

## POSTO DE COMBUSTÍVEIS

### FICHA TÉCNICA

**Setor da Economia:** terciário

**Ramo de Atividade:** prestação de serviços

**Tipo de Negócio:** posto de combustíveis

**Produtos Ofertados/Produzidos:** abastecimento de veículos, troca de óleo, etc.

**Investimento inicial:** US\$ 500 mil

**Área:** 900 m<sup>2</sup>

### APRESENTAÇÃO

Nos últimos tempos os postos de combustíveis estão se tornando uma verdadeira central de apoio para os clientes, ou seja, estão deixando de lado aquela visão de ser apenas um ponto de abastecimento.

Numa versão mais moderna os postos de abastecimento estão cada vez mais avançados, agregando diversos serviços e com uma completa infra-estrutura para atender às necessidades dos clientes.

### MERCADO

Há algum tempo, os postos de gasolina faziam parte de um setor listado como de segurança nacional. Era a época dos governos militares e o governo definia tudo, o preço de venda, a quantidade que podia ser fornecida pela distribuidora e até o horário de funcionamento. Em compensação, não havia concorrência, pois ninguém podia abrir um posto onde bem entendesse. O candidato tinha que obter uma difícil concessão e a localização era pré-determinada, para evitar proximidade e concentração. Na hora de renovar o contrato com a distribuidora, tudo corria a favor do dono do posto.

De repente, tudo mudou, veio a desregulamentação e o número de postos de gasolina, nos últimos cinco anos, triplicou. Lançados à concorrência, seus proprietários viram as margens de seu negócio baixar rapidamente. Se, de um lado, se beneficiaram com a concorrência entre os fornecedores (com o aparecimento de novas distribuidoras), os postos têm, agora, que disputar sua própria clientela e fazer contas em centavos.

Para quem deseja entrar nesse mercado, conhecer e caracterizar quem são seus futuros clientes, o que e porquê compram, como e quando fazem suas compras e quais são suas tendências de consumo são avaliações essenciais para o sucesso de seu negócio.

Na vida, a gente sabe que é nas adversidades que surgem as oportunidades. Com as empresas não é diferente: a maioria das empresas bem sucedidas algum dia enfrentou a adversidade e adotou a mudança como alternativa de sobrevivência naquele momento, para hoje oferecer oportunidades e apresentar-se como ameaça ao concorrente.

Boas dicas para alcançar seus objetivos quanto ao mercado são: lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio; analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir

daí definir o mercado a ser atingido. Você pode começar por identificar segmentos de mercado específicos nos quais você deseja atuar, para em seguida analisar a renda, idade, classe social dos futuros consumidores do produto que sua empresa irá "vender".

## **LOCALIZAÇÃO**

Considerado um dos fatores de extrema importância neste empreendimento, é aconselhável que o empreendedor faça uma análise das potencialidades do local escolhido, tais como: tráfego, acesso, possibilidades de crescimento demográfico do comércio das imediações, etc.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de seu posto de combustível.

Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

## **ESTRUTURA**

A estrutura básica deve contar com uma área mínima de 900 m<sup>2</sup>, se localizado numa região urbana.

Já os postos rodoviários precisam de, pelo menos, 5.000 m<sup>2</sup>, pois deverão contar com grandes coberturas, estacionamento amplo para caminhoneiros, banheiros confortáveis com chuveiros, churrasqueira, lanchonete e até hotel.

## **EQUIPAMENTOS**

Os equipamentos implementados dependerão substancialmente a estrutura que vai ser montada. Vai variar de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado. Um projeto básico certamente contará com:

- Tanques subterrâneos para armazenar combustíveis
- Bombas e filtros de combustível
- Compressores de ar para alimentação de elevadores
- Balança de ar
- Equipamento de lubrificação e limpeza em geral
- Calibrador de pneus
- Mangueiras e máquina de troca de óleo
- Equipamentos de lubrificação, com graxarias, pneumáticas, pistolas de pulverização, braços giratórios, distribuidores de óleos de diferencial e caixa de engrenagens
- Máquinas para lavagens de veículos
- Elevadores hidráulicos

## **INVESTIMENTOS**

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Um posto de combustível urbano não deve sair por menos de US\$ 200 mil. O rodoviário, US\$ 500 mil.

