

Produção do Espaço e Dinâmica Regional

Petróleo, empresas e gestão do território: uma análise sobre o mercado de combustíveis no município de Serrinha

Petroleum, companies and territory management: an analysis on the fuel market in Serrinha

John Wolter Oliveira Silva¹ , Renato Leone Miranda Léda¹ 

¹Universidade do Estado da Bahia, Departamento de Educação, Campus XI, Serrinha, BA, Brasil

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo analisar o processo de gestão territorial realizado pela atuação das empresas Postos de Revenda de Combustíveis (PRCs) no município de Serrinha/BA. Trata-se de um recorte da pesquisa intitulada “Estratégias e práticas espaciais das distribuidoras e postos de combustíveis como agentes de gestão do território em escala local – O caso do município de Serrinha/BA”, desenvolvida no âmbito do Curso de Geografia do Departamento Educação da Universidade do Estado da Bahia, Campus XI – Serrinha. Os PRCs representam uma parcela do conjunto de atividades ligadas ao setor do petróleo, se distribuem por todo o território nacional formando uma densa rede de estações de abastecimentos de veículos automotores, interconectados com as bases de distribuição regionais das principais empresas, como BR, Ipiranga, Raízen, Alesat, dentre outras. O arcabouço teórico-metodológico desta investigação ampara-se na perspectiva da abordagem qualitativa, sem excluir, necessariamente, o levantamento e análise de dados quantitativos, utilizando-os de modo complementar; com a discussão de pressupostos da Ciência Geográfica como Gestão do Território, Redes Geográficas e Circuitos Espaciais Produtivos e Círculos de Cooperação numa leitura de caráter geográfico-econômico aplicada na atuação empresas revendedoras de combustíveis na gestão do território no município de Serrinha/BA. Os procedimentos adotados foram a produção de mapeamento da configuração espacial dos PRCs de Serrinha/BA, pelo exercício de análise de imagens e da pesquisa de campo com visita aos 26 PRCs do município para aplicação de questionário e realização de entrevistas com gerentes e responsáveis, além do registro fotográfico da área dos postos e adjacências. Portanto, este trabalho, demonstrou o emaranhado de postos e distribuidoras que atuam nesta face do setor do petróleo no município, apresentando um potencial de disputas concorrenciais de preço e qualidade dos produtos e serviços, com tendência de expansão dessas relações ao considerarmos as transformações socioespaciais que um município tende a vivenciar no avançar do tempo histórico-geográfico.

Palavras-chave Gestão do território; Petróleo; Combustíveis; Redes geográficas; Geografia econômica

ABSTRACT

This article aims to analyze the territorial management process carried out by companies of Fuel Resale Stations (FRSs) in Serrinha/BA. This is an excerpt from the research entitled 'Strategies and spatial practices of distributors and gas stations as agents of territorial management on a local scale - The case in Serrinha/BA', developed within the Geography Course of the Education Department of the State University of Bahia, Campus XI - Serrinha. The FRSs represent a portion of the set of activities related to the oil sector, are distributed throughout the national territory forming a dense network of motor vehicle fueling stations, interconnected with the regional distribution bases of the main companies, such as BR, Ipiranga, Raízen, Alesat, among others. The theoretical and methodological framework of this investigation is based on the perspective of the qualitative approach, without necessarily excluding the collection and analysis of quantitative data, using them in a complementary way; with the discussion of assumptions of Geographic Science as Territory Management, Geographic Networks and Productive Spatial Circuits and Cooperation Circles in a reading of a geographic-economic character applied in the performance of fuel reseller companies in the territorial management in Serrinha/BA. The procedures adopted were the production of mapping the spatial configuration of the FRSs in Serrinha/BA, for the exercise of image analysis and field research with a visit to the 26 FRSs in the municipality for applying a questionnaire and conducting interviews with managers, and the photographic record of the area of the posts and surroundings. Therefore, this work demonstrated the tangle of service stations and distributors that operate on this face of the oil sector in the city, presenting a potential for competitive disputes regarding price and quality of products and services, with a tendency for these relationships to expand when considering the socio-spatial transformations that a municipality tends to experience in the advance of historical-geographical time.

Keywords: Territory management; Petroleum; Fuels; Geographic networks; Economic geography

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

De acordo com dados da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP, 2020), mais de 40 mil Postos Revendedores de Combustíveis (PRCs) atuam no setor de comercialização de derivados do petróleo no país. Entre os anos de 2013 e 2019 houve um aumento de 2.077 postos, arranjados entre as principais empresas de distribuição e revenda de combustíveis. Por regiões geográficas do Brasil, 15.661 postos se localizavam no Sudeste; 10.499 no Nordeste; 7.872 na Região Sul; 3.677 no Centro-Oeste; e 3.261 na Região Norte (ANP, 2020).

Os PRCs representam uma parcela ou segmento do conjunto de atividades ligadas ao setor do petróleo que se dispersam por todo o território nacional, formando uma densa rede de estações de abastecimentos de veículos automotores, interconectados com as bases de distribuição regionais das principais empresas, como BR, Ipiranga, Raízen, Alesat, entre outras.

Nos contextos de concorrência e competitividade no mercado de revenda de combustíveis, alguns trabalhos analisam as relações entre localização e concentração espacial dos postos de combustíveis com os preços praticados e serviços oferecidos. Braga (2014) discute as relações de concorrência que são aproximadas pela concentração de postos numa determinada área que, por conseguinte, repercutem nos preços praticados pelos postos das principais cidades do Rio Grande do Norte. Os estudos de Silva e Carvalho (2017) sobre a competitividade entre os postos de combustíveis na cidade de Belo Horizonte/MG, apontam que nos bairros em que o preço médio dos imóveis é mais alto, os postos de combustíveis acabam competindo por meio da oferta de diferentes serviços, demonstrando assim a influência do espaço geográfico na forma de competição entre os mesmos. Além de Neves e Costa (2008), que investigam os fatores locacionais nas decisões de instalação e abertura de postos de combustíveis em Fortaleza/CE.

