não é significativamente superior ao da gasolina comum a ponto de sugerir uma definição de mercado relevante em separado. Pode-se supor que o consumidor modal de gasolina aditivada passará a consumir gasolina comum caso o preço daquela elevar-se substancialmente.
10. A despeito dessas ponderações, sem prejuízo das conclusões advindas do presente parecer, a análise restringir-se-á ao mercado de gasolina comum, uma vez que todos os dados repassados pela ANP, PROCON e MPF, bem como as provas colhidas ao longo do processo se referem a esse produto específico.

3.2 Da Dimensão Geográfica

11. Para efeitos de definição de mercado relevante geográfico, a área adotada foi a da cidade de Bauru. A aquisição de serviços de abastecimento em localidades circunvizinhas ao município de Bauru não é justificável em termos econômicos para o consumidor modal. A aplicação do Teste do Monopolista Hipotético¹ demonstra que levando-se em conta o abastecimento médio efetuado por donos de automóveis e o consumo dos mesmos, um consumidor padrão não estaria disposto a percorrer uma distância superior a 10 km em decorrência de um aumento de preços do posto onde efetua seus abastecimentos com maior frequência. A valer essa lógica, somente alguns moradores, situados nas regiões mais periféricas da cidade poderiam abastecer seus veículos em estabelecimentos localizados nos arredores da cidade, caso existam. Não obstante, muito provavelmente esses moradores não representem uma parcela significativa da população total da cidade, e, a própria existência de postos situados nos arredores de Bauru deve representar um percentual reduzido em relação ao total de postos².

¹ V. Anexo I.

² Conforme matéria divulgada no *Jornal da Cidade* em 26/11/2000, alguns comerciantes de Bauru rodam no

12. Assim sendo, os fatores acima expostos demonstram a improbabilidade de deslocamento para outras cidades para abastecimento por parte do consumidor modal da cidade de Bauru, na hipótese de um aumento de 5 ou 10 % no preço da gasolina. Mesmo que para alguns consumidores situados nas periferias da cidade compense efetuar um deslocamento para aquisição de combustível, este fluxo não é suficientemente representativo a ponto de sugerir a inclusão de localidades circunvizinhas na definição de mercado relevante - dimensão geográfica.

4. DAS PROVAS/INDÍCIOS

13. No curso da investigação realizada por esta Secretaria, foram realizados estudos de preços com base nos dados encaminhados pela ANP e pelo PROCON, coletados entre os dias 08 e 10 de junho de 2000 e, posteriormente, entre os dias 30 de dezembro de 2001 e 02 de novembro de 2002. Adicionalmente, foram analisadas as gravações das conversas telefônicas entre os diversos donos de postos de combustíveis da cidade de Bauru, interceptadas a pedido do MPF, entre os dias 19 de maio e 02 de junho de 2000. Por fim, foram apreciados diversos artigos jornalísticos publicados no periódico *Jornal da Cidade*³ relatando a uniformidade dos preços de revenda de combustível na cidade de Bauru-SP.

14. O teor dos diálogos e das reportagens jornalísticas, bem como o alinhamento de preços verificados a partir dos dados da ANP e do PROCON, são indicativos da existência de cartel.

4.1 Pesquisa de preços

15. A Nota Técnica n.º 005/CDC da ANP de 25 de agosto de 2000 indica que, durante os dias 08 e 10 de junho de 2000, 82 postos, ou seja, cerca de 96,5% do mercado de revenda de gasolina comum de Bauru, praticaram preços que oscilavam entre R\$ 1,310 e R\$ 1,340/litro. Portanto, a diferença entre os preços máximos e mínimos praticados pelos postos da cidade era de apenas R\$ 0,030/litro. Do universo pesquisado, cabe ressaltar que um grupo de 31 postos vendia o produto por R\$1,340/litro e um grupo de 29 postos por R\$ 1,330/litro. Verificou-se, ainda, que, cerca de 60 postos revendedores, ou seja, aproximadamente 70% dos postos, atuavam no mercado com seus preços praticamente alinhados, apresentando uma variação de até R\$ 0,01/litro.

