

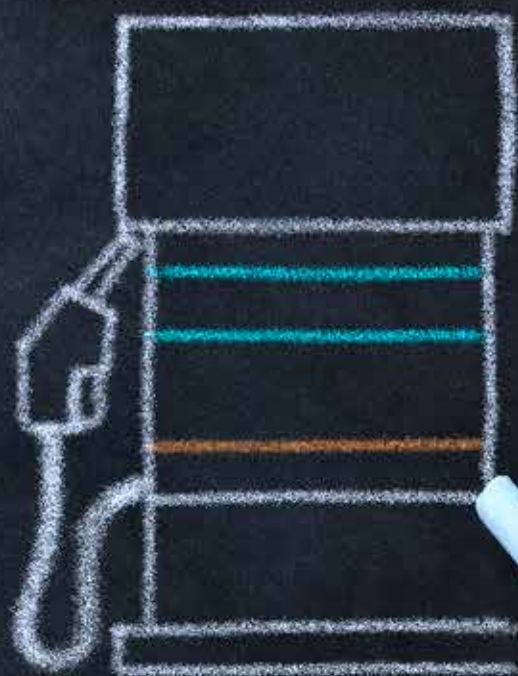


Fecombustíveis

Federação Nacional do Comércio
de Combustíveis e de Lubrificantes

COMBUSTÍVEIS & CONVENIÊNCIA

Ano 20 - Maio 2023 - Nº 207
www.fecombustiveis.org.br



ENTENDA A COMPOSIÇÃO DE PREÇOS DA GASOLINA

ENTREVISTA COM ERNESTO POUSADA, CEO DA VIBRA ENERGIA

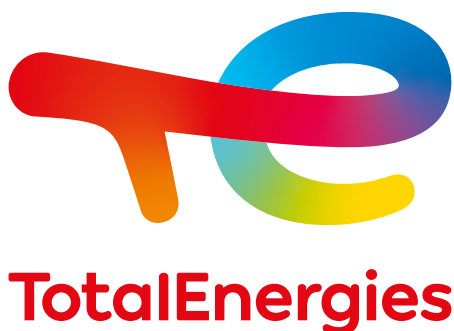


Uma gama completa de lubrificantes para a sua estação de serviços.

Utilize os lubrificantes TotalEnergies em sua estação de serviços e garanta uma oferta de proteção, confiança e alta performance para o seu cliente.

Nossos lubrificantes são homologados pelas principais montadoras, além de atender os mais avançados padrões internacionais de API, ACEA e ILSAC. São produtos formulados com alta tecnologia para garantir ainda mais desempenho, economia de combustível e prolongar a vida útil dos motores e equipamentos.

Temos à sua disposição a gama de produtos mais completa do mercado, com lubrificantes que atendem aos motores de veículos leves, pesados e motocicletas, linha agrícola, transmissões manual e automática, fluidos de arrefecimento e freio, entre outros. Fale conosco e conheça mais sobre os benefícios dos lubrificantes TotalEnergies para sua estação de serviços.



Para saber mais sobre nossos produtos e serviços, basta acessar o QR code ao lado.



36

REPORTAGEM DE CAPA

Nova política de preços:
nada transparente



ENTREVISTA

Ernesto Pousada | CEO da
Vibra Energia



08

MERCADO

- 22** • Bombas aprovadas pelo Inmetro começam a chegar ao mercado
- 30** • Gás natural em busca de competitividade

CONVENIÊNCIA

- 48** • APAS Show 2023 discute o futuro do varejo

OPINIÃO

- 21** • James Thorp Neto
- 46** • Manuel Fonseca da Costa
- 47** • Klaiston Soares D’Miranda

TABELAS

- 55** • Evolução dos Preços do Etanol
- 56** • Formação de Preços
- 57** • Formação de Custos do S10
- 58** • Ajustes nos preços da Petrobras
- 59** • Preços de Revenda e Distribuição

A **Fecombustíveis** representa nacionalmente 33 sindicatos, defendendo os interesses legítimos de mais de 42 mil postos de serviços, 453 TRRs e cerca de 61 mil revendedores de GLP, além da revenda de lubrificantes.

Nossa missão é acompanhar o mercado de revenda de combustíveis, com a meta de fomentar o desenvolvimento econômico e social do setor, contribuindo assim para melhorar a qualidade de vida da nação.

Presidente:

James Thorp Neto

1º Vice-Presidente: Carlos Eduardo Mendes Guimarães Jr.
2º Vice-Presidente: Alfredo Pinheiro Ramos
3º Vice-Presidente: João Carlos Dal'Aqua
4º Vice-Presidente: Mário Luiz P. Melo
5º Vice-Presidente: Manuel Fonseca da Costa
6º Vice-Presidente: Paulo Roberto Correa Tavares
1º Secretário: José Camargo Hernandez
2º Secretário: Wilber Silvano de Souza Filho
3º Secretário: Julio Cezar Zimmermann
1º Tesoureiro: Antônio Cardoso Sales
2º Tesoureiro: João Batista Porto Cursino de Moura
3º Tesoureiro: José de Faro Rollemberg Nascimento
Conselheiro Fiscal Efetivo: Walter Tannus Freitas
Conselheiro Fiscal Efetivo: Adriano Costa Nogueira
Conselheiro Fiscal Efetivo: Márcio Martins de Castro Andrade

Diretoria:

Aldo Locatelli, Rui Cichella, Luiz Antônio Amin, José Carlos da Silva, Maxwell Nunes Paula, Rafael Milagres Macedo Pereira, Álvaro Rodrigues Antunes de Faria, Omar Hamad Filho, Vicente de Sant'Anna Neto, Arildo Persegono Filho, Jefferson Davi de Espindula, Wilson Luiz Pioner, Waldemar Locatelli, José Victor Capelo, Maxwell Flor de Oliveira, Leopoldo Correa

Conselho Editorial:

Marciano Francisco Franco, José Alberto Miranda Cravo Roxo, Mario Melo, Ricardo Hashimoto e José Carmargo Hernandez

Edição: Mônica Serrano

(monicaserrano@fecombustiveis.org.br)

Redação: Rosemeire Guidoni (roseguidoni@uol.com.br) e Rodrigo Conceição Santos**Capa:** Alexandre Bersot (com imagens iStock)**Publicidade:**

Fernando Polastro
comercial.revista@fecombustiveis.org.br
Telefone: (11) 5081-6681 | 99525-6665

Programação visual:

Girasoli

Fecombustíveis

Av. Rio Branco 103/13º andar - Centro-RJ -

Cep.: 20.040-004

Telefone: (21) 2221-6695

Site: <https://www.fecombustiveis.org.br/edicoes-revista>

E-mail: revista@fecombustiveis.org.br

Preços livres, cadeia complexa

Maior foi um mês com muitas reviravoltas no mercado de combustíveis. Tivemos a divulgação, pela Petrobras, de um novo modelo de política de preços, que deixou muitos analistas e agentes do segmento sem entender como será seu funcionamento. Do lado dos postos, houve uma intensa ação nacional de fiscalização pelos Procons, demandados pela Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), para averiguar se a revenda havia ou não repassado a queda de preços do diesel e da gasolina, proporcionalmente à redução feita pelas refinarias da Petrobras.

Não é de hoje que os postos são fiscalizados a cada reajuste de custos divulgado pela Petrobras, seja na alta ou seja na baixa, os órgãos de defesa do consumidor passam a checar os preços de bombas. Os consumidores reclamam, desconfiam do estabelecimento e cobram a queda de preços nos postos. Por mais que seja rotina, há anos continua difícil a compreensão de que os preços dos combustíveis não são repassados de forma direta como se imagina. Há um elo intermediário entre os postos e as refinarias. Há outros custos que são considerados depois que o diesel e a gasolina seguem para as distribuidoras. Todas as nuances da composição de preços da ponta final da cadeia, bem como as repercussões da nova política de preços da Petrobras, fazem parte da **Reportagem de Capa** desta edição.

Também abordamos um assunto de interesse da revenda nacional: as novas bombas de combustíveis certificadas e aprovadas, conforme as regras de segurança do Inmetro. Entrevistamos as três principais indústrias de equipamentos sobre o assunto, questionamos o custo dos novos equipamentos e até que ponto as novas bombas serão protegidas contra as fraudes. Será possível adaptar alguns modelos bombas em funcionamento às regras de segurança? Confira na seção **Mercado**.

Em outra reportagem da mesma seção, trazemos a cobertura do Seminário do Gás Natural, evento realizado pelo Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP), que mostrou a evolução e os principais desafios deste combustível para participar de forma mais significativa da matriz energética nacional. Também acompanhamos a APAS Show 2023, tradicional feira e Congresso do setor supermercadista, que abordou as principais novidades e tendências para o setor de **Conveniência**.

Vale a pena conferir a **Entrevista** do mês, com Ernesto Pousada, CEO da Vibra Energia.

Boa leitura!

Mônica Serrano

Editora

ACRE

Sindepac

Delano Lima e Silva
Rua Pernambuco nº 599 - Sala 4
Bairro: Bosque
Rio Branco-AC
Fone: (68) 3226-1500
sindepac@hotmail.com
www.sindepac.com.br

ALAGOAS

Sindicobustiveis - AL

James Thorp Neto
Av. Jucá Sampaio, 2247, Barro Duro
Salas 93/94 Shopping Miramar
Maceió-AL
Fone: (82) 3320-2902/1761
scvdpea@uol.com.br
www.sindicobustiveis-al.com.br

AMAZONAS

Sindicobustiveis - AM

Eraldo de Souza Teles Filho
Rua Rio Içá, 26 - quadra 35
Conj. Vieiralves
Manaus-AM
Fone: (92) 3584-3707/3728/99446-2261
sindicobustiveisam@gmail.com

BAHIA

Sindicobustiveis - BA

Walter Tannus Freitas
Rua Soldado Luis Gonzaga das Virgens, 111 / Sala 902
Empresarial Liz Corporate - Bairro Caminho das Árvores
Salvador - Bahia
Fone: (71) 3342-9557
Cel. (WhatsApp): (71) 99905-9017
sindicobustiveis@sindicobustiveis.com.br
www.sindicobustiveis.com.br

CEARÁ

Sindipostos - CE

Manuel Novais Neto
Av. Engenheiro Santana Júnior, 3000/
6º andar - sala 506 Parque Cocó
Fortaleza-CE
Fone: (85) 3244-1147
sindipostos@sindipostos-ce.com.br
www.sindipostos-ce.com.br

DISTRITO FEDERAL

Sindicobustiveis - DF

Paulo Roberto Correa Tavares
SHCGN-CR 704/705, Bloco E
Entrada 41, 3º andar, sala 301
Brasília-DF
Fone: (61) 3274-2849
sindicato@sindicobustiveis-df.com.br
www.sindicobustiveis-df.com.br

ESPÍRITO SANTO

Sindipostos - ES

Maxwel Nunes Paula
Av. Nossa Senhora dos Navegantes, 955 / 21º - salas
2101 e 2102
Ed. Global Tower - Enseada do Suá
Vitória - ES
Fone: (27) 3322-0104
sindipostos@sindipostos-es.com.br
www.sindipostos-es.com.br

GOIÁS

Sindiposto

Marcio Martins de Castro Andrade
12ª Avenida, 302
Setor Leste Universitário
Goiânia-GO
Fone: (62) 3218-1100
sindiposto@sindiposto.com.br
www.sindiposto.com.br

MARANHÃO

Sindicobustiveis - MA

Domingos Sousa Lima Junior
Av. dos Holandeses - Ed. Tech Office - sala 226 - 2o andar
Ponta D'Areia - São Luís-MA
Fone: (98) 98740-1700 / 98453-7975
gerencia@sindicobustiveis-ma.com.br

MATO GROSSO

Sindipetróleo

Aldo Locatelli
R. Manoel Leopoldino, 414, Araés
Cuiabá-MT
Fone: (65) 3621-6623
contato@sindipetroleo.com.br
www.sindipetroleo.com.br

MATO GROSSO DO SUL

Sinpetro

Waldemar Locatelli
Rua Bariri, 133
Campo Grande-MS
Fone: (67) 3325-9988 / 9989
sinpetro@sinpetro.com.br
www.sinpetro.com.br

MINAS GERAIS

Minaspetro

Rafael Milagres Macedo Pereira
Rua Amoroso Costa, 144
Bairro Santa Lúcia
Belo Horizonte-MG
Fone: (31) 2108- 6500/ 2108-6530
minaspetro@minaspetro.com.br
www.minaspetro.com.br

PARÁ

Sindicobustiveis - PA

José Carlos da Silva
Av. Duque de Caxias, 1337
Bairro Marco
Perimetro: Trav. Mariz e Barros/Trav.
Timbó
Belém-PA
Fone: (91) 3224-5742/ 3241-4473
secretaria@sindicobustiveis-pa.com.br
www.sindicobustiveis-pa.com.br

PARAÍBA

Sindipetro - PB

Omar Aristides Hamad Filho
Av. Minas Gerais, 104
Bairro dos Estados
João Pessoa-PB
Fone: (83) 3221-0762
contato@sindipetropb.com.br
www.sindipetropb.com.br

PARANÁ

Paranapetro - PR

Paulo Fernando da Silva
Rua Vinte e Quatro de Maio, 2.522
Curitiba-PR
Fone: (41) 3021-7600
E-mail: paranapetro@paranapetro.org.br

PERNAMBUCO

Sindicobustiveis - PE

Alfredo Pinheiro Ramos
Rua Desembargador Adolfo Ciriaco, 15
Prado - Recife-PE
Fone: (81) 3227-1035
recepcao@sindicobustiveis-pe.org.br
www.sindicobustiveis-pe.org.br

PIAUI

Sindipostos-PI

Alexandre Cavalcanti Valença
Av. Jôquei Clube, 299 - Jôquei
Teresina-PI
Fone: (86) 98179-4524 /
(86) 98151-0103
sindipostospi@gmail.com
www.sindipostos-pi.com.br/

RIO DE JANEIRO

Sindestado

Adriano Costa Nogueira
Av. Presidente Franklin Roosevelt, 296
São Francisco
Niterói-RJ
Fone: (21) 2704-9400
sindestado@sindestado.com.br
www.sindestado.com.br

RIO DE JANEIRO - MUNICÍPIO

Sindcomb

Manuel Fonseca da Costa
Rua Alfredo Pinto, 76 - Tijuca
Rio de Janeiro-RJ
Fone: (21) 3544-6444
secretaria@sindcomb.org.br
www.sindcomb.org.br

RIO GRANDE DO NORTE

Sindipostos - RN

Maxwell Flor
Rua Raposo Câmara, 3588
Bairro Candelária
Natal-RN
Fone: (84) 3217-6076
sindipostosrn@sindipostosrn.com.br
www.sindipostosrn.com.br