Nessa perspectiva, o presente trabalho tem como objetivo analisar o processo de gestão territorial realizado pela atuação das empresas postos de revenda de combustíveis no município de Serrinha/BA. Trata-se de um recorte da pesquisa intitulada *“Estratégias e práticas espaciais das distribuidoras e postos de combustíveis como agentes de gestão do território em escala local – O caso do município de Serrinha/BA”*, apresentada ao Departamento de Educação, da Universidade do Estado da Bahia, Campus XI – Serrinha, como trabalho de conclusão de curso. Para tanto, busca-se neste trabalho refletir as seguintes questões: a) Como estão localizados os PRCs no município de Serrinha? b) Quais as relações socioespaciais entre as distribuidoras e os PRCs no arcabouço da rede de comercialização de combustíveis? c) Quais as implicações espaciais que emergem do processo de gestão territorial dos PRCs no município de Serrinha?

Dessa forma, este artigo está estruturado em quatro seções. Nesta primeira seção inicia-se uma breve contextualização do assunto, abordando o cenário do mercado de combustíveis no país. Na segunda seção são discutidos e aproximados os conceitos de gestão do território, redes geográficas e circuitos espaciais produtivos

e dos círculos de cooperação no âmbito do setor do petróleo. Na terceira seção, é realizada uma análise acerca da atuação das empresas PRCs no município de Serrinha/BA. A última e quarta seção, destina-se para as considerações finais do referido artigo.

2 ESPAÇO, EMPRESAS E GESTÃO DO TERRITÓRIO

De acordo com Corrêa (2014 [1989]), a gestão do território atua como instrumento de reprodução das desigualdades espaciais e a grande corporação “contribui decisivamente para a manutenção, o desfazer e o recriar das desigualdades espaciais” (2014, p. 218). Dessa forma, no modo de produção capitalista, a configuração do espaço é um dado que tende a ser necessariamente desigual, com diversas localizações, densidade de fluxos, complexa estrutura de classes e dessemelhante desenvolvimento das forças produtivas.

Sobre a gestão do território Corrêa (1992) explana que

Entendemos por gestão do território o conjunto de práticas que visa, no plano imediato, à criação e ao controle da organização espacial. Trata-se da criação e controle das formas espaciais, suas funções e distribuição espacial, assim como de determinados processos, como concentração e dispersão espaciais, que conformam a organização do espaço em sua origem e dinâmica. Em última instância, a gestão do território constitui poderoso meio que visa, através da organização espacial, viabilizar a existência e a reprodução da sociedade (CORRÊA, 1992, p. 115).

No entanto, a gestão do território realizada pelas “pressões econômicas e políticas” (CORRÊA, 2014) das empresas se torna função essencial e também estratégica no processo de organização do espaço, pois é o meio de garantir a máxima eficiência da acumulação de capital e também condição de potencialização da expansão dos negócios que podem não ser necessariamente contíguos no espaço, como no caso das empresas que atuam na forma de redes interconectadas e com movimentos transescalares de localização.

Considerar a natureza espacial dos fluxos é condição indispensável ao processo de constituição de redes geográficas, já suas diversas localizações, tornam-se fundamentais para o entendimento dos movimentos de articulação transescalar da gestão do território, uma vez que se trata de uma série de interações espaciais, ou seja, de relações sociais (re)produzidas no âmbito do espaço geográfico, motivadas por uma ordem diversa de ações com sua respectiva espacialidade.

Nesse sentido, falar em rede geográfica é referir-se sobre “o conjunto de localizações humanas articuladas entre si por meio de vias e fluxos” (CORRÊA, 2011, p. 200), é pensar no conjunto de atividades socioeconômicas que se formam pela atuação das empresas e corporações ao se apropriar das dimensões espaciais para interpenetrar relações de produção e distribuição de bens e serviços.

Para o setor de combustíveis estas interfaces se apresentam de modo fundamental ao pleno funcionamento, desenvolvimento e manutenção do setor. No primeiro momento está o cotidiano dos modos de vida da sociedade que se utiliza de meios de transporte para se locomover, o que se faz hoje ainda majoritariamente pelo consumo de algum tipo de combustível (gasolina, etanol, diesel e GLP). O segundo momento é a cadeia produtiva dos combustíveis que se inicia pela tomada de decisão de uma determinada corporação em sua sede, seguido das etapas de exploração e produção (inclui armazenagem, transporte, importação e exportação), processamento em refinarias e em unidades industriais petroquímicas, distribuição de derivados, revenda (transportador-revendedor-retalhista e posto de abastecimento) e consumidor (indivíduos e empresas).

A distribuição e consumo dos produtos industrializados perpassam pela sede social da corporação, da relação entre a grande empresa e os diversos lugares, que implica na tomada de decisões e emissão de ordens ou comandos e acionam múltiplas interações com outros tantos agentes econômicos, tanto aqueles que já participam da rede de interações da corporação quanto os que não participam. As vendas atacadistas através das filiais de venda promovem a circulação dos produtos para os centros varejistas que distribuem e revendem aos consumidores finais.

A dispersão espacial dos postos de combustíveis em torno das vias e estradas dos municípios pode caracterizar a apropriação e o uso diferenciado dos territórios pelos agentes econômicos do setor. A partir da instalação e funcionamento destes estabelecimentos que captam os fluxos já existentes, as áreas do entorno passam a atrair a instalação de outros eventos e empreendimentos comerciais, rebatendo na valorização da renda da terra, especulação imobiliária, mobilização de linhas de crédito para financiamento e investimentos, regulamentação de áreas pelo poder municipal, dentre outros. “A criação de um sistema de circulação, material e imaterial, permite à firma sua dispersão geográfica” (SANTOS; SILVEIRA, 2008, p. 159).

De outra maneira, os PRCs se apropriam das interações espaciais existentes numa dada área geográfica para estabelecer e articular relações não apenas de localização, mas também de aumento da necessidade de “[...] complementação entre lugares, gerando circuitos produtivos e fluxos cuja natureza, direção, intensidade e força variam segundo os produtos, segundo as formas produtivas, segundo a organização do espaço preexistente e os impulsos políticos” (SANTOS, 1994, p. 63).

A gestão do território realizada pelas corporações também é um dado relevante que compõe os processos de circuitos espaciais produtivos e dos círculos de cooperação. Para Santos (1994, p. 63) “Cada firma usa o território segundo sua força. Criam-se, desse modo, circuitos produtivos e círculos de cooperação, como forma de regular o processo produtivo e assegurar a realização do capital”.

Os circuitos produtivos são definidos pela circulação de produtos, isto é, de matéria. Os circuitos de cooperação associam a esses fluxos de matéria outros fluxos não obrigatoriamente materiais: capital, informação, mensagens, ordens. As cidades são definidas como pontos nodais, onde estes círculos de valor desigual se encontram e superpõem (SANTOS, 1994, p. 63).