16. Posteriormente, foi realizado um levantamento adicional pela ANP entre os dias 30 de dezembro de 2001 e 02 de novembro de 2002, com o objetivo de analisar a estrutura do

máximo 10 km fora da cidade à procura de preços mais acessíveis e acabam economizando – V. Anexo II.

³ 27/05/2000 – MP Federal vai indiciar todos os donos de postos; 31/05/2000 – Postos têm preço igual, diz PROCON; 06/06/2000 – Sindicato nega cartel dos postos; 07/06/2000 – 86% dos postos vendem gasolina a R\$ 1,33/R\$1,34; 26/11/2000 – Consumidores desconfiam de cartel; 29/05/2002 – MPF investigará dumping e cartel; 27/06/2002 – MPF quer investigação sobre cartel; 12/09/2002 – Gasolina tem diferença de R\$ 0,30 em postos vizinhos; 26/11/2002 – SDE investigará cartel em Bauru; 31/01/2003 – Gasolina de Bauru é uma das mais caras e 01/02/2003 – Os cartéis.

mercado de distribuição e de revenda e a variabilidade dos preços praticados pelos postos revendedores de gasolina comum e de álcool, em Bauru, nesse período.

17. Os dados agregados do referido levantamento indicam que, no período entre a segunda quinzena de abril e a penúltima semana de maio de 2002, o preço da gasolina comum chegava a R\$ 1,60/litro no município de Bauru. Na última semana de maio e na primeira semana de agosto de 2002, ocorreram aumentos paralelos do preço da gasolina comum, passando do patamar anterior de R\$ 1,60/litro para R\$ 1,770/litro, ou seja, um aumento de 11% no preço médio da revenda. Deve-se ressaltar que, durante esse período os coeficientes de variação atingiram os seus valores mais baixos, com valor médio de 0,012 e mínimo de 0,004. Foram inclusive detectados os mais baixos coeficientes de variação do ano, nessa ocasião, enquanto se verificou também, aumentos das margens médias brutas de revenda.

4.2 Das Escutas Telefônicas

18. Atendendo ao pedido feito pelo Ministério Público Federal, a Justiça autorizou a interceptação telefônica no curso do Processo 2000.61.08.3474-4 da 1ª Vara da 8ª Subseção Judiciária Federal em Bauru/SP.

4.2.1 Provas de cartel na cidade de Bauru/SP

19. O teor dos diálogos comprova a existência de cartelização em Bauru/SP, revelando conversas por parte dos representados para persuadir alguns postos revendedores de combustíveis a não praticar preços mais baixos. Observa-se também, a existência de ameaças àqueles que se recusassem a acatar os preços cartelizados, bem como reuniões promovidas nas quais se discutiam a fixação de preços. Os acordos eram estabelecidos em reuniões e conversas telefônicas, ao passo que as visitas pessoais de membros do cartel tinham objetivo de intimidação a eventuais defecções aos parâmetros pactuados, prática mais conhecida como monitoramento do cartel.

20. CONFIDENCIAL

21. CONFIDENCIAL

22. CONFIDENCIAL

23. CONFIDENCIAL

24. CONFIDENCIAL

5. PROBABILIDADE DO EXERCÍCIO DE PODER DE MERCADO

5.1 Participação de Mercado

25. De acordo com pesquisa realizada pela ANP entre os dias 08 e 10 de junho de 2000, a participação de mercado das redes de distribuição de gasolina na cidade de Bauru era a seguinte:

Tabela – 1

Participação de Mercado das Redes de Distribuição atuando em Bauru/SP

Bandeira	N.º Postos	%
BR	15	17,65%
Ipiranga	15	17,65%
Texaco	12	14,12%
Shell	11	12,94%
AGIP	8	9,41%
FLAG	8	9,41%
Esso	7	8,24%
Branca	5	5,88%
Outras	4	4,71%
Total Geral	85	100,00%

26. Nota-se, do quadro acima, que o mercado de revenda de Bauru é significativamente concentrado. A tabela abaixo reproduz o índice de concentração Ci do mercado.