RIO GRANDE DO SUL

Sulpetro

João Carlos Dal'Aqua
Rua Cel. Genuíno, 210 - Centro
Porto Alegre-RS
Fone: (51) 3930-3800
presidencia@sulpetro.org.br
www.sulpetro.org.br

RIO GRANDE DO SUL - SERRA GAÚCHA

Sindipetro Serra Gaúcha

Wilson Pioner
Rua Ítalo Victor Berssani, 1.134
Caxias do Sul-RS
Fone: (54) 3222-0888
sindipetro@sindipetroserra.com.br
www.sindipetroserra.com.br

RONDÔNIA

Sindipetro - RO

Arlido Persegono Filho
Travessa Guaporé, Ed. Rio Madeira,
3º andar, salas 307/308
Porto Velho-RO
Fone: (69) 3229-6987
sindipetro Rondônia@gmail.com
www.sindipetro-ro.com.br

RORAIMA

Sindipostos - RR

José Pereira Barbosa Neto
Av. Major Williams, 436 - sala 01 - São Pedro
Boa Vista-RR
Fone: (95) 3623-9368/ 99132-2776
sindipostosrr@hotmail.com

SANTA CATARINA

Sindipetro - SC

Luiz Antonio Amin
Rua Porto União, 606
Bairro Anita Garibaldi
Joinville-SC
Fone: (47) 3433-0932 /0875
sindipetro@sindipetro.com.br
www.sindipetro.com.br

SANTA CATARINA - BLUMENAU

Sinpeb

Julio César Zimmermann
Rua Quinze de Novembro, 550/4º andar
Blumenau-SC
Fone: (47) 3326-4249
sinpeb@gmail.com
www.sinpeb.com.br

SANTA CATARINA - FLORIANÓPOLIS

Sindópolis

Vicente Sant'Anna Neto
Av. Presidente Kennedy, 222 - 2º andar
Campinas São José
Florianópolis-SC
Fone: (48) 3241-3908
sindopolis@sindopolis.com.br

SANTA CATARINA - LITORAL CATARINENSE E REGIÃO

Sincombustiveis

Jefferson Davi de Espindula
Rua José Ferreira da Silva, 43 1º andar - sala 7
Itajaí-SC
Fone: (47) 3241-0321
sincombustiveis@sincombustiveis.com.br
www.sincombustiveis.com.br

SÃO PAULO - CAMPINAS

Recap

Emílio Roberto Chierighini Martins
Rua José Augusto César, 233
Jardim Chapadão
Campinas-SP
Fone: (19) 3284-2450
recap@financeiro.com.br
www.recap.com.br

SÃO PAULO - SANTOS

Sindicobustiveis Resan

José Camargo Hernandez
Rua Dr. Manoel Tourinho, 269
Bairro Macuco
Santos-SP
Fone: (13) 3229-3535
secretaria@resan.com.br
www.resan.com.br

SERGEIPE

Sindpese

Jose de Faro Rollemberg Nascimento
Rua Dep. Euclides Paes Mendonça, 871
Bairro Salgado Filho
Aracaju-SE
Fone: (79) 3214-4708
secretaria@sindpese.com.br
www.sindpese.com.br

SINDILUB

José Victor Cordeiro Capelo

Rua Trípoli, 92, conj. 82
Vila Leopoldina
São Paulo-SP
Fone: (11) 3644-3439/ 3645-2640
sindilub@sindilub.org.br
www.sindilub.org.br

TOCANTINS

Sindiposto - TO

Wilber Silvano de Sousa Filho
Quadra 303 Sul Av. LO 09 lote 21 salas 4 e 5
Palmas-Tocantins
Fone: (63) 3215-5737
sindiposto-to@sindiposto-to.com.br
www.sindiposto-to.com.br

TRR

Álvaro Rodrigues Antunes de Faria

Rua Lord Cockrane, 616
8º andar, salas 801/804 e 810
Ipiranga-SP
Fone: (11) 2914-2441
info@sindtrr.com.br
www.sindtrr.com.br

Entidade associada

ABRAGÁS (GLP)

José Luiz Rocha

Fone: (41) 98897-9797
abragas.presidente@gmail.com

VIROU NOTÍCIA

Oxxo pretende abrir “uma loja por dia”

A Oxxo, rede de lojas de vizinhança criada pela *joint venture* do grupo mexicano Femsa e Raízen, chegou ao Brasil em 2021 e já contabiliza 325 lojas, mas divulga a intenção de “abrir uma nova loja por dia” no país.

A afirmação é de Teófilo Lacroze, CEO regional de Mobilidade da Raízen, responsável pelas operações digitais de lubrificantes e combustíveis do Brasil, Paraguai e Argentina, que participou do Raízen Day, evento realizado para investidores em 24 de maio.

Diferentemente do modelo de negócios adotado no México, no Brasil a Oxxo adicionou às suas unidades a venda de pães, frutas e vegetais, assim como tabaco e itens de



Divulgação

higiene e limpeza, em um formato bastante semelhante ao das lojas de conveniência.

Entre México, Peru, Chile, Colômbia e Brasil, há cerca de 19 mil lojas da franquia Oxxo.

Tecnologia e conectividade

O Seminário de Segurança e Conectividade, realizado pela Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA), em 18 de maio, debateu os avanços das tecnologias de segurança e de conectividade veiculares, mostrando que o desenvolvimento tecnológico não tem mais volta.

Na visão dos palestrantes, o consumidor brasileiro gosta de tecnologia. “Depois de tomar gosto por inúmeros protocolos de segurança e também de conectividade, dificilmente haverá retrocesso, até porque são itens que salvam vidas e ajudam, em paralelo, com a descarbonização do meio ambiente”, disse Marcelo Azevedo Costa, da Universidade Federal de Minas Gerais.

“O veículo conectado é aspiracional. Com o que temos hoje em termos de conectividade, ninguém mais quer retrocesso”, disse Flavio Cardoso, *head business software experience and connectivity* South America do conglomerado Stellantis, que ressalta que o consumi-



Pixabay

dor brasileiro tomou gosto por tecnologias de segurança e de conectividade veiculares.

Em sua visão, a indústria automobilística pode ser comparada ao desenvolvimento tecnológico e conectividade. “O veículo antigo, da era industrial (*hardware*), era simbolizado pela potência do motor. Já o automóvel da era digital (*software*) pode ser descrito como veículo conectado e que permite abrir novas fronteiras nos campos da Internet das Coisas, *machine learning*, inteligência artificial, 5G, *cloud*, realidade ampliada, entre outros.

Corte de impostos

Enquanto a engenharia discute conectividade e automação, o país ainda busca estratégias para melhorar o acesso e facilitar a renovação da frota de veículos. Uma das iniciativas é a redução de impostos para trazer de volta o chamado “carro popular”.

Em 25 de maio, o governo federal anunciou oficialmente a redução do IPI e do PIS/Cofins, entre 1,5% e 10,8%, para veículos novos de até R\$ 120 mil.

Os modelos mais baratos e menos poluentes receberão maior desconto. Também serão considerados critérios como eficiência energética e a produção nacional na hora de conceder os descontos tributários.

Produção de etanol cresce

A primeira quinzena de maio foi marcada pelo avanço da moagem de cana-de-açúcar, que totalizou 43,98 milhões de toneladas, o que representa crescimento de 28,25% em relação a safra anterior, segundo a União da Indústria da Cana-de-Açúcar (Unica).

As usinas da região Centro-Sul produziram 1,91 bilhão de litros de etanol, o que representa crescimento de 15,26% em relação a primeira quinzena do ano passado. Do total de etanol obtido na primeira quinzena de maio, 13% foram fabricados a partir do milho, que somaram 254,82 milhões de litros neste ano, ante 158,60 milhões de litros no mesmo período do ciclo 2022/2023.

Do volume total produzido na primeira quinzena de maio, o etanol hidratado atingiu 1,08 bilhão de litros, cujo aumento foi de 1,28%, enquanto a produção de etanol anidro totalizou 830,22 milhões de litros, crescimento de 40,48% em relação ao mesmo período do ano passado.



Stock



Alexandre Brum

Transição energética é oportunidade para mudanças

POR ROSEMEIRE GUIDONI

Em entrevista exclusiva à **Combustíveis & Conveniência**, Ernesto Pousada, CEO da Vibra Energia, fala sobre novos planos estratégicos da empresa e também acerca da importância de todo o mercado estar engajado na transição energética. Esse é um compromisso assumido pelo Brasil — reduzir as emissões de gases de efeito estufa oriundas de fontes de energia fóssil —, e a empresa tem planos para que toda a cadeia faça parte desta mudança. Isso inclui o estímulo aos biocombustíveis, programas para incentivar o uso de etanol e até inventários de emissões que envolvem toda a cadeia de fornecedores (incluindo os postos de combustíveis).

A entrevista foi concedida antes das mudanças no modelo de precificação da Petrobras (veja mais na matéria de capa desta edição), mas alguns temas, como a possibilidade (ou não), de recompra da marca Vibra, pela Petrobras, foram comentados por Pousada — que ressalta que a Vibra tem direito de uso da marca até 2029.

O executivo destacou que o setor de combustíveis está em um momento de transição e, cada vez mais, as fontes renováveis serão diferenciais para o mercado. Segundo ele, a participação dos biocombustíveis deve crescer de 28%, em 2019, para 39%, em 2040. Isso mostra que a revenda deve estar preparada para esta transição. Até em função disso, a Vibra tem destacado seu plane-

jamento de construção de uma plataforma multienergia, que inclui uma diversidade de fontes de energia limpas, que vão da elevação do uso de combustíveis renováveis (além do biodiesel e etanol, o HVO é uma proposta e existem outros produtos que podem suprir a demanda nacional de energia, como o biometano, que tem as mesmas características do gás natural). Acompanhe, a seguir, os principais trechos da entrevista.

Combustíveis & Conveniência: A Vibra Energia mudou o foco da BR, ampliando o portfólio de investimento em energias renováveis. Para o setor de comercialização de combustíveis, quais são as expectativas da empresa? Os combustíveis líquidos (gasolina, etanol e diesel) continuarão tendo espaço no mercado ou a perspectiva é de que passem, em breve, a compor um leque mais amplo de fontes de geração de energia?

Ernesto Pousada: A Vibra é a maior distribuidora de combustíveis do Brasil e, com a marca Lubrax, é *Top of Mind* no mercado de lubrificantes. Estamos construindo uma plataforma multienergia, com a inclusão de fontes renováveis.

A entrada destas novas fontes limpas e renováveis no *portfólio*, neste momento de transição energética, nos permitirá oferecer oportunidades que os consumidores finais irão desejar nos próxi-

mos 30 anos. E os postos de combustíveis têm um papel central nessa jornada, por serem estratégicos para entregar essas soluções a estes clientes.

A Vibra é licenciada da marca Petrobras e forma a maior rede de postos de combustíveis, em todo o Brasil, com mais de 8,3 mil unidades. Os postos da nossa bandeira atendem cerca de 30 milhões de consumidores em todas as regiões do país. Eles atuam em 1,8 mil cidades, 27 estados e no Distrito Federal, comercializando 4,6 milhões de m³ de combustíveis por mês, em 2 milhões de abastecimentos diários. Hoje, temos 28,2% de *market share*.

Em minha visão, os combustíveis ainda irão ocupar um espaço relevante na matriz energética nos próximos 20 anos, mas gradativamente menor, passando de 46%, em 2019, para 36%, em 2040 (dados válidos para o Brasil). Paralelamente a isso, haverá um crescimento expressivo de biocombustíveis, principalmente no Brasil, cuja participação deve crescer de 28%, em 2019, para 39%, em 2040 (dados IEA World Energy Outlook 2020), número três vezes maior que no resto do mundo.

Por essas razões, estamos modelando nossa plataforma multienergia, de forma a continuar entregando o combustível e o lubrificante que o consumidor conhece e confia, investindo continuamente em inovação e em tecnologia, além de novas soluções, com destaque para o etanol, energia elétrica, gás biometano e o HVO (diesel verde) e SAF (combustível sustentável de aviação).



Os postos da nossa bandeira atendem cerca de 30 milhões de consumidores em todas as regiões do país. Eles atuam em 1,8 mil cidades, 27 estados e no Distrito Federal, comercializando 4,6 milhões de m³ de combustíveis por mês, em 2 milhões de abastecimentos diários

C&C: O senhor destaca que a Vibra é licenciada da marca Petrobras, mas recentemente vimos notícias da possibilidade de recompra da empresa. Qual é o posicionamento da Vibra sobre o assunto?

EP: A Vibra é licenciada exclusiva da marca Petrobras até 2029 nos segmentos de postos de combustíveis e aviação, sendo que este contrato pode ser renovado até 2039. Atualmente, o contrato está em plena vigência e ficamos felizes em honrá-lo.

Somos a maior distribuidora de combustíveis do país e nossa tarefa é garantir e entregar o melhor combustível todos os dias, em todos os estados brasileiros, em mais de 8,3 mil postos.

Reconhecemos a nossa força e nos orgulhamos de ter o direito de uso da marca Petrobras nos postos, amplamente difundida junto aos consumidores finais, com atributos importantes, como brasilidade, tecnologia e qualidade, reconhecidos pela população em geral. Respeitamos muito a Petrobras, somos clientes e parceiros em diversas operações e negócios, temos ótimo relacionamento, uma relação bastante sólida, longa e madura. A maior parte das nossas compras em combustíveis é feita e priorizada com a Petrobras, e acontece na nossa rotina constante de operações.

C&C: Quanto aos biocombustíveis, quais, em sua visão, devem se destacar? Além do etanol em veículos leves, nos movidos à diesel os problemas do biodiesel, em teores maiores, já são conhecidos. Qual a melhor alternativa, em sua visão?

EP: No caso do etanol, a indústria brasileira desenvolveu veículos 100% compatíveis com esse biocombustível. Mais de 70% da nossa frota de automóveis é *flex* e pesquisas apontam a elevação da adesão ao veículo híbrido a etanol no Brasil. A Vibra aposta nessa alternativa como uma das principais rotas em direção à descarbo-

nização do transporte. Isso, inclusive, nos levou a criar a Etanol Evolua, *joint venture* com a Copersucar para a criação da maior plataforma de originação e comercialização de etanol do país.

O uso de renováveis também é um caminho importante para descarbonização gradual dos transportes no caso do diesel. O biodiesel pode cumprir esse papel, porém, tecnicamente, devemos considerar outras formas, como o uso de HVO e o diesel R5, obtido através de coprocessamento de óleos vegetais.