#### Investindo em AUTOMAÇÃO

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes.

Investigue de que forma a adoção de um equipamento dessa natureza pode ser capaz de incrementar seus lucros.

## PESSOAL

O número de funcionários irá variar de acordo com a estrutura, porém, deve-se contar com frentistas e um responsável administrativo, gerente ou proprietário.

Na hora de selecionar as pessoas que irão trabalhar na sua empresa, você deve levar em consideração as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que desenvolverão. Na área de atendimento, saber ouvir, ter boa vontade, ser persistente e flexibilidade, são mais relevantes.

Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas: pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa. Essas características podem ser desenvolvidas através de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.

## PROCESSOS PRODUTIVOS

A primeira dica para quem deseja abrir um posto de combustível diz respeito à definição do local. Seja na cidade ou na estrada a grande variável do empreendimento é o terreno, que tanto pode ser próprio, alugado ou da empresa responsável pela distribuição. Caso o interessado possua a área, a distribuidora analisa todas as suas potencialidades de tráfego, acesso, localização e as possibilidades de crescimento demográfico do comércio das imediações.

Havendo interesse, elabora-se um projeto e, daí em diante, são discutidos os termos de um acordo de financiamento. Cada caso é um caso e tudo pode ser negociado nessa fase.

As distribuidoras não investem na abertura de um posto de serviço se acharem que o local escolhido pelo "parceiro" não tem potencial adequado para o desenvolvimento do negócio, portanto, o volume de vendas estimado é um fator preponderante na hora da negociação.

Pode ser em forma de comodato, de locação ou sublocação, isto de acordo com a negociação realizada e do interesse da distribuidora.

É grande o interesse das distribuidoras em ter suas marcas nos postos. Sendo assim, convém verificar se elas estão dispostas a elaborar o lay-out e ceder os equipamentos necessários à instalação do Posto. As distribuidoras costumam financiar os investimentos fixos, total ou parcialmente. Oferecem ainda treinamento para os frentistas e orientações técnicas ao dono do posto e ao gerente. O apoio técnico é dado em visitas quinzenais, quando são checados eventuais problemas administrativos e operacionais.

Geralmente, o empreendedor inicia o processo por uma das empresas distribuidoras, que cuida de todos os detalhes do encaminhamento ao CNP - Conselho Nacional de Petróleo. Esse processo é padronizado para todas as distribuidoras.

Porém, hoje em dia é possível montar um posto de gasolina sozinho, sem parcerias com distribuidoras. É o caso dos postos de bandeira branca (normalmente pintados de branco e sem emblemas). É importante destacar que neste caso a estrutura irá variar de acordo com a localização do posto, ou seja, se na área urbana ou rodoviária.

A ANP - Agência Nacional do Petróleo estipula regras e requisitos de observância obrigatória na construção das instalações civis e de tancagem, sendo imprescindível o cumprimento das normas em vigor de proteção ao meio ambiente e do código de posturas do Município.

São requisitos essenciais à exploração da atividade, entre outros:

- a) ter o registro de revendedor varejista expedido pela ANP;
- b) dispor de equipamentos medidores, bem como de tancagem para o armazenamento de combustíveis automotivos (é obrigatório o fornecimento do produto através do equipamento medidor, sendo vedada a entrega no domicílio do consumidor);
- c) adquirir a granel e revender os produtos no varejo (são expressamente vedados o empréstimo, a alienação e a permuta de combustíveis automotivos entre revendedores varejistas).

Recomenda-se solicitar diretamente à ANP informações detalhadas sobre requisitos e exigências legais para a obtenção da autorização de funcionamento e operacionalização do negócio, principalmente no que se refere às normas técnicas e de conduta, documentação exigível e equipamentos obrigatórios.

### **O uso do GN em Veículos (GNV)**

O Gás Natural Veicular (GNV) é um combustível gasoso, cujas propriedades químicas se adaptam bem à substituição dos combustíveis tradicionais para motores, que funcionam através da ignição por centelhamento, sejam motores de quatro tempos (ciclo Otto) ou motores de dois tempos. Em geral, estes motores usam a gasolina como combustível. Porém, no Brasil, também são comuns os motores que utilizam álcool hidratado (etanol).

