

Revista

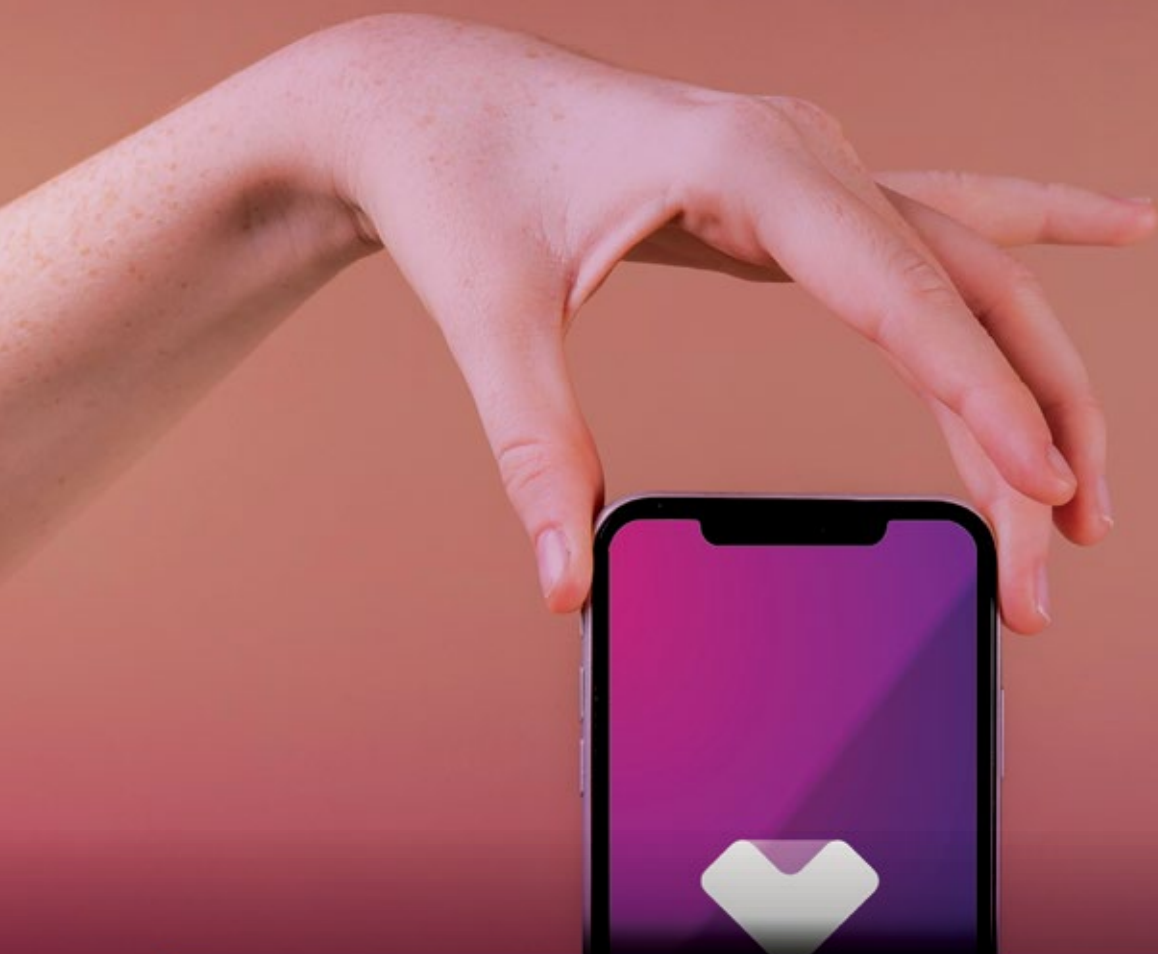
Nº 138
Abril 2021



minaspetro

Sindicato do Comércio
Varejista de Derivados
de Petróleo no Estado
de Minas Gerais

Fechamento autorizado
Pode ser aberto pela ECT



Ame-o ou deixe-o

App da BR praticamente acaba com o *cashback* e
vai aumentar a taxa para o revendedor

Página 14





Não basta ser seguro, tem que ser inteligente.

Através da Logística de Valores e do Cofre Inteligente, você garante a segurança do seu negócio, minimiza possíveis perdas e tem total conhecimento de seu faturamento em tempo real.

Enquanto você cuida do seu negócio, o Grupo Protege cuida de seus valores.



Redução e transferência de riscos



Segurança de ponta a ponta



Operações 100% monitoradas



Valores assegurados pelo Grupo Protege



Acompanhamento em tempo real de seus valores



Escaneie o Qr Code e solicite sua proposta ou acesse nosso site: <https://www.protege.com.br/>



50
ANOS

A verdadeira face do Ame

Como o velho ditado diz: quem avisa amigo é!

Desde o lançamento dos apps das distribuidoras, o Minaspetro tem sido bastante questionador e crítico sobre as vantagens que eles verdadeiramente oferecem para nós, revendedores. Nunca fomos contra inovação ou tecnologia, que fique bem claro, apenas estamos buscando parcerias, tentando equilibrar a balança, em vez de sermos meros coadjuvantes expropriados pelos apps.

Vou tomar emprestados dois exemplos de como a tecnologia impacta um setor, para que você, revendedor, possa entender o porquê de estarmos lutando tanto: o Uber e o iFood ficam com 25% do faturamento do negócio, valem bilhões e, simplesmente, retiraram quase toda a rentabilidade dos motoristas e dos restaurantes, respectivamente.

No caso específico do aplicativo Ame (leia-se B2W e BR Distribuidora), eu escrevi dois artigos sobre o assunto, além de participar de uma call com os responsáveis pelo app e até mesmo com o antigo presidente da BR, Rafael Grisolia. Minhas preocupações, externadas claramente nas ocasiões, infelizmente se tornaram realidade e todas contra a Revenda.

O app prometia 20% de desconto nos primeiros 30 dias e, depois, 10% de desconto pelos 11 meses seguintes. Antes mesmo do prazo prometido, o *cashback* foi redesenhado, e, dos 10% pro-

metidos, restaram míseros R\$ 20 por mês. Mas a propaganda para confundir os consumidores continua gritando: 10%!

Fazendo uma conta rápida: um consumidor que abastece um tanque por semana (cerca de 60 L), considerando o preço médio da gasolina em Minas de R\$ 5,94 (vamos aqui utilizar o PMPF do governo estadual), vai gastar R\$ 1.425,60 de gasolina (60 L x R\$ 5,94 x 4 semanas) e obter R\$ 20 de *cashback*. Ou seja, ínfimo 1,40% de desconto.

A taxa de 0,50% para a revenda, conforme já havíamos avisado, está com os dias contados. Em breve, “taxas competitivas” virão. Competitivas para quem? A Ipiranga está cobrando taxa de 2% até para pagamento em dinheiro!

Estou no ramo varejista de combustíveis há mais de 25 anos e sei que somos sempre a parte mais prejudicada do nosso setor. Desde que surgiram os apps de fidelidade, fomos muito prejudicados pelas taxas elevadas e pelo fato de não termos acesso aos dados dos clientes. Houve até mesmo uma sugestão por parte da distribuidora ao cliente – nosso cliente, diga-se de passagem – para que ele abastecesse em outro estabelecimento vinculado à rede de apps. As condições atrativas eram meramente iscas para que o revendedor aderisse ao Ame.

O revendedor afixou a placa em seu estabelecimento, fez a propaganda gratuita, e a estima-

tiva é que cerca de 2,5 milhões de usuários tenham se cadastrado no app. Hoje, entendemos o valor dos dados pessoais para o mercado – *data is the new oil* (“dado é o novo petróleo”), como dizem os especialistas. Entregamos milhões de clientes, usuários e informações de pessoas para o Ame. E o que teremos em troca? Perdemos os nossos clientes (que, agora, são do aplicativo) e ainda vamos pagar a conta!

O Minaspetro não abandonará essa causa.

Contem conosco!



Carlos Guimarães Jr.
Presidente do Minaspetro
carlos@minaspetro.com.br

DIRETORIA

Sindicato do Comércio Varejista de Derivados
de Petróleo no Estado de Minas Gerais

**Sindicato do Comércio Varejista de Derivados
de Petróleo no Estado de Minas Gerais**
Sede: Rua Amoroso Costa, 144, Santa Lúcia
CEP 30350-570 – Belo Horizonte/MG
Tel.: (31) 2108-6500
Fax: (31) 2108-6547
0800-005-6500

Diretoria Minaspetro

Presidente:
Carlos Eduardo Mendes Guimarães Júnior
1º Vice-presidente:
Felipe Campos Bretas
2º Vice-presidente:
Paulo Miranda Soares
1º Secretário:
João Victor Carneiro de Rezende Renault
2º Secretário:
Bruno Henrique Leite Almeida Alves
1º Tesoureiro:
Humberto Carvalho Rieght
2º Tesoureiro:
Rafael Milagres Macedo Pereira

Diretores de Áreas Específicas

Diretor de Relações Trabalhistas:
Maurício da Silva Vieira
Diretora de Lojas de Conveniência:
Maurícia Lopes Vieira Zama
Diretor de Postos de Rodovias:
Wagner Carvalho Villanuêva
Diretor de Postos Próprios de Distribuidoras:
Flávio Marcus Pereira Lara
Diretor de Marca Própria:
Ademir Eger

Diretores Regionais

Belo Horizonte: Fábio Croso Soares
Contagem: Leonardo Lemos Silveira
Divinópolis: Roberto Rocha
Governador Valadares: Rubens Perim
Ipatinga: Vanda Maria Brum Avelar
João Monlevade: Genilton Cícero Machado
Juiz de Fora: Renata Camargo
Lavras: Marcos Abdo Sâmia
Montes Claros: Gildeon Gonçalves Durães
Paracatu: Irlan César Fernandes de Moura
Passos: Reinaldo Vaz Ribeiro
Patos de Minas: Moisés Elmo Pinheiro
Poços de Caldas: Renato Barbosa Mantovani Filho
Pouso Alegre: Luiz Anselmo Rigotti
Sete Lagoas: Sérgio José do Carmo
Teófilo Otoni: Leandro Lorentz Lamêgo
Varginha: Leandro Lobo Motteran

Conselho Fiscal
Membros Efetivos:
Fernando Antônio de Azevedo Ramos
Bernardo Farnezi Gontijo
Rogério Lott Pires

Membros Suplentes:
José Roberto Mendonça Júnior
Paulo Eduardo Rocha Machado
Evandro Lúcio de Faria

Diretores Adjuntos:
Adriano Jannuzzi Moreira
Fábio Vasconcellos Moreira

Gerente Administrativa
Márcia Viviane Nascimento

Departamento Administrativo
Adriana Soares
Élcia Maria de Oliveira
Gislaine Carvalho
Luciana Franca Martins
Poliana Gomides