Tabela –2

Índice Ci

C1	17,65%
C2	35,29%
C3	49,41%
C4	62,35%

27. Depreende-se, portanto, que as duas principais redes atuando no mercado detêm uma participação de mercado de 35,29% (C2), ao passo que as quatro principais redes chegam ao

percentual de 62,35% (C4). Os elevados índices revelam a alta probabilidade de exercício de mercado de acordo com a variável analisada, qual seja, participação de mercado.

28. Outrossim, deve-se salientar, que a própria existência de um sindicato, congregador dos interesses dos revendedores de combustível, atua como elemento de confluência de objetivos entre competidores. Mesmo em um mercado pulverizado - o que não se aplica ao presente caso - a existência de sindicato atuante, com altos índices de adesão dos estabelecimentos do setor, pode representar um fator aglutinador de interesses capaz de orquestrar acordos, a despeito de baixas participações de mercado.

5.2 Entrada

29. Embora o setor de revenda de combustíveis não demande um elevado custo de investimento inicial para sua operacionalização, se comparado com outros setores econômicos, subsistem algumas barreiras institucionais à entrada de novos ofertantes. A necessidade de autorização para funcionamento requisitada à ANP e de licenças municipais condicionadas ao atendimento das restrições da legislação de ordenamento urbano, representam as duas barreiras institucionais de maior peso.
30. Assim sendo, a entrada no setor de revenda de combustíveis no Município de Bauru, não contribui para a diminuição da probabilidade de exercício de poder de mercado.

5.3 Produtos Substitutos

31. Não existem serviços substitutos à revenda de combustíveis, pois os proprietários de veículos necessariamente são servidos pelos postos de abastecimento. Os produtos transacionados por intermédio desses serviços de revenda para o consumidor final são formados pelos derivados do petróleo, ou seja, a gasolina, o óleo diesel comum e, em menor escala, o álcool anidro.
32. Inexistem, no contexto dos agentes do varejo no mercado de combustíveis local, serviços alternativos que possam desempenhar função de substitutos àqueles prestados pelo segmento varejista dos postos de combustíveis. As necessidades de provimento de combustíveis automotivos demandados pelos condutores de veículos, são necessária e unicamente atendidas pelos pontos de venda de varejo constituídos pelos postos de combustíveis.
33. Além disso, os produtos comercializados por meio dos serviços de revenda não possuem substitutos próximos. A gasolina, o álcool e o óleo diesel não podem ser considerados substitutos próximos em razão dos elevados custos associados a uma eventual substituição de um pelo outro, além da restrição legal ao uso de diesel em automóveis de passeio. Fontes alternativas de energia automotora, por outro lado, não são acessíveis ao grande público por preços semelhantes aos combustíveis ora analisados.

34. Essa peculiaridade de inexistência de substitutos próximos confere um caráter de inelasticidade de demanda aos produtos, característica reforçada ainda pela essencialidade dos mesmos. Logo, não existem produtos substitutos no mercado sob análise capazes de reduzir a possibilidade de exercício do poder de mercado.

5.4 Outros fatores

35. Além dos fatores apontados acima, existem outros, capazes de influenciar a probabilidade de exercício de coordenado de poder de mercado.

36. Primeiramente, podemos apontar a semelhança das empresas em termos de custos, processos, metas, grau de integração vertical ou número de produtos produzidos. A ausência desses fatores age como empecilho à celebração de acordos anticompetitivos ao passo que a presença desses elementos atua como mecanismo facilitador. Empresas semelhantes têm maior probabilidade de concordar do que empresas com estruturas produtivas diferenciadas.