Ambas alternativas são produzidas a partir de fontes naturais renováveis e são consideradas “*drop in*”, ou seja, podem ser usadas em substituição direta ao diesel nos mesmos motores atuais. Também devemos considerar outras opções para o setor de transportes, como o gás biometano produzido a partir de resíduos agroindustriais, tais como a vinhaça da cana-de-açúcar e o SAF que, como o nome sugere, contribuirá para a descarbonização do setor aéreo em substituição a querosene de aviação.

Vale destacar que estamos investindo no Vibra Diesel Renovável, produzido com o diesel R5, da Petrobras, a partir do coprocessamento de óleos vegetais com óleo diesel. Esse produto reduz cerca de 3,2 % das emissões de gases de efeito estufa em comparação ao diesel fóssil. Além disso, fizemos a aquisição de 50% do capital social da empresa ZEG Biogás para a produção do gás biometano, como uma solução am-

biental vantajosa e comercialmente viável para substituir o gás natural.

A possibilidade de regulamentação de uso de diferentes alternativas ao mesmo tempo permitiria ao mercado ajustar o melhor perfil de produto para cada uso, mantendo um crescente teor de renováveis, com o qual toda sociedade deve estar comprometida.

C&C: A matriz energética brasileira já é prioritariamente limpa, especialmente a matriz elétrica. Ao mesmo tempo, o Brasil tem os combustíveis fósseis, a serem explorados no pré-Sal. Como equilibrar isso dentro do contexto da descarbonização?

EP: Em 2021, assumimos o compromisso de ter emissão líquida zero para os escopos 1 e 2 até o ano de 2025, e para o escopo 3, até 2050. Até 2026, a meta é reduzir em 67% as emissões de escopo 1 e 2, em relação ao ano de 2019.

C&C: Poderia explicar a diferença entre os escopos 1, 2 e 3 e como os postos revendedores se inserem nesse contexto?

EP: Escopo 1 são as emissões sobre as quais temos gestão direta. No caso da Vibra, dois exemplos são geradores de energia e empilhadeiras. O escopo 2 são as emissões indiretas provenientes da compra de energia, seja ela eletricidade ou vapor. Já o escopo 3 são as outras emissões indiretas da empresa.

As emissões que ocorrem nos postos revendedores, por exemplo, se enquadram como escopo 3 da Vibra, pois é uma emissão indireta de sua atividade.

Essa divisão por escopos é uma definição do Programa GHG Protocol, principal referência mundial para elaboração de inventários de emissão de gases de efeito estufa. Conhecer as emissões por meio do inventário de emissões é o primeiro passo para que possamos contribuir com medidas de redução, afinal não é possível gerir aquilo que não se controla.

A Vibra assumiu o compromisso de neutralizar as emissões de escopo 1 e 2 até 2025, com foco na redução de emissões de suas unidades operacionais e administrativas.

Nosso compromisso é reduzir as emissões do escopo 1 e 2 em 67%, até 2026, e compensar o restante com a compra de créditos de carbono.

No caso do escopo 3, a Vibra já anunciou seu compromisso para neutralizar as emissões até 2050. Para isso, trabalhamos no desenvolvimento da plataforma multienergia. Nela, oferecemos produtos e serviços a nossos clientes com menor impacto ambiental e, assim, fomentamos a transição energética. Sua robustez tem sido garantida por meio de parcerias estratégicas e o aumento de nossa atuação nos segmentos de etanol, biocombustíveis avançados, biometano e biogás, energia e eletromobilidade.

Os postos revendedores estarão envolvidos nisso na medida em que vão oferecer também as soluções em combustíveis e energias mais limpas e renováveis, que serão demandadas pela sociedade. A Vibra, por exemplo, já inaugurou dois postos de recarga elétrica, dando início ao plano de instalação de 70 pontos de recarga elétrica (50 em rodovias e 20 urbanos) nos postos da Vibra em sete estados, nas regiões Sul e Sudeste, com quase nove mil quilômetros de extensão, criando o maior corredor elétrico do Brasil.

Além disso, as vendas de combustíveis podem contribuir com a redução de suas próprias emissões, ao consumir energia renovável e implementar medidas de eficiência energética, por exemplo. Outro ponto seria por meio do uso de uma frota de transporte de produtos que esteja comprometida com iniciativas de redução de emissões. A Vibra já vem trabalhando nesse quesito junto a seus transportadores, por exemplo, com o incentivo para o uso de energia mais limpa pela frota, promovendo disseminação de conhecimento para maior engajamento.

C&C: Como isso pode ser aplicado dentro da necessidade (e compromissos nacionais) de descarbonização?

EP: Diante da emergência climática, caminhamos para a transição energética, que é a necessidade de substituição de alguns combustíveis e matérias-primas mais poluentes, no mé-

dio e longo prazos, por outros mais limpos e oriundos de fontes renováveis. Essa substituição vai permitir a redução e a neutralização das emissões de carbono. Essa é uma tendência mundial na qual o Brasil, por ter uma matriz energética mais renovável, tem vantagens competitivas e oportunidades, já que quase 45% da sua matriz energética é renovável, o que representa o triplo da oferta global, de aproximadamente 14%, segundo dados de 2020 da Empresa de Pesquisa Energética (EPE).

É importante reforçar que os combustíveis e derivados do petróleo ainda terão expressiva participação na matriz energética, ainda com uma fatia de mercado mundial, de cerca de 40%, em 2040. Mas outras fontes vão ganhar espaço, como a eletricidade, que deve conquistar maior participação no consumo total mundial, passando de 20%, em 2019, para 26%, em 2040, e os biocombustíveis de 28% para 39%, no mesmo período.

Apesar de o Brasil ter uma fatia maior dessas fontes, a tendência de ampliação é mundial. Logo, como potência energética, o Brasil pode vir a se tornar um polo global de desenvolvimento de soluções de baixo carbono, desenvolvendo estratégias inovadoras com custo acessível.

Não vamos abrir mão de ser a maior distribuidora de combustíveis do Brasil, mas vamos expandir nossos negócios e criar uma

das maiores plataformas multienergia do continente, aliada aos compromissos assumidos na COP26, pelo NetZero.

C&C: O que significa o NetZero e de que maneira os postos revendedores podem contribuir para isso?

EP: NetZero significa zerar as emissões líquidas de carbono para o meio ambiente, ou seja, tudo aquilo que for lançado para a atmosfera, por uma determinada atividade, deve ser retirado, para que o balanço final de carbono seja igual a zero. Para atingir esse objetivo devemos focar os esforços em iniciativas de redução de emissões e compensar somente aquelas que não puderam ser evitadas. A compensação de emissões em geral acontece por meio da compra de créditos de carbono.

Os postos revendedores também estarão envolvidos nessa jornada, na medida em que vão oferecer também as soluções em combustíveis e energias mais sustentáveis. Além disso, as vendas já podem começar a contribuir com a redução de suas próprias emissões, ao consumir energia renovável e implementar medidas de eficiência energética, por exemplo. Outro ponto seria por meio do uso de uma frota de transporte de produtos que esteja comprometida com iniciativas de redução de emissões.

C&C: Poderia explicar melhor o que é a plataforma multienergia da Vibra?

EP: Para oferecer as oportunidades que os consumidores irão desejar nos próximos 30 anos, vamos disponibilizar diversas soluções de energia para este período de transição para o uso de fontes limpas e renováveis, aproveitando a matriz energética que já temos no Brasil.

Montamos nossa plataforma multienergia composta por: *joint venture* com a Comerc, na qual lideramos o bloco que detém 50% da companhia para o fornecimento de energia elétrica renovável; *joint venture* com a Copersucar, formando a Etanol Evolua, para a criação da maior plataforma de originação e de comercialização de etanol do Brasil e uma das maiores do mundo; aquisição de 50% do capital social da empresa ZEG Biogás para a produção do gás biometano, que será realizada a partir de diferentes tipos de resíduos, desde os agroindustriais, como a vinhaça da cana-de-açúcar; parceria com a BBF, para a compra de HVO e SAF da primeira biorrefinaria do Brasil; com a EZVolt, para o avanço do mercado de eletromobilidade. Esse conjunto de frentes, aliado aos combustíveis e lubrificantes que já conhecemos, vão compor a oferta da companhia.

De acordo com as premissas do RenovaBio, os biocombustíveis serão responsáveis por 30% do consumo do setor de transporte em 2028. É importante ressaltar que os biocombustíveis ga-

nam cada vez mais força e devem se tornar a principal fonte para transportes, saindo de 24% da matriz atual para cerca de 30-35% do consumo, em 2030, segundo a Agência Internacional de Energia (IEA).

Uma das grandes oportunidades que vejo, e o Brasil tem um perfil muito promissor nesse sentido, é a ampliação do etanol. A nossa frota já tem o veículo híbrido com enorme protagonismo, sendo que a própria gasolina tem 27% de etanol. Num futuro breve, a demanda por esses veículos irá aumentar ainda mais.

C&C: Quais os planos da Vibra especificamente para a rede de postos e lojas de conveniência?

EP: Trabalhamos para oferecer uma experiência completa, única e real para os nossos clientes. Somos a bandeira preferida dos consumidores na sua necessidade de conveniência e mobilidade, e também um parceiro de negócio dos revendedores. São diversos ativos que o cliente vai encontrar nos nossos postos, sempre com um bom atendimento, produtos e serviços de qualidade, benefícios e conveniência.

A ideia da conveniência ampliada é poder oferecer ao cliente serviços e *mix* de produtos variados, como padaria, hortifrutti, *bomboniere*, açougue, *pet shop*, bebidas, mercearia, higiene e limpeza, tendo

como elemento integrador a conectividade, como o *e-commerce* e as tecnologias digitais facilitando a experiência de compra. Hoje, temos 1.238 lojas BR Mania em 90 cidades e 22 estados.

Com a conveniência ampliada, vamos ajudar o consumidor final a resolver cada vez mais coisas em um mesmo ponto de venda. Precisamos estar próximos para entender a necessidade do consumidor, poderemos agregar mais produtos e serviços e, dessa forma, fidelizar cada vez mais o nosso cliente.

Contamos ainda com o nosso programa de relacionamento exclusivo da rede de postos Petrobras, o Premmia, com mais de 19 milhões de inscritos. A cada abastecimento, compras nas lojas de conveniência BR Mania ou serviços automotivos nas franquias Lubrax+, o participante acumula pontos que podem ser trocados por ingressos para eventos culturais e esportivos, milhas aéreas, vales-combustível e descontos em diversos parceiros.

C&C: A Vibra não deveria estar mais focada em atuar com a necessidade do revendedor ao invés de priorizar o consumidor? A parceria da distribuidora é com a revenda ou com o cliente do posto?

EP: A Vibra é a maior distribuidora de combustíveis do país, com quase 30% de

market share. Naturalmente, ela está focada em atender ao cliente e, neste sentido, os diferentes clientes e parceiros de negócios que ela tem, como o consumidor final, que precisa ser atendido da melhor maneira possível, através dos nossos postos revendedores. Além de ter oferta de produtos, soluções e meios de pagamento que sejam de sua conveniência e necessidade. A Vibra está focada em atender ambas as necessidades, já que todos fazem o sucesso da distribuição. E a revenda é importante para continuarmos sendo, juntos, líderes no nosso setor. Temas como mobilidade, conveniência, descarbonização e transição energética estão na ordem do dia e precisamos dos nossos revendedores para avançar em todos esses campos.

C&C: Em relação à gestão da Petrobras, houve crescimento ou redução do número de unidades?

EP: A rede de postos Petrobras é administrada pela Vibra com um contrato de licenciamento da marca, com direito de uso até 2029, como já mencionado, podendo ser renovado por mais dez anos. A companhia encerrou o 4º trimestre de 2022 com 8.383 postos, representando um crescimento de +182 postos adicionados na comparação com o quarto trimestre de 2021. Hoje,

2,5 mil postos da nossa rede já estão com a nova imagem.

A Vibra aumentou em 9% o volume de vendas (MM m³) e 3% o número de postos, comparado o 4º trimestre de 2021 com o 4º trimestre de 2022.

A BR Mania superou o faturamento total de 2021 em 22%, chegando a R\$ 1,3 bilhão. E o faturamento médio mensal por loja em 2022 foi de R\$ 106 mil, o que supera o número de 2021 em 18%.

C&C: Em relação à caracterização visual / mudança de *design* dos postos revendedores, existe um prazo para adequação? Até quando as revendas poderão ajustar a imagem e qual o apoio da Vibra nisso?

EP: Não há um prazo estipulado para migração da imagem dos postos para a nova identidade visual, lançada no mercado em 2020, mas faz parte da estratégia da empresa investir nessa modernização e buscamos acelerar essa implementação, considerando fatores como oportunidades de renovação de contratos, novos negócios e tempo da última atualização da imagem.

Entendemos que a nova imagem traz impactos significativos na preferência do consumidor pelos nossos postos e, conseqüentemente, é uma iniciativa que busca melhorar também o resultados de ne-

gócio dos nossos revendedores. O apoio da Vibra se dá no investimento feito nessas renovações de contrato e novos negócios, com suporte da área de engenharia e fornecedores homologados para garantir nossos padrões de qualidade.

C&C: Com a crise das Lojas Americanas, a Vibra anunciou o rompimento da parceria. A Vibra já incorporou a parte das Americanas? O que muda para a revenda que ostenta a marca BR Mania a ausência da parceria com as Americanas?

EP: O ano de 2022 foi de muitas realizações para a BR Mania, a começar pela criação VEM Conveniência S.A., com gestão focada e especializada no segmento, para trazer conveniência e facilidade para os franqueados. E o processo de expansão da rede já se iniciou, com a diversificação de formatos e modelos de operação de lojas, resultando em 121 novas unidades espalhadas por 90 cidades e 22 estados da federação, totalizando 1.238 lojas, o que representa 17% de penetração na rede de postos Petrobras. A Vibra e a Vem se mantêm firmes no objetivo de prosperar um negócio que seja sempre atraente e rentável para o franqueado. Isso significa que a companhia vai buscar as melhores oportunidades e soluções para o negócio, mesmo com a saída da Americanas.



C&C: A conveniência ainda é, em sua visão, um aspecto relevante para o sucesso dos postos revendedores de combustíveis? Em caso afirmativo, quais iniciativas e/ou parcerias estão no radar da Vibra, para somar à rede de postos?

EP: Sim, com certeza. Posto e conveniência passaram a ser uma opção de proximidade pa-

ra os consumidores. A conveniência é o presente e o futuro do nosso negócio. A Vibra busca um modelo de negócios centrado nas necessidades do cliente, a fim de capturar novas oportunidades de produtos e serviços. Esse esforço envolve reinventar a jornada geral do cliente e usar ferramentas digitais para estender o relacionamento com esse consumidor, para além das visitas ocasionais ao posto de serviços. Mais importante do que o preço e a marca, a conveniência é um fator determinante do negócio.