**Departamento de Expansão e
Apoio ao Revendedor**
Esdras Costa Reis
João Márcio Cayres
Raphael Mike dos Santos Calixto
Júlio César Moraes
Marcelo Rocha Silva
Ricardo Donizetti
Rodrigo Loureiro Araújo
Thales Oliveira Pereira

Departamento de Comunicação
Stenyo Fonseca
Marcelo Teixeira

**Departamento Jurídico
Cível/Comercial**
Flávia Lobato
Arthur Villamil Martins
Lucas Sá

Metrológico
Simone Marçoni
Ana Violeta Guimarães

Trabalhista
André Luis Filomano
Bruno Abras Rajão
Fabiana Saade Malaquias
Klaiston Soares
Luciana Reis
Rommel Fonseca

Tributário
BMM Advocacia Empresarial

Ambiental
Bernardo Souto
Lígia Macedo

Sindical
Klaiston Soares

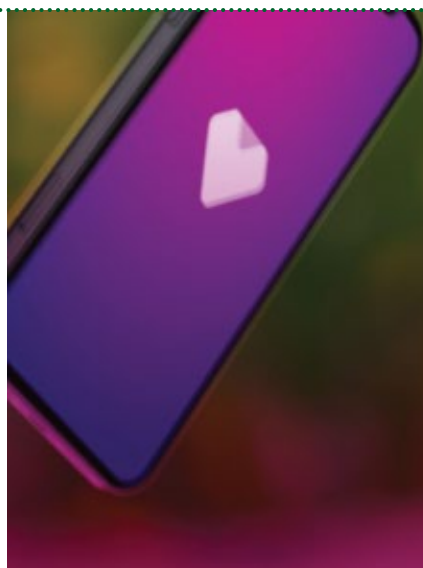
Advogados Regionais
Governador Valadares:
Natécia Pereira Barroso
Montes Claros: Hércules H. Costa Silva
Poços de Caldas:
Matheus Siqueira de Alvarenga
Juiz de Fora: Moreira Braga e Neto
Advogados Associados
Uberlândia: Lira Pontes e Advogados Associados
Uberaba: Lira Pontes e Advogados Associados
Ipatinga: José Edécio Drumond Alves
Advogados Associados
Varginha: Eduardo Caselato Dantas
Divinópolis: Luciana Cristina Santos
Teófilo Otoni: Eliene Alves Souza



EXPEDIENTE

- Comitê Editorial: Carlos Eduardo Mendes Guimarães Júnior, Esdras Reis, Márcia Viviane e Stenyo Fonseca
- Produção: Prefácio Comunicação • Jornalista responsável: Ana Luiza Purri (MG 05523 JP)
- Edição: Alexandre Magalhães • Redação: Guilherme Barbosa e Alexandre Magalhães
- Projeto gráfico: Tércio Lemos • Diagramação: Angelo Campos • Revisão: Luciana Oliveira
- Rua Dr. Sette Câmara, 75 • CEP: 30380-360 • Tel.: (31) 3292-8660 - www.prefacio.com.br
- Impressão: Paulinelli Serviços Gráficos
- As opiniões dos artigos assinados e as informações dos anúncios não são responsabilidade da Revista ou do Minaspetro.
- Para ser um anunciante, solicite uma proposta pelo telefone (31) 2108-6500 ou pelo e-mail ascom@minaspetro.com.br.
- Sede Minaspetro: (31) 2108-6500 e 0800-005-6500 (interior)

SUMÁRIO



14

Ame em sua
pior fase



8 Fusão de
seguradoras
saúdável ao
mercado

Alterações em portarias do Inmetro 6

A insegurança jurídica gerada pela
nova crise 10

Oscilações no preço do etanol 20



22 Inaugurações e
treinamentos na
Aghora

Homenagem 24

Gotas 25

Tabela de formação de preços 26

Inmetro publica novas portarias

Revendedor não precisará trocar equipamentos, mas deve estar atento à certificação ao adquirir os próximos instrumentos

O revendedor deve se lembrar de quando o Inmetro alterou as exigências técnicas para a fabricação da proveta de vidro de 100 mL, por meio da Portaria Inmetro 528/2014, que incluiu a exigência de boca esmerilhada e tampa de vidro. O problema é que o órgão parece ter se esquecido de orientar os fornecedores a preparar a oferta do equipamento ao mercado. À época, muitos empresários não a encontravam, e houve receio de multa pelo descumprimento da regra.

O Inmetro agora está revendo atos normativos anteriores ao Decreto 10.139/2019, concentrando-se apenas na consolidação de eventuais portarias de revisão e atualização de formato e terminologia. Assim, publicou uma série de novas portarias em 2021 para ajustar especificações técnicas de equipamentos.

O Minaspetro, por meio do Departamento Jurídico Metrológico, via Fecombustíveis, consultou direta e formalmente o Inmetro para saber mais detalhes sobre a necessidade de troca dos equipamentos. “É importante que o revendedor tenha ciência dessas novas regulamentações, contudo deixamos claro que não existe necessidade de troca dos instrumentos já utilizados atualmente pelo posto”, esclarece Simone Marçoni, advogada do Departamento. Essas novas portarias regulamentam a fabricação e utilização no mercado.

Quando o revendedor precisar trocar seus instrumentos em função de desgaste natural ou em decorrência de possíveis avarias, o importante é observar se os que serão adquiridos estão de acordo com as normas do Inmetro, por meio dos certificados de aprovação e/ou calibração.

A proveta exigida em 2018 gerou controvérsias na Revenda pela dificuldade de se encontrar o equipamento nos fornecedores



“É importante que o revendedor tenha ciência dessas novas regulamentações, contudo deixamos claro que não existe necessidade de troca dos instrumentos”

SIMONE MARÇONI
ADVOGADA DO DEPARTAMENTO JURÍDICO METROLÓGICO
DO MINASPETRO

FIQUE ATENTO ÀS NOVAS PORTARIAS:

1

PORTARIA INMETRO 86, DE 11/02/2021.

Estabelece os critérios que deverão ser observados na fabricação e uso dos termômetros de líquido em vidro, de escala interna e imersão total, utilizados na medição da temperatura de petróleo, seus derivados e biocombustíveis líquidos.

2

PORTARIA INMETRO 89, DE 19/02/2021.

Estabelece os critérios que deverão ser observados na fabricação e utilização dos densímetros de vidro, de massa constante, utilizados na determinação da massa específica de petróleo e seus derivados líquidos e de álcool etílico (etanol) e suas misturas com água, à temperatura de 20°C.

3

PORTARIA INMETRO 90, DE 19/02/2021.

Estabelece os critérios que deverão ser observados na fabricação e utilização dos densímetros termocompensados de leitura direta de teor alcoólico.

4

PORTARIA INMETRO 91, DE 19/02/2021.

Estabelece os critérios que deverão ser observados na fabricação e utilização das provetas de vidro de 100 mL com boca esmerilhada e tampa.

5

PORTARIA INMETRO 92, DE 19/02/2021.

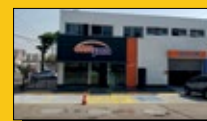
Estabelece os critérios que deverão ser observados na fabricação e utilização das medidas materializadas de volume destinadas à verificação do correto funcionamento de bombas medidoras de combustíveis líquidos e de Arla 32.



**EXECUTANDO OBRAS,
REALIZANDO O FUTURO!**



Posto Capelinha



Conveniência Postos Vila



Posto Anglo American



Posto Samarco

A CAPE é uma empresa de construção civil focada em instalações de postos de combustíveis e presta os seguintes serviços:

ENGENHARIA DE POSTOS

- Projeto, dimensionamento e especificação de equipamentos e componentes
- Reformas e construções civis
- Instalação de equipamentos (Tanques, Bombas e Filtros)
- Confeção de coberturas
- Manutenção civil e de equipamentos
- Consultoria e suporte técnico
- Transporte especializado, possuindo para essa atividade a Licença Ambiental
- Construção a seco Steel Frame e Drywall



Política de qualidade!

Agregar valores através de um sistema de gestão da qualidade eficaz, com foco na melhoria contínua.

Garantiremos a padronização de nossos serviços, em conformidade com os requisitos aplicáveis, buscando assim a satisfação de nossos clientes.

CERTIFICAÇÕES



CONTATOS



(31) 3597-1174 / 3597-1785



ENGENHARIA@CAPESERVICOS.COM.BR



WWW.CAPESERVICOS.COM.BR



Escaneie o QR code e confira
nosso portfólio completo!

Boa notícia para o mercado

Intermezzo Seguros e Wegman se unem em parceria que pode ser saudável para o setor



Empresa mais forte no desenvolvimento de novos produtos para a Revenda mineira

Uma notícia vinda do mercado de seguros vai impactar direta e positivamente quem é associado ao Minaspetro: a Intermezzo, empresa também do Sindicato, que oferta produtos personalizados para postos, se fundiu com a Wegman, igualmente especializada no serviço. A junção resultou na Interweg, que começou a atuar em janeiro de 2021.

Com ambas as empresas somando forças, quem ganha são os clientes, porque, segundo Alexandre Mucida, um dos sócios da Interweg, aumenta a possibilidade de negociação com as grandes seguradoras. “A fusão só nos fortalece. Ganhamos uma equipe técnica ainda mais qualificada e em escala. Agora, mais do que nunca, estamos buscando novos investimentos, com produtos ainda mais personalizados para cada perfil de Revenda.”

Os planos para 2021 envolvem ter uma equipe comercial na rua para visitar especificamente os representantes de grandes redes, para apresentação de produtos voltados ao segmento. “No mercado de seguros temos visto esses movimentos de fusões, em que um dos principais objetivos é atender cada vez melhor os clientes, por meio de uma empresa mais forte e especializada nos ramos de negócios em que atua. A ideia é ganhar mais força junto ao mercado segurador, e o grande beneficiado é o cliente, que terá à disposição mais produtos e mais especialização”, comenta Walter Rohlf, diretor da Interweg.

Vale lembrar que os revendedores que já usufruíam da parceria entre o Minaspetro e a Intermezzo não precisam alterar os processos de pagamento. As condições e formas de quitação continuam as mesmas.

OS PRODUTOS MINASPETRO/INTERWEG

Seguro Empresarial + Responsabilidade Civil – Bombas de combustível, abastecimento e troca de óleo incorretos, quebra de vidro em decorrência de troca de palheta, entre outros.

Seguro Ambiental – Amparo de eventos súbitos e graduais, em função da poluição, com cobertura extensiva aos danos a terceiros, amparo a eventos “não acidentais”, cobertura de clean-up que ampara todos os custos de remediação, remoção, descarte e danos morais.

Seguro Transporte – Capotagem; colisão; abalroamento e/ou tombamento, incêndio ou explosão durante permanência das mercadorias nos depósitos, armazéns ou pátios usados pelo

segurado, por um prazo de cinco dias; incêndio ou explosão do veículo; roubo durante trânsito; desaparecimento total da carga.

Seguro de Vida em Grupo – Morte natural ou acidental, invalidez permanente por acidente, incapacidade por doença profissional, morte de cônjuge, morte de filhos, doença congênita de filhos.