No caso do uso do GNV em motores concebidos para utilizar gasolina ou álcool hidratado, é comum a operação na forma "bicombustível", utilizando preferencialmente o GNV, mas podendo usar o combustível original (gasolina ou álcool hidratado). Os veículos que têm este tipo de adaptação podem vir de fábrica com essa possibilidade de escolha do combustível a ser utilizado, ou podem ser adaptados em oficinas credenciadas, onde sofrem um processo de conversão e passam a contar com a opção do GNV como combustível.

O GNV também pode ser usado para propulsão de veículos movidos a óleo diesel (motores de dois ou quatro tempos que têm ignição por compressão), quer na forma combinada, que utiliza tanto o diesel quanto o gás, ou substituindo o antigo motor movido a diesel por outro movido apenas a gás. Nestes casos, a conversão do veículo é mais complexa e também mais cara, principalmente se houver a necessidade de substituição do motor original ou de realização de serviços de retífica.

Em ambos os casos, a conversão se faz adicionando ao veículo um conjunto de equipamentos, formado, basicamente, por:

- Conjunto de reservatórios, denominados de cilindros, para acondicionar o GNV;
- Rede de tubos de alta e baixa pressão;
- Dispositivo regulador de pressão;
- Válvula de abastecimento;
- Dispositivo de troca de combustível;
- Indicadores de condição do sistema.

O abastecimento dos veículos convertidos para uso de GNV é, normalmente, feito com o produto em alta pressão, cerca de 220 atmosferas. Os Postos de Serviço recebem o produto através da linha de abastecimento proveniente da concessionária de gás canalizado local, comprimem o GNV em instalações providas de compressores e disponibilizam o produto para o usuário em "dispensers" similares a bombas de gasolina ou de álcool hidratado.

Perspectivas futuras...

- O uso de GNV é uma tendência irreversível;
- A tecnologia de conversão estará totalmente dominada e regulamentada;
- Espera-se a pressão dos usuários e a conscientização das montadoras para a produção em fábrica de veículos movidos a GNV;
- A demanda por GNV deverá crescer consideravelmente;
- Maior número de Postos de Serviço deverá ser aberto;
- A utilização de GNV para veículos de transporte coletivo de passageiros deverá ser
- viabilizada, principalmente para veículos de pequeno e médio portes.

### **Dicas para o bom desempenho do Posto**

- Não espere soluções mágicas do distribuidor.
- A escolha de pontos em grandes avenidas implica maior concorrência. Avalie o potencial de outras alternativas.
- Observe rigorosamente as normas de segurança para este tipo de atividade.
- O recurso aos cheques pré-datados pode ser um chamariz. Mas, também pode ser uma grande armadilha, pois amplia a margem de calotes.
- Pesquisas indicam que o consumidor é fiel ao posto, não a uma determinada bandeira.

- Posto de bairro deve ir fundo no atendimento à clientela. Torná-la cativa é a senha para o bom desempenho.
- Otimizar o espaço com a oferta de serviços é importante. Mas, a oferta deve ser respaldada em potencial de demanda. Avalie carências para ampliar.
- Fique atento ao visual do empreendimento. O Posto deve ser bem cuidado e, sobretudo, limpo. Da mesma maneira, o pessoal deve usar uniformes impecáveis e tratar o cliente com cordialidade.

## COMEÇANDO

Uma vez colocado em funcionamento o novo negócio, estabelece-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o retorno do capital investido. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor.

Administrar é o processo de organizar o que foi planejado, assegurando a liderança e o controle na execução do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa. É usar os recursos administrativos disponíveis com vistas a alcançar os objetivos estabelecidos. E é aqui que entra a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos, e outros eventos. O próprio SEBRAE oferece muitos cursos de aperfeiçoamento: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer, Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento das Habilidades Gerenciais, Gestão de Pessoas, entre outros.

## CLIENTES

Para ganhar projeção no mercado você deve lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio, analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir daí definir a clientela que pretende conquistar. Você pode começar identificando segmentos específicos e levantar informações como renda, idade, classe social, nível de instrução, etc., para traçar o perfil dos futuros consumidores do produto que sua empresa venderá.

Você deve, ainda, definir se vai atuar no mercado consumidor direto ou no mercado indireto e manter sempre atualizado um cadastro de clientes.

## DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que "a propaganda é a alma do negócio", mas a gente pode continuar dizendo que os "músculos" também são importantes. Assim, entendemos que dotar os clientes internos (funcionários, os "músculos" do negócio) de informações sobre os produtos oferecidos é a chave para vendê-los ao cliente externo.

Uma boa opção de marketing, que contribui para atrair a clientela, é instalar uma loja de conveniência no estabelecimento.

Voltando à "alma do negócio", concluímos que para atingir o consumidor e garantir as vendas, você deve planejar o seu marketing. E como fazer isso? A primeira sugestão é fazer uma análise da sua realidade: identifique quais são os custos de seus serviços,

adapte-os e busque a otimização de sua alocação. Mantenha seus consumidores motivados, partindo para uma revisão da sua estrutura de comercialização, avaliando paralelamente, se essa estrutura atinge seu mercado-alvo com sucesso. Lembre-se que o marketing deve ser contínuo e sistêmico.

Considere ainda, que num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar as preferências e necessidades de seus clientes em relação às funções, finanças, facilidade, "feeling" (sensibilidade) e futuro.

As empresas devem ter consciência de que a qualidade nos serviços prestados é, ainda, a melhor forma de tornar-se conhecida e sólida num mercado competitivo. A propaganda boca a boca é fator de fortalecimento das marcas.

## DIVERSIFICAÇÃO

Diante de um mercado cada vez mais competitivo, possuir um diferencial é de extrema importância para a sobrevivência neste tipo de empreendimento.

A lista de negócios que podem ser agregados ao comércio de combustível é tão extensa quanto a criatividade do empreendedor, tais como: lojas de conveniência, locadoras de vídeo, banca de jornais e revistas, floriculturas, máquinas automáticas para venda de refrigerantes e sorvetes, quiosques para vender água-de-coco, minimercado de produtos de automóveis, equipamento automático de lavagem para carro, troca de óleo, lubrificação, chaveiro, máquinas para calibrar pneus com hidrogênio, restaurantes, lanchonetes e até hotéis, venda de gelo, carvão, etc..

Outra saída é criar facilidades, como a venda por cartões de crédito, prazo maior no pagamento dos serviços e o aumento da oferta de lubrificantes.

### Outras alternativas...

- *Cartela de pontuação.* O cliente ganha um prêmio ao atingir determinada pontuação. É considerada uma das melhores estratégias, pois faz com que os consumidores retornem várias vezes ao posto, até completarem o número de pontos necessários.
- *Brindes.* Oferecer brindes para cada venda acima de um valor pré-fixado.
- *Datas festivas.* O dono de posto pode ainda aproveitar para fazer promoções temáticas em datas como Dia das Crianças e Natal.

## LEMBRETES

Numa economia que tende à estabilização, saber definir o preço certo dos seus produtos é uma das ferramentas mais importantes da sua empresa. Harmonizar o desejo do consumidor e a expectativa de ganho do proprietário é o grande desafio. Enquanto o consumidor sempre deseja pagar menos e ter mercadorias de qualidade, o sonho do empresário é obter o melhor retorno, com o menor custo. Uma sugestão é buscar inspiração para essa "arte" em cursos que orientem o empreendedor a equacionar essa questão, como por exemplo, aqueles que ensinam a formação de preços.

## NOTÍCIAS

Fique sempre atento aos noticiários, programas de televisão, revistas específicas, jornais (cadernos especiais), etc., pois estes são meios de manter-se atualizado quanto às novidades da sua área de atuação.

**Cristina Ribeiro. O Estado de São Paulo, 17/10/2003.**

### **Um pit stop não só para quem quer pôr gasolina.**

Já se foi o tempo em que as pessoas iam ao posto de gasolina apenas para abastecer, trocar o óleo ou calibrar os pneus dos carros. Com a chegada das lojas de conveniência a esses locais, as pessoas têm a comodidade, por exemplo, de tomar um café, fazer um lanche e comprar um presente de última hora. Muitas lojas, por causa da localização, se transformaram em ponto de encontro de amigos.

