

# Análise do mercado de Retalho de Combustíveis em Portugal Hiper/Supermercados vs Empresas Petrolíferas

## 1 - ENQUADRAMENTO

Com este documento pretendemos analisar e esclarecer alguns pontos relevantes na actividade retalhista de combustíveis em Portugal, com um foco principal na diferenciação entre os postos de combustível das empresas petrolíferas e das empresas de distribuição alimentar.

Actualmente, existem sensivelmente 2300 postos de combustível em Portugal, sendo que pertencentes a empresas de distribuição alimentar são cerca de 126. Estima-se que as vendas dos postos de hiper/supermercados correspondam a 10% do mercado. As empresas de distribuição alimentar que comercializam combustível em Portugal são o Auchan, Jerónimo Martins, E. Leclerc e o grupo Os Mosqueteiros.

O papel benéfico das empresas de distribuição alimentar, na comercialização de combustíveis tem sido bem notório, trazendo claras vantagens para o consumidor em termos de reduções de preços, conforme referido no Relatório da Autoridade da Concorrência sobre o Mercado dos Combustíveis em Portugal de 2 de Junho de 2008. Este papel poderia ser amplificado, se a burocracia vigente desse lugar a um processo de licenciamento mais ágil e eficiente.

A experiência de vários países europeus e alguns estudos têm demonstrado que os mercados onde os operadores independentes não integrados têm uma presença significativa, apresentam uma performance mais competitiva. Por exemplo, o facto de os supermercados e hipermercados deterem uma importante fatia da venda a retalho de combustíveis, tem revelado efeitos benéficos ao nível da concorrência pelos preços. Em França, os postos de abastecimento de combustíveis de grandes superfícies, têm uma quota de mercado superior a 50% e no Reino Unido superior a 25%, sendo dos países que apresentam mais baixos preços de venda ao público, líquidos de impostos.

A montante da actividade retalhista, importa também relevar o facto da Galp, que sendo a única refinadora a nível nacional e controlando mais de 80% da capacidade de armazenagem disponível em território nacional, devido a ser monopolista, as margens que pratica não serão aquelas que caracteriza um mercado com um nível mais elevado de concorrência.

## 2 - PREÇO FINAL DOS POSTOS DE COMBUSTÍVEL DOS HIPER/SUPERMERCADOS VS POSTOS DE COMBUSTÍVEL DAS EMPRESAS PETROLÍFERAS

Conforme análise realizada pela Autoridade da Concorrência relativamente ao diferencial de preços praticados nos postos de combustível de hiper/supermercados e das empresas petrolíferas, podem-se retirar algumas conclusões relevantes:

1 - No período compreendido entre o início do ano de 2006 até ao 1º Trimestre de 2008, o preço médio de venda de combustíveis nos postos dos hipermercados e supermercados tem sido sempre inferior ao praticado pelos restantes operadores.

2 - O diferencial de preço em termos absolutos tanto para Gasóleo como para Gasolina IO95 tem vindo a aumentar consecutivamente no período temporal anteriormente referido entre os postos de hiper/supermercados e das empresas petrolíferas (ver quadro em baixo).

<b>DIFERENCIAL (CENTS./LITRO)</b> <b>POSTOS DE HIPER/SUPERMERCADOS VS POSTOS</b> <b>PRINCIPAIS PETROLÍFERAS</b>	<b>1º</b> <b>TRIMESTRE</b> <b>2008</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
<b>GASOLINA IO95</b>	- 5,7	- 5,1	- 4,3
<b>GASÓLEO</b>	- 5,8	- 5,5	- 4,4

Fonte: Autoridade da Concorrência

3 - Em termos relativos, o diferencial do preço médio praticado pelos hiper/supermercados para Gasolina IO95 tem vindo a aumentar constantemente entre 2006 e o 1º Trimestre de 2008. Relativamente ao gasóleo, esse diferencial também tem vindo a aumentar sendo de -4,2% em 2006 e de -4,8% no 1º Trimestre de 2008 (ver quadro em baixo).

<b>DIFERENCIAL (% DO PREÇO)</b> <b>POSTOS DE HIPER/SUPERMERCADOS VS POSTOS</b> <b>PRINCIPAIS PETROLÍFERAS</b>	<b>1º</b> <b>TRIMESTRE</b> <b>2008</b>	<b>2007</b>	<b>2006</b>
<b>GASOLINA IO95</b>	- 4,1%	- 3,9%	- 3,4%
<b>GASÓLEO</b>	- 4,8%	- 5,1%	- 4,2%

Fonte: Autoridade da Concorrência

### **3 - CONCLUSÕES**

Apesar de ter sido demonstrado pela Autoridade da Concorrência, que a subida recente verificada no ano de 2008, do preço de venda antes de impostos do gasóleo e da gasolina IO95 está ligada à subida dos preços nacionais à saída da refinaria, e, que estes estão relacionados com a evolução dos preços CIF do mercado de Roterdão (plataforma Platts NWE), é pertinente fazer uma reflexão sobre o porquê da existência de um diferencial de preço entre os postos de combustível dos hiper/supermercados e das empresas petrolíferas, e como explicar o aumento desse diferencial.

A diferença de preços acima enunciada assenta basicamente na margem que é praticada no retalho, sendo que para as empresas de distribuição alimentar estamos a falar em termos médios de margens entre 0,4% e 3% (fonte: Empresas de Distribuição), enquanto que as empresas petrolíferas praticam um valor médio entre 8% a 9% (fonte: Autoridade da Concorrência). Dado os outros custos serem bastante idênticos, a diferenciação reside no facto de nos hiper/supermercados a margem no retalho ser bastante mais reduzida que nas empresas petrolíferas. As empresas de distribuição alimentar têm uma cultura comercial claramente focada no consumidor, traduzindo-se na procura dos preços mais baixos, e baseando efectivamente o seu negócio de retalho de combustíveis numa boa localização dos seus postos, eficiência dos recursos utilizados e geração de volume.