Seguro Odontológico – Plano sem carência, preço único para qualquer faixa de idade.

Planos de Saúde – Plano com condições diferenciadas, com abrangência regional e/ou nacional para associados Minaspetro.

“Agora, mais do que nunca, estamos buscando novos investimentos, com produtos ainda mais personalizados para cada perfil de Revenda”

ALEXANDRE MUCIDA – SÓCIO DA INTERWEG



LBC

GESTÃO DE METAS

Aumente o desempenho de sua equipe com metas personalizadas para cada gerente e frentista.

☎ 0800 760 0305

🌐 www.LBC.com.br

📱 /LBCSistemas

Leia o QR Code com seu celular e conheça o LBC Gestão de Metas.



LBC **Sistemas** Desde 1994

A placa da discórdia

Obrigação de exibir painel para informar como preços são formados é mais um exemplo de como a Revenda opera em um ambiente dominado por incertezas jurídicas

O Decreto 10.634, de 22 de fevereiro deste ano, já é um marco para a Revenda varejista. Não pela intenção positiva de tornar mais transparente para os consumidores como se dá a formação dos preços dos combustíveis, mas pela falta de critérios que guiou a edição da norma e pela complexidade para ser colocada em prática. A medida é mais uma ação atabalhoada do governo federal para conter os preços dos combustíveis e que tem causado muita dor de cabeça para os donos de postos.

Um dia antes de a exigência entrar em vigor, órgão fiscalizador (Procon), agência reguladora (ANP) e a própria Revenda não tinham chegado a um consenso sobre o modelo adequado de placa a ser usado. E são mais de 900 Procons em todo o país, dando a dimensão da falta de convergência.

Nos bastidores, Minaspetro e Fecombustíveis trabalharam politicamente para mostrar às autoridades que cumprir a regra não é algo tão simples como parece, situação agravada pelo fato de, até a conclusão desta edição, as empresas fabricantes estarem proibidas de operar em Minas, em cumprimento da Onda Roxa decretada pelo governo estadual. “Procuramos os atores com quem mantemos interlocução diária. Fizemos contato com o líder do governo na Câmara, Ricardo Barros (PP), e solicitamos uma audiência com o presidente da República, para informar que tínhamos muitos problemas para cumprir o decreto, um deles o fato de sermos substituídos tributariamente”, conta Paulo Miranda, presidente da Fecombustíveis. Outros instrumentos também foram utilizados, como o envio de um ofício para o Ministério de Minas e Energia, a ANP e a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), para ampliar o apelo.

“Tentamos de tudo para cumprir a exigência, com serenidade e transparência”, comenta Arthur Villamil, advogado do Departamento Jurídico Cível/Comercial do Minaspetro. Esgotadas as alternativas disponíveis, a solução foi judicializar a questão – um mandado de segurança coletivo foi impetrado junto ao Supremo Tribunal Federal (STF), uma vez que, por se tratar de um decreto presidencial, a Suprema Corte é o foro adequado para a contestação.

Por mais que os órgãos reguladores e fiscalizadores ainda não tenham entrado em acordo sobre o modelo da placa, a recomendação do Minaspetro é que o painel seja afixado em local visível, para que o empresário se resguarde de multas. Mas qual modelo adotar? Após idas e vindas – a própria ANP chegou a alterar o modelo sugerido em seu site menos de uma semana antes de o decreto passar a vigorar; simultaneamente, distribuidoras enviaram aos revendedores o que elas consideravam ser o modelo ideal –, o Minaspetro, propositalmente, atrasou a publicação de sua sugestão aos associados, anexando à mensagem uma interpretação técnica adequada. O modelo está disponível no site do Minaspetro em arquivo PowerPoint e em pdf, para facilitar o preenchimento por parte do revendedor. Com a alteração recente do PMPF pela Secretaria de Estado de Fazenda (SEF-MG), o Sindicato está disponibilizando também uma versão já preenchida, para que o revendedor insira apenas o preço final.

PLACA DE APPS

Não bastasse a confusão gerada pelos preços normais de bomba, os Procons já alertaram o Sindicato de que vão observar também se os impostos estarão discrimi-





Depois de muitas incertezas do mercado, o Minaspetro chegou ao modelo final de painel para o cumprimento do decreto

nados nos preços divulgados nos aplicativos de fidelidade das distribuidoras. O maior problema nesse caso é que em alguns apps não é possível saber o desconto dado ao cliente, uma vez que ele é randômico. A despeito disso, o Minaspetro elaborou também o modelo que considera ideal para as placas dos aplicativos.

Para sanar as dúvidas dos revendedores e alinhar as informações desencontradas, o Minaspetro promoveu uma live com o presidente da Fecombustíveis, Paulo Miranda, que contou ainda com a presença de Arthur Villamil e do presidente do Sindicato, Carlos Guimarães.

IMINÊNCIA DE NOVA GREVE?

Não só de decisões inexecutáveis é feito o dia a dia dos revendedores. Uma possível segunda versão da greve dos tanqueiros que abastecem Minas Gerais tem preocupado a todos atualmente. Na primeira paralisação, o Minaspetro teve papel importante na intermediação do contato entre a categoria e o Executivo estadual. “O Minaspetro tem lutas que são as mesmas que as nossas, como a que envolve a redução do ICMS do diesel, porque isso também interfere na venda do combustível no estado. Foi positivo o Sindicato ter estado junto na reivindicação em favor da redução do imposto”, afirma Irani Gomes, presidente do Sindtaque-MG, ao falar sobre a participação do Minaspetro nos diálogos que culminaram com o fim da paralisação, em 26 de fevereiro.

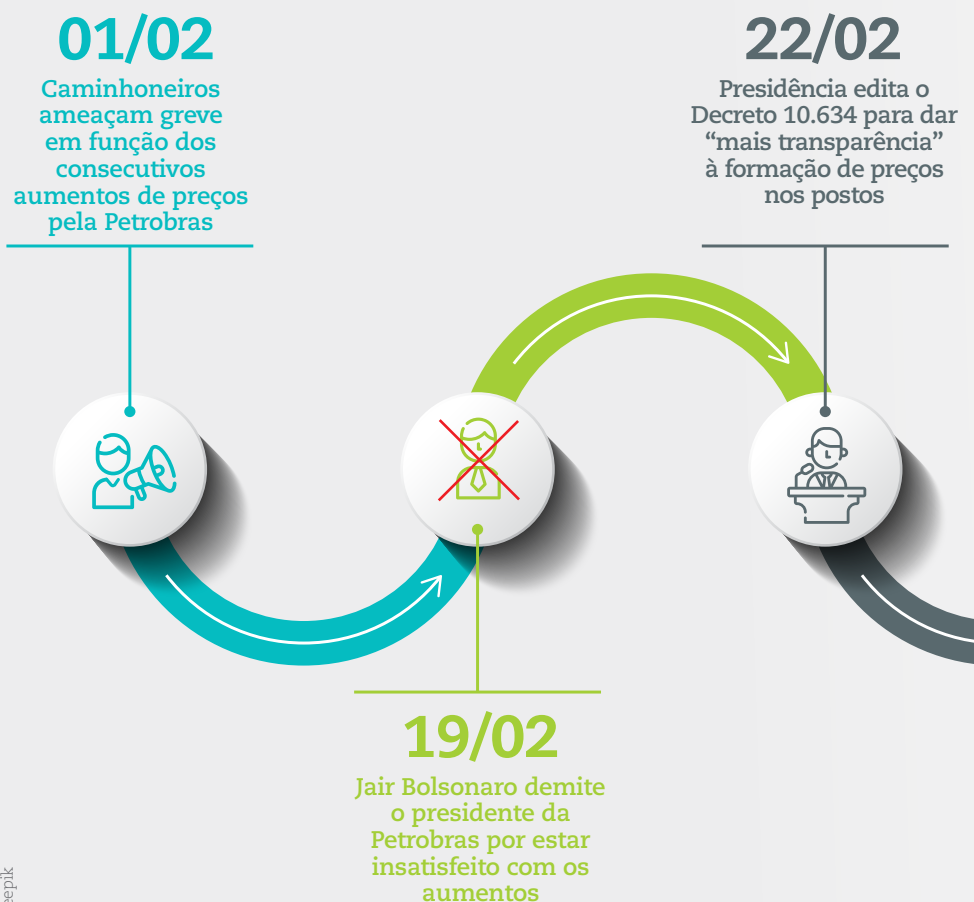
A ameaça de greve, contudo, não cessou. Com o aumento do PMPF em 1º de abril, houve aumento de 14,6% no ICMS da gasolina, 26,4% no etanol e 9,2% no diesel. A reação do Sindtaque-MG veio rápido – a entidade emitiu um comunicado informando que abriu diálogo com o governo de Minas Gerais. Irani Gomes informou ainda que os tanqueiros estão aguardando estudos da SEF-MG que, esperam, resultem na queda do PMPF. Esse é mais um

Na primeira semana de abril, o presidente do Minaspetro, Carlos Guimarães, foi à Cidade Administrativa para se reunir com o então secretário de Estado de Planejamento e Gestão, Otto Levy, e o secretário de Estado de Governo de Minas Gerais, Igor Eto, para buscar alternativas para o cálculo do PMPF