O posto Ipiranga da Avenida Cidade Jardim, 514 é um exemplo. A funcionária Olga Junho Pinto afirma que o público é bem diversificado. "Durante o dia, é comum a presença de pessoas que trabalham nas imediações e param no posto para abastecer. No fim da tarde, são clientes que dão uma escapadinha do trânsito para tomar um café e à noite, principalmente nos fins de semana, o lugar vira point da moçada."

No local, há muitas opções para "calibrar" o apetite, incluindo uma franquía da Casa do Pão de Queijo, além de uma lanchonete com sorvetes, doces, lanches, bebidas e congelados. Também oferece revistas, livros, bebidas importadas, CDs, brinquedos, cartões e bichos de pelúcia.

A variedade, aliada à praticidade, foi o que levou a estudante Mariana Gottardi, de 20 anos, a frequentar a loja. "Apesar de os preços serem mais caros, a comodidade e a rapidez do atendimento falam mais alto e a gente acaba comprando. Passo todos os dias aqui, porque é caminho da minha casa.

Em vez de ir a um supermercado e pegar fila, prefiro comprar o que preciso aqui."

Point - Já o engenheiro Alex Figueira de Souza, de 31 anos, relata que o espaço funciona como um ponto de encontro para grupos de amigos. "Nas noites de sexta-feira, nos reunimos aqui, fazemos um lanche, bebemos e vamos para a balada. Depois, voltamos para repor as energias. É um local seguro e já virou point aqui na região."

O estudante Anderson de Castro, de 23 anos, concorda com Souza. "Virou referência para marcar com os amigos e ideal para vir depois das baladas", ressalta. "De madrugada, bate uma fome e as lanchonetes estão fechadas. Aqui funciona 24 horas. E a qualidade dos produtos encontrados nas lojas de conveniência é boa."

Para o gerente do posto, Osmar Neves, essas áreas de conveniência atraem mais clientes. "Trata-se de um casamento que deu certo. Os clientes acabam usufruindo os serviços dos postos e consumindo os produtos das lojas."

Para a arquiteta Andrezza Rosetti, de 29 anos, que costuma ir ao posto Shell da Avenida Moreira Guimarães, 700, o local é ideal para a hora do rush. "Em vez de ficar parada no trânsito, prefiro parar no posto e fazer um lanche. O hábito serviu também para criar novas amizades. E, com essa comodidade, o local ainda virou para mim um



ponto de encontro para entregar os projetos para os meus clientes."

## VENDAS DO SETOR PASSAM DE R\$ 1 BILHÃO

Cada vez mais é comum encontrar clientes que estacionem o carro em um posto de gasolina, passem ao lado das bombas de abastecimento e se dirijam exclusivamente à loja de conveniência. As facilidades do ambiente fazem esse hábito de consumo crescer em São Paulo e em outras capitais.

Consultorias especializadas já projetam que o segmento vai ultrapassar a barreira de R\$ 1 bilhão em vendas este ano - praticamente o dobro do faturado em 1998 e 15% acima do ano passado. A tendência do mercado é investir cada vez mais na área de lanches rápidos. "É o espaço que ainda temos para crescer", comenta Gabriel Rego, de 29 anos, gerente de um posto na Marginal do Tietê. "Hoje, os lucros com os combustíveis estão cada vez menores e os produtos das lojas de conveniência são uma forma de agregar receita", explica.

Presidente do Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo do Estado de São Paulo, José Alberto Paiva Gouveia concorda e afirma que o combustível se transformou em um valor secundário e os proprietários de postos precisam buscar alternativas.

Ele acredita que o aumento no número de lojas ampliará opções de serviço e diminuirá os problemas advindos da movimentação noturna. "Os lugares ainda são poucos e acabam usados como ponto de encontro. Com o tempo, esse público vai se diluir", afirma o presidente, que alerta ainda para o fato de que é proibido por lei vender bebida alcoólica gelada ou em unidades.

Proibições - Gouveia aposta também na oferta de caixas 24 horas e lanches rápidos como caminhos. A renda mais alta da clientela, aliada à localização em corredores de passagem, explica grande parte do crescimento do setor. Pesquisas das distribuidoras mostram que 45% dos consumidores vão mais de três vezes por semana às lojas de conveniência.