37. Nos estabelecimentos do mercado sob análise, há uma configuração similar no que concerne o porte das infra-estruturas de serviços de abastecimento, dos quantitativos de bombas abastecedoras e de tanques subterrâneos para estoque de combustível. Além disso, os critérios de viabilidade econômica adotados pelos postos no dimensionamento e na alocação da equipe de frentistas por faixa horária são assemelhados e os custos de pessoal são resultado de negociações com o sindicato laboral, representante da categoria dos frentistas. Esses custos tendem a convergir para um padrão de uniformidade. O mesmo ocorre com as bombas, periodicamente aferidas pelo INMETRO conforme padrões equânimes.

38. Em segundo lugar, deve-se ressaltar a relativa disponibilidade de informações a respeito de concorrentes existente no mercado. A falta de informações a respeito de competidores dificulta o monitoramento de um eventual cartel. No mercado em tela, as informações de preço devem necessariamente constar nas bombas. Permite-se, dessa forma, um certo grau de monitoramento a eventuais acordos de fixação de preços. Por vezes, alguns revendedores confeccionam placas e faixas, facilitando ainda mais o policiamento, a eventuais desvios, em casos existência de conluio.

39. Por fim, outras características do mercado em questão lhe conferem probabilidade de exercício coordenado de poder de mercado: a atomização do mercado consumidor e a prática de tabelamento de preços por parte do governo até há poucos anos. A atomização do consumo diminui a capacidade de contestação a eventuais condutas anticompetitivas, pois há uma redução do poder de barganha do mercado consumidor. A existência de uma prática histórica, mas já encerrada, de controle direto de preços levado a cabo pelo Governo Federal, levou a um certo agrupamento institucional dos revendedores de combustíveis. O fim do controle estatal tem sido ilegalmente substituído pelo controle centralizado por parte dos revendedores, em foros de decisão privada, fora do embate dos agentes no mercado.

40. As conclusões a respeito do setor de revenda de combustíveis no Município de Bauru foram, portanto, as seguintes: 1) existem entraves à entrada de novos competidores no mercado analisado; 2) não há produtos substitutos próximos ao serviço de revenda de gasolina; 3) o mercado consumidor é pulverizado; 4) o mercado é concentrado na produção. Essas peculiaridades do mercado em questão impelem, por conseguinte, à constatação de impossibilidade de exercício coordenado de poder de mercado.

6. DANO

41. O dano presente nas condutas comprovadas no presente parecer constitui o preço mais elevado resultante do cartel posto em prática pelos postos representados. Caso não houvesse o acordo entre postos, os preços aos consumidores finais seriam menores.

7. CONCLUSÃO

42. Diante do exposto, fica evidente, no Município de Bauru/SP, a infração dos donos de postos de gasolina representados no processo, bem como do Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo do Estado de São Paulo – Regional Bauru (SINCOPETRO). A infração consistiu em fixação de preços, por parte dos donos de postos, e na influência a adoção de conduta comercial uniforme e concertada entre concorrentes, por parte do Sindicato SINCOPETRO.

8. RECOMENDAÇÃO

43. Considerando:

- 1) O teor dos diálogos transcritos das gravações telefônicas efetuadas a pedido do Ministério Público Federal de Bauru/SP;
- 2) O alinhamento de preços verificados à partir dos dados agregados pela ANP e pelo PROCON na região de Bauru/SP;
- 3) a participação de mercado das redes de distribuição de gasolina na cidade de Bauru;
- 4) a existência de um sindicato atuante, congregador dos interesses dos revendedores de combustível e capaz de orquestrar acordos;
- 5) a impossibilidade de substituição de produto;

6) as notícias relatadas pela imprensa regional;

A Secretaria de Acompanhamento Econômico recomenda:

- 1) a imposição de multa aos representados, ao Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo do Estado de São Paulo – Regional Bauru (SINCOPESTRO) e ao seu presidente, o Sr. Sebastião Homero Gomes; como incurso nos incisos I do art. 20 c/c inciso I e II do art. 21, ambos da Lei n.º 8884/94, por influenciar ação concentrada entre agentes, limitando e prejudicando a livre concorrência;
- 2) a publicação da decisão em jornal de grande circulação no Estado de São Paulo, no caso de condenação pelo CADE.

