

Apresentação do Setor de Distribuição de Combustíveis

Congresso Nacional - Setembro, 2021



Garantindo a mobilidade nos 8,5 milhões de km²
do território brasileiro

SOBRE O IBP

Com mais de 60 anos de atuação, o IBP - Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás, se consolidou como o representante institucional do setor de energia no Brasil.

MISSÃO

Promover o progresso do setor de energia, com foco no desenvolvimento de uma indústria de petróleo e gás competitiva e sustentável, gerando benefícios amplamente reconhecidos pela sociedade

VISÃO

Tornar a indústria de petróleo e gás do Brasil referência global em competitividade e sustentabilidade



Estrutura da cadeia de valor do *midstream* e *downstream*

Impacto econômico do setor



8º Mercado consumidor do mundo¹

2º Maior produtor mundial de biocombustíveis

9º Maior parque de refino

R\$130 bilhões de impostos ano

Upstream

Exploração & Produção



E&P de óleo e gás



Produção de biomassa

Midstream

Transporte / Armazenamento



Transporte marítimo



Dutos & terminais

Produção de derivados e biocombustíveis



Refinarias e Centrais Petroquímicas



Usinas de produção de biocombustíveis

Downstream

Logística primária



Cabotagem



Dutos & terminais

Distribuição



Bases e Terminais



Balsas



Ferrovias



Caminhões-tanque

Venda e B2B



Postos de serviço



TRR



Aeroportos

Notas:

(1) Página 9 - Primary energy: Consumption by fuel - Oil 2019 - bp Statistical Review of World Energy 2020 | (2) Revendedores de combustíveis líquidos (postos revendedores) e combustíveis de aviação.

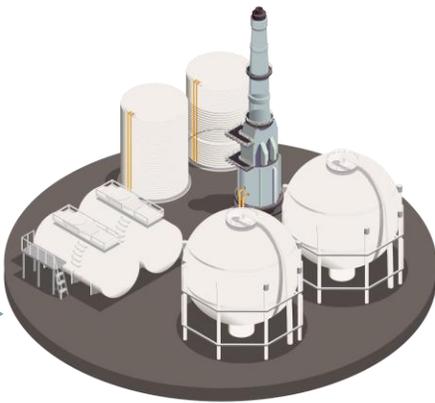
Fonte: Elaboração IBP com base em dados BCG, IEA, CNI, BP, EPE e ANP.