Consumidores querem autoatendimento e ter à disposição diferentes meios de pagamento. A conectividade vai facilitar esse movimento. Os consumidores querem encontrar não apenas segurança no momento da compra, mas agilidade e, se possível, tudo o que precisam em um só local. É preciso que o posto utilize ao máximo sua área construída e persiga constantemente o objetivo de se consolidar como um ponto de venda de serviços, e não apenas de combustíveis.

C&C: O senhor fala em conectividade e sabemos que o 5G tem se concretizado no país, embora lentamente em algumas regiões mais distantes dos grandes centros urbanos. Em sua visão, isso é um problema para o setor, uma vez que o autoatendimento e os meios de pagamento digitais podem ser determinantes para o sucesso do negócio?

EP: Os pagamentos digitais já são realidade no Brasil, inclusive no nosso setor. Mesmo com os desafios de conectividade fora dos centros urbanos, pesquisas apontam que, em 2022, 86% dos brasileiros declararam já ter utilizado algum meio de pagamento digital. O *Premmia*, nosso *app* de relacionamento com o consumidor final, é aceito em mais de 4 mil postos no Brasil, com diversas formas de pagamento, sendo o PIX o grande destaque, com mais de 38% de participação. O consumidor do *app* tem o *ticket* médio maior, volta mais vezes aos postos e avalia sua experiência de forma muito satisfatória.

C&C: Qual a sua percepção atual sobre as revendas de combustíveis e as necessidades de seus clientes?

EP: Estamos em um mercado cada vez mais competitivo e precisamos servir bem o cliente. Temos que ter coragem para inovar sem medo de errar. E precisamos estar de olho nas questões atuais e trazê-las para o nosso negócio: diversidade, inclusão, ESG e inovação. Vamos seguir atuando naquilo que fazemos melhor, a distribuição de combustíveis e derivados, sempre aprimorando nossos produtos e serviços, com foco em segurança operacional, capacidade e eficiência, e uma escuta ativa das necessidades dos clientes. Junto a isso, vamos ampliar as soluções em energia que os clientes irão demandar nos próximos anos, e precisamos da rede de postos para fazer isso acontecer. ■

Biodiesel: redução da emissão de 80% de gases de efeito estufa

O biodiesel é uma fonte de energia renovável que emite 80% menos gases de efeito estufa. Produzido a partir de óleos vegetais e gordura animal, este biocombustível, impulsiona a economia, criando empregos e fortalecendo as comunidades locais. É uma solução inteligente que une desenvolvimento econômico e cuidado com o meio ambiente. Desde 2006, a Binatural se tornou especialista na produção deste produto, gerando ENERGIA BOA para o planeta.

Junho

6° Workshop dos Revendedores do Maranhão

Data: 02

Local: São Luiz (MA)

Realização: Sindicombustíveis - MA

Informações: (98) 98740-1700

Encontro dos Revendedores do Centro-Oeste

Data: 15 e 16

Local Goiânia (GO) e demais sindicatos do Centro-Oeste

Informações: (62) 3218-1100

Julho

Workshop com o Revendedor

Data: 20

Local: Natal (RN)

Realização: Sindipostos - RN

Informações: (84) 3217-6076

Workshop dos Revendedores Cacoal e região

Data: 21

Local: Cacoal (RO)

Realização: Sindipetro - RO

Informações: (69) 3229-6987

Agosto

Congresso Minaspetro (Sudeste)

Data: 10 e 11

Local: Belo Horizonte (MG)

Realização: Minaspetro - MG

Informações: (31) 2108- 6500/ 2108-6530



Fatores de influência nos preços

Neste mês, passamos por algumas mudanças no setor de combustíveis. A primeira delas, e uma das mais importantes, foi a mudança na política de preços da Petrobras. Em meados de maio, a empresa anunciou um novo modelo para calcular os preços nas suas refinarias. Não temos condições de avaliar o impacto para o nosso segmento, uma vez que a Petrobras menciona parâmetros generalizados. Somente no dia a dia é que saberemos quais serão os reflexos para o setor da revenda, principalmente nos momentos de alta da cotação do petróleo no mercado internacional.

E sempre que nos deparamos com um momento de reajustes ou de queda nos custos dos combustíveis pelas refinarias da Petrobras, enfrentamos as mesmas dificuldades para explicar como funciona o setor. Temos que lidar com a falta de conhecimento de alguns fiscais, com as reclamações de nossos clientes, que concluem que, se caem os preços dos combustíveis na Petrobras, automaticamente os preços nas bombas também precisariam cair, na mesma proporção.

Primeiro ponto: os postos não podem comprar gasolina e o óleo diesel das refinarias, mas sim das distribuidoras.

Segundo aspecto: a gasolina pura e o diesel puro são vendidos pelas refinarias para as distribuidoras. Nas bases das companhias são adicionados 27% de etanol anidro na gasolina e 12% de biodiesel no diesel. Ou seja, são mais custos integrados na cadeia.

Vale destacar que o etanol anidro e o biodiesel são produtos agrícolas, cujos preços passam por oscilações, e esta variação também se reflete no custo final do produto vendido na bomba.

Desta forma, a composição de preços dos combustíveis inclui: o custo dos combustíveis na refinaria (gasolina e óleo diesel puros); impostos federais (PIS/Cofins e Cide, que temporariamente não estão sendo cobrados para o óleo diesel) e estaduais (ICMS); no caso do diesel, o preço do biodiesel (hoje o teor está em 12%); na gasolina, o custo do etanol anidro (27%); custos logísticos (frete); e margens da distribuição e revenda (aproximadamente 15% bruto).

Qualquer alteração de preço pela distribuição, seja aumento de custos logísticos ou elevação de preços do etanol ou biodiesel, redução da demanda, queda de estoques, dentre outros fatores de mercado, independentemente dos impostos, podem influenciar nos custos finais para os postos.

Outro fator a ser considerado é que o Brasil também importa gasolina e óleo diesel do exterior para abastecer todo o país. Na hora que um posto compra diesel, ele não sabe se o produto que vem da refinaria da Petrobras ou é importado. Isso também faz a diferença no preço do produto, porque as distribuidoras repassam os custos internacionais. Se o posto comprou gasolina ou óleo diesel de uma distribuidora que adquiriu produto da Acelen (Bahia) ou da Ream (Amazonas), também não será o mesmo custo da Petrobras.

Os preços nos postos também sofrer diferenças pelo tipo de relação comercial. Por exemplo: os postos embaixados podem ter custos menos competitivos do que os postos bandeiras brancas, que podem comprar de qualquer distribuidora e optam pelas companhias com preços mais vantajosos. Os preços podem variar conforme volume do pedido, fidelidade de marca e tipo de relação comercial — com ou sem contratos. Portanto, não há regra lógica e fixa para a cobrança de preço. O mesmo fornecedor pode cobrar um preço X para o posto A e para o posto B outro valor. Afinal, atuamos em um mercado de preços livres, que segue a estrutura capitalista.

Conforme mostrei acima, temos uma forte influência dos impostos nos custos finais dos combustíveis e teremos mudanças em breve. Desde 1º de junho, mudou também o sistema de tributação do ICMS da gasolina, que passou para a monofasia tributária, com preço único de R\$ 1,22 por litro em todo o país. Para nós, da revenda, foi uma grande vitória, pois entendemos que as fraudes tributárias vão diminuir. Por outro lado, novamente vamos nos deparar com as altas de preços da gasolina na maior parte dos estados para o consumidor final. Outro impacto no custo final será em julho, quando retorna a cobrança integral do PIS/Cofins da gasolina e do etanol. E assim, vamos seguindo.



Primeira bomba antifraude foi instalada no Posto Shell Galápagos (Rede JB), em São João do Meriti (RJ), no início de maio

Divulgação Dover

Bombas aprovadas pelo Inmetro começam a chegar ao mercado

Depois de um longo período de estudos e processos de certificação, a indústria já está preparada para fornecer novas bombas antifraude aos postos, de acordo com os regulamentos estabelecidos pelo Inmetro. O prazo para troca se inicia em 2024

POR ROSEMEIRE GUIDONI

Não faz muito tempo que as fraudes volumétricas, feitas com o uso de *chips* que adulteram o funcionamento das bombas, passaram a ser recor-

rentes em várias regiões do país. O crime era cometido sem que o consumidor percebesse e, muitas vezes, a própria fiscalização não se dava conta do erro, pois o comando era fei-



to pelo agente irregular à distância, por meio de controle remoto. Em tais casos, o cliente pagava por uma determinada quantidade de litros, mas levava, no tanque do veículo, um volume bem menor.

Em 2016, depois de muitas denúncias feitas pela Fecombustíveis e seus sindicatos filiados, o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro) começou a estudar mudanças nos equipamentos, de forma a impossibilitar as fraudes. Na época, a Portaria 559/2016 aprovou o Regulamento Técnico Metrológico (RTM), estabelecendo requisitos técnicos de *hardware* e *software* para garantir a segurança. O prazo era de três anos para que os novos equipamentos fossem desenvolvidos. Porém, em função de diversos fatores – desde a crise econômica até os impactos da pandemia no mercado – esse período foi postergado algumas vezes. Inclusive, o novo RTM agora é regulamentado pela Portaria Inmetro 227/2022, que estabelece que todas as bombas devem conter uma assinatura digital criptografada das informações movimentadas entre seus componentes eletrônicos, dentre outros detalhes.

Mas, a partir de agora, a indústria já está preparada para fornecer bombas seguras, praticamente “blindadas” contra esse tipo de fraude para o mercado da revenda, cuja substituição deverá seguir um cronograma escalo-

Ano de fabricação da bomba de combustível	Prazo
De 2019 a 2022	2033
De 2016 a 2018	2030
De 2012 a 2015	2029
De 2008 a 2011	2028
De 2005 a 2007	2026
Até 2004	2024

Fonte: Portaria Inmetro 159/2022

nado, conforme a data de fabricação do equipamento instalado, de acordo com tabela acima, com início a partir de 2024.

“Os maiores fabricantes de bombas no Brasil já contam com a tecnologia e capacidade necessária para atender ao mercado e estão em fase final de preparação para suprir a demanda”, destacou Bruno Rosas, presidente da Associação Brasileira das Empresas de Equipamentos e de Serviços para o Mercado de Combustíveis e de Conveniência (Abieps) e presidente da Gilbarco Veeder-Root.

Segundo ele, de fato ocorreram atrasos no fornecimento, que devem ser normalizados a partir do segundo semestre de 2023. “Assim como observamos em indústrias de outros segmentos, a escassez de componentes eletrônicos que ocorreu em escala global também impactou os fabricantes de bombas e outros equipamentos do nosso setor, tanto pelo lado de custo quanto pelo tempo de entrega. Entretanto, vejo uma sinalização de melhora no segundo semestre deste ano”, garantiu.



Manutenção das novas bombas só será feita por técnicos devidamente habilitados e identificados

Dentre as principais fabricantes do setor, a Dover (dona da marca Wayne) foi a primeira a disponibilizar equipamentos certificados pelo Inmetro. O primeiro deles, inclusive, já está em operação desde o início de maio no Posto Shell Galápagos (Rede JB), em São João do Meriti (RJ). No caso da Wertco e Gilbarco Veeder-Root, as novas bombas estão em fase de certificação.

A **Combustíveis & Conveniência** conversou com os principais fabricantes para esclarecer as dúvidas da revenda acerca dos novos equipamentos, seus custos, manutenção e diferenciais. Confira a seguir.

Quais os diferenciais dos equipamentos fabricados em conformidade com a Portaria Inmetro 227/2022?

“Para coibir as irregularidades, a forma adotada para garantir medições seguras foi a criação de uma lista de exigências técnicas, que tornam

o processo de fraude muito complexo, a ponto de ser impraticável em tempo hábil e de forma ‘vantajosa’ para o agente irregular”, explicou Jorge Leffa, diretor industrial da Wertco. Segundo ele, os mecanismos estabelecidos pela Portaria 227/22 impedem que os dados de medição sejam modificados. “Caso a tentativa ocorra, a operação da bomba será bloqueada. Além disso, como os dispositivos têm assinatura digital, ao detectar qualquer anormalidade que caracterize uma tentativa de fraude, um registro de auditoria é gravado”, explicou.

Essa memória de registro de auditoria é inviolável e pode ser lida por um *App* do Inmetro via *bluetooth*, reportando o histórico da bomba, o que permite identificar e avaliar as situações suspeitas.

Rosas, da Gilbarco, acrescenta que a assinatura digital de cada operação de abastecimento é vinculada pelo certificado a um ar-



quivo eletrônico, que contém informações sobre seu proprietário – empresa, equipamento e outros dados – para atestar a quem ela pertence e quem pode utilizá-la legalmente. “O certificado digital, emitido por uma autoridade certificadora credenciada, é o que protege, por meio de criptografia, a assinatura e o arquivo, garantindo sua autenticidade. Na prática, o que proporciona este fluxo de informações é um conjunto de tecnologias digitais conectadas, que permite a comunicação dos dados, diretamente da bomba com as autoridades certificadoras emissoras da validação digital do abastecimento”, explicou.

Essa exigência do novo RTM atende à regulamentação da ICP-Brasil (Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira), que é o sistema brasileiro de certificação digital, responsável pela emissão de certificados digitais para identificação virtual do cidadão e de empresas. É o certificado digital que vincula a assinatura digital a uma entidade, fornecendo identidade, data de validade e chave pública para verificação da assinatura digital, com validade jurídica.

Durante o abastecimento, os dispositivos envolvidos se comunicam controlando, verificando e sinalizando se o resultado da operação foi positivo. Caso seja negativo, uma mensagem de erro aparecerá no painel da bomba e o abastecimento será interrompido, automaticamente, sendo que o dispositi-

tivo responsável pela operação em curso será bloqueado até que seja verificado e liberado por um profissional responsável técnico, autorizado pelo órgão metrológico.

“Até então, antes desta nova geração de bombas, esses dados eram consolidados por um único computador, que mostrava ao cliente, no visor, o valor do abastecimento. A partir de agora, os dados serão criptografados, integrando as informações relativas ao que entra no tanque do veículo do consumidor, o que é efetivamente registrado na bomba e o que aparece no visor do equipamento”, frisou Stelmo Carneiro, diretor-geral da Dover Fueling Solutions para a América Latina, empresa que adquiriu a Wayne.

Quais as mudanças técnicas nas bombas?