À apreciação superior.

Pedro de Abreu e Lima Florêncio
Coordenador

Mariana Tavares de Araújo
Coordenadora-Geral

De Acordo.

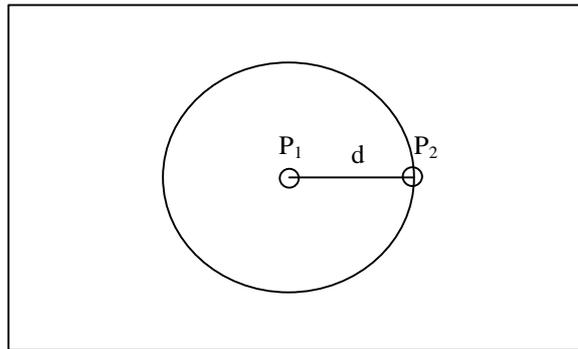
Marcelo Barbosa Saintive
Secretário-Substituto

ANEXO I

Supondo-se que um específico posto de combustíveis atende aos consumidores residentes em determinada circunvizinhança, sempre abastecendo seus automóveis ao sair ou chegar em casa. Por alguma razão, o proprietário deste posto decide elevar os seus preços, e os seus consumidores não estão dispostos a pagar mais do que até 5% de acréscimo sobre o preço anterior. O abastecimento em outro posto gera custos adicionais de deslocamento para o consumidor: tempo e combustível para o percurso. Levando-se em consideração apenas o fator combustível (ignorando-se o custo do tempo), pergunta-se: qual a distância máxima que o motorista poderia percorrer para abastecer em um posto longínquo, em resposta a um aumento de preços do posto próximo?

Pode-se responder a essa questão utilizando o modelo indicado na figura a seguir, com um ponto P_1 representando um posto de abastecimento central e um ponto P_2 representando um posto de abastecimento distante.

Figura 1
Modelo para determinação da distância de indiferença relativa a preços



Sejam as seguintes variáveis:

p_1 = preço do combustível no posto central P_1	(em R\$ / litro)
p_2 = preço do combustível no posto distante P_2	(em R\$ / litro)
d = distância entre os postos central e distante	(em km)
q = abastecimento modal dos motoristas	(em litros)
c = taxa de consumo médio dos veículos	(em km/litro)

Abastecer o carro no posto P_2 representaria um custo adicional para o motorista, pois teria de se deslocar para esse ponto distante. Esse custo pode ser representado pela fórmula abaixo:

$$\text{Custo adicional} = p_2 \times \frac{d}{c}$$

Portanto, o abastecimento no posto P_2 seria interessante somente se o preço p_2 ali praticado, fosse menor que o preço p_1 praticado no posto P_1 , num montante suficiente para

compensar o gasto adicional de deslocamento. Esse cálculo deve levar em consideração a quantidade de litros que o motorista costuma abastecer (aqui chamado de abastecimento modal), pois quanto mais litros forem comprados a preços mais reduzidos, maior será a economia para o motorista. A inequação abaixo mostra a condição que deve ser satisfeita para que seja vantajoso deslocar-se até P_2 para abastecer, levando-se em consideração o fato de que o motorista deve deslocar-se de volta até P_1 .