Setor estruturado e regulado por segmento



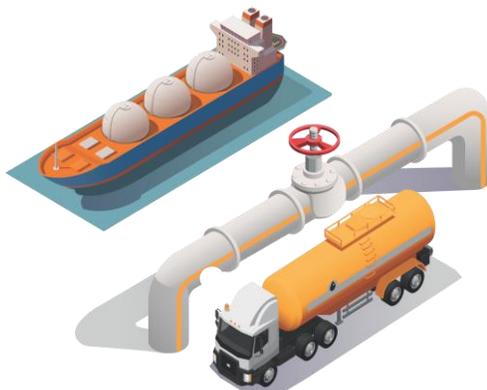
IMPORTAÇÃO

534
IMPORTADORES
DE PETRÓLEO E
DERIVADOS



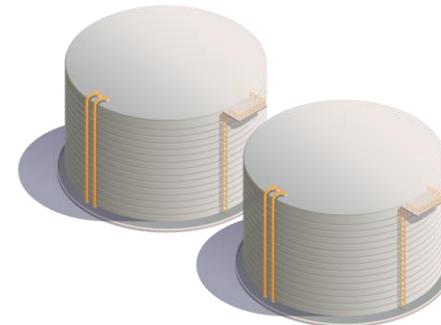
PRODUÇÃO

19 REFINARIAS
3 PETROQUÍMICAS
270 USINAS ETANOL
51 PROD. BIODIESEL
2 FORMULADORES



LOGÍSTICA

55 TERMINAIS PORTUÁRIOS
45 TERMINAIS TERRESTRES
7.000 km dutos
14.000 km ferrovias



DISTRIBUIÇÃO

161 DISTRIBUIDORAS
8 DISTRIBUIDORAS AVIAÇÃO



REVENDA

412 TRRs
42 mil POSTOS
263 AVIAÇÃO

**SEGURANÇA DO ABASTECIMENTO É UM VALOR PARA O PAÍS
MÚLTIPLOS AGENTES TRABALHANDO DE FORMA INTEGRADA**

Garantia de abastecimento no Brasil

As distribuidoras conectam produtores aos consumidores

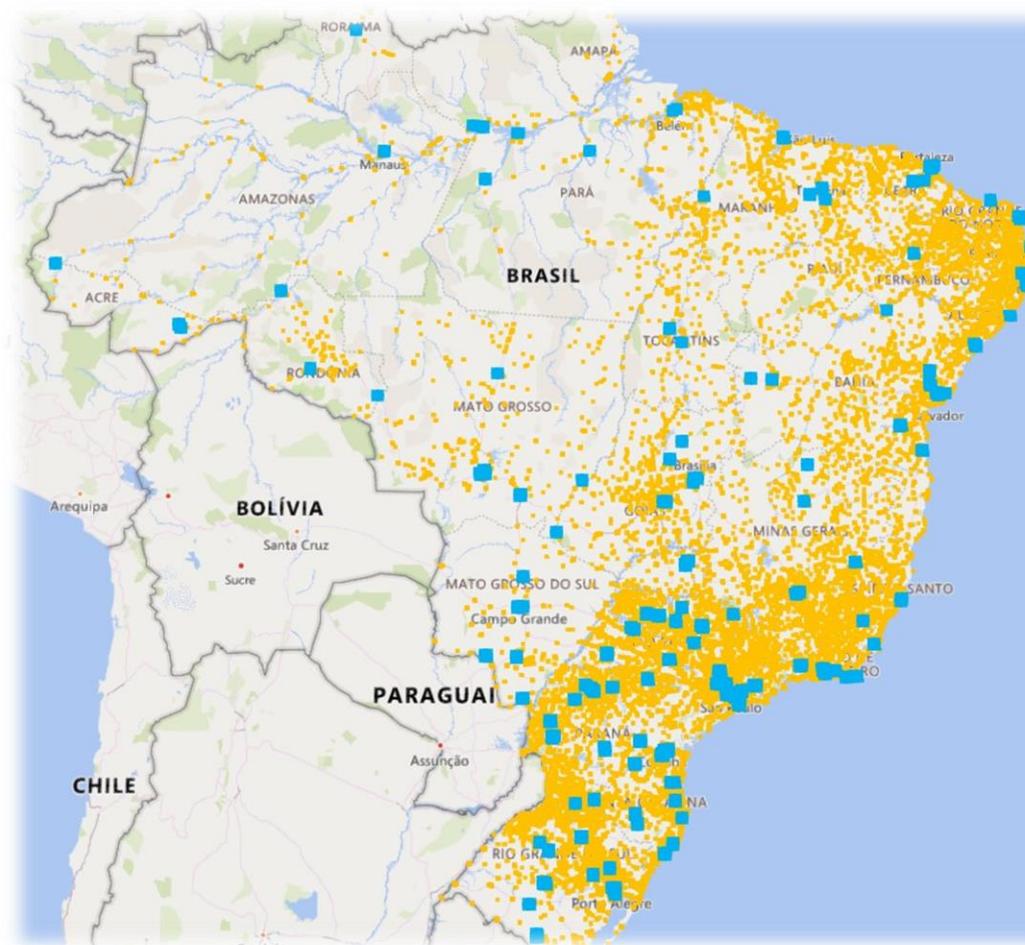
□ Distribuidoras

- Fazem a **mistura** dos combustíveis aos biocombustíveis
- **Capilarizam** o transporte e armazenamento com qualidade e **segurança de operações**
- Investem em **infraestrutura** para disponibilizar os produtos de forma eficiente
- Desenvolvem trabalho de **inteligência logística**, através de todos os modais disponíveis criando alternativas para adversidades
- Investem e apoiam o **crescimento da rede de revenda**