Os novos equipamentos precisam conter um módulo seguro nos transdutores da bomba, chamado de *pulser*, que armazena o certificado digital e gera uma assinatura para cada abastecimento, garantindo autenticidade aos valores que são mostrados no *display* da bomba.

Além disso, os *displays* das bombas devem validar a assinatura digital dos transdutores, para sinalizar que os dados da venda são autênticos. Também foi integrada uma interface sem fio padrão *bluetooth*, para o próprio consumidor validar os valores da venda de forma segura, evidenciando circuitos falsos

que poderiam estar presentes em um equipamento que tenha sido adulterado. A interface *bluetooth* também servirá para que a fiscalização tenha acesso aos registros de alteração de parâmetros metrologicamente relevantes, como interrupções de serviço, eventos de manutenção, cargas de *software* e o último pacote de dados gerado por cada *pulser*.

O regulamento é único e deve ser obedecido por todos os fabricantes, mas podem haver funcionalidades específicas de acordo com o modelo e tipo de cada bomba. “O consumidor poderá acompanhar todo o processo do abastecimento de uma indicação no painel da bomba. Nos modelos da Gilbarco Veeder-Root, esta informação irá ocorrer através da exibição de um ícone em formato de cadeado, indicando que o volume correto do combustível foi entregue”, disse Rosas.

Outro detalhe importante é que, para garantir que o *software* de controle não seja modificado, foi implementado um teste de integridade. A memória com capacidade de armazenagem do histórico de alterações de parâmetros de relevância metrológica (por exemplo, ajustes na calibração) deve ser armazenada por cinco anos.

As novas bombas poderão ser readequadas conforme a evolução da tecnologia?

Isso também depende de cada fabricante, cujos dispositivos e atualizações devem ser

submetidos à avaliação do Inmetro. “Mas, de qualquer forma, as mudanças atuais foram pensadas garantindo longevidade”, pontuou Leffa. Segundo ele, as bombas fabricadas até março de 2023 poderão ser adaptadas, mas apenas pelo seu fabricante original – e isso vai depender de critérios técnicos de cada um deles. Modelos produzidos por empresas que não estão mais em operação não poderão ser atualizados ou modificados.

Para Carneiro, da Wayne, os dispositivos que tiverem prazo de fabricação recente poderão ser atualizados. “Nós vamos ter *kits* de modernização para isso. No entanto, é preciso observar se, com toda a tecnologia que uma bomba nova pode ter e com toda a complexidade que uma modernização como essa vai exigir, será vantajoso, com bom custo-benefício para o empresário”, destacou. No caso específico da Wayne, bombas a partir de 2017, em tese, podem ser modernizadas, mas além da viabilidade econômica, é preciso avaliar o chassi, o modelo e as condições do equipamento.

Na visão de Rosas, os revendedores precisam avaliar se o *retrofit* seria vantajoso, uma vez que é necessário considerar a vida útil residual do equipamento e a possibilidade/necessidade de se incorporar outros recursos, como sistemas de recuperação de vapores.

Em sua avaliação, a maior barreira para a adequação do atual parque de bombas insta-



Indústria de equipamentos dedicou longo período para adequação e desenvolvimento de bombas seguras, conforme os requisitos do Inmetro

lado no país são as alterações mecânicas, uma vez que, por questões de segurança, é necessário realizar tais modificações fora do posto, em uma oficina credenciada pelo Inmetro, e, após a execução do serviço, submeter o equipamento a um processo de recertificação. “Essa operação é complexa e requer um investimento considerável”, observou. No entanto, ele destaca que, no caso desta nova geração de bombas, a evolução tecnológica não estará mais relacionada a mudanças construtivas, mas, sim, vinculada a atualizações na parte eletrônica e de *software*. “Apesar de representar maior dificuldade para desenvolvimento por parte dos fabricantes, permitirá atualizações de forma mais simplificada”, acrescentou.

Os novos equipamentos podem ser atualizados para venda *self-service*, in-

serção de sistemas de recuperação de vapores e outras tecnologias, como pagamento autônomo?

Segundo os fabricantes, todas as novas bombas estão preparadas para as novas funcionalidades. No entanto, em relação à recuperação de vapores, Carneiro lembra que a bomba é somente uma parte do processo. “O posto precisa ter um sistema completo de tubulações e infraestrutura para viabilizar isso, para além da bomba”, ressaltou.

No caso do *self-service* e adoção de terminais de pagamento nas próprias bombas, os fabricantes ressaltam que os dispositivos já preveem tal integração.

O custo será maior do que os equipamentos atuais?

Embora isso seja um detalhe de cada fabricante, Rosas, como representante da Abieps,

destaca que a elevação de valores deve ser da ordem de 30% a 40%. “O aumento de preço percebido varia de acordo com o modelo e configuração da bomba, uma vez que a eletrônica RTM é a mesma para bombas de mangueira baixa, com menor quantidade de bicos. Considerando uma bomba de mangueira alta sêxtupla, por exemplo, a estimativa atual é de um incremento de até 40% nos preços”, alertou.

Os novos dispositivos são totalmente invioláveis?

Carneiro, da Dover, destaca que a assinatura eletrônica é uma garantia disso. “Hoje, ela tem um nível de complexidade que ainda não foi quebrado, mas isso não quer dizer que não poderá ocorrer essa tentativa de fraude em algum momento. Isso ainda não ocorreu e a segurança é garantida de algumas formas, como na própria chave de assinatura digital, certificada por um órgão externo”, disse.

Além disso, ele ressalta que a bomba de combustível antifraude identifica qualquer tipo de manutenção e registra eventuais alterações. “Então, se os agentes irregulares encontrarem meios de modificar a criptografia, que hoje ainda não é possível, a ação ficará registrada no dispositivo”, frisou. “Atualmente, não há evidência nenhuma de que o

nível de criptografia que está sendo implementado, nesse tipo de equipamento, possa ser quebrado”, completou.

Quanto à possibilidade de atualização dos dispositivos, Carneiro ressalta que isso será também uma estratégia para inibir eventuais ataques ou tentativas de burla que possam surgir.

A manutenção dos equipamentos demandará cuidados específicos?

Embora as exigências sejam as mesmas que as das bombas atuais, o acesso ao equipamento será mais controlado. Por exemplo, a substituição de peças só será feita por técnicos devidamente habilitados e identificados. Além disso, o acesso para modificação de parâmetros metrológicos precisa de rompimento de lacres físicos. Assim, antes de abrir o gabinete da bomba, o técnico deverá ativar o modo serviço. Em caso de manutenção de alguma peça com falha, o bico com problema só voltará a funcionar se o técnico liberá-lo.

“Existe uma característica muito interessante nos requisitos do novo RTM, que é a exigência de ensaios de compatibilidade eletromagnética e imunidade a transientes elétricos, o que deve aumentar muito a qualidade dos novos equipamentos”, disse Leffa. ■



A NOVA REALIDADE DO MERCADO

Características e funcionalidades que nenhuma outra tem.



Bombas com a tecnologia Companytec.

Entre em contato e saiba mais.



(11) 3900-2565
(11) 95837-8918
vendas@wertco.com.br
www.wertco.com.br



(53) 3284-8100
(53) 99910-4236
bombaswertco@companytec.com.br
www.companytec.com.br



Evento promoveu debate sobre os mais diversos temas relacionados ao gás natural e atraiu público de 740 pessoas

Gás natural em busca de competitividade

Evento discutiu com especialistas e agentes do setor os principais entraves para que este energético ganhe maior expressividade na matriz e participe de forma mais ativa da transição energética

POR MÔNICA SERRANO

O gás natural ganhou o centro das atenções em maio, com a 20ª edição do Seminário de Gás Natural, promovido pelo Instituto Brasileiro de Petró-

leo e Gás (IBP), nos dias 10 e 11 de maio, no Rio de Janeiro.

Ao longo de dois dias, o seminário contou com a participação de 55 palestrantes

e atraiu cerca de 740 participantes, que lotaram o auditório do evento.

Desde a abertura deste mercado, com a Lei do Gás, aprovada em 2021, há expectativa de que haja mais diversificação de agentes, com a entrada de novos produtores para diminuir a participação da Petrobras, cuja participação no setor abrange aproximadamente 65% do total produzido no país. A empresa concentra também 85% de toda a matéria-prima comercializada para indústrias e refinarias. Porém, este setor ainda encontra muitos desafios para ganhar uma ampla participação na matriz energética e assumir papel de destaque na transição energética.

É fato que o mercado já está mais aberto e a Lei do Gás, que passou por uma longa discussão antes de ser aprovada (cerca de cinco anos), teve responsabilidade para gerar segurança jurídica para os investidores. “A partir da Lei do Gás começaram a ser anunciados os grandes projetos. Porém, temos que avançar em muita coisa para fazer com que essa rede possa investir com segurança, não sendo só uma questão de preço. Não se pode investir na oferta sem visualizar a demanda. Do lado da demanda, grandes grupos precisam ver a oferta e a qual preço o produto é disponibilizado para decidirem os

investimentos”, destacou Sylvie D’Apote, diretora-executiva de Gás Natural do IBP. “Precisamos de muitos tipos de oferta e cada empresa investindo no seu nicho. O que pode não ser adequado para a empresa A pode servir para a empresa B. O país tem oportunidade de investimentos para todos”, disse.

No âmbito de investimentos, recentemente a Petrobras anunciou que pretende investir aproximadamente US\$ 5,2 bilhões para implantação de novos projetos na exploração e escoamento de gás.

Mauricio Tolmasquim, diretor de Transição Energética da Petrobras, disse durante a abertura do evento que haverá um choque de oferta de gás natural que deve chegar a 50 milhões de m³ por dia nos próximos quatro anos. Segundo ele, esse valor representa 50% da demanda máxima de gás natural quando todas as térmicas do país estão funcionando. “Estamos fazendo o nosso esforço para aumentar a oferta”, disse.

Em relação à queda de preços do produto, ele disse que depende da cotação do mercado internacional, já que o gás é uma *commodity*. No entanto, Tolmasquim também observou que mesmo com essa limitação, se houver oportunidade para redução no mercado interno, a Petrobras pode-



Divulgação

Maurício Tolmasquim, da Petrobras, disse que haverá um choque de energia, cuja produção de gás deve atingir 50 milhões de m³ por dia

rá oferecer preços atrativos ante a concorrência. Tolmasquim disse que os preços do gás natural neste ano já tiveram queda de 19% para as distribuidoras.

MERCADO ABERTO ENFRENTA DESAFIOS

Alexandre Messa, diretor do Departamento de Infraestrutura e Melhoria do Ambiente de Negócios da Secretaria de

Competitividade e Regulação do Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC), afirmou que a evolução do mercado de gás passa ainda pela desconcentração do mercado, com entrada de novos e mais agentes, mas frisou ser necessário remover barreiras ao consumidor livre e viabilizar a criação de um mercado secundário de gás. Claudio Jorge Souza, diretor da ANP, abordou a necessidade de fortalecer a estrutura de transporte para atendimento da demanda. “Sem um setor de transporte de gás natural forte, não vamos conseguir atender às necessidades do país”, disse.

Segundo Souza, a ANP vai priorizar esse tema neste ano e já trabalha na simplificação das formas de contratação de capacidade de transporte, com a revisão da Resolução ANP nº 11/2016. Segundo a Agência, o objetivo é tornar esses processos mais rápidos e conferir mais eficiência na alocação dos recursos referentes às atividades de contratação de capacidade de transporte de gasodutos. Outro tema prioritário é a resolução que irá disciplinar autorizações para a atividade de acondi-

cionamento e operações logísticas para movimentação de gás natural liquefeito (GNL) a granel por modais alternativos ao dutoviário. A minuta de Resolução já passou por consulta e audiência públicas.

Souza também apontou a necessidade de regulamentar as regras de estocagem para o gás natural, principalmente para suprir períodos sazonais com as usinas termelétricas e também como estratégia em relação ao preço. “Você estoca na baixa e vende na alta”, disse.

Por parte da indústria, Gustavo Cecchucci, diretor de Energia e Descarbonização Indus-

trial da Braskem, destacou que o gás natural permite maior segurança energética, mas falta ampliar a competitividade. “Neste quesito hoje estamos perdendo de lavada, já que o preço do gás nacional está tão elevado quanto na Europa. Ainda não conseguimos capturar as oportunidades para gerar valor para a sociedade por meio de nossos produtos. Esperamos que esse mercado ganhe dinamismo para permitir que isso aconteça”, disse.

Já Ovídio Quintana, diretor comercial e regulatório da TAG, destacou que a competitividade do gás natural passa por três pilares: logística de rede, coordenação de decisões de investimentos e planejamento para construção de dutos certos. “A dinâmica da logística do setor regulado tem que ter planejamento coordenado, com otimização do uso das infraestrutura. A operação do transporte é complexa, mas, pior que não ter infraestrutura, é não usá-la bem. A logística tem que ser planejada de forma eficiente, garantir acesso, garantir opções e competição. Se tudo não estiver conectado, não existe mercado”, comentou.



ONSHORE E BIOMETANO

A exploração de gás natural onshore (em terra) também esteve entre os temas de discussão do seminário. A 3R Petroleum, que adquiriu campos maduros da Petrobras, foi representada por Rachid Felix, diretor comercial e corporativo da empresa, que mostrou as oportunidades para as empresas independentes. “Vivemos em um ambiente de produção, distribuição e comercialização muito centralizado, que trouxe poucos ativos de infraestrutura. As tecnologias utilizadas não só de gasodutos, mas também de estações de tratamento, ainda são deficientes. No entanto, há tecnologias alternativas para comprimir e levar o gás ou o biometano diretamente para o cliente. Essas alternativas fazem sentido em empresas menores, que estão focadas nisso”, disse.

Segundo Rachid, por conta desse foco e especialização, as empresas conseguiram aumentar de 30% a 40% sua produção.

O Brasil também tem um enorme potencial para explorar o biometano, combustível renovável oriundo do biogás, obtido a partir de resíduos da agropecuária ou de resíduos sólidos urbanos, cuja produção é incipiente. Para

Alessandro Gardemann, CEO da Geoenergética, o foco em infraestrutura é essencial para que não existam gargalos e os projetos de biogás/biometano avancem no país.

“Precisamos desse gás, mas a dificuldade é casar essa oferta e a demanda, superando os desafios de fazer o biometano chegar onde a demanda existe”, disse Christiane Delart, diretora de Distribuição de gás da Naturgy Brasil.

No encerramento do Seminário, o IBP e a Associação Brasileira de Biogás (ABiogás) firmaram um acordo de cooperação para ampliar o desenvolvimento de novas rotas de negócios do mercado de gás.