Divulgação Minaspetro

AS CAUSAS DA INSEGURANÇA JURÍDICA EM 2021



Freepik

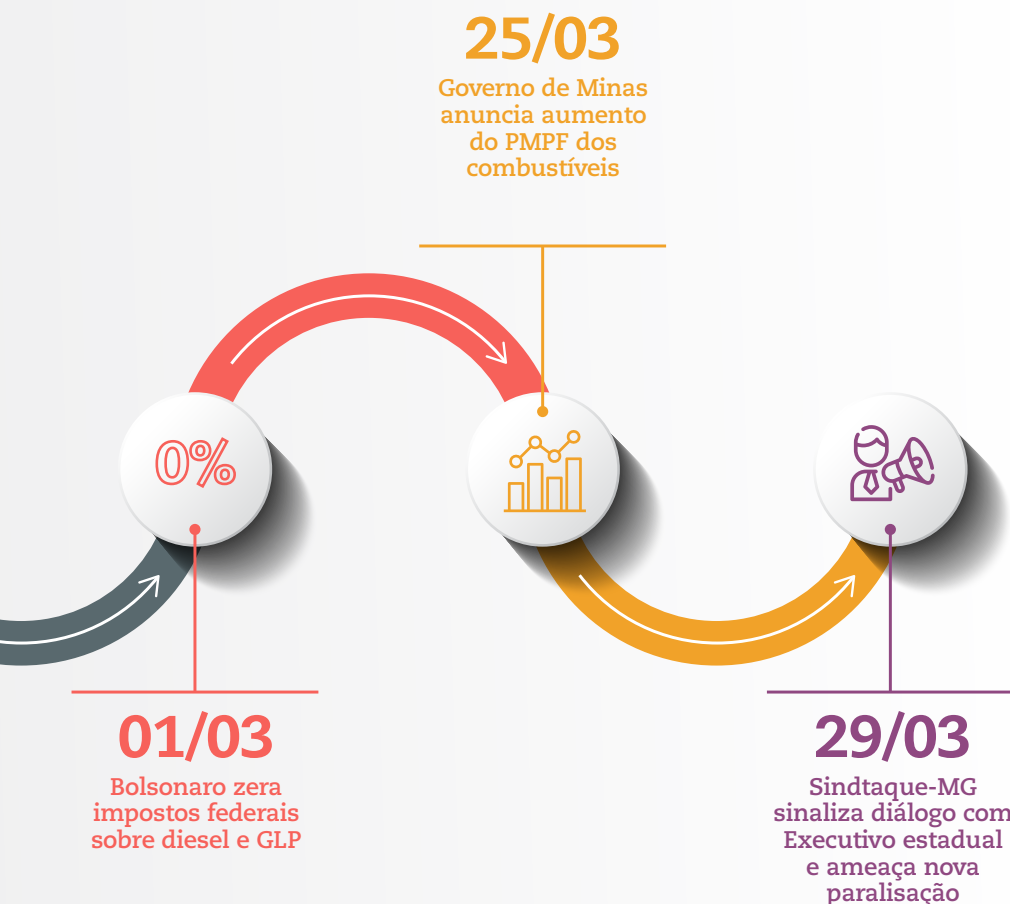
pleito em que o Minaspetro se alinha ao Sindtaque-MG. Vale lembrar que, no início de 2021, o Minaspetro solicitou o congelamento do PMPF até o arrefecimento da crise e da pandemia. O pedido não foi acatado pelo governador Romeu Zema.

Semanalmente, o Minaspetro atualizará os modelos seguindo os valores divulgados pela ANP. Os associados poderão acompanhar a atualização dos valores por meio do clipping, compartilhado diariamente por e-mail.

“Tentamos de tudo para cumprir a exigência, com serenidade e transparência”

ARTHUR VILLAMIL
ADVOGADO DO DEPARTAMENTO JURÍDICO CÍVEL/COMERCIAL
DO MINASPETRO

AINDA NÃO RECEBE O CLIPPING DO MINASPETRO?
Ligue para 0800-005-6500 e solicite o seu cadastramento.



POSTOMIX

SOLUÇÕES PARA POSTOS DE SERVIÇOS

Consultoria - Serviços
Venda de Equipamentos

PARCERIA - ARXO



Tanque Jaquetado para Combustível

Fabricados em parede dupla, nossos tanques proporcionam a máxima segurança para o seu posto de serviços, possuindo diferenciais exclusivos de fabricação, como:

- Boca de visita com parafusos removíveis;
- 2 tubos de sucção em cada compartimento;
- Tecnologia própria no bordeamento dos anéis e montagem dos tanques.

CERTIFICAÇÃO ISO 9001 - QUALIDADE

PORTFÓLIO POSTOMIX

Iluminação de LED para Postos e Indústrias.



Especialista em Projetos de Iluminação em LED e Geração de Energia Solar Fotovoltaica de alta eficiência.

Filtro de Diesel

Modelo Pista, compacto e com retorno automático indicado para locais com pouco espaço nas ilhas.



Painéis de Preços em LED

Destaque total nos postos com controle a distância e alta visibilidade pelos clientes.



Gestão Completa de Estoque

Equipamentos com alta tecnologia e total segurança na informação.



Bomba de Combustível

Parceria Gilbarco Veeder-Root para os melhores preços e condições comerciais, aproveite!



31 3047 9693
vendas@postomix.com.br



Sem amor pelo **AME**

Um ano depois de lançado, aplicativo da BR começa a mostrar a que veio: praticamente extinguiu o *cashback* e ainda vai aumentar a taxa que cobra do revendedor



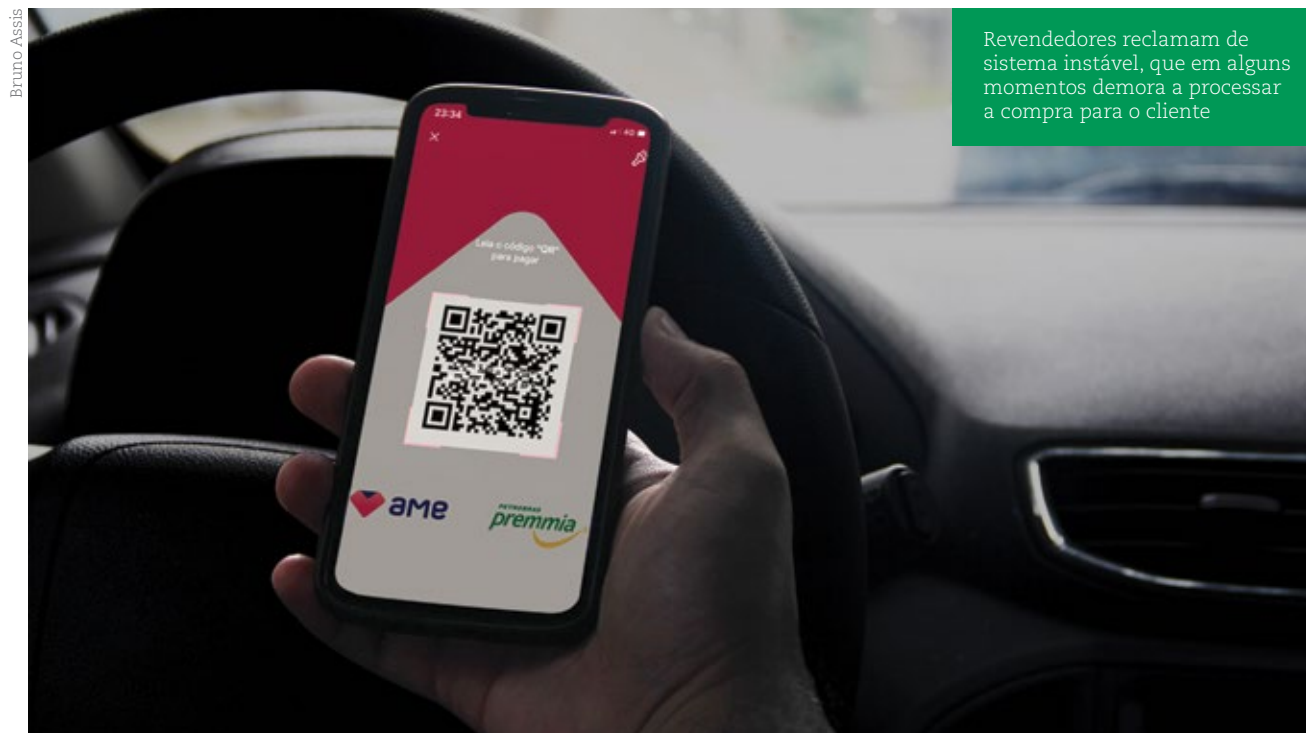
Desde o final de 2019, a BR Distribuidora vem estreitando o relacionamento com a B2W, gigante varejista que controla Lojas Americanas, Shoptime e Submarino. A ideia era ter uma parceria comercial que desse acesso à rede que compõe o aplicativo de fidelidade e *cashback*, o Ame.

Para a companhia de combustíveis, seria um grande ganho, uma vez que o app está consolidado no mercado, graças à estabilidade de seu sistema e a uma base de potenciais clientes já cadastrados, o que aumentaria consideravelmente as vendas na ponta. Para o Ame, por sua vez, também se mostrava atraente a possibilidade de cadastrar mais clientes, oriundos de um mercado que envolve simultaneamente dois segmentos – combustíveis e conveniência. E o melhor: a parceria possibilitaria acessar uma infinidade de dados pessoais de consumidores, o novo objeto de desejo do varejo mundial.

Menos de um ano depois de firmado o acordo, a BR e a B2W têm se mostrado satisfeitas com o negócio. O sucesso do aplicativo entre os motoristas foi tão grande que nem o prazo promocional de 12 meses foi cumprido e as regras já começaram a mudar antes da hora. Com milhares de novos consumidores levados para o app, as companhias entenderam que não precisavam mais pagar tanto *cashback* (confira o box na página 18), e, além disso, com tantos postos dentro do programa, decidiram que já era hora de subir a taxa desses estabelecimentos.

Quando a parceria foi anunciada, em abril do ano passado, eram ofertados aos clientes 30 dias com 20% de *cashback* e 10% nos 11 meses restantes. Mas, antes mesmo de findar o prazo, o Ame acabou com o benefício, muito provavelmente porque o app não esperava os aproximadamente 3 milhões de usuários que os postos de todo o Brasil viriam a cadastrar gratuitamente no sistema.

Consultada pela reportagem, a BR informou que não tem conhecimento da retirada da promoção do ar e que todos os consumidores que realizam o procedimento necessário recebem os 10% de *cashback* até o limite de R\$ 20/mês. “É claro que eles não têm conhecimento sobre as reclamações. Algum consumidor tem o telefone da distribuidora para ligar e reclamar? Óbvio que não. A bomba estoura na gente, no posto, que está no atendimento”, ironiza um dos revendedores ouvidos pela reportagem, que preferiu não se identificar.



Revendedores reclamam de sistema instável, que em alguns momentos demora a processar a compra para o cliente

Fato é que, desde o início, o Minaspetro vem alertando a revenda sobre a estratégia do aplicativo da BR/B2W. A taxa de 0,5% claramente serviu de isca para que os revendedores ostentassem as faixas publicitárias do app em algumas das esquinas mais movimentadas do país, estimulando os usuários a aderirem ao sistema. Já se sabe, contudo, que a taxa não será mantida. “Aconteceu exatamente como alertamos. Eles conseguiram uma base de clientes importante, e, agora, as promessas, que mais pareciam um sonho para a Revenda, começam a desaparecer”, reclama o presidente do Minaspetro, Carlos Guimarães. Os problemas se estendem a outros aplicativos, conforme já foi abordado diversas vezes pela Revista. “O app da Ipiranga, por exemplo, tem cobrado taxa até em pagamentos por dinheiro, ou seja, receber em dinheiro ficou mais caro do que em cartão de crédito, o que é um absurdo. É importante lembrar que não somos contra a implementação desses apps, pelo contrário, sabemos que eles são uma tendência inevitável e que precisamos nos adequar. Mas esse novo mercado que emerge precisa ser mais justo e mais bem-regulado”, diz o presidente.

Questionada sobre a taxa que vai praticar em 2021, a companhia não mostra clareza. Segundo Henrique Jozala Junior, gerente sênior de Meios de Pagamento e Fidelidade da BR, a única informação que se pode repassar no momento é que, a partir de maio, as taxas serão competitivas e seguirão as que são praticadas atualmente no mercado por empresas como Cielo e Getnet. A pergunta que fica no ar

é: competitivas para quem? Para Felipe Bretas, proprietário da Rede Bretas, essa ausência de transparência nas taxas – causando falta de previsibilidade no orçamento –, aliada ao não compartilhamento de dados, constitui o problema central.