+ 130 cidades com base de distribuição

+ 290 bases de distribuição

+ 42 mil postos revendedores



■ postos de combustíveis

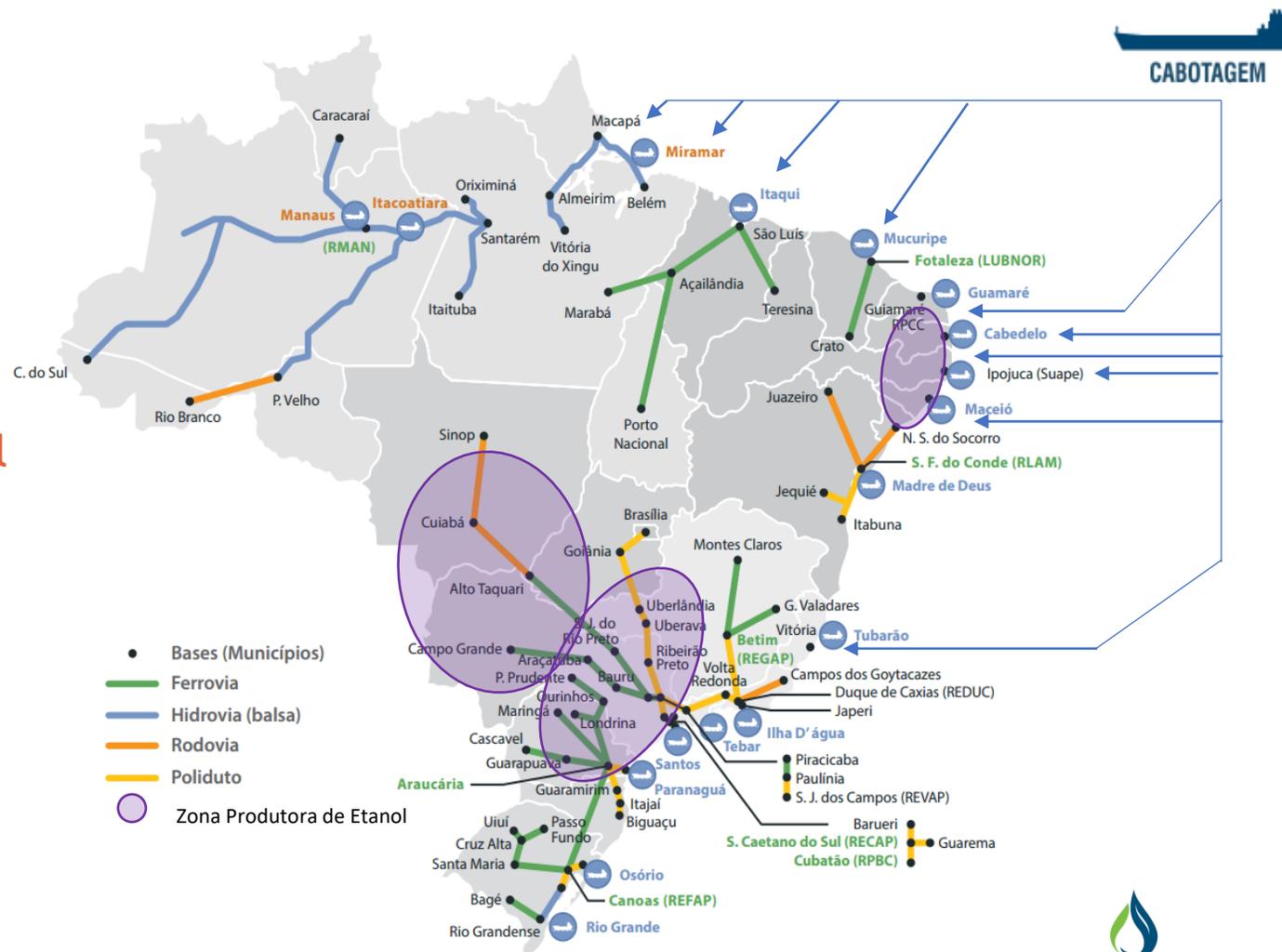
■ bases de distribuição de combustíveis



Venda Direta Etanol Hidratado

Baixo impacto de preços e complexidade tributária

- ❑ Favoráveis a venda direta
- ❑ Mas...
 - ❑ Impacto em preços é **incerto e pontual**
 - ❑ Questões **tributárias** precisam ser **endereçadas** previamente
- ❑ Evitar mercado irregular protege a sociedade