De olho na diversificação da oferta, a BR prepara-se para lançar este mês uma livraria numa loja de conveniência em Belo Horizonte, em parceria com a rede Letras & Expressões. Até o fim do ano, a estratégia chegará a São Paulo e Rio. (Ardilhes Moreira)

## CURSOS E TREINAMENTOS

Os cursos de empreendedorismo dão base para estruturar o seu plano de negócios, planejar a empresa e desenvolver características próprias e indispensáveis a empreendedores.

### **Iniciando um Pequeno Grande Negócio**

Carga horária: 30h

#### **Empretec**

Carga horária: 72h

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro  
Vitória/ES  
CEP: 29010-003  
Tel.: 3331-5500

### **Administração Básica para Pequenas Empresas**

Carga horária: 20h

O Administração Básica para Pequenas Empresas tem o objetivo de levar aos empresários informações sobre as principais áreas da administração de uma pequena empresa. É um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935  
Ed. Sebrae – Centro  
Vitória/ES  
CEP: 29010-003  
Tel.: 3331-5500

### **SENAC - Tel: 0800-8832000**

Senac Vitória. <http://www.es.senac.br/>

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077 - Bento Ferreira – Vitória - ES  
CEP 29050-625  
Telefax: (27) 3325-8222  
Disque Cursos: (27) 3325-8311

### **SENAI - Centro de Educação e Tecnologia**

Senai Vitória. <http://www.es.senai.br/>

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2235 - Bento Ferreira – Vitória – (ES)  
29.052-121 <http://www.es.senai.br>  
Tel: 27 3334 5200/3200 3396  
Fax: 27 3334 5259

## **EVENTOS**

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, roda de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

### **Postos e Facilidades - Feiras Internacional do Posto de Combustível e Negócios**

09 - 13 de maio/2006  
Local: ANHEMBI

### **Expo Postos & Conveniência 2006**

Abril/06  
Local: A DEFINIR

## **LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA**

Recomenda-se fazer uma consulta ao PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº. 8.078/90).

É interessante, também, fazer uma consulta à “CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES.

Esta atividade exige o conhecimento de algumas leis:

**Lei Federal nº 9.478, de 6 de agosto de 1997** - Dispõe sobre a política energética nacional, as atividades relativas ao monopólio, institui o Conselho Nacional de Política Energética e a Agência Nacional do Petróleo e dá outras providências.

**Decreto Federal nº 2.455, de 14 de janeiro de 1998** - Regulamenta a Lei Federal nº 9.478/97.

**Lei Federal nº 8.078, de 11 de setembro de 1990** - Institui o Código de Defesa do Consumidor.

**Portaria nº 009, de 16 de janeiro de 1997** - Dispõe sobre a atividade de revendedor varejista de combustíveis líquidos derivados de petróleo, álcool combustível e outros combustíveis automotivos - Posto Revendedor - PR.

**Decreto nº 1.787, de 12 de janeiro de 1996** - Dispõe sobre a utilização de gás natural para fins automotivos e das outras providências.

**Portaria nº 74 do INMETRO, de 13 de maio de 1996** - Aprova o Regulamento Técnico de Qualidade nº 37 (RTQ-37) - Inspeção de veículo convertido ao uso de gás metano veicular.

**Portaria nº 75 do INMETRO, de 13 de maio de 1996** - Aprova o Regulamento Técnico de Qualidade nº 33 (RTQ-33) - Avaliação da capacitação técnica de conversor de veículo para uso de gás metano veicular.

**Lei nº 6.839, de 30 de outubro de 1980** - Dispõe sobre o registro de empresas nas entidades fiscalizadoras do exercício da profissão.

**Lei nº 3.491/00.** Dá nova redação ao Parágrafo único do art. 2º do Decreto nº 2.705, de 3 de agosto de 1998, que define critérios para cálculo e cobrança das participações governamentais de que trata a Lei nº 9.478, de 6 de agosto de 1997, aplicáveis às atividades de exploração, desenvolvimento e produção de petróleo e gás natural.

A exploração da atividade de revenda de combustíveis para automóveis depende da obtenção de registro e autorização de funcionamento, junto à Agência Nacional do Petróleo, ANP.

A Agência Nacional do Petróleo - ANP é uma autarquia especial, integrante da Administração Federal indireta e vinculada ao Ministério de Minas e Energia, instituída pela Lei nº 9.478/97 como órgão regulador da indústria do petróleo. Tem sede e foro no Distrito Federal.