As distribuidoras e os postos de combustíveis representam parte da cadeia constituinte dos circuitos produtivos, motivados conseqüentemente, pelos círculos de cooperação que se traduzem pelas ordens e normas oriundas da ANP e da Petrobras

em seus escritórios regionais, além das sedes e escritórios das empresas distribuidoras.

As aproximações apreendidas a partir das discussões de autores como Santos; Silveira (2008) e Corrêa (1992), tornam possível pensar que os contrastes dos processos de gestão do território realizada pelos diversos agentes, dentre eles os econômicos (corporações e firmas, além dos consumidores), via interações espaciais, constituem os circuitos espaciais de produção e círculos de cooperação num dado recorte do espaço geográfico.

A partir dessas considerações teóricas mais gerais que nos permitem aproximar e analisar a atuação dos diversos agentes do setor dos combustíveis, é importante ressaltar que a gestão do território exercida dos PRCs e distribuidoras de combustíveis, não pode jamais ser desvinculada das estratégias e do modus operandi das corporações, uma vez que os PRCs são as “pontas” do iceberg de relações em rede que se espriam pelo território, sendo os proprietários destas empresas os agentes, geralmente locais, que dispõem apenas de relativa autonomia na compra e venda dos combustíveis dentro dessa cadeia de interações, mesmo considerando o cenário recente de expansão dos postos de combustíveis no jogo da concorrência do setor.

2.1 Metodologia da investigação

O arcabouço teórico-metodológico desta investigação ampara-se na perspectiva da abordagem qualitativa, sem excluir, necessariamente, o levantamento e análise de dados quantitativos, utilizando-os de modo complementar, tendo em vista que aqui se pretendeu realizar uma leitura de caráter geográfico-econômico sobre a atuação das empresas revendedoras de combustíveis na gestão do território no município de Serrinha/BA.

Realizou-se a produção de mapeamento da organização espacial dos postos revendedores de combustíveis de Serrinha/BA, como instrumento de análise e

verificação sistemática da atual organização espacial dos objetos de estudo. Para isso foi realizado o exercício de fotointerpretação de imagem das áreas dos PRCs, por meio do software livre QGis para marcação georreferenciada e confecção de mapa.

A pesquisa de campo consistiu na visita aos 26 PRCs do município de Serrinha para aplicação de questionário e realização de entrevistas com gerentes e, alguns casos, com frentistas dos postos, utilizando um roteiro orientado contendo dez questões acerca de como se dão as relações entre os PRCs, as Distribuidoras e consumidores; bem como do registro fotográfico da área dos postos. A pesquisa de campo obteve 260 respostas válidas. Dentre os 26 postos visitados, apenas um estava com 30 dias de funcionamento, os demais estão há mais de um ano atuando no mercado de combustíveis e lubrificantes em Serrinha.

3 O MERCADO DE COMBUSTÍVEIS EM SERRINHA

O município de Serrinha fica localizado a 180 km da capital baiana, Salvador, no Território de Identidade do Sisal ¹, entre as coordenadas 11° 37' 28" S e 38° 58' 26" W. De acordo com a Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia (SEI, 2019), atualmente, Serrinha tem uma população de aproximadamente 81 mil habitantes, sendo cerca de 48 mil pessoas residindo na área urbana (59,25%) e 33 mil em área rural (40,75%). O Produto Interno Bruto gerado em 2016 foi de R\$ 821,1 milhões. Os principais setores da economia são estruturados pelas atividades de agropecuária com 1,7%, indústria com 12,7% e comércio e serviços com 85,6% de participação nas atividades econômicas no ano de 2016 (IBGE; SEI, 2018).

As atividades do setor do petróleo no município de Serrinha são representadas pela atuação dos PRCs que são os responsáveis legalmente pela

¹ Os Territórios de Identidade correspondem a uma divisão adotada pelo Estado da Bahia, desde 2007, como base geográfica de referência para o planejamento territorial, execução de políticas públicas e organização administrativa de órgãos governamentais.

revenda varejista de combustíveis automotivos, permitido apenas ao agente econômico que seja constituído como pessoa jurídica, ou seja, firmas. Com isso, o principal dado deste cenário que nos retém a atenção, se traduz pela quantidade e variedade de postos de combustíveis existentes no município.

De acordo com dados da ANP, em 2019, 26 postos revendedores de combustíveis (Quadro 1) operavam nas principais rodovias de Serrinha ou em logradouros do núcleo urbano, sendo 17 postos classificados pela ANP como de bandeira branca (PRCs não vinculado a uma distribuidora) e nove postos revendedores bandeirados (PRCs vinculados a uma distribuidora) que possuem contrato de exclusividade com distribuidoras.

Quadro 1 - Postos Revendedores de Combustíveis de Serrinha/BA

Nome fantasia	Bandeira	Início das atividades
Posto Cacuá	Petrobras Distribuidora S.A.	1978
Posto Guanabara	Petrobras Distribuidora S.A.	1986
Posto Sidel	Petroserra	1995
Posto Shalon	Petrobras Distribuidora S.A.	1996
Posto R Car	Bandeira Branca	1997
Posto Cruzeiro	Bandeira Branca	2000
Posto Alvorada	Petrobras Distribuidora S.A.	2003
Posto Cidade Nova	Bandeira Branca	2004
Posto Serrinha	Alesat	2006
Auto Posto Teofilândia II	Bandeira Branca	2007
Posto Veredas	Bandeira Branca	2010
Posto Oasis	Bandeira Branca	2011
Auto Posto Rodagem	Bandeira Branca	2012
Posto Serrano	Bandeira Branca	2012
Posto Flor de Liz	Ipiranga	2012
Posto Renascer	Bandeira Branca	2012
Posto Avenida	Bandeira Branca	2013
Posto Tanque Grande	Bandeira Branca	2013
Posto Pedras	Bandeira Branca	2014
Posto Piramide	Bandeira Branca	2014
Posto Cajueiro	Bandeira Branca	2014
Auto Posto DS	Bandeira Branca	2016
Posto Bom De Preço	Bandeira Branca	2016
Posto Chapada	Bandeira Branca	2017
Posto Sinai	Bandeira Branca	2018
Posto Morena Bela	Larco	2018