Fluxo tributário - etanol hidratado

Sistema dual: exige mais fiscalização e abre espaço para aumento fraudes

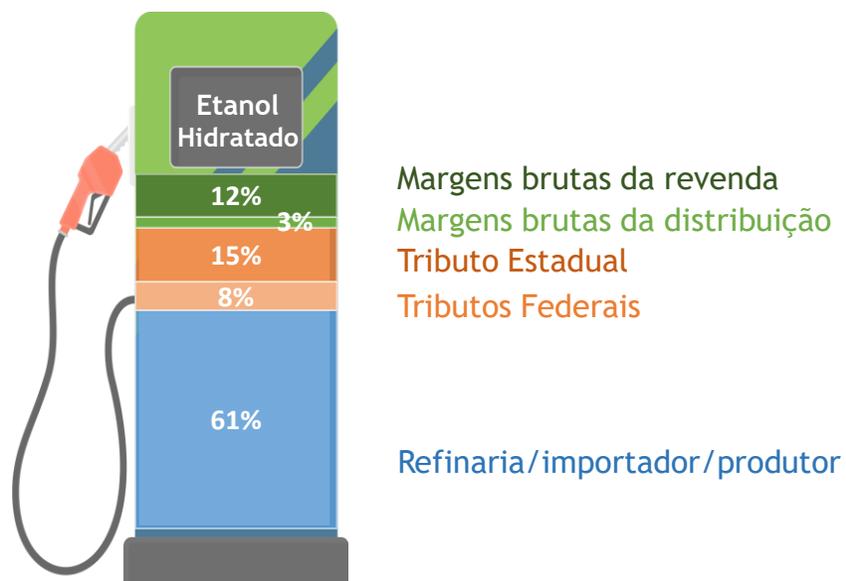


R\$ 14,3 bilhões é a estimativa de fraudes tributárias nos combustíveis

A proposta tributária da MP 1.063/21 é contrária à **PL 3887 (CBS)** que **traz a monofasia** como premissa

Fluxo tributário - etanol hidratado

ICMS nos estados ainda sem definição

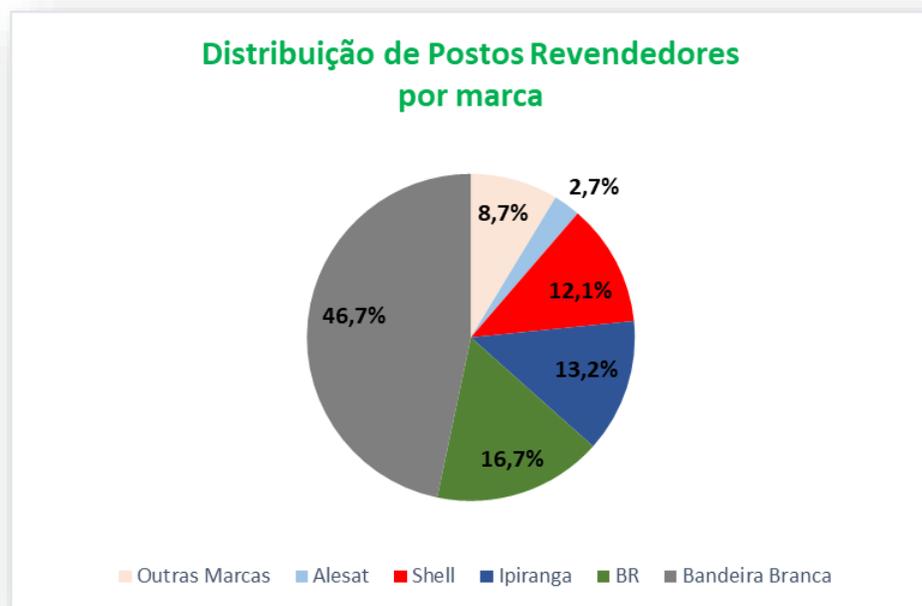


- ❑ ICMS combustível é a maior arrecadação dos Estados
- ❑ Questões **arrecadatória e fiscalizatória** aos Estados precisam ser enfrentadas:
 - PLP 11/20 - Tributação combustíveis
 - PLS 284/17 - Devedor contumaz
- ❑ Possibilidade aumento mercado irregular

Tutela Regulatória da Fidelidade à Bandeira

MP 1.063 e 1.069/21 não inovam, apenas confundem o consumidor

- ❑ As regras atuais são de um **mercado aberto**
- ❑ O **revendedor escolhe** se quer ostentar marca comercial ou não e os **consumidores optam** por comprar de uma marca comercial ou não: hoje, **47% dos postos** são bandeira branca.
- ❑ O consumidor é atraído por uma marca: a regra de fidelidade **garante ao consumidor** a origem do que ele está comprando.