No setor de gás, o desenvolvimento do biogás/ biometano poderá contribuir de forma relevante para a redução das emissões de gases de efeito estufa, destacou Gabriel Kropsch, diretor-executivo da ABiogás.

“O biometano é o combustível do presente, sendo uma possibilidade para o transporte de ônibus e caminhões, substituindo parte da frota de diesel, por exemplo. Até 2027 teremos mais 60 unidades de produção, alcançando 7 milhões de m³ por dia. Nossa meta é chegar a uma produção de biometano de 30 milhões de m³ por dia em 2030”, disse Kropsch. ■

Sem fronteiras, sem limites.

A melhor opção na distribuição de combustíveis
para as 5 regiões do Brasil.



Mais de 1,5 bilhão de litros distribuídos anualmente,
quantos vão ser para o seu posto?



*Ranking ANP 2022



Aponte
seu celular
para cá e
faça a sua
cotação

Novos critérios de precificação são considerados abstratos por especialistas e causam insegurança no mercado

Agência Petrobras/ Geraldo Falção

Nova política de preços: nada transparente

Conforme o prometido pelo governo atual, a Petrobras alterou o modelo de precificação de combustíveis, mas deixou uma grande interrogação para especialistas e agentes do setor sobre o funcionamento do novo padrão

POR MÔNICA SERRANO



Desde 16 de maio, quando foi anunciada a nova política de preços da Petrobras para os combustíveis, não se tem clareza sobre os impactos que o novo modelo trará ao setor. O que se sabe é que o presidente Luiz Ignácio Lula da Silva anunciava, desde a campanha eleitoral, que faria mudanças no modelo de precificação da empresa, que tinha como referência o Preço de Paridade Internacional (PPI), o qual que vigorou no país por cerca de seis anos.

Em fato relevante, a Petrobras passou a adotar dois principais novos parâmetros: o custo alternativo do cliente e o valor marginal para a Petrobras. E muitos perguntaram: o que é isso?

Segundo a empresa, o custo alternativo do cliente contempla as principais opções de suprimento, sejam fornecedores dos mesmos produtos ou de produtos substitutos. Já o valor margi-

nal para a Petrobras é baseado no custo de oportunidade, dadas as diversas alternativas para a companhia, como produção, importação e exportação do referido combustível e/ou dos petróleos utilizados no refino. A explicação vaga recebeu críticas de especialistas e analistas pela falta de transparência na comunicação.

“Do ponto de vista de empresa privada, nenhuma vai dizer qual vai ser a sua política de precificação. Mas a Petrobras é uma empresa de capital misto. A nova regra foi divulgada de forma genérica e vaga. Numa versão resumida, disseram: ‘vou olhar para as oportunidades do meu cliente e para as minhas condições internas’”, disse Walter de Vitto, analista da Tendências Consultoria.

Para Adriano Pires, fundador e diretor do Centro Brasileiro de Infraestrutura (Cbie), a nova política de preços é mui-

to confusa. “A nova política é uma caixa preta e não se tem mais transparência como era com o PPI. Não consigo entender qual será o critério para os novos reajustes daqui para frente”, disse. Pires supõe que se o preço do barril do petróleo estiver num cenário de queda ou estável, a Petrobras continuará a seguir o PPI; porém, se o cenário for de alta de preços do petróleo, a empresa poderá adotar os critérios para não passar os custos altos ao consumidor.

Nesse sentido, a nova política aumentou a sensação de insegurança para o setor, do ponto de vista concorrencial. “O importador não sabe o que o espera, aumentou o risco do refinador privado. Para o produtor de etanol, se o preço do barril subir e a Petrobras não repassar os custos, o etanol também perde competitividade”, avaliou.

Helder Queiroz, ex-diretor da ANP e professor do Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), vê como ponto positivo o anúncio de que a Petrobras vai continuar olhando o comportamento dos preços internacionais, ainda que seja composto de outras variáveis. Ou seja, “ainda vai ter algum grau de alinhamento”. O segundo ponto é que ele entende que a empresa não vai acumular prejuízo no mesmo patamar

de períodos anteriores, quando comprava diesel e gasolina no exterior por um preço alto e jogava a um custo menor no Brasil, internalizando perdas.

Sérgio Araújo, presidente da Associação Brasileira dos Importadores de Combustíveis (Abicom), diz que a nova política de preços dá total liberdade para que a Petrobras possa praticar os seus preços sem previsibilidade e transparência. “Mesmo que a Petrobras tenha informado que vai considerar os preços internacionais e o câmbio, ela incluiu variáveis muito abstratas. Essa falta de transparência gera insegurança e pode afastar, sim, alguns agentes que atuam na cadeia de suprimentos da gasolina e do óleo diesel”, disse, durante *live* da EPBR.

Há também certo receio de que a Petrobras possa praticar preços artificiais no mercado interno para ganhar mercado, como já ocorreu no governo de Dilma Rousseff, inviabilizando a importação, o que pode aumentar o risco de desabastecimento.

“Ainda temos um agente dominante e, ter a responsabilidade do abastecimento concentrada na mão de poucos agentes, pode trazer consequências. No passado não muito distante, a Petrobras praticou preços artificialmente baixos, causando prejuízos para os seus acionis-



Jean Paul Prates, presidente da Petrobras, em coletiva de imprensa para explicar a nova política de preços da empresa

Agência Petrobras/Alexandre Silveira

tas, aos agentes competidores, importadores, produtores e comercializadores de combustíveis. Se esta prática voltar a se repetir, sem dúvida pode afastar agentes e aumentar substancialmente o risco de desabastecimento”, disse.

Pires avalia que a Petrobras vai tentar segurar os preços quando estiverem altos, embora não acredite que haverá repetição da mesma política adotada no governo de Dilma Rousseff. “Se o importador privado achar que o risco de importar é grande, a Petrobras vai ter que importar produto, pois o governo não vai permitir que falte combustível no mercado brasileiro”, comentou.

Pedro Shinzato, consultor de petróleo da Stone X, que participou da live da EPBR, destacou que quando os preços estão descolados do PPI em proporções grandes, com

diferenciação de custos entre as empresas, aumentam as incertezas.

“O desalinhamento dos preços brasileiros afugenta os investidores privados. Quando o mercado interno está descolado do preço internacional, coloca-se o fardo do abastecimento interno sobre a Petrobras”, destacou.

Vitto, da Tendências, destaca que só a prática mostrará como vai ser a nova política de preços. Segundo o analista, o PPI era a referência ideal para os importadores e sempre haverá o risco de uso político dos preços da Petrobras. Até mesmo quando se seguia o PPI, o governo anterior segurou os preços em diversos períodos. “Em boa parte de 2020 até meados de 2022, o preço do combustível estava abaixo da paridade internacional, e este cenário só se reverteu

depois que o governo mexeu na tributação”, comentou.

IMPACTO NO SETOR DE *DOWNSTREAM*

Consultadas para participar desta reportagem, as entidades representantes das distribuidoras nacionais e regionais, respectivamente, o Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP) e a Federação Brasilcom, não quiseram se manifestar.

Para a revenda de combustíveis, James Thorp Neto, presidente da Fecombustíveis, disse não ter ideia do impacto da nova política de preços nos custos de bomba. “Não está muito claro, vamos ter que aguardar para saber como o mercado vai se comportar. Os preços dos combustíveis sempre foram um tema sensível no país e entendo que a Petrobras está buscando diminuir o impacto das

altas para o consumidor, porém é necessário cautela para manter a dinâmica do mercado em equilíbrio”, destacou.

QUEDA DE PREÇOS

No mesmo dia, depois de anunciar a mudança na política de preços, a Petrobras informou redução de custos nas refinarias. Para a gasolina, a queda foi de R\$ 0,40 por litro (12,6%); o óleo diesel caiu R\$ 0,44 por litro (12,8%) e o GLP no botijão de 13 quilos (gás de cozinha) diminuiu em R\$ 8,97 por quilo (21,3%).

Vale destacar que a queda de preços dos combustíveis não tem nenhuma correlação com a nova política de preços da Petrobras, sendo resultado de ajuste conforme parâmetro do PPI, já que os preços internacionais do petróleo estavam baixos.

Divulgação

Um dos principais riscos da nova metodologia é concorrencial, pela possibilidade de uso político nos preços de produtos, podendo inviabilizar a importação

“O governo fez um *marketing* perfeito ao juntar o anúncio da queda de preços dos combustíveis com a nova política de preços, foi uma estratégia inteligente”, disse Pires. Porém são duas coisas completamente distintas. “A redução de preços foi uma atualização nos custos da gasolina e do óleo diesel, que estavam fora da paridade internacional”, explicou.

Araújo, da Abicom, confirmou que a redução de preços da gasolina ficou exatamente na paridade, em 0% para a gasolina, e para o diesel, a Petrobras reduziu um pouco mais, ficando em torno de 4% abaixo da paridade, no dia seguinte do anúncio, em 17 de maio.

Essa redução de preços foi alvo de uma ação nacional realizada pela Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) para fiscalizar os postos de combustíveis. Chamado de Mutirão do Preço Justo, em 24 de maio os Procons foram convocados para verificarem se os postos estavam repassando os preços reduzidos dos combustíveis para o consumidor.

A Senacon também abriu um canal de denúncias para os consumidores registarem reclamações sobre a cobrança de preços abusivos nos postos de combustíveis.

Esta não é a primeira e nem a última vez que os postos são fiscalizados pelos Procons. Em diversas ocasiões em que a Petrobras al-



terou os preços, seja para cima ou para baixo, os órgãos fiscalizadores saíram em ações de fiscalizações nos postos, com o intuito de verificar se estavam ou não repassando os custos ao consumidor exatamente como os valores praticados nas refinarias. Isso ocorre por desconhecimento sobre o funcionamento do setor de combustíveis.

Em 24 de maio, a Fecombustíveis, na tentativa de esclarecer o assunto, divulgou uma nota para informar que os preços dos combustíveis são livres e, se os postos não tinham repassado as quedas das refinarias, é por conta do funcionamento do setor.

“Nosso intuito é contribuir com as autoridades para explicar o funcionamento com-

plexo desta cadeia. Os preços são livres e o repasse não é automático como supõem os órgãos fiscalizadores, pois há outros custos cobrados pelas distribuidoras que interferem no preço de bomba”, disse Thorp. “A queda seria automática se os preços fossem tabelados pelo governo, mas isso acabou há muito tempo”, explicou.

No setor de combustíveis, desde 1997 o governo federal deixou de controlar o preço dos produtos comercializados na ponta final da cadeia. A partir da edição das Portarias Interministeriais 294/97 e 240/2001, os preços são livres e devem se formar de acordo com a dinâmica de oferta e demanda, em um ambiente de livre mercado.

O QUE É PREÇO ABUSIVO?

Para Arthur Villamil, consultor jurídico da Fecombustíveis, qualquer fiscal que autua um estabelecimento com o argumento de preço abusivo teria que ter previamente definido qual é o “preço justo” de um produto ou serviço. Somente a partir da definição do que seria um preço justo é que se poderia tratar de preço abusivo. Mas qual seria o preço justo para os combustíveis? Haveria apenas um único preço justo para cada produto? Qualquer valor diferente de tal preço justo deveria ser considerado injusto? “Se a resposta a essas indagações for

positiva, então chegaríamos à absurda conclusão de que os comerciantes deveriam adotar um único preço, o chamado ‘preço justo’. Portanto, essa linha de raciocínio entraria em conflito com o sistema de livre concorrência, já que todos os empresários teriam de cobrar exatamente o mesmo valor por suas mercadorias e o consumidor ficaria sem opção de escolha”, disse Villamil. Segundo o advogado, na hipótese de se ter preços unificados no país, ocorreria o crime de cartel, “imposto pela ditadura do ‘preço justo’, ou, na melhor das hipóteses, diante de um tabelamento de preços que somente poderia ser instituído por meio de lei federal, com evidente retrocesso para o desenvolvimento do livre mercado nacional”, esclareceu o advogado.

COMO FUNCIONA O SETOR DE COMBUSTÍVEIS

Na cadeia de combustíveis, os postos compram combustíveis das distribuidoras e não das refinarias. A composição de preços dos combustíveis inclui custos, como impostos, fretes, diesel A, gasolina A, etanol anidro e biodiesel e margens das distribuidoras e postos.

Quando a Petrobras informa que reduziu R\$ 0,40 da gasolina, esse custo é das refinarias para as distribuidoras, não para os postos.

As refinarias vendem gasolina A (pura) e óleo diesel A (puro) para as distribuidoras. Quando os produtos chegam nas bases de distribuição são adicionados os biocombustíveis, que também têm custos. No caso da gasolina é acrescentado 27% de etanol anidro. Esta gasolina com a mistura recebe o nome de gasolina C, que é a vendida nos postos. O mesmo ocorre com o óleo diesel, que recebe adição de 12% do biodiesel, formando o diesel B, comercializado nos postos. Considerando apenas a composição do combustível (sem impostos e outras despesas): 73% da gasolina é o custo das refinarias e 27% é o custo do etanol anidro. No caso do diesel, 88% é o custo das refinarias e 12% inclui o preço do biodiesel.

Além dos custos dos biocombustíveis, as distribuidoras também incluem os custos de logística para realizarem todo o suprimento de combustíveis no país e suas margens.

O repasse de preços baixos não acontece na mesma proporção nem na mesma velocidade como se supõe. Os postos conseguem reduzir seus preços ao consumidor a partir do momento que os preços das distribuidoras caem. Com os demais custos embutidos pelas distribuidoras, principalmente com a mistura dos biocombustíveis, é quase impossível manter o mesmo valor das refinarias. Para entender melhor, um terço do custo total dos combustíveis pagos pelo consumidor é referente à refinaria.

Outro importante aspecto é que a Petrobras também não é única supri-

Agência Brasil



dora dos combustíveis, há outras refinarias privadas, cuja referência é a cotação do petróleo no mercado externo, como é o caso da Ream (Norte do país) e da Refinaria Mataripe, controlada pela Acelen (Bahia).

Além disso, deve-se considerar o volume de produtos importados, que não segue os preços da Petrobras, mas, sim, da cotação do mercado internacional. Em torno de 20% do óleo diesel e mais de 10% da gasolina são importados. Ou seja, a conta não é tão simples, pois um pedido fornecido pela distribuidora ao posto pode conter um *mix* de custos de produto oriundo da Petrobras e também do importado.

POSTOS LEVAM A CULPA

Por falta de informação, os postos acabam levando a culpa dos preços altos dos combustíveis no país, sendo necessário apresentar todos os detalhes do empreendimento, abrir suas planilhas, mostrar os pedidos, informando detalhadamente o que acontece às autoridades fiscalizadoras. Como se não bastasse isso, também recebem as reclamações dos consumidores.