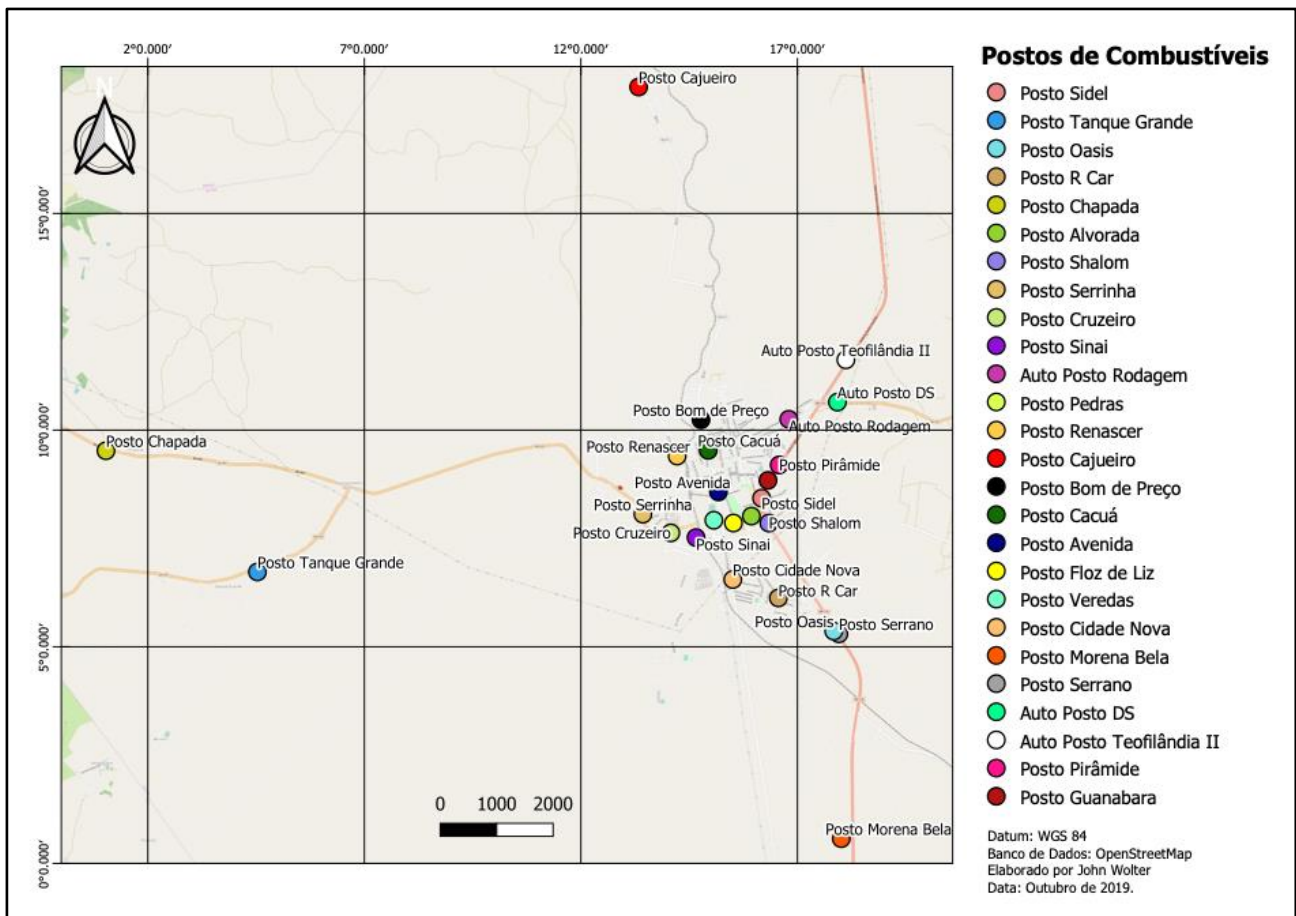
Fonte: Adaptado de ANP 2020 e Junta Comercial de Bahia 2019, organizado pelos autores (2020)

Dentre as bandeiras de distribuição e venda de derivados de petróleo que atuam no município com PRCs bandeirados, constam a Alesat (2), BR Distribuidora (4), Ipiranga (1), Petroserra (1) e Larco (1). Um dado que chama atenção é o fato de que a partir do ano de 2000, a quantidade de postos do tipo bandeira branca

aumentou significativamente, saltando de dois para 17. Para Pinto e Silva (2008) este cenário representa a ruptura do processo de intervenções governamentais no setor de revenda dos combustíveis e a prática de preços mais baixos e maiores quantidades de combustíveis ofertadas.

O fato da presença de postos de grandes distribuidoras em Serrinha, sobretudo aqueles vinculados a BR Distribuidora que atuam há mais de uma década, pode expressar a força da representatividade das grandes corporações como uma forma de gestão do território nos municípios, que no caso da BR, até meados de 2019, tinha a Petrobras como sócia majoritária e controladora. Nesse sentido, trata-se da atuação em escala local de firmas de projeção comercial e financeira continental.

Figura 1 – Localização dos Postos Revendedores de Combustíveis em Serrinha



Fonte: Autores (2020)

Os postos de combustíveis de Serrinha encontram-se localizados em sua maioria no núcleo urbano, (Mapa 1) tendo como fator impulsionador o fluxo de veículos que transitam pelas principais vias de acesso à cidade, como a BR 116 nordeste, em sentido às cidades de Paulo Afonso/BA e demais estados da região Nordeste; a BA 409 oeste que liga o município de Serrinha/BA a Conceição de Coité/BA; a BA 411 norte que liga o município de Serrinha/BA à Barrocas/BA e à BA 233 leste que liga Serrinha/BA ao município de Biritinga/BA em sentido às cidades de Tobias Barreto/SE e Aracaju/SE.

O arranjo espacial constituído por essas rodovias demonstra o papel de entroncamento rodoviário que é exercido pela cidade de Serrinha no âmbito do conjunto de municípios vizinhos, por essa particular situação na malha viária, além de constituir núcleo urbano polo de uma Região Geográfica Imediata (DIVISÃO..., 2017), exercendo um tipo de centralidade urbana em função da oferta de bens e serviços à população do seu entorno mais próximo.

O mapa 1 também revela que é principalmente no interior da cidade onde estão localizados os PRCs bandeirados das principais corporações de derivados do petróleo, como a BR Distribuidora, Ipiranga, Ale e Larco. Com efeito, vale ressaltar que em 2018 (ANP, 2019) essas grandes distribuidoras que atuavam em Serrinha com postos bandeirados (com exceção da Raízen) representaram aproximadamente 83% da participação no setor de venda de óleo diesel e gasolina tipo C para o mercado nacional, inclusive, com a revenda de combustíveis também aos postos de bandeira branca.