Justamente quando o monopólio de adquirentes (Visa e Master) começou a ser quebrado depois de quase 30 anos, os apps de pagamento inauguram um novo *modus operandi* de cobrança, muito mais caro que o cartão de crédito, que se apropria do cliente do posto e fragiliza ainda mais o revendedor.

O QUE DIZ A BR

A Revista Minaspetro entrou em contato com a assessoria de imprensa da BR para abordar esse tema espinhoso. Em entrevista realizada por e-mail, Henrique Jozala Junior, gerente sênior de Meios de Pagamentos e Fidelidade da BR, tentou a todo custo justificar o posicionamento da companhia.

Um dos temas abordados foi a nova Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que entrou em vigor em setembro do ano passado e tem sido desafiadora para que empresas e órgãos públicos cumpram as regras. Algumas companhias tiveram problemas com a medida (*confira o box na página 17*). Segundo o porta-voz da empresa, o Ame tem uma preocupação constante com a segurança e a gestão de dados dos consumidores e de revendedores. “Esse cuidado não é recente, ele já acontece há bastante tempo. A introdução da LGPD tornou o nosso trabalho mais evidente

e transparente nesse contexto. Ambas as empresas estão totalmente aderentes às regras da LGPD.”

Um dos principais interesses da Revenda varejista é ter acesso aos dados de quem abastece no posto, com o objetivo de realizar promoções personalizadas. Afinal, o cliente também é dela. De acordo com Henrique, todos os pagamentos que geram *cashback* nos postos são pontuados no Petrobras Premmia e pelo programa que possibilita o acesso dos revendedores a seus clientes. É por meio dos canais do Premmia que os consumidores são estimulados e ativados. A reportagem pediu, então, que os empresários testassem o acesso aos dados via Premmia. Os revendedores contatados não conseguiram visualizar as informações – o que apareceu na tela foram somente códigos de abastecimento e quanto foi gasto na ação. Ou seja, a afirmação da BR não procede.

Outro problema encontrado pelos revendedores após um ano de parceria com o app diz respeito à insegurança que cerca os pagamentos. São ações que parecem elementares, mas a BR desconhece os percalços, já que, obviamente, não está na ponta do atendimento. Quando o cliente faz o pagamento via app, não há um comprovante de compra emitido de forma imediata, e, por vezes, as informações demoram a ser lançadas no sistema. Vítimas de fraudes constantes, revendedores têm ficado

Ipiranga vende dados para banco. Isso pode?

O Abastece Aí, programa de pagamento e fidelidade de maior abrangência no país, pode sair do ar. Depois de repassar os dados de clientes para o Banco Votorantim, que usou as informações para abrir contas sem o consentimento dos usuários, a Ipiranga se viu numa enrascada. O Instituto Brasileiro de Proteção de Dados Pessoais, Compliance e Segurança da Informação entrou com ação judicial pedindo a suspensão da plataforma.

A reportagem procurou a Ipiranga, que direcionou a demanda para a uma assessoria de imprensa contratada especificamente pelo Abastece Aí. Por meio de nota, esclareceu que o Banco Votorantim é a instituição financeira contratada para viabilizar as transações de pagamento na carteira digital do aplicativo operada pelo Abastece Aí, em completa observância da legislação aplicável, incluídas as disposições do Banco Central e da Lei Geral de Proteção de Dados. Ressaltou ainda que a confidencialidade e a segurança de dados, além de obrigações legais, são valores inegociáveis para a empresa. O Abastece Aí informa que esclarecerá todas as questões nas instâncias cabíveis.

Fato é que, claramente, o app tem dificuldade em compartilhar os dados com os postos, seus parceiros de vendas, mas não hesitam em ceder informações a outros parceiros comerciais, mesmo que isso gere problemas judiciais para a companhia. Por quê? E até quando?

MEDIÇÃO ELETRÔNICA E MONITORAMENTO DE VAZAMENTO

ATENDE MINISTÉRIO DO TRABALHO

MODELO MTV1-T

Acesso remoto mobile



Sensor
de Vazamento

Painel de Controle

Sonda
Eletrônica

produzidos no



MODELO MTV1



Sensor
de Vazamento

Painel de Controle

Sonda
Eletrônica



CONSULTE REPRESENTANTE

11 3674 7790

11- 98348 6480

comercial@telemmed.com.br

www.telemmed.com.br

receosos com essa “janela de oportunidade” para bandidos. Segundo a BR, o Ame tem uma estrutura de operações antifraude que utiliza diversos algoritmos para detectar e mitigar qualquer tentativa, mas a apreensão permanece.

Henrique destaca, por fim, algumas novidades que o app reserva para 2021, especificamente para os revendedores. “O relacionamento com o revendedor é um processo contínuo da área de Farming do Ame, em conjunto com a área Comercial da BR. Além da taxa diferenciada, do estímulo para a equipe do posto – ação que foi prorrogada até dezembro deste ano – e de materiais de PDV, de apoio e treinamento, a BR Distribuidora e o Ame trabalham constantemente para oferecer ainda mais dinamismo à parceria, por meio de ações promocionais interessantes e engajadoras. Estamos muito felizes e satisfeitos com o Ame. Em nove meses, consolidamos a ação em todo o país, trazendo atratividade e economia para toda a rede. A sinergia entre as marcas foi perfeita, e hoje temos mais de 2,4 milhões de consumidores abastecendo nos postos Petrobras, consumindo nas lojas BR Mania e pontuando no Programa Premmia via app Ame.”

LIMITE DE R\$ 20 PRATICAMENTE ACABA COM O CASHBACK

Um consumidor que abastece um tanque por semana (60 L), considerando o preço médio da gasolina em MG (vamos aqui utilizar o PMPF do governo estadual) R\$ 5,94, vai gastar R\$ 1.425,60 (60 L x R\$ 5,94 x 4 semanas) de gasolina por mês e obter R\$ 20 de *cashback*. Ou seja, ínfimo 1,40% de desconto.

60 L X R\$ 5,94 = R\$ 356,40 x
4 semanas = R\$ 1.425,60

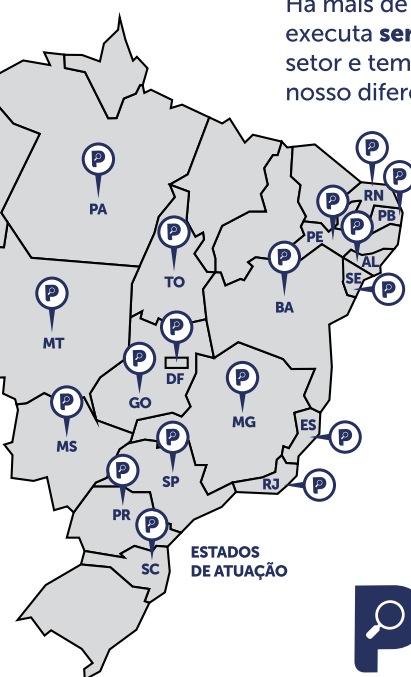
10% de *cashback* seriam R\$ 142,56

Com as novas regras o
consumidor só tem direito
a R\$ 20; ou seja, 1,40% de
cashback

Já pensou em uma
**contabilidade
específica** para
o seu **posto de
combustível**?

Há mais de **30 anos** a **Plumas Contábil** executa **serviços contábeis** para este setor e temos muito sucesso com o nosso diferencial de trabalho:

- CONSULTORIA MENSAL;
- AVALIAÇÃO DOS ARQUIVOS SPED FISCAL;
- CANAL DE ATENDIMENTO ON-LINE;
- FROTA COM MAIS DE 45 VEÍCULOS;
- CONTABILIDADE COMPLETA;



ESTADOS
DE ATUAÇÃO

PLUM@S
CONTÁBIL

www.PLUMASCONTABIL.com.br

Matriz/SP
11 2023.9999

Filial/RJ
21 3176.5950

Filial/GO
62 3926.8100

Filial/TO
63 3026.2354

UMA EMPRESA
DE OLHO
NO FUTURO

Procure por Plumas Contábil
nas redes Sociais



Postos serão o novo Uber?



Startups mudaram a forma de consumir alguns produtos. Uber e iFood talvez sejam os maiores exemplos dessa evolução. Rapidamente, as duas plataformas caíram no gosto do consumidor, primeiramente em razão do preço praticado, que atraiu milhares de usuários; em segundo lugar, pela praticidade em solicitar o serviço; e, por fim, pela comodidade no pagamento, possível graças à integração com o cartão registrado automaticamente no sistema.

Os dois exemplos, no entanto, só são benéficos para o cliente, a exemplo do que tem ocorrido com os aplicativos das distribuidoras, o que permite fazer uma analogia frustrante. Os restaurantes estão insatisfeitos com os apps, porque são forçados a entrar em promoções de fidelidade e ainda veem cerca de 25% das vendas irem direto para as plataformas. Os motoboys que fazem as entregas, periodicamente, realizam manifestações pedindo aumento nas tarifas por corrida e melhores condições de trabalho. Os motoristas de Uber e outros aplicativos de transporte também veem boa parte de sua receita (25%) abocanhada pelo app, e eles acabam trabalhando de 12 a 16 horas por dia, sem qualquer legislação trabalhista que regule sua atuação, para poderem ter uma remuneração adequada.

Outro fator que preocupa muito a Revenda são as propagandas dos apps. As diversas faixas e placas promocionais induzem o consumidor ao erro, estampando 10% de desconto, que na verdade, como demonstrado ao longo desta reportagem, é de apenas 1,40% e pode ser utilizado apenas em uma compra futura.

A revenda brasileira é fiscalizada diuturnamente por ANP, Procon estadual, Procon municipal, Procon Assembleia, entre outros órgãos. Com o poder discriminatório que esses fiscais têm, as autuações ficam sempre para o revendedor. Portanto, é importante que o revendedor atente-se às placas promocionais, principalmente após o início de vigência do Decreto 10.634 (confira na página 10). Os preços com desconto não podem ter tamanhos maiores que os preços sem desconto.

Infelizmente, temos visto a mesma lógica com os aplicativos das distribuidoras – as promoções têm como alvo apenas o consumidor e não levam em conta que quem vende o combustível é o posto parceiro. “É importante lembrar, porém, que temos uma representatividade forte e vamos fazer valer nossa força. Não seremos meros vendedores de commodity aos nossos clientes”, ressalta o presidente do Minaspetro.