$$q \times p_1 \geq q \times p_2 + \left(\frac{2 \times d}{c} \times p_2 \right)$$

$$p_1 \geq p_2 + \left(\frac{2 \times d}{c \times q} \times p_2 \right)$$

$$p_1 \geq p_2 \times \left(1 + \frac{2 \times d}{c \times q} \right)$$

Portanto, a indiferença para o consumidor, entre abastecer em P_1 ou P_2 , em relação a custos de combustíveis é dada pela igualdade:

$$p_1 = p_2 \times \left(1 + \frac{2 \times d}{c \times q} \right)$$

Supondo agora que se quer verificar a possibilidade de que o posto P_1 aumente os seus preços em 5%. Foi demonstrado que esse posto pode fazê-lo, desde que não haja nenhum outro posto até d km. A demonstração abaixo mostra como d pode ser calculado:

$$p_1 = 1,05 \times p_2$$

Logo,

$$1,05 \times p_2 = p_2 \times \left(1 + \frac{2 \times d}{c \times q} \right)$$

$$1,05 \times p_2 - p_2 \times \left(1 + \frac{2 \times d}{c \times q} \right) = 0$$

$$p_2 \times \left[1,05 - \left(1 + \frac{2 \times d}{c \times q} \right) \right] = 0$$

$$1,05 - \left(1 + \frac{2 \times d}{c \times q} \right) = 0$$

$$1 + \frac{2 \times d}{c \times q} = 1,05$$

$$\frac{2 \times d}{c \times q} = 1,05 - 1 \quad (i)$$

$$\frac{2 \times d}{c \times q} = 0,05$$

$\frac{d}{c \times q} = 0,025$

Portanto, o posto P_1 poderia aumentar os seu preços em 5%, caso não houvesse nenhum posto numa distância d calculada segundo a fórmula acima. Torna-se então importante identificar quais os valores de c e q , ou seja, qual o valor da taxa de consumo médio dos automóveis e qual o abastecimento modal dos motoristas nos postos.

A tabela a seguir faz simulações para vários valores de c e q , calculando as distâncias d para permitir aumentos de preços de 5%.

Distância até o posto mais próximo que permita um posto qualquer elevar os seus preços em 5%

c (km/l) \ q (l)	5	7,5	10	12,5
10	1,3 km	1,9 km	2,5 km	3,1 km
15	1,9 km	2,8 km	3,8 km	4,7 km
20	2,5 km	3,8 km	5,0 km	6,3 km
25	3,1 km	4,7 km	6,3 km	7,8 km
30	3,8 km	5,6 km	7,5 km	9,4 km
35	4,4 km	6,6 km	8,8 km	10,9 km
40	5,0 km	7,5 km	10,0 km	12,5 km
45	5,6 km	8,4 km	11,3 km	14,1 km
50	6,3 km	9,4 km	12,5 km	15,6 km

Fonte: Seae, elaboração própria

Observa-se na tabela que um motorista que geralmente abastece 25 litros de cada vez e cujo automóvel percorre 7,5 km por litro de combustível poderá abastecer em um posto localizado a até 4,7 km do posto próximo, caso este último tenha preços 5% superiores aos praticados pelo posto distante, e os seus gastos seriam os mesmos. A equação mostra e as tabelas evidenciam que, quanto maior for o abastecimento modal dos motoristas e quanto menor for o consumo médio dos veículos (mais quilômetros por litro), maior será a distância d .

ANEXO II

Jornal da Cidade - 26/11/2000

“Consumidores desconfiam de cartel

A maioria dos postos de combustíveis de Pederneiras cobra preços iguais, gerando desconfiança dos consumidores

Pederneiras - Os consumidores de Pederneiras estão revoltados com a falta de opção de preços nos postos de combustíveis. Dos nove estabelecimentos existentes na cidade, pelo menos seis estão cobrando o mesmo valor pelo litro do álcool: R\$ 1,05.

O Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo de Bauru e Região (Sincopetro) não entra no mérito da questão. O presidente da entidade, Sebastião Homero, destaca que o sindicato não discute valores dos produtos, já que os empresários são livres para estipular quanto vão cobrar pelo combustível. Ele também ressalta que desconhece essa atitude dos postos de Pederneiras e que não existe nenhuma denúncia nesse sentido. “Estou sabendo disso agora. Não tenho conhecimento de que exista esse tabelamento”, disse.