Também é possível identificar a presença de postos de pequeno porte, identificados como de bandeira branca, isolados em bairros e povoados mais afastados do centro da cidade. Nestes estabelecimentos, são revendidos gasolina comum e aditivada e etanol, com poucas exceções para postos de revenda de diesel, devido ausência de estrutura física de armazenagem e atendimento; além de revenda de variados óleos lubrificantes. Nas proximidades destes postos, sobretudo daqueles localizados nas rodovias que cortam o município, o cenário se

repete: estabelecimentos comerciais ligados ao setor automotivo, como oficinas mecânicas de carros e motos, borracharias, lojas de peças automotivas, além de serviços de apoio a motoristas e viajantes (restaurantes, bares e pousadas), dentre outros.

O sistema de franquia empresarial é o modelo de negócio pelo qual essas grandes corporações têm atuado nos municípios do Brasil, que por meio da rede de postos exercem influência e poder de decisão nos PRCs com a exigência de cumprimento de cláusulas específicas. Além disso, trata-se de outra característica que também pode ser considerada como parte do processo conflitante de concorrência.

O marco regulatório das franquias, lei nº 13.966 de 26 de dezembro de 2019, disciplina o sistema de franquia empresarial

Art. 1º [...] pelo qual um franqueador autoriza por meio de contrato um franqueado a usar marcas e outros objetos de propriedade intelectual, sempre associados ao direito de produção ou distribuição exclusiva ou não exclusiva de produtos ou serviços e também ao direito de uso de métodos e sistemas de implantação e administração de negócio ou sistema operacional desenvolvido ou detido pelo franqueador, mediante remuneração direta ou indireta, sem caracterizar relação de consumo ou vínculo empregatício em relação ao franqueado ou a seus empregados, ainda que durante o período de treinamento (BRASIL, 2019, p. 1).

Nesse sentido, os PRCs bandeirados celebram contratos de exclusividade com as distribuidoras para compra e revenda de combustíveis e demais produtos exclusivos da corporação franqueadora, devendo exibir e veicular publicamente marcas e objetos de propriedade intelectual. A comercialização de produtos de outra natureza nas lojas de conveniência dos postos de combustíveis, como comidas e bebidas, acessórios de carro e de casa, pode constituir também parte do processo de atração de clientes, a considerar a busca pela expansão dos lucros gerados pelo aumento dos fluxos de veículos.

A Resolução ANP nº 41, de 05 de novembro de 2013, estabelece as normas e orientações obrigatórias e necessárias ao pleno funcionamento legal dos PRCs, definindo-os como

[...] estabelecimento localizado em terra firme que revende, a varejo, combustíveis automotivos e abastece tanque de consumo dos veículos automotores terrestres ou recipientes [...]; óleo lubrificante acabado envasado e a granel; aditivo envasado para combustíveis líquidos; aditivo envasado para óleo lubrificante acabado; graxas lubrificantes envasadas e querosene iluminante a granel ou envasado (ANP, 2013, p. 5).

Dessa forma, constituem atividades de revenda varejista de combustíveis automotivos a aquisição, o recebimento e a comercialização no próprio estabelecimento (ANP, 2013). Além disso, conforme resolução ANP nº 41 (2013), compreendem os combustíveis automotivos o etanol hidratado combustível, o etanol hidratado combustível Premium, a gasolina comum tipo C, a gasolina Premium tipo C; o óleo diesel B S500, o óleo diesel B S10, o óleo diesel marítimo A ou gás natural veicular (GNV) e aditivados. Em Serrinha, atualmente, apenas não são comercializados o óleo diesel marítimo A e o gás natural veicular (GNV).

Os fluxos de veículos se apresentam aos agentes econômicos do setor de revenda de combustíveis automotivos como oportunidades para incrementar o processo de instalação e de funcionamento de um PRC, movidos pela necessidade de captá-los para incorporar ao negócio da venda de combustíveis, lubrificantes e outros serviços automotivos. Contudo, pode-se considerar que a dinâmica e complexidade expressas no cotidiano do espaço geográfico são um dado relativamente disponível aos agentes econômicos.

Por exemplo, um semáforo instalado próximo de um PRCs tende a influenciar na velocidade dos veículos que transitam na respectiva via, podendo repercutir no direcionamento dos condutores em demanda ao posto ali situado. O sentido no qual os veículos transitam numa via, bem como a ocorrência de mudanças de sentido pelos órgãos reguladores também podem influenciar o funcionamento do PRCs. Por consequência, muitos fluxos materiais são criados, desviados, redirecionados e interconectados, conforme dados levantados em entrevista realizada na pesquisa de campo, na qual foi identificado que em três postos de combustíveis em Serrinha, a instalação de semáforos nas vias exerce influência nos fluxos de veículos, afetando o movimento nesses estabelecimentos.

Figura 2 - Semáforos em cruzamentos de vias nas proximidades de um PRCs



Fonte: Acervo particular dos autores (Abril, 2020)

Ao questionar os gerentes desses postos sobre a ocorrência de alguma mudança no cotidiano e nas vendas dos produtos e serviços eles responderam, conforme registrado no quadro 2:

Quadro 2 - Relatos dos entrevistados sobre a influência dos semáforos ao lado dos PRCs de Serrinha/BA

Posto 4	Posto 7	Posto 13
<p>“Depois que a prefeitura colocou as sinaleiras o movimento caiu. Até acabamos com as vendas na nota [concessão de crédito] porque as pessoas demoravam de pagar e a nosso tanque também é pequeno. Então não dá mais para vender assim com esse movimento.”</p>	<p>“Sim, mudou. Antes do semáforo a gente vendia muito mais. Hoje os carros param e quando saem não entram no posto ou então quando o semáforo está aberto eles passam direto.”</p>	<p>“[...] os carros tentam não passar por aqui por causa do semáforo. Eles desviam para não passar por ele. Tá tudo muito corrido e o semáforo atrasa o trânsito.”</p>

Fonte: Organização dos autores (2020)

Vale ressaltar que a ausência de gerentes, proprietários ou de pessoas que pudessem responder pelos postos, sobretudo aqueles de bandeira branca, foi uma dificuldade recorrente na pesquisa campo, nos obrigando a voltar ao estabelecimento outras vezes. Outro fato percebido na pesquisa de campo é (foi) que boa parte dos proprietários de PRCs bandeira branca em Serrinha são pequenos empresários do setor, muitas vezes, assumindo a vaga de gerente do próprio negócio.