TECNOLOGIA A FAVOR DA SUA REVENDA

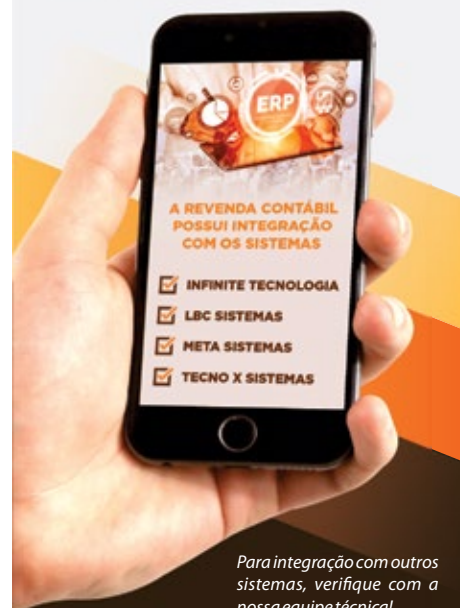
Conheça o novo programa da **Revenda Contábil**, o **PPS**. Programa de excelência contábil e tributária para a sua revenda!

Nele pessoas, processos e sistemas são organizados e implantados em conjunto com o revendedor e em parceria com os softwares de automação.

Nosso foco é a atuação específica em contabilidade empresarial, consultorias com enfoque sucessório, patrimonial e implantação de governança corporativa nas revendas de combustíveis.



Hoje a Revenda Contábil está presente nos estados da Bahia, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Acre e São Paulo.



LIGUE AGORA

31 3433.6510

Rua Itapoã, 505 | Guarani
Belo Horizonte / MG
www.revendacontabil.com.br



A dança do etanol

Revendedores nunca venderam tanto nos últimos anos, embora combustível tenha perdido competitividade por acompanhar oscilação de preço da gasolina

Nos últimos seis meses, de acordo com dados da Escola Superior de Agricultura Luiz Queiroz da Universidade de São Paulo (Esalq) e do Centro de Estudos Avançados em Economia (Cepea), que mensuram periodicamente a precificação do etanol hidratado e anidro, o preço do primeiro subiu 45%.

A oscilação se deve, claramente, à elevação do preço da gasolina, mas, segundo Mário Campos Filho, presidente da Associação das Indústrias Sucroenergéticas de Minas Gerais (Siamig), não impactou de forma negativa a demanda pelo produto.

A razão é simples: quando o preço da gasolina começou a subir descontroladamente em plena

entressafra da cana, o consumidor correu para os postos, e a opção óbvia passou a ser o etanol. Mas, como se tratava do período de entressafra da cana, em que não há produção do combustível, a alta foi obrigatória, conforme explica o dirigente do setor. “Se não acompanhássemos o preço, não teríamos produto para vender nos meses subsequentes. No período em que não estamos produzindo, vendemos apenas o que está em estoque. Entretanto, é preciso lembrar que precisamos vender durante 12 meses”, justifica.

Além disso, a alta do dólar faz com que os produtores privilegiem o açúcar, produto brasileiro desejado no mercado internacional, o que também

afeta o preço do etanol. Mário diz que foi essa possibilidade, inclusive, que salvou as usinas de cana no ano passado.

Com a necessidade do isolamento social e a redução do consumo de combustível nas cidades brasileiras, os empresários tiveram que adequar a produção. E, embora o açúcar siga valorizado no exterior, segundo o presidente da Siamig, atualmente, mais de 50% da produção nacional de cana é destinada à fabricação de combustível, e nesta, iniciada em abril, o percentual será mantido. Isso fará com que revendedores e consumidores percebam uma queda nos preços nas usinas e bombas. “No período de safra, essa lógica do estoque deixa de existir – é produção nova todos os dias. E, com necessidade de fazer caixa, as empresas vão escoar a produção. Paralelo a isso, ainda não sabemos como o mercado de petróleo se comportará. Fato é que esperamos um pouco mais de estabilidade do câmbio para um controle maior dos preços.”

DENTRO DA REVENDA

Nunca se vendeu tanto etanol como nos últimos anos. De grande ou pequeno porte, os postos viram a competitividade do combustível de cana crescer na comparação com a gasolina, levando o consumidor a migrar facilmente. Esses recordes de venda estiveram ameaçados por conta da forte oscilação de preços, mas, segundo o economista de formação Bráulio Chaves, dono do Posto Chaves, em Belo Horizonte, a queda registrada recentemente manteve o fôlego do etanol.

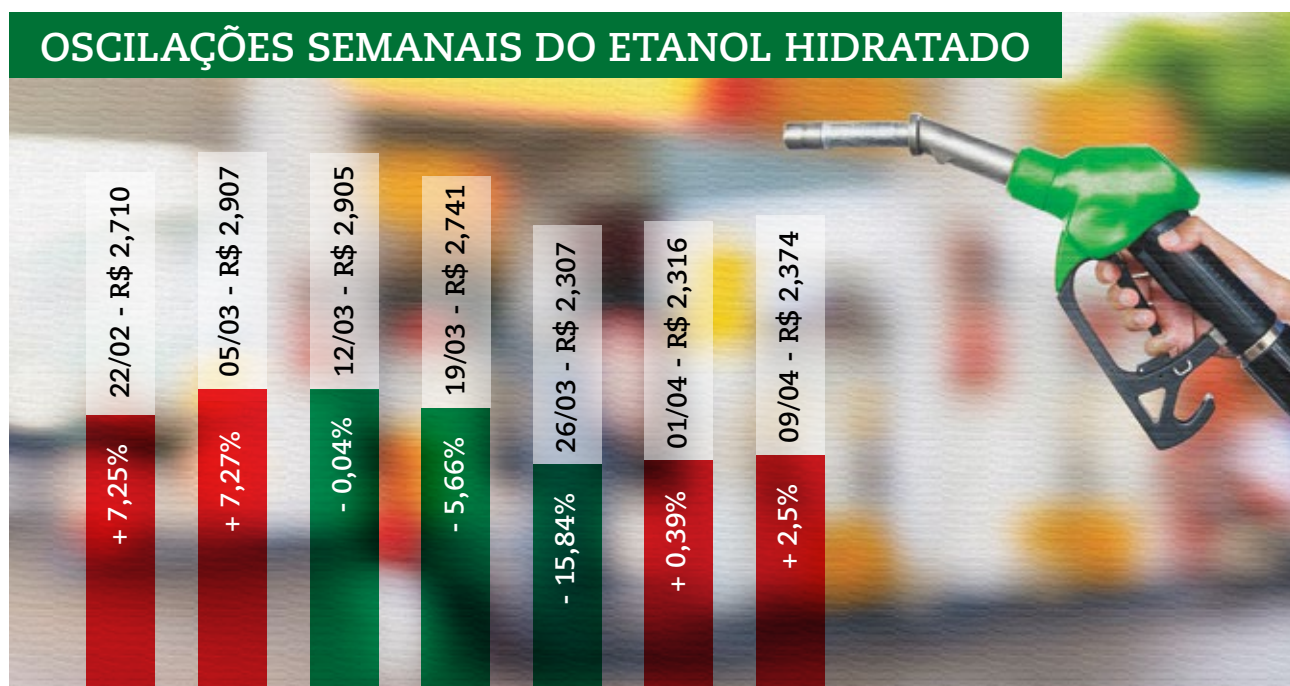
O declínio começou na penúltima semana de março, quando o preço caiu quase 5%, ajustando

“As previsões econômicas mais incertas são as que dizem respeito ao câmbio e ao petróleo, e o preço do etanol está atrelado a ambos”

BRÁULIO CHAVES
DONO DO POSTO CHAVES E ECONOMISTA

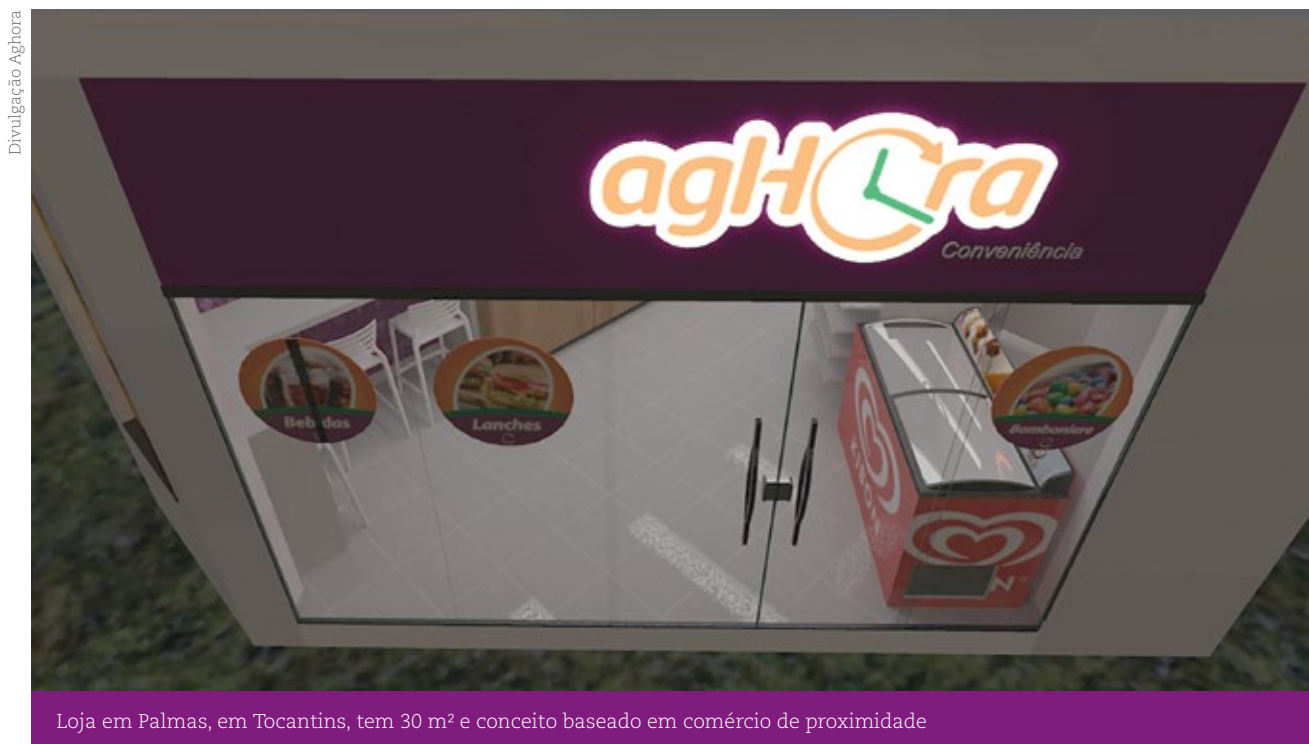
a alta verificada nas semanas anteriores (7%), num período de 15 dias. As expectativas para os próximos meses permanecem, contudo, nubladas. “As previsões econômicas mais incertas são as que dizem respeito ao câmbio e ao petróleo, e o preço do etanol está atrelado a ambos. É impossível, portanto, prever o que vai acontecer com o etanol, mas não tenho dúvida de que o preço vai acompanhar o diesel e a gasolina”, prevê Bráulio. As fortes oscilações, evidentemente, repercutem na pista, segundo relatos de revendedores, que têm convivido com frequentes reclamações de consumidores quanto ao preço.