Wilson Ricardo Fávero, proprietário de um dos postos que cobra R\$ 1,05 pelo litro do álcool, negou que haja um tabelamento por parte dos empresários. Ele disse que paga R\$ 0,928 pelo litro do álcool e que esse é o valor mínimo que pode cobrar pelo produto para atrair a atenção dos consumidores. “Se eu vender com uma margem de lucro de R\$ 0,10, eu apenas empato custos. Agora, se esse valor que eu pratico também é fixado em outros postos, isto pode ser uma coincidência. Assim como a cerveja tem o mesmo preço em vários bares, isso também pode acontecer com os combustíveis”, destacou.

Fávero disse que, numa economia moderna, a tendência é que todos os preços se alinhem. “Se eu conseguisse comprar álcool por um preço mais barato, com certeza eu venderia mais em conta”, disse.

Os consumidores, no entanto, reclamam da falta de opção. A comerciante S.S. (ela preferiu não divulgar o nome), que tem um carro a álcool, diz que muitas vezes prefere abastecer em Bauru (onde o preço médio do álcool é de R\$ 0,90), para tentar economizar um pouco. “Aqui em Pederneiras não tem condições. Praticamente em toda a cidade o preço é o mesmo. Quem trabalha em cidades vizinhas, acaba enchendo o tanque por lá, como é o caso do meu cunhado, que trabalha em Lençóis Paulista”, salientou.

S.S. diz que, no caso dela, que viaja para Bauru com frequência, compensa abastecer antes de chegar em casa. Mas não são todas as pessoas que tem essa disposição.

O também comerciante J.N.L. (que preferiu não ter o nome revelado), reclama que sempre encontra em todos os postos o mesmo preço. “Não adianta pesquisar, tentar achar um lugar mais barato. Dentro da cidade, é sempre o mesmo preço”, disse.

Ele também aproveita as viagens para encher o tanque. Ou então, quando pode, procura um estabelecimento localizado na estrada que liga Pederneiras a Macatuba, um dos únicos a ter

preço diferenciado. “Eu rodo uns 10 quilômetros, mas acabo economizando no final das contas”⁴, garantiu.

O comerciante acredita que, se os postos de combustíveis mantivessem a concorrência, conseguiriam atrair bem mais a clientela. “Um ou dois centavos a menos seria um grande chamariz”, disse.

Ele contou que o que acaba diferenciando um posto do outro é o preço praticado a prazo. Alguns dão prazos menores, mas preços mais em conta; outros oferecem grande elasticidade para pagamento, com valores mais altos.

O posto que oferece o menor preço no álcool e na gasolina fica a algumas dezenas de quilômetros do centro da cidade, praticamente na Zona Rural. Lá, antes do reajuste anunciado dia 22, o litro da gasolina valia R\$ 1,43 e o do álcool, R\$ 0,899. O proprietário do estabelecimento, José Álvaro Santiago, disse que consegue essa diferença por trabalhar em um local diferenciado. “Meu posto tem um sistema de trabalho diferente dos que ficam na zona urbana. Aqui eu gasto menos com funcionários, com energia elétrica e água. Também levo vantagem ao adquirir o petróleo. Compro de uma companhia que é ao mesmo tempo confiável e barateira”, disse.

Ele não acredita que os donos de postos da cidade possam estar combinando preço para manter o mercado equilibrado. “São pessoas muito sérias e que não arriscariam sua idoneidade dessa maneira. Eu acredito que o que está ocorrendo é um equilíbrio dos preços nas distribuidoras”, disse.

Para o empresário, os donos de postos estariam comprando o combustível por um preço efetivamente caro das companhias e repassando um lucro mínimo para o valor final, o que acabaria padronizando o mercado.

Rose Araujo”

⁴ Grifo nosso.