A variação do quadro societário dos postos foi um dado apresentado pela pesquisa de campo que chamou atenção, pois sugeriu que há instabilidade no quadro de agentes econômicos neste setor da economia local e que de certo modo, encontra-se relacionado com existência de elevado número de PRCs de bandeira branca, já que estes postos apresentam um relacionamento jurídico flexível junto às distribuidoras no ato de compra dos combustíveis. Dos 26 postos visitados, nove mantiveram o quadro de sócios desde sua fundação até tal mês de 2020 dos quais seis são bandeirados e três são bandeira branca. Por outro lado, 17 postos fizeram alteração do quadro societário, em que 16 são bandeira branca e apenas um bandeirado.

Sobre a realização de estudos técnicos de localização, todos PRCs apontaram que apenas vistorias de adequação para funcionamento foram realizadas, apontando a decisão de posicionamento espacial dos postos como um dado de caráter unicamente empírico, por meio da observação das interações espaciais existentes. Os relatos de alguns gerentes explicitam:

“O patrão na época viu o local e percebeu que aqui era um bom lugar por causa do fluxo de carros que passam para outras cidades e pro centro da cidade” (Posto 4).

“[...] colocou o posto aqui por causa do BR” (Posto 15).

“Nós pensamos neste lugar porque podia dar certo e por não ter nenhum posto perto daqui” (Posto 26).

Os relatos apresentam um relativo conhecimento espacial oriundo da percepção empírica da realidade, também motivado pela dedução de acertos do negócio como consequência da tomada de decisões desde a instalação até a venda dos combustíveis que sofrem influência do processo de formação de preços que repercutirá na concorrência entre os postos, podendo ser muito acirrada quando os postos concorrentes estão localizados nas proximidades.

Já o relacionamento dos PRCs visitados com as Distribuidoras é marcado predominantemente pela compra e venda de combustíveis e lubrificantes, com

exceção de dois postos ambos bandeirados (Ale e BR). Em entrevista com a gerente do Posto 22, foi apontado a ocorrência de vistorias periódicas e testes de qualidade dos combustíveis no posto pela distribuidora:

“Ela [distribuidora] nos visita periodicamente. Faz a vistoria das instalações e também teste de qualidade dos combustíveis” (Posto 22).

Já com o gerente do Posto 13:

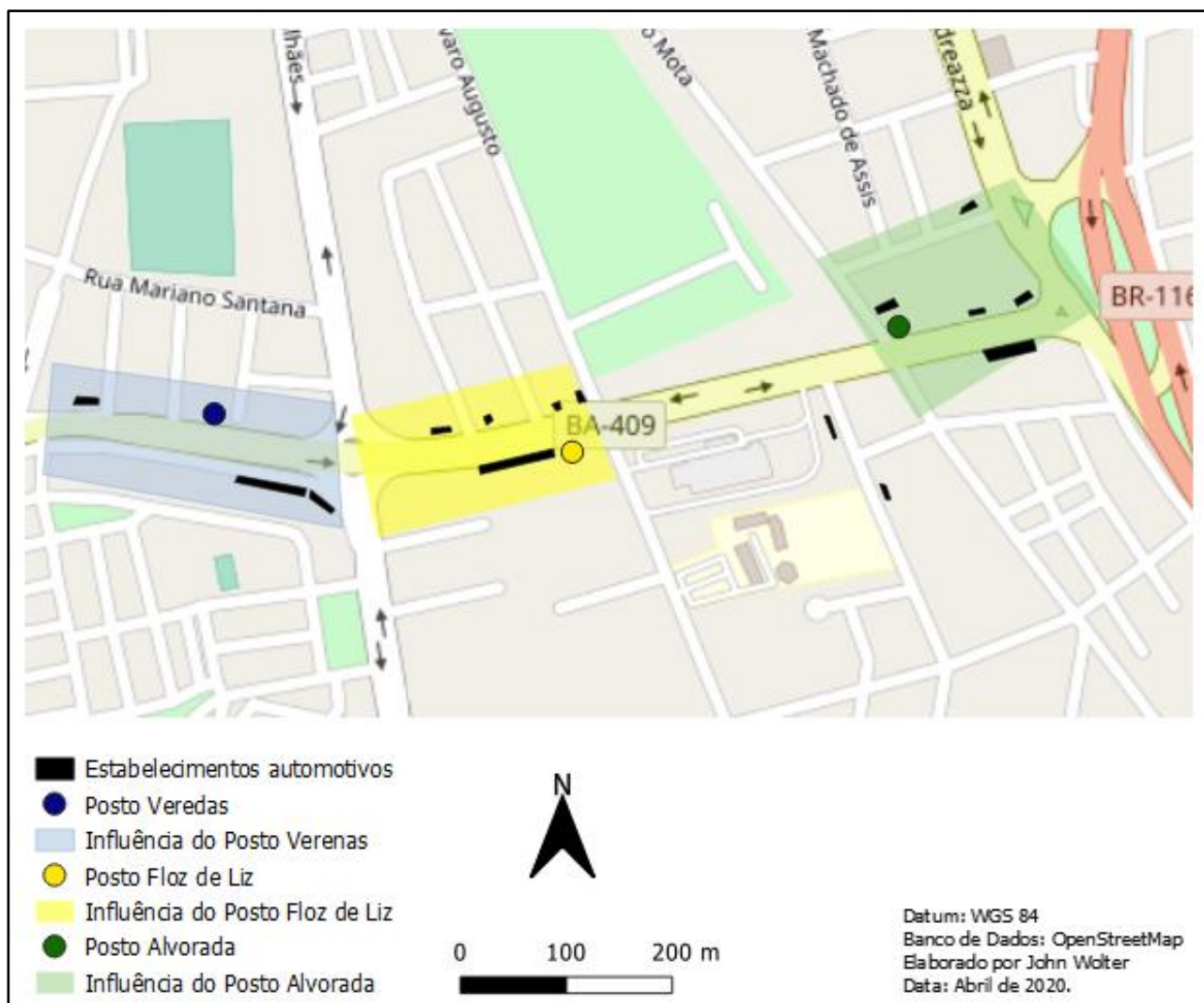
“Aqui nós temos contato com representantes regionais da distribuidora que oferecem preços melhores e também planos de comunicação e marketing” (Posto 13).