Fato é que, prejudicadas pela política energética adotada em governos anteriores, as usinas mais recentemente viram sua situação melhorar em razão da alta no consumo de etanol. Que o oportunismo e a ganância não sejam variáveis nocivas neste já instável do mercado de combustíveis em 2021.



Flexibilidade explica o sucesso

Aghora inicia o ano inaugurando lojas e registra recorde de público em treinamento virtual



Há mais de 20 anos em atividade na cidade de Palmas, em Tocantins, Guilherme Cezarino, proprietário do Posto Modelo, não vinha tendo boas experiências com as lojas de conveniência. Bandeiras conhecidas não foram suficientes para garantir a rentabilidade esperada, e ele tampouco obteve sucesso quando optou por uma administração própria. Até ter contato com a Aghora em um evento especializado para revendedores e se interessar pela possibilidade de pagar um valor fixo à marca, modelo diferente do praticado pelas grandes franquadoras. A loja tem 30 m² e adota

o conceito de comércio de proximidade. “Sabemos que é outro ‘organismo’ vivo dentro do posto, um negócio diferente. Tenho para mim que o valor que vamos pagar será revertido pela consultoria comercial a que terei acesso. Além disso, esse é um modelo já experimentado no mercado, e o layout já está consolidado. Com a vantagem adicional de não ter um formato engessado, como temos notícias de outras por aí”, explica Guilherme.

Antes mesmo de inaugurar a loja, o empresário percebeu como a Aghora se utiliza de maleabilidade e bom senso na estratégia de relacionamento com os parceiros.

A empresa exige que as lojas sejam padronizadas, por isso o mobiliário precisa ser idêntico em todos os estabelecimentos da marca. A conveniência de Palmas, no entanto, está situada em uma região do Brasil que inviabiliza a compra das peças em outro estado, por causa do alto custo de transporte e tributação. Assim, o diretor Comercial da Aghora, Charles Monteiro, permitiu que o projeto fosse realizado em uma marcenaria local por entender as peculiaridades de cada parceiro. O empresário calcula em cerca de 50% a economia que obteve.

Já Antônio Brandão, dono do Posto São Cristóvão, em Balsas,

no Sul do Maranhão, ouviu falar da marca por meio de colegas que abriram lojas no Piauí. “Um amigo me contou sobre um jeito mais aberto de trabalhar, que oferece maior liberdade na compra dos produtos e possibilita propor ideias.” Era exatamente o que ele queria para sua Revenda, que se encontra em uma fronteira agrícola e atende, principalmente, caminhoneiros que passam pela região.

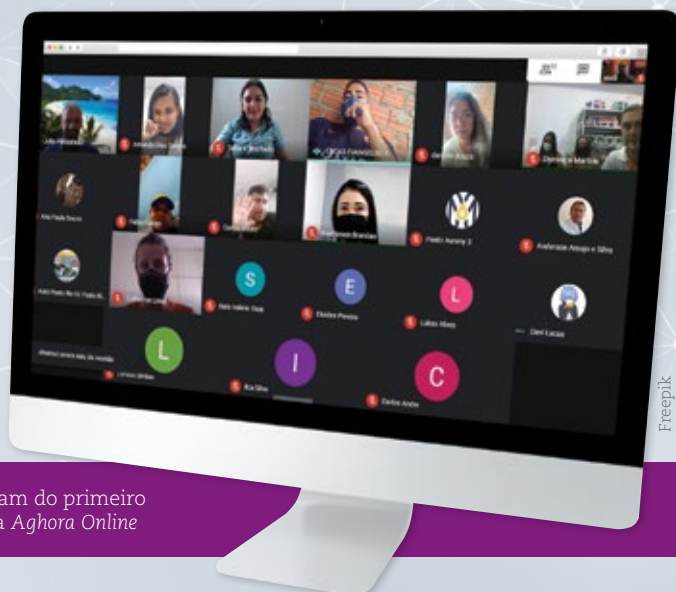
A ideia do revendedor maranhense é adotar um estilo “mercaderia” e “fast-food”. “Quero algo com cara de empório, que tenha o básico, como cigarros e bebidas, mas que permita oferecer outros produtos que agreguem valor ao negócio.” Ele assinou o contrato neste ano, e a loja de 100 m² será inaugurada em maio.



Divulgação Aghora

Em Balsas, no Maranhão, conveniência chega para atender motoristas que fazem rota na fronteira agrícola da região

ALINHAMENTO COM A EQUIPE



Freepik

Oitenta pessoas participaram do primeiro treinamento realizado pela Aghora Online

Tradicionalmente, a Aghora realizava todos os anos um treinamento com a equipe de vendedores para compartilhar novas tendências comerciais e apresentar promoções exclusivas. Com a pandemia, uma primeira versão online foi realizada, com sucesso. Segundo Charles Monteiro, diretor Comercial da conveniência, mais de 80 pessoas de diferentes estados, como Minas Gerais, Tocantins, Pará, Piauí, Maranhão, Rio de Janeiro e Espírito Santo, participaram da ação. O primeiro módulo, voltado apenas para colaboradores, ocorreu

na segunda semana de março. Outras duas etapas estão programadas, desta vez para os administradores das lojas, com conteúdos direcionados a gestão e neurolinguística. O sucesso entre os participantes foi tão grande que a marca criou um programa chamado Aghora Online, que será sua plataforma de treinamentos. Conteúdos que preveem aumento de produtividade, melhoria da qualidade do atendimento, redução de custos e descoberta de novas aptidões serão ministrados periodicamente para a rede de lojas.

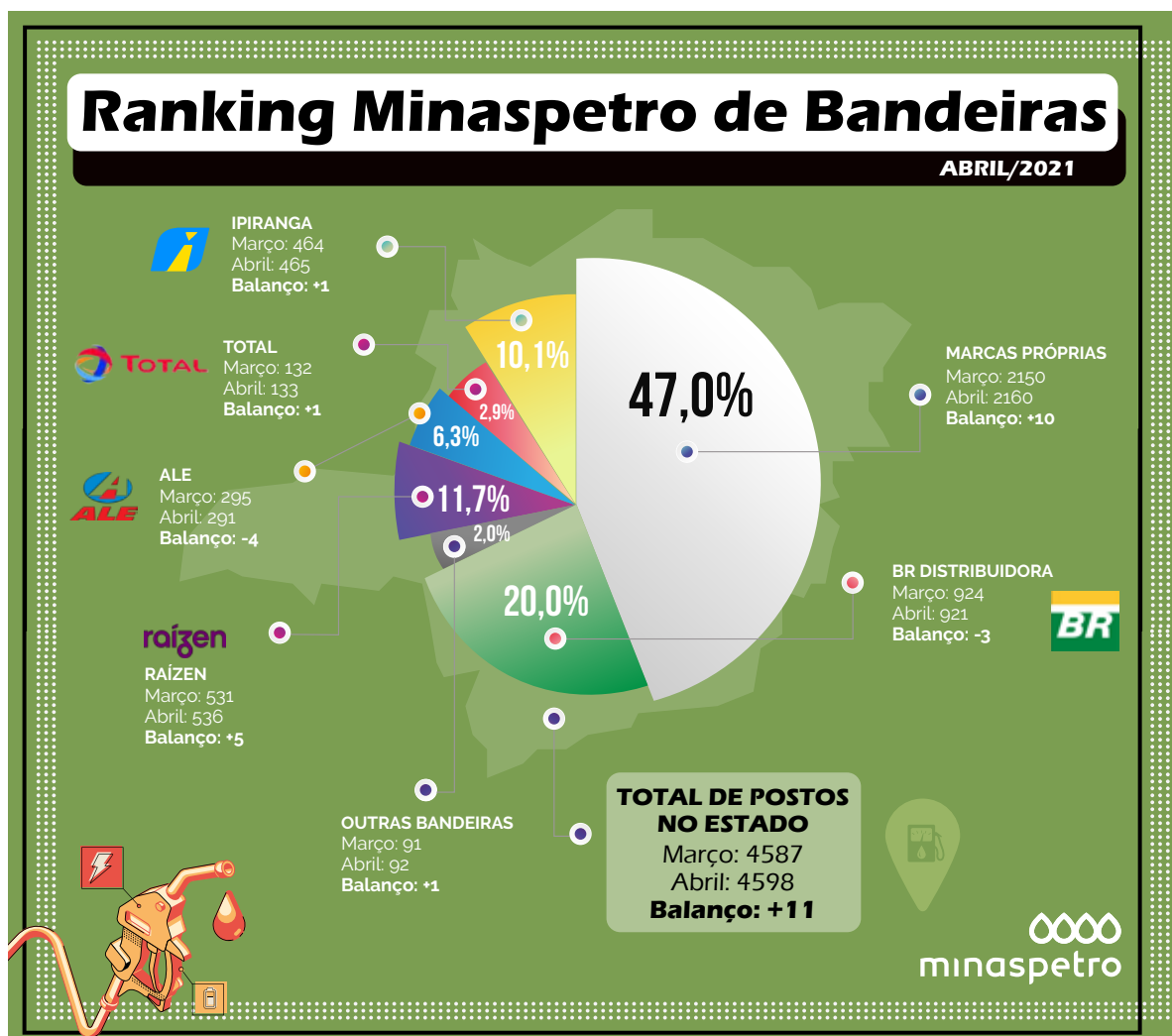
Um legado de dedicação e compromisso

Em sete anos de atuação como diretor regional do Minaspetro em Muriaé, Silvio Lima participou ativamente da luta sindical e se empenhou na busca de um mercado mais saudável, competitivo e justo para os empresários do setor. Silvio será lembrado pela sua dedicação junto à Revenda de sua região e de todo o estado.

Sua irreverência e espontaneidade cativavam a todos. Com atitude positiva, fortalecia as discussões em congressos, seminários e reuniões.

Silvio Lima faleceu no dia 1º de abril, após lutar bravamente contra a Covid-19. Estendemos nossa solidariedade à esposa, Sumérica, e aos filhos, Dimitry, Gregory e Junior, que compartilham dos princípios e do ofício do pai.

Reforçamos o chamado para que todos se cuidem. Juntos, venceremos essa pandemia.



Teor da mistura do biodiesel no óleo diesel cai de 13% para 10%

Governo Federal justifica redução do percentual com base no aumento do valor do óleo de soja nos mercados nacional e internacional e na desvalorização da moeda brasileira

Em 13 de abril, uma resolução do Conselho Nacional de Política Energética (CNPE) regulamentou a redução do percentual da mistura do biodiesel no óleo diesel fóssil. A partir da divulgação da nota, o teor obrigatório passa de 13% para 10%.

O Governo Federal, por meio de nota divulgada pela Secretaria-Geral da Presidência, alegou ter adotado a medida em função dos efeitos da valorização do custo do óleo de soja no mercado brasileiro e internacional. Outra justificativa foi a de

que, com a moeda nacional desvalorizada frente ao dólar, o país aumenta a exportação de soja, o que inflaciona o valor do biodiesel no mercado interno.