A Senacon também informou, segundo a Agência Brasil, que será criado um comitê permanente de monitoramento do merca-

E vem mais aumento por aí

Desde 1º de junho, os preços da gasolina passaram por mais um aumento em função da alteração da tributação do ICMS, que segundo site Poder 360, representa um aumento médio de 22% ou cerca de R\$ 0,16 por litro, de acordo com as projeções do Centro Brasileiro de Infraestrutura (Cbie).

O impacto da mudança na maior parte dos estados deve resultar em aumento de preços e somente em Alagoas e no Amazonas há probabilidade de redução de preços.

A mudança marca o início da monofasia tributária para a gasolina e é considerada uma vitória para o setor de combustíveis, pois as alíquotas passarão a ser fixas em reais no modelo *ad rem*. Em todo o país, a parcela referente ao ICMS da gasolina será de R\$ 1,22.

A partir da nova regra, os agentes do segmento têm expectativa de redução das fraudes tributárias, uma vez que as diferentes alíquotas entre os estados, no antigo modelo *ad valorem*, abria uma brecha para a sonegação tributária, contrabando de combustíveis entre as fronteiras, passeio de nota entre os estados e demais irregularidades.

do de combustíveis, formado pela própria secretaria, além do Cade e da ANP.

“O posto é um dos negócios mais fiscalizados e regulamentados do país”, dizia Paulo Miranda Soares, ex-presidente da Fecombustíveis.

De fato, a revenda de combustíveis é fiscalizada não somente em função de preços, mas também em virtude do cumprimento de diversas outras obrigações e regras, que incluem verificação sobre a quantidade e

qualidade de combustíveis, sendo fiscalizados pela ANP, órgãos municipais e estaduais do meio ambiente, Instituto de Pesos e Medidas (Ipems), Corpo de Bombeiros, Secretarias de Fazenda, prefeituras, entre outros.

A ANP monitora semanalmente os preços dos combustíveis nos postos revendedores do país e também realiza ações de fiscalização semanalmente, divulgando as informações para toda a sociedade em seu site (<http://www.anp.gov.br>). ■

**Para entregar
qualidade em
todo lugar.**



**A cada
passeio
em família.**

**Do primeiro
ao último
passageiro.**

Conta com a gente.



Monofasia tributária traz negócios saudáveis

Finalmente os ventos começaram a soprar a favor das pautas reivindicatórias da revenda. A luta desenvolvida pelo setor, há longos anos, em favor da implantação do regime monofásico tributário sobre os combustíveis, começou a ganhar maior clareza e o devido destaque. Todos os agentes envolvidos pelo problema da diversidade de alíquotas estabelecidas pelos tributos praticados no país sempre lutaram pela implantação de um sistema tributário monofásico, capaz de nivelar, de forma equânime e homogênea, os impostos aplicados aos combustíveis no país, igualando as alíquotas estaduais de Norte a Sul.

A implantação do regime monofásico dos tributos incidentes sobre os combustíveis significa simplificação, negócios mais saudáveis, equilibrados e transparentes, que são condições fundamentais para um mercado competitivo e eticamente operado.

Destaque-se, de forma explícita e salutar, que a monofasia contribuirá formalmente para reduzir os desagradáveis desequilíbrios gerados por sonegação fiscal, mancha responsável pela concorrência predatória e que penaliza tanto os agentes éticos quanto o erário estadual.

Deste modo, a Resolução do Conselho Nacional de Política Fazendária (Confaz) tornou monofásica, desde 01/05/2023, a tributação sobre o óleo diesel e o GLP, em todos os estados da federação que, assim, passaram a cobrar um valor fixo — o qual, no caso do diesel, é de R\$ 0,9456 por litro do combustível em alíquota específica. Para diminuir o impacto desse reajuste no preço de faturamento do diesel causado pelo novo ICMS, as refinarias da Petrobras reduziram o preço do produto a vigorar na mesma data.

A monofasia tributária relativa ao ICMS incidente na gasolina e no etanol anidro passou a vigorar em 01/06/2023. Com isso, todos os derivados do petróleo e o biodiesel têm alíquotas específicas, por produto, em R\$ por litro.

Neste ponto, vale destacar que a nossa luta continua, voltada agora para a necessária inclusão do etanol hidratado dentro dos mesmos critérios adotados para a tributação monofásica da gasolina e do etanol anidro. Este é um assunto crucial, que demanda uma solução urgente por parte das autoridades. A monofasia, agora conquistada, não pode permanecer capenga, incompleta, mantendo favorecimento aos que tanto prejudicam a integridade econômica e financeira do revendedor ético!

Vale destacar que a nossa luta continua, voltada agora para a necessária inclusão do etanol hidratado dentro dos mesmos critérios adotados para a tributação monofásica da gasolina e do etanol anidro



Assédio moral no ambiente de trabalho

Antes de ingressarmos no tema, importante definirmos que o assédio moral é a exposição de pessoas a situações humilhantes e constrangedoras no ambiente de trabalho e no exercício de suas atividades.

A conduta traz danos à dignidade e à integridade moral e física do indivíduo-trabalhador assediado, colocando sua saúde em risco e prejudicando o ambiente de trabalho.

Tão antigo quanto o trabalho, o assédio moral caracteriza-se por condutas que evidenciam violência psicológica contra o empregado no ambiente laboral, com consequências já capituladas como doença do trabalho.

Na prática, o ato de expor o funcionário a situações humilhantes (como xingamentos ou atos vexatórios), exigir metas inatingíveis, negar folgas e emendas de feriados quando outros empregados são dispensados, adotar tratamentos não isonômicos, agir com rigor excessivo ou colocar "apelidos" constrangedores no empregado, são alguns exemplos que podem configurar o assédio moral.

No mundo de hoje, com mudanças e cobranças conjunturais, as empresas precisam se precaver, mediante orientação às chefias e gerências, dos procedimentos para se evitar quaisquer atitudes que possam caracterizar o assédio moral.

É imprescindível que as empresas estejam preparadas para identificar a prática do assédio moral e, mais do que isso, adotar medidas para evitá-lo e controlá-lo. É necessário que a empresa tenha ciência da complexidade do assunto e a necessidade de trabalhar para desenvolver a organização e os empregados na prevenção do problema.

As empresas precisam, primeiramente, entender a definição de assédio e a diferenciação entre conflito e assédio moral, saber como ele se desenvolve e se caracteriza, para, com isso, embasar uma administração eficaz.

Treinamento e conscientização são as principais armas contra este mal, além, é claro, de estimular o respeito mútuo e constante entre os trabalhadores (todos aqueles que fazem parte de uma organização, independentemente dos diversos graus de hierarquia).

Dentre as medidas que o empregador poderá adotar para evitar ou coibir tais situações, citamos:

- criar um regulamento interno sobre ética, que proíba todas as formas de discriminação e de assédio moral, promovendo a dignidade e cidadania do empregado e proporcionando, entre a empresa e seus colaboradores, laços de confiança;
- diagnosticar o assédio, identificando o agressor, investigando seu objetivo e ouvindo testemunhas;
- avaliar a situação por meio de ação integrada entre as áreas de recursos humanos, chefias e gerência;
- buscar modificar a situação, reeducando o agressor;
- não sendo possível, deverão ser adotadas medidas disciplinares contra o agressor, inclusive sua demissão, se necessário.
- oferecer apoio médico e psicológico ao empregado assediado.

Os danos causados em decorrência do assédio moral estão diretamente relacionados ao comportamento dos indivíduos. O tema vem ganhando visibilidade e as discussões acerca dos conflitos nas relações de trabalho e seus desgastes estão em pleno desenvolvimento.

Diante desta patologia, as empresas devem buscar cada vez mais o desenvolvimento de um modelo de gestão compatível com a necessidade de eliminar condutas e comportamentos que favoreçam o assédio moral, as quais podem gerar consequências desastrosas, como doença ocupacionais e indenizações trabalhistas.

O engajamento de todos é essencial para a melhoria no que diz respeito ao combate do assédio moral nas empresas.

CONVENIÊNCIA

A feira de exposições contou com a participação de 850 empresas de diferentes segmentos relacionados ao setor de varejo supermercadista

Divulgação

APAS Show 2023

discute o futuro do varejo

A 37ª edição do maior evento de alimentos e bebidas das Américas mostrou que o comportamento de consumo mudou e há espaço para todos os canais de varejo, dos grandes atacados às lojas de vizinhança

POR ROSEMEIRE GUIDONI

Organizada pela Associação Paulista de Supermercados (APAS), a APAS Show 2023 reuniu, no Expo Center Norte, na capital paulista, 850 expositores de diferentes segmentos relacionados ao setor supermercadista. De alimentos e bebidas à comida para *pets*, passando por uma área exclusiva da Beauty

Fair (tradicional feira de produtos cosméticos) e vários pavilhões internacionais, entre outros fornecedores para o segmento, o evento ocupou nada menos do que 78 mil m² de exposição e recebeu 137.487 visitantes, entre os dias 15 e 18 de maio.

Segundo a APAS, o conceito do evento foi ir "Além dos Alimentos", ou seja, mos-

trar aos varejistas as mais diversas oportunidades para que possam atender às necessidades de seus clientes. Ainda de acordo com a entidade, a hiper segmentação é cada vez mais forte no setor, sendo que a conveniência, a experiência ao lidar com o consumidor e a boa relação custo-benefício deverão nortear as escolhas dos clientes e serem determinantes para o sucesso do negócio.

Nesta edição do evento, a Apas Show atingiu a marca de R\$ 14 bilhões em volume de negócios.

FEIRA DE EXPOSIÇÕES: TUDO PARA O VAREJO

Equipamentos como *freezers* e geladeiras, PDVs, expositores, *displays*, alimentos, bebidas, itens de higiene e limpeza, *food service*, cosméticos e produtos de higiene, entre outros itens que potencialmente podem ser comercializados ou usados no setor de varejo, ocuparam os cinco pavilhões do Expo Center Norte, em São Paulo (SP).

Um dos pavilhões expôs as diferentes alternativas para o segmento de flores, frutas, legumes e verduras (FFLV) e todas as suas potencialidades: *fresh station*, de produtos orgânicos; *fresh farm*, espaço de experiências da Beauty Fair; e *natural station*, com itens saudáveis e naturais.

Além da variedade de bebidas alcoólicas e não alcoólicas, cafés *gourmets* e bebidas esportivas, diversos tipos de lanches e salgados, também foram expostas embalagens de alimentos prontos para o consumo e congelados. Entre os destaques da feira havia uma área exclusiva direcionada à produtos de panificação.

Na área internacional, a APAS Show também contou com a presença de expositores de países como Argentina, Paraguai, Uruguai, Colômbia, Peru, Chile, México, Portugal e França, que trouxeram produtos típicos de cada região, como pães, queijos, azeites, vinhos, entre outros. Para os países representantes de empresas árabes e libanesas o espaço foi ampliado em relação às edições anteriores, com 214 m² em três pavilhões e 27 organizações participantes, oriundas do Egito, Jordânia, Emirados Árabes Unidos, Iraque, Tunísia e Arábia Saudita, além da Palestina e da Líbia.

MERCADO DE PROXIMIDADE: BÁSICO BEM-FEITO

A inovação e a adequação do negócio ao perfil dos clientes estiveram entre os principais temas do Congresso de Gestão, que aconteceu paralelamente à exposição.



Rosemeire Guidoni

Congresso apresentou o futuro do varejo, mostrando que a tecnologia é indispensável para promover melhor controle, aprimorar o atendimento e manter a equipe engajada

O debate sobre novos formatos e canais de venda, realizado em 16 de maio, trouxe uma discussão sobre o futuro do varejo, mostrando que a tecnologia é indispensável para promover melhor controle, aprimorar o atendimento, manter a equipe engajada, entre outros aspectos essenciais para o negócio, mas, mesmo com ela, se as empresas não se diferenciarem, o risco é grande. “O sucesso do varejo está em fazer o básico bem-feito, ou seja, apresentar uma loja limpa, preço justo e bom atendimento”, resumiu Jovino Reis, da rede de supermercados Bahamas, durante o painel sobre lojas de vizinhança.

A empresa, que opera desde atacados até pequenos comércios locais, começou há alguns anos como uma loja pequena de

bairro. “Tudo é um aprendizado, existem clientes para cada tipo de negócio”, pontuou o empresário. “Mas a distância entre lucro e prejuízo é pequena e precisamos ficar atentos”.

Gilmário Cavalcante, da Mercê do Bairro, *startup* fornecedora para lojas de vizinhança, ressaltou que existe uma forte tendência de que os consumidores frequentemente varejos próximos de suas residências. “Os consumidores querem comprar perto de suas casas. Eles buscam proximidade e serviços”, disse.

No entanto, segundo os palestrantes, os novos formatos de varejo precisam ser viáveis. “Em algumas localidades, o preço do aluguel inviabiliza o negócio. Não é porque o ponto é bom que vale a pena pagar um aluguel elevadíssimo! Então, toda

a operação precisa ser bem planejada, pois as margens são baixas”, afirmou Reis, com o conhecimento de quem opera seis formatos de loja diferentes.

“Um atacado consegue ter bom preço, mas o custo operacional é muito alto, seja com a área necessária, com logística e estoques ou mesmo com funcionários. Uma loja menor, por sua vez, tende a não ter o mesmo poder de negociação — e, portanto, não ter preços tão atrativos para o consumidor —, mas, ao mesmo tempo, tem custos inferiores”, explicou. “Essa é uma decisão que cabe ao empresário, que precisa ter em mente que o cliente não busca somente preço, mas, sim, conveniência e bom atendimento”, destacou Reis.

BARRIGA NO BALCÃO

Qualquer que seja o formato e porte do varejo, os palestrantes concordam que os empresários devem estar sempre presentes, seja para entender o comportamento e necessidades de seus clientes, seja para identificar eventuais falhas na operação. É o velho conceito da “barriga no balcão”, herdado dos comércios mais antigos.

“É preciso treinar e reter os funcionários, motivar a equipe de vendas, ter atenção ao *mix*, selecionando os produtos de acordo com o que é consumido.

Por exemplo, se o operador de uma loja de vizinhança comprar em um atacarejo ou atacado, ao fazer a reposição de estoque é necessário conhecer de perto o giro do produto”, alertou Cavalcante. “Se comprar demais, há risco de perda de itens perecíveis e produtos encalhados no estoque; se comprar em pequena quantidade, o problema é o cliente procurar em sua loja e não encontrar, e daí passar a buscar outros pontos de venda”, exemplificou, justificando a importância de conhecer os hábitos de consumo dos clientes, para não fazer escolhas erradas.