No que se refere à logística, apenas sete PRCs possuem seus próprios transportes de combustíveis, ficando todos os demais responsáveis pela contratação dos serviços de transporte da distribuidora até o posto. Já a compra dos combustíveis depende de cada posto e distribuidora, alguns compram via representante e gerência comercial, outros via pedido eletrônico por plataforma específica da distribuidora, com pagamentos programados.

A pesquisa de campo também identificou que um grupo empresarial local concentra cerca de 10 estabelecimentos PRCs, dos quais sete (três bandeirados e quatro bandeiras brancas) estão localizados em Serrinha e os demais (bandeiras brancas) em municípios como Biritinga e Nova Soure. Esta situação, apesar de particular, pode representar um tipo de fenômeno que ocorre em muitos outros municípios do país, caracterizado pela atuação de grupos empresariais que se articulam na forma de redes de poder locais e até regionais.

Em termos de influência socioespacial dos PRCs nos comércios que os margeiam, os entrevistados informaram que não identificam no dia a dia qualquer tipo de influência específica. Entretanto, no contrário, afirmaram sentir efeitos externos, com atenção para as influências dispersantes ocasionadas por equipamentos técnicos, como os semáforos instalados e também pela mudança do trânsito nas ruas, além da concorrência estabelecida pela variedade de postos.

Figura 3 - Localização de serviços ligados ao setor de combustíveis em Serrinha/BA



Fonte: Autores (2020)

Contudo, foi possível identificar que próximos aos PRCs estão localizados estabelecimentos comerciais que de alguma forma exercem, sofrem e/ou cooperam com as interações espaciais que perpassam as áreas de funcionamento dos postos, considerando que uma parte significativa destes estabelecimentos comerciais localizados nestas áreas atuam no setor automotivo, como as oficinas mecânicas, lojas de peças e equipamentos, lava-jatos, além de outros serviços como o terminal rodoviário, restaurantes e pousadas.

É importante esclarecer que essa discussão não pretende estabelecer algum tipo de relação de causa e consequência entre os PRCs e os estabelecimentos

automotivos que atuam nas proximidades dos postos, mas de evidenciar que os cenários expressos no mapa se apresentam como áreas com potencial de aglomeração de microeconomias de um mesmo setor, sugerindo uma tendência às economias de aglomeração no espaço.

Os participantes também foram questionados sobre as estratégias adotadas pelos PRCs para atração de consumidores, tendo os mesmos indicado o preço como principal fator, apesar de algumas práticas isoladas, como plano de marketing oferecido pela distribuidora a um determinado posto bandeirado da malha urbana. Além disso, o funcionamento de lojas franquia de conveniência com lanchonete, restaurante e pousada, além das vendas de outros produtos importantes para o setor, como os óleos lubrificantes que possuem relevante importância no catálogo de produtos das distribuidoras, serviços de troca de óleo e recarga para celular. Todos esses serviços oferecidos podem ser considerados como ações estratégicas de atração do consumidor.

É importante ressaltar que a legislação municipal estabelece por meio da lei nº 1052/2014, que dispõem sobre normas de construção, localização e instalação de PRCs automotivos, incluindo Gás Natural Veicular (GNV), a proibição da instalação de PRCs em vias com largura inferior a 14 metros e distância inferior a 100 metros de raio de asilos, creches, hospitais, escolas, quartéis, igrejas, clínicas e praças; e a necessidade de canais de drenagem dos resíduos líquidos.

A lei municipal que regulariza a instalação dos PRCs no município define as dimensões, áreas a serem pavimentadas, sanitários e vestiários, lavagem de veículos, canais de drenagem de resíduos líquidos, bem como a construção de restaurantes e dormitórios nos postos localizados na hinterlândia. Além disso, o art. 16 da referida lei torna facultativo o desempenho de atividades econômicas na área dos PRCs, desde que não produzam gêneros alimentícios e utilizem produtos inflamáveis nas áreas operacionais e vias de circulação. Neste sentido, o uso da norma pelos diversos agentes configura como um instrumento de gestão das interações espaciais no âmbito do ordenamento territorial, dado pela organização

espacial das firmas e corporações no espaço geográfico, inclusive, sob múltiplas dimensões espaciais (local, regional, nacional, global).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente investigação demonstrou que o mercado de combustíveis em Serrinha apresentou um certo arranjo de agentes e firmas, postos e distribuidoras que atuam nesta face do setor do petróleo no município, apresentando um potencial de disputas concorrenciais de preço e qualidade dos produtos e serviços que tendem a expandir ao considerarmos as transformações socioespaciais que um município tende a vivenciar no avançar do tempo histórico-geográfico, geralmente mobilizado pelo investimento público de infraestruturas, a exemplo da duplicação da rodovia federal BR 116 que está em andamento.

Com efeito, é possível concluir que este setor da economia local organiza-se predominantemente pela atuação dos postos bandeira branca ao caracterizar o cenário mais recente da dinâmica de revenda dos combustíveis, tanto em área da malha urbana de Serrinha quanto à margem das principais rodovias fora da cidade, impulsionando as disputas empresariais do setor em detrimento de uma minoria representativa de postos franquizados que se relacionam, na maioria das vezes, com seus clientes fidelizados.

Contudo, apesar do município dispor de legislação específica para abertura e instalação dos PRCs, é necessário que o município desenvolva ações e instrumentos de fiscalização periódica dos PRCs, com intuito de monitorar a atuação dos postos frente ao cumprimento da normatização em vigor, ao observar aspectos do cotidiano da atividade, como o descarte de resíduos, política de preços ao consumidor, ordenamento espacial do trânsito e supervisão dos tanques de combustíveis, devido a possibilidade de contaminação dos solos e aquíferos.

Portanto, esta investigação buscou analisar diante das discussões aqui traçadas, como os postos e distribuidoras atuam na gestão do território, suas implicações

geográficas, com tendência de expansão dessas relações a partir do processo de estruturação socioespacial em escala local, no município de Serrinha/BA.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO, GÁS NATURAL E BIOCOMBUSTÍVEIS. **Certificação dos postos revendedores**. Disponível em: <https://postos.anp.gov.br/consulta.asp>. Acesso em: 23 out. 2019.

AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO, GÁS NATURAL E BIOCOMBUSTÍVEIS. **Seminário de Avaliação do Mercado de Combustíveis 2019 (Ano-Base 2018)**. Disponível em: <http://www.anp.gov.br/arquivos/palestras/seminario-de-avaliacao-do-mercado-de-combustiveis-fev2019.pdf>. Acesso em: 22 mar. 2019.

AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO, GÁS NATURAL E BIOCOMBUSTÍVEIS. **Seminário de Avaliação do Mercado de Combustíveis 2020 (Ano-Base 2019)**. Disponível em: <http://www.anp.gov.br/publicacoes/anuario-estatistico/5809-anuario-estatistico-2020#Se%C3%A7%C3%A3o%203>. Acesso em: 22 ago. 2020.

ANDRADE, Manuel Correia de. **Geografia Econômica do Nordeste**. 3. ed. Ed. São Paulo: Atlas, 1998.

ANTAS Jr, Ricardo Mendes. Elementos para uma discussão epistemológica sobre a regulação no território. **GEOUSP - Espaço e Tempo**, São Paulo, n. 16, p. 81-86, 2004.

BENKO, Georges. **A Ciência Regional**. Oeiras: Celta, 1999.

Boletim Técnico **PETROBRAS**, Rio de Janeiro, 20 (4): 337-350, out./dez. 1977.

BRAGA, Leonardo Geveier. **Competição espacial no mercado de revenda da gasolina: Uma análise nas principais cidades do Rio Grande do Norte**. x f. (dissertação) Programa de Pós-graduação em Administração. Centro de Ciências Sociais Aplicadas - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2014.

BRITO, C. **A Petrobras e a gestão do território no Recôncavo Baiano**. Salvador: EDUFBA, 2008.

CASTRO, I. E. de; GOMES, P. C. C; CORRÊA, R. L. **Explorações geográficas: percursos no fim do século**. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CLAVAL, Paul. Geografia Econômica e Economia. **GeoTextos**, vol. 1, n. 1, p. 11-27, 2005.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias geográficas**. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011.

CORRÊA. **Espaço: um conceito-chave da geografia**. In: CASTRO, I. E. de; GOMES, P. C. C; CORRÊA, R. L. Geografia: conceitos e temas. 16. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2014.

CORRÊA. **Região e organização espacial**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2003.

CORRÊA. **Corporação e espaço**: uma nota. R. bras. Geogr., Rio de Janeiro, v. 53, n. 1, p. 137-146, jan./mar. 1989.

CORRÊA. **Corporação, práticas espaciais e gestão do território**. Anuário do Instituto de Geociências. Rio de Janeiro, v. 15, p. 35-41, 1992.

CORRÊA. **Processos espaciais e a cidade**. R. bras. Geogr., Rio de Janeiro, v. 41, n. 3, p. 100-111, jul./set. 1979.

DIAS, José Luciano de Mattos; QUAGLINO, Maria Ana. **A questão do petróleo no Brasil**: uma história da PETROBRAS. Rio de Janeiro: CPDOC: PETROBRAS, 1993.

DIVISÃO regional do Brasil em regiões geográficas imediatas e regiões geográficas intermediárias. IBGE, Coordenação de Geografia. - Rio de Janeiro: IBGE, 2017.

JUNTA COMERCIAL DA BAHIA. **Consulta de empresa**. Disponível em: <http://www.certidaoonline.juceb.ba.gov.br/certidao/publico/consultanireempresa>. Acesso em: 23. out. 2019.

MANZAGOL, Claude. **Lógica do espaço industrial**. São Paulo: Difel, 1985.

MOREIRA, R. A sociedade e suas formas de espaço no tempo. *In: Pensar e Ser em Geografia*: ensaios de história, epistemologia e ontologia do espaço geográfico. São Paulo: Conteto, 2007.

NEVES, João Adamor Dias. COSTA, Átila Mendes. **Fatores de Localização de Postos de Combustíveis em Fortaleza**. RAC. Curitiba, Edição Especial 2008, p. 175-192.

RAMIRES, J. C. L. **As corporações multinacionais e a organização espacial**: uma introdução. R. bras. Geogr., Rio de Janeiro, v. 51, n. 1, p. 103-112, jan./mar. 1989.

SANTOS, J. C. dos. **Candeias**: história da terra do petróleo. 2. ed. Salvador: Salesiano, 2008.

SANTOS, Milton. **A Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4. ed, São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

SANTOS. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos teóricos e metodológicos da geografia. 6. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

SANTOS. **Pensando o espaço do homem**. 5. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. Os atuais círculos de cooperação dos circuitos espaciais da produção. *In: SANTOS, Milton; SILVEIRA, María Laura. O Brasil: Território e sociedade no início do século XXI*. 10. ed. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SILVA, Renilson Rodrigues da; CARVALHO, Danielle Evelyn de. Competição entre postos de combustíveis em Belo Horizonte: O espaço importa?. Encontro Nacional da Associação

Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos, 15., 2017, São Paulo. **Anais** [...] São Paulo: FEA/USP, 2017. p.1-16.

SILVA, S. B. de M; SOUZA, J. C. de. Uma medida da evolução recente da organização espacial do estado da Bahia. **R. bras. Geogr.**, Rio de Janeiro, v. 53, n. 1, p. 137-146, jan. /mar. 1989.

WIMMER, Gerhard; CALDAS, Luiz Emygdio Navaes. Na concorrência do mercado distribuidor de derivados de petróleo: 1968 a 1977. **B. téc. PETROBRÁS**, Rio de Janeiro, p. 337-350, out./dez. 1977.

Contribuições de autoria

1 – John Wolter Oliveira Silva (Autor Correspondente)

Mestrando em Geografia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

<https://orcid.org/0000-0002-1107-4465> e johnwollter@outlook.com

Contribuição: Concepção, referencial teórico, interpretação e análise dos dados, escrita e revisão do texto

2 – Renato Leone Miranda Léda

Professor titular da Universidade do Estado da Bahia, Departamento de Educação – Campus XI, Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro

<https://orcid.org/0000-0002-0429-7580> • renatolmleda@gmail.com

Contribuição: Referencial teórico, escrita e revisão do texto

Como citar este artigo

SILVA, J. W. O.; LEDA, R. L. M. Petróleo, empresas e gestão do território: uma análise sobre o mercado de combustíveis no município de serrinha. **Geografia Ensino & Pesquisa**, Santa Maria, e6, 2022. Disponível em: 10.5902/2236499463583. Acesso em: dia mês abreviado. ano.