A resolução pode ser vista como um passo na tentativa de retomar a simpatia dos caminhoneiros, que estavam entre os maiores apoiadores do governo no início do mandato de Jair Bolsonaro, mas ameaçaram paralisar as atividades em fevereiro, após sucessivos aumentos de preço nos combustíveis.

Fecombustíveis alerta sobre possível disparada no preço do diesel a partir de maio

Em ofício enviado à Presidência, entidade pede atenção para os possíveis impactos do biodiesel na formação de preços do diesel e teme nova paralisação dos caminhoneiros

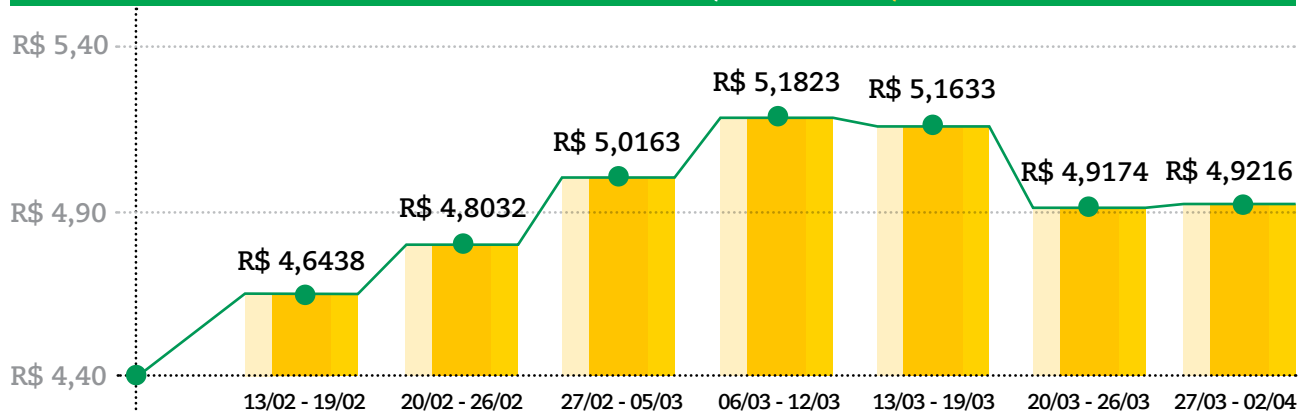
Em um ofício endereçado ao presidente Jair Bolsonaro, membros da Federação Nacional do Comércio de Combustíveis e de Lubrificantes (Fecombustíveis) manifestaram preocupação quanto aos impactos do aumento do biodiesel e do fim da isenção do PIS/Cofins sobre o preço final do óleo diesel a partir de 1º de maio. A Federação alerta que o aumento do diesel pode motivar uma nova greve dos caminhoneiros, que já manifestaram insatisfação com o governo, após sucessivos aumentos de preço do combustível.

Um levantamento feito pela Fecombustíveis, considerando projeções para o setor, apontou que o impacto do preço do biodiesel na formação dos custos do óleo diesel poderá chegar a R\$ 0,67 por litro.

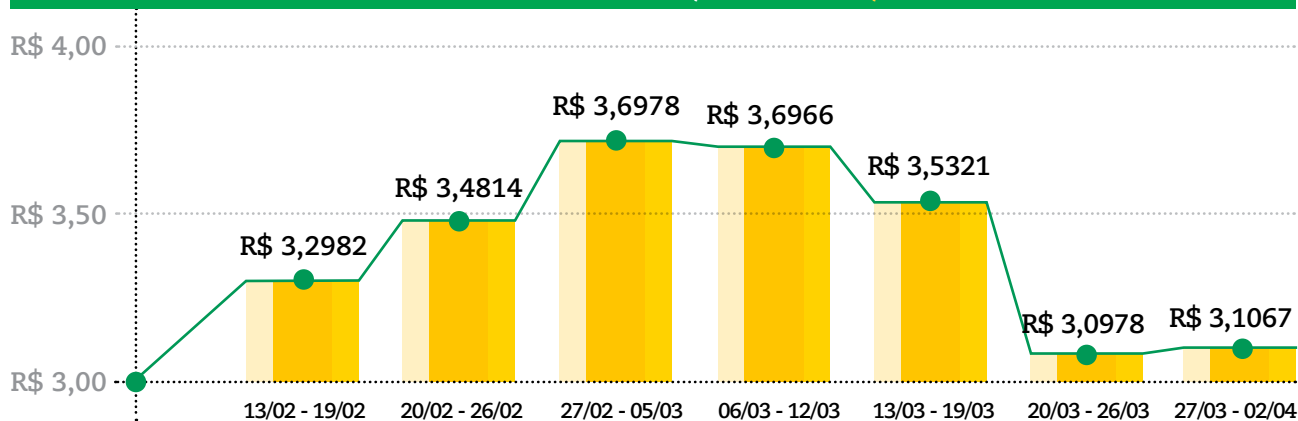


FORMAÇÃO DE PREÇOS

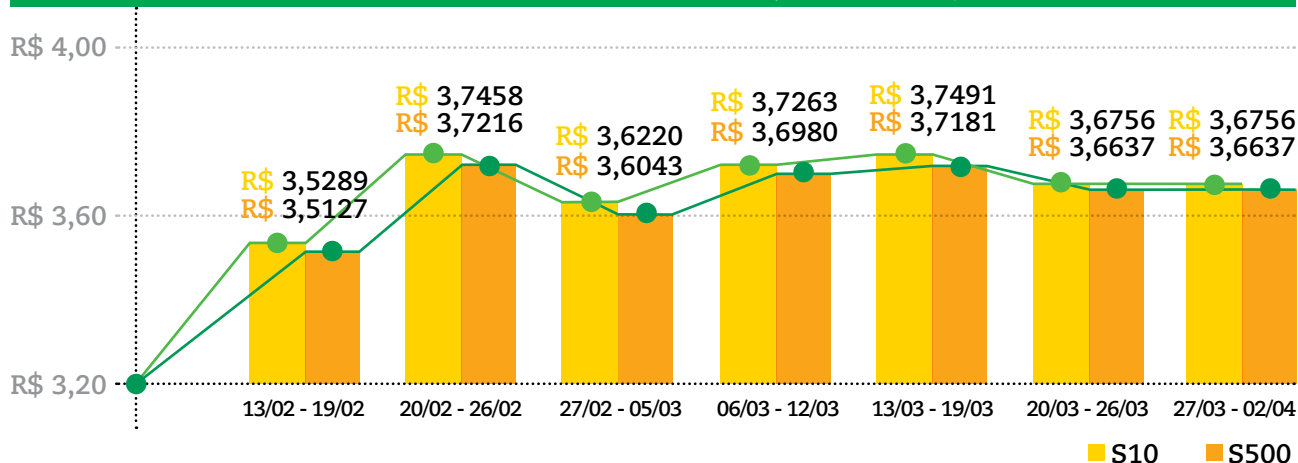
Gasolina – Minas Gerais / FEV - ABR/2021



Etanol – Minas Gerais / FEV - ABR/2021



Diesel S10 e S500 – Minas Gerais / FEV - ABR/2021



Confira as tabelas completas e atualizadas semanalmente em nosso site – www.minaspetro.com.br –, no link Serviços, e saiba qual o custo dos combustíveis para a sua distribuidora.

- Os preços de etanol anidro e hidratado foram obtidos em pesquisa feita pela Cepea/USP/Esalq no site <http://www.cepea.usp.br/etanol/>.
- Importante ressaltar que os preços de referência servem apenas para balizar a formação de custos, uma vez que as distribuidoras também compram etanol por meio de contratos diretos com as usinas. Esses valores não entram na formação de preços, de acordo com a metodologia usada pela Cepea/USP/Esalq.
- Os preços de gasolina e diesel foram obtidos pela formação de preço de produtores segundo o site da ANP, usando como referência o preço médio das refinarias do Sudeste.
- A tributação do etanol anidro e hidratado foi publicada com base nos dados fornecidos pela Siamig.
- Os valores do biodiesel foram obtidos por meio do preço médio sudeste homologado no 78º Leilão realizado pela ANP.
- Os percentuais de carga tributária foram calculados com base no preço médio no Estado de Minas Gerais (PMPF/Ato Cotepe) do respectivo mês, o mesmo usado para base de cálculo do ICMS.
- Os valores de contribuição de Pis/Pasep e Cofins da gasolina e diesel sofreram alterações pelo decreto 8395, de 28/01/15.



Aplicativo Minaspetro

Sabia que os principais serviços digitais do Minaspetro estão disponíveis em um aplicativo para smartphones?

É mais praticidade, agilidade e mobilidade para os associados!

COMO INSTALAR ?

✓ Acesse a loja virtual do aparelho

✓ Procure por '**Minaspetro**'

✓ Clique e instale



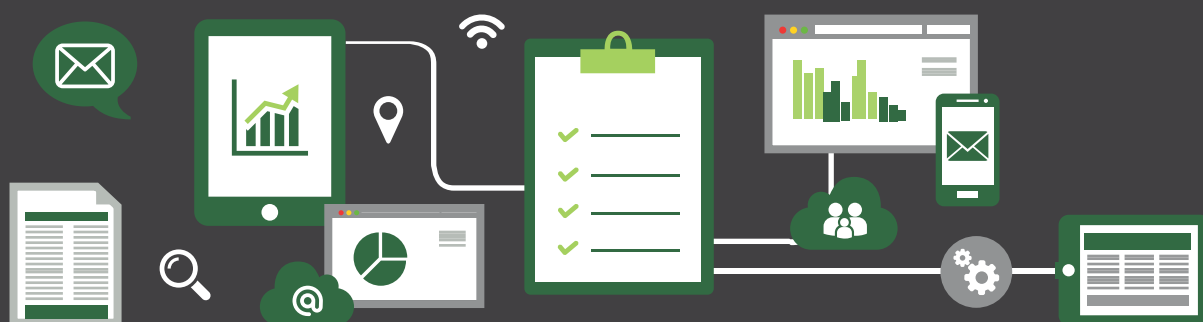
Para acessar os serviços do app, basta usar o login e senha de associado, mesmos dados para a utilização do site do Minaspetro.



SERVIÇOS

- ✓ 2ª via de boleto
- ✓ Arquivos
- ✓ Banco de Currículos
- ✓ Circulares
- ✓ Convenções Coletivas
- ✓ Leis e Portarias
- ✓ Modelos de placas
- ✓ Revista Minaspetro
- ✓ Tabelas

IOS E ANDROID



bonjour

**Para todas as rotinas, até para quem tem pressa.
Uma pausa para um bom café!**



TOTAL

Committed to Better Energy



#SEUMOMENTOBONJOUR

Escaneie o QR CODE e descubra nossa loja Bonjour feita para você

totalbrasil.com ©/totaldobrasil 1/TotalBrasil total_br