Além disso, Cavalcante frisou que o relacionamento faz toda a diferença. “Embora, em alguns pontos, lojas autônomas sejam ótimas opções, o relacionamento é essencial para pequenos varejos. O cliente bem atendido tende a retornar. E o empresário que está de olho no que o consumidor procura, quanto e quando ele compra, também sabe como construir um *mix* adequado”, orientou, mencionando que isso, ao lado dos cuidados com manipulação e armazenamento, é fundamental para a redução de perdas.

Falando exclusivamente para lojas de pequeno porte ou de proximidade, o especialista recomendou cuidado para nunca confundir o CNPJ com o CPF — ou seja,

as despesas e a rentabilidade do comércio devem ter contabilidade separadas das de seus gestores. “Esse é um erro comum, a empresa tem uma dívida e a pessoa física faz um aporte pessoal maior ou, ao contrário, ocorre um período de rentabilidade maior no negócio (que pode ser momentâneo) e o empreendedor faz uma retirada também maior. Isso desequilibra o caixa e pode trazer sérios problemas, inclusive fiscais”, comentou.

Os especialistas também recomendaram atenção às regras locais estabelecidas pelos órgãos de defesa do consumidor, cuidado com produtos fora da validade ou embalagens danificadas e etiquetagem incorreta de preços, para evitar perdas e tornar o negócio mais rentável.

MUDANÇA DE COMPORTAMENTO DE CONSUMO

A diversidade do varejo acompanha as mudanças de comportamento do consumidor, na visão de Ricardo Soares, diretor de canal de vizinhança da Ambev, que apresentou um estudo da Nielsen sobre o tema. “Nos últimos vinte anos, o modo de consumir mudou muito. Na década de 1980, quando havia hiperinflação, os hipermercados eram praticamente os únicos canais de consumo. Na década de 1990, a

situação econômica melhorou e a proximidade e a conveniência se tornaram também importantes”, contou.

Nos anos 2000, surgiram novos canais. Em 2006, eram três canais de venda principais, mas hoje são nove, que englobam desde grandes atacados até lojas pequenas de bairro. Segundo Soares, cada um destes perfis se adequa a um momento de compra diferente. “Difícilmente alguém vai fazer a compra do mês em uma loja autônoma do condomínio, assim como provavelmente não irá se deslocar até um atacado para comprar um ou dois itens que faltam em sua casa. Então, o equilíbrio entre oferta, conveniência e preço é um dos grandes desafios do varejo”, afirmou.

Para Jovino Reis, o cliente nem sempre é fiel à loja em que costuma comprar e, por isso, um *mix* bem definido é fundamental, inclusive para diminuir perdas comuns no varejo.

Conforme dados da Nielsen, no ano passado, em comparação com 2021, o percentual médio de gastos do brasileiro, no varejo, cresceu 21,9%. Porém, isso não significa maior consumo, mas, sim, um reflexo da alta de preços, que leva as pessoas a comprarem menos itens a cada visita ao supermercado. “Toda crise gera uma oportunidade”, lembrou Soares. “Se



Tarcísio de Freitas, governador de São Paulo, o prefeito Ricardo Nunes e André do Prado, presidente da Assembleia Legislativa, além de representantes do setor, participaram da abertura oficial do evento

Divulgação

o cliente visita a loja mais vezes, as chances de conhecer e passar a consumir novos produtos é grande”.

A pesquisa da Nielsen mostrou ainda que o consumidor se tornou menos fiel a marcas — especialmente nas categorias de higiene e limpeza —, passou a ter mais atenção aos preços e reduziu gastos com vestuário, lazer e alimentação fora do lar. “Isso também são indicadores de produtos que passam a ser mais vendidos no varejo. Por exemplo, se a pessoa sai menos de casa para fazer refeições em um restaurante, a venda de determinados itens, para ocasiões especiais, pode ser impulsionada”, disse o especialista da Ambev.

Para Artur Motta, professor-doutor do centro de excelência em varejo da FGV, é preciso ter atenção às mudanças de comportamento dos clientes e, com base nisso, inovar. “Todo o crescimento econômico, desde do século 18, pode ser atribuído à inovação. E o varejo é um dos mercados que mais passa por transformações”, ressaltou.

Ao todo, 92 especialistas trouxeram suas experiências e dicas para o público presente, com informações sobre relacionamento, varejo físico, *e-commerce*, novas tecnologias e ESG (conceito que abrange boas práticas de responsabilidade social, ambiental e de governança corporativa). ■

Confira as principais ações da Fecombustíveis durante mês de maio de 2023:

03 – Participação da Fecombustíveis na reunião do GT Institucional sobre melhorias no biodiesel.

11 – Participação de James Thorp Neto, presidente da Fecombustíveis, na reunião de diretoria da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), no Rio de Janeiro.

17 – Participação da Fecombustíveis na reunião do GT Institucional sobre melhorias no biodiesel.

24 – Participação de James Thorp Neto, presidente da Fecombustíveis, na inauguração do escritório da CNC em Lisboa.

27 – Participação da Fecombustíveis na IV Reunião da Mesa de Abastecimento de Etanol de 2023, promovida pelo Ministério de Minas e Energia (MME).

27 – Participação da Fecombustíveis na reunião do GT ABNT revisão da NBR 1676, referente ao armazenamento de líquidos inflamáveis e combustíveis e instalação dos componentes do sistema de armazenamento subterrâneo de combustíveis.

TABELAS

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO ETANOL (Centro-Sul)

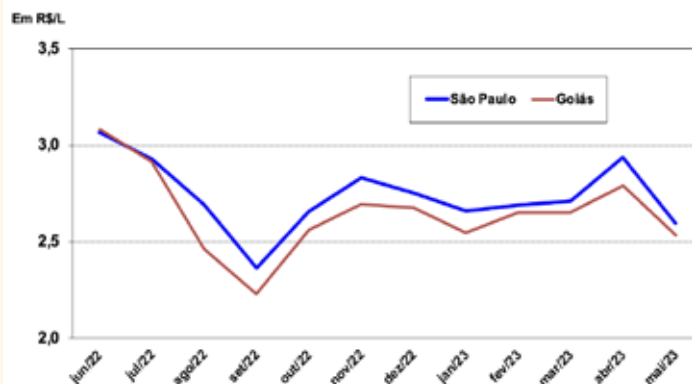
em R\$/L

	Período	São Paulo	Goiás		Período	São Paulo	Goiás
ANIDRO	24/04/2023 - 28/04/2022	3,355	3,395	HIDRATADO	24/04/2023 - 28/04/2022	2,962	2,816
	01/05/2023 - 05/05/2022	3,225	3,282		01/05/2023 - 05/05/2022	2,766	2,640
	08/05/2023 - 12/05/2022	3,076	3,147		08/05/2023 - 12/05/2022	2,637	2,575
	15/05/2023 - 19/05/2022	2,938	2,901		15/05/2023 - 19/05/2022	2,462	2,449
	22/05/2023 - 26/05/2022	2,920	2,875		22/05/2023 - 26/05/2022	2,528	2,482
	maio de 2022	3,509	3,675		maio de 2022	3,329	3,270
	maio de 2023	3,040	3,051		maio de 2023	2,598	2,536
Varição 24/04/2023 - 26/05/2023		-12,9%	-15,3%	Varição 24/04/2023 - 26/05/2023		-14,6%	-11,9%
Varição maio de 2023 x maio de 2022		-13,4%	-17,0%	Varição maio de 2023 x maio de 2022		-22,0%	-22,4%

EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO ETANOL ANIDRO (em R\$/L)



EVOLUÇÃO DOS PREÇOS DO ETANOL HIDRATADO (em R\$/L)



Fonte: CEPEA/Esalq

Nota 1: SEM Pis/Cofins produtor (R\$ 0,1309)

Obs: PIS/COFINS "zerado" pela Lei Complementar 194 de 23/06/2022

Nota 2: Preço para vendas interestaduais.

TABELAS

FORMAÇÃO DE PREÇOS

Convênio ICMS 15/2023 (Gasolina) e 199/2022 (Diesel) Referência 01/06/2023

UF	73% Gasolina A	27% Etanol Anidro ⁽¹⁾	27% PIS/COFINS Anidro ⁽³⁾	73% CIDE ⁽²⁾	73% PIS/COFINS ⁽³⁾	Carga ICMS	Custo da Distribuição
	AC	2,1934	0,9437	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200
AL	2,0684	0,9248	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,562
AM	2,1036	0,9464	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,618
AP	2,1447	0,9545	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,668
BA	2,0463	0,9302	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,545
CE	2,0425	0,9410	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,552
DF	2,2043	0,7844	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,557
ES	2,1023	0,8073	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,478
GO	2,2012	0,7817	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,551
MA	2,0190	0,9356	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,523
MG	2,1580	0,8019	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,528
MS	2,1966	0,7979	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,563
MT	2,2679	0,8033	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,640
PA	2,0478	0,9383	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,555
PB	2,0255	0,9207	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,515
PE	2,0535	0,9207	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,543
PI	2,0506	0,9261	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,545
PR	2,0998	0,8019	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,470
RJ	2,1494	0,8019	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,520
RN	2,0304	0,9248	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,524
RO	2,1682	0,9437	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,680
RR	2,1504	0,9464	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,665
RS	2,1175	0,8204	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,506
SC	2,1338	0,8100	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,512
SE	2,1461	0,9248	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,639
SP	2,1289	0,7938	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,491
TO	2,1102	0,7952	0,0054	0,0000	0,3431	1,2200	4,474
CUSTO DA DISTRIBUIÇÃO - BRASIL ⁽⁵⁾						4,524	

UF	88% Diesel A S500	12% Biocombustível ⁽¹⁾	88% CIDE ⁽²⁾	12% PIS/COFINS Biodiesel ⁽⁶⁾	88% PIS/COFINS Diesel ⁽³⁾	Carga ICMS	Custo da distribuição
AC	2,8430	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,313
AL	2,7144	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,213
AM	2,7348	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,205
AP	2,8585	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,329
BA	2,6815	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,181
CE	2,7606	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,260
DF	2,8997	0,4838	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,329
ES	2,7890	0,5066	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,241
GO	2,9011	0,4826	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,329
MA	2,7001	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,199
MG	2,8912	0,5066	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,343
MS	2,9117	0,4826	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,340
MT	2,9814	0,4838	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,411
PA	2,7416	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,212
PB	2,6909	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,190
PE	2,7384	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,237
PI	2,7381	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,237
PR	2,8084	0,4868	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,241
RJ	2,8468	0,5102	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,303
RN	2,6469	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,146
RO	2,8127	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,283
RR	2,7911	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,261
RS	2,7842	0,4868	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,217
SC	2,8617	0,4880	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,295
SE	2,8080	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,307
SP	2,8300	0,5042	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,280
TO	2,8100	0,5162	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,272
CUSTO DA DISTRIBUIÇÃO - BRASIL ⁽⁵⁾						4,276	

FORMAÇÃO DE PREÇOS

em R\$/L

	UF	88% Diesel A	12% Biocombustível ⁽¹⁾	88%	12% PIS/	88% PIS/	Carga ICMS	Custo da distribuição
		S500		CIDE ⁽²⁾	COFINS Biodiesel ⁽⁶⁾	COFINS Diesel ⁽³⁾		
Diesel S10	AC	2,8764	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,347
	AL	2,7354	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,234
	AM	2,7964	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,267
	AP	2,8795	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,350
	BA	2,7695	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,269
	CE	2,8005	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,300
	DF	2,9486	0,4838	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,378
	ES	2,8292	0,5066	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,281
	GO	2,9410	0,4826	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,369
	MA	2,7618	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,261
	MG	2,9396	0,5066	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,392
	MS	2,9327	0,4826	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,361
	MT	3,0025	0,4838	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,432
	PA	2,7863	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,256
	PB	2,7154	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,214
	PE	2,7594	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,258
	PI	2,7627	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,262
	PR	2,8448	0,4868	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,277
	RJ	2,8907	0,5102	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,347
	RN	2,6758	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,175
RO	2,8416	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,312	
RR	2,8200	0,5246	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,290	
RS	2,8281	0,4868	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,261	
SC	2,9095	0,4880	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,343	
SE	2,8325	0,5535	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,332	
SP	2,8701	0,5042	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,320	
TO	2,8320	0,5162	0,0000	0,0000	0,0000	0,9456	4,294	
CUSTO DA DISTRIBUIÇÃO - BRASIL ⁽⁵⁾							4,318	

Nota (1): Corresponde ao preço da usina/produzidor sem acréscimo do PIS/COFINS, incluso frete

Nota (2): Decreto 8.395, de 28/01/2015, Decreto 9.391, de 30/05/2018 e Decreto 10.638 de 01/03/2021

Nota (3): Decreto 9.101, de 20/07/2017

Nota (4)*: PMPF/Base de cálculo do ICMS

Nota (5): Média ponderada considerando o volume comercializado no ano de 2018

Nota (6): Decreto 10.527 de 23/10/2020

Obs: preços com base nas Tabelas Petrobras (refinarias) de 29/04/23 para Gasolina e óleo Diesel - Base - Convênio ICMS 15/2023(Gasolina) e Convênio ICMS 199/2022 (Diesel)

Preços para o Estado da Bahia (S.Fco do Conde, Candeias, Jequié e Itabuna - Refinaria Acelen) - ref. 27/04/23 e para Região Norte (Refinaria REAM) - ref. 26/05/23

Tributos Federais "Zerados" para óleo diesel - MP 1157 (até 31/12/2023)

Esta planilha é elaborada com os dados públicos e oficiais previamente divulgados ao mercado pela Petrobras, Governo Federal e Governos Estaduais e pelo CEPEA/ESALQ.

Utilizamos as tabelas públicas fornecidas pela Petrobras (Refinarias), a composição de tributos divulgada pelo Governo Federal e pelo CONFAZ (Ato Cotepe), além dos custos dos biocombustíveis (Fonte: Biodiesel = Leilões ANP e Etanol Anidro = Cepea/Esalq).

A Fecombustíveis se isenta de quaisquer erros nos dados fornecidos pelas fontes acima citadas e ressalta que esta planilha se destina exclusivamente a colaborar com a transparência do mercado e com a efetivação da competitividade do setor.

TABELAS

AJUSTES NOS PREÇOS DA PETROBRAS

GASOLINA



DIESEL



Fonte: Petrobras

Nota: As tabelas e informações sobre a composição de preços estão disponíveis no site da empresa, seção Nossas Atividades/ Preços de Vendas de Combustíveis (<https://petrobras.com.br/pt/nossas-atividades/precos-de-venda-de-combustiveis/>)