A proposta das MPs: permite que o consumidor, atraído por uma marca comercial, receba produto de outra origem. **Permite que o consumidor seja enganado.**

Tutela Regulatória da Fidelidade à Bandeira

A regulação por MP exclui a discussão com a sociedade

- ❑ O tema é de competência da agência reguladora, que tem visão sistêmica e *expertise* do setor e possui ritos de **participação social** no processo
- ❑ Os consumidores identificam nas marcas comerciais requisitos de valor e tem a **expectativa** de recebê-las no momento da compra
- ❑ Lei de **Proteção ao Consumidor** estabelece como direito do consumidor a **proteção contra publicidade enganosa**
- ❑ O uso indevido de marcas e nomes comerciais causam **prejuízos** ao consumidor: isso é pirataria
- ❑ O consumidor de combustíveis não consegue manusear o produto, **confia na identificação visual**.

ECONOMIA

Anatel alertou 50 das principais varejistas on-line do Brasil sobre necessidade de atuar contra venda de produtos piratas

Novo entendimento da agência é que os marketplaces têm responsabilidade sobre venda de produtos piratas

O Globo

28/08/2021 - 09:54 / Atualizado em 28/08/2021 - 16:04



Anatel informou que o novo entendimento vai guiar futuras ações de fiscalização Foto: Igo Estrela / Agência O Globo

Expectativas de benefícios da MP segundo o governo

Abertura de Mercado

O mercado já é aberto. Existem 161 distribuidoras, 42.000 postos revendedores e 412 TRRs

Aumento da concorrência

Aumento da concorrência não é apenas ter maior número de agentes. Concorrência requer mercado organizado com isonomia entre agentes. O setor vem se desconcentrando

Potencial redução dos preços dos combustíveis

Benefícios em locais específicos, em único produto, e não para toda sociedade brasileira

Benefícios para o consumidor

A possibilidade de aumento do mercado irregular e a confusão sobre a marca do produto nos postos não trazem benefícios ao consumidor. Vão na contramão da Lei de Proteção do Consumidor

MP 1.063/21 e MP 1.069 - O que defendemos?

❑ Observância as **diretrizes da Resolução CNPE nº 02/2020**:

I - isonomia concorrencial no aspecto tributário e preservação da arrecadação de tributos de alíquota específica (ad rem) em relação à comercialização do etanol hidratado com distribuidores de combustíveis;

II - facultatividade da comercialização nessa modalidade pelos agentes e;

III - isonomia na definição dos padrões e especificação de qualidade do produto final ao consumidor.

❑ Substituição do sistema plurifásico pelo **monofásico** na tributação do PIS/COFINS na venda direta de etanol

❑ Supressão do dispositivo que permite o fim à tutela da bandeira

Considerações Finais

- ❑ Políticas Públicas devem seguir os ritos que tragam sustentabilidade aos projetos e **benefícios comprovados** ao consumidor.
- ❑ A promoção da Livre concorrência é consequência de um **mercado isonômico** e **ambiente saudável**.
- ❑ Atração de investimentos se dá com **segurança jurídica** e **regras claras** aos investidores.
- ❑ Ampliação da competitividade virá com a **simplificação dos processos** e medidas de contenção do mercado irregular.
- ❑ Garantia do abastecimento vem com **investimentos** nas cadeias logísticas, **comprometimento** e **responsabilidade** dos agentes.



Valéria Lima

valeria.lima@ibp.org.br

(21) 99680-7867



/ibpbr



@ibp_br



@ibp_br



/ibpbr



/ibpbr

ibp.org.br | #EnergiaParaSuperar

MP 1.063/21 - Posicionamento IBP



<https://www.ibp.org.br/noticias/posicionamento-do-ibp-sobre-mudancas-na-comercializacao-de-combustiveis/>