É importante ressaltar que a atividade de revenda de combustíveis não se confunde com a distribuição do produto. Segundo definição legal, a distribuição consiste em atividade de comercialização por atacado com a rede varejista ou com grandes consumidoras de combustíveis, lubrificantes, asfaltos e gás liquefeito envasado, exercida por empresas especializadas. Revenda caracteriza atividade de venda a varejo de combustíveis, lubrificantes e gás liquefeito envasado, exercida por postos de serviços ou revendedores.

Distribuidoras e revendedoras estão sujeitas a regulamentações específicas. Informações detalhadas sobre requisitos e exigências legais para a concessão da autorização de funcionamento devem ser solicitadas diretamente junto à ANP e às distribuidoras, haja vista que a legislação que rege a matéria é dinâmica e passível de alterações constantes, variando ainda de acordo com especificações do revendedor e da região onde o mesmo pretende se estabelecer. A prefeitura municipal deve ser consultada com antecedência, posto que a concessão da autorização pela ANP depende também da obtenção de alvará de localização e funcionamento, concedido pela Administração Pública municipal, observadas as normas locais e postura e segurança.

## REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social - INSS";
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar o seu posto de combustível para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.

Também é preciso obter junto ao Corpo de Bombeiros o alvará de funcionamento.

Para obter a autorização da ANP, são necessários os seguintes documentos:

1. Ficha Cadastral – encontrada no site da ANP na Internet;
2. Requerimento – o modelo também pode ser conseguido na Internet;

3. Cópia autenticada do Cartão do cadastro Nacional de pessoa Jurídica (CNPJ), deverá conter a atividade que a empresa pretende exercer (revenda varejista de combustíveis automotivos);
4. Cópia autenticada do documento de inscrição estadual, que deverá ter prevista a atividade de revenda varejista de combustíveis;
5. Cópia autenticada do estatuto ou contrato social – que deve estar registrado na Junta Comercial, também deve estar previsto o exercício da atividade de revenda varejista de combustíveis;
6. Cópia autenticada do alvará de funcionamento – expedido pela Prefeitura, concedendo a licença para o futuro posto funcionar.

A autorização não será concedida caso o requerente mantenha, como administrador ou sócio, pessoa físico ou jurídica que , nos cinco anos antecedentes ao pedido, tenha descumprido obrigações decorrentes do exercício da atividade ou possua débitos não liquidados com a ANP.

O posto somente poderá operar depois que a autorização for publicada no Diário Oficial da União (DOU).

A construção e obra de um posto de combustíveis tem ainda que atender às normas das entidades:

- Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT
- Prefeitura Municipal
- Corpo de Bombeiros
- Conselho Nacional do Meio Ambiente
- Departamento de estradas de Rodagem, com jurisdição sobre a área de localização do posto.

Para regulamentação da atividade, o interessado também deverá requerer permissão do CNP - Conselho Nacional do Petróleo, que concede o registro do revendedor e emite, então, o competente certificado que autoriza o funcionamento.

Maiores informações poderão ser encontradas no “Guia do Posto Revendedor de Combustível” que se encontra na Biblioteca do SEBRAE/ES.

Por fim, sugerimos a consulta à Portaria ANP n.º 116, de 5 de julho de 2000, que funciona com um verdadeiro manual para quem pretende obter autorização para revender combustíveis.

## **LINKS DE INTERESSANTES**

T&N PETRÓLEO - REVISTA BRASILEIRA DE TECNOLOGIA E NEGÓCIOS DE PETRÓLEO:  
<http://www.tnpetroleo.com.br>

## **ENTIDADES**

### **PROCON – VITÓRIA**

Casa do Cidadão João Luiz Barone  
Av. Maruípe, nº. 2544 - Itararé  
Vitória/ES

CEP: 29.045-230  
Tel.: (0xx27) 3382-5545  
<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

**JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433  
Praia do Canto - Vitória/ES  
CEP: 29045-401  
Tel.: (027) 3135-3167  
<http://www.jucerja.rj.gov.br> - Site do Estado do Rio de Janeiro.

**PREFEITURA DE VITÓRIA**

SEMUS - Sec. Municipal de Saúde – Vigilância Sanitária do Município de Vitória.  
Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1185  
Forte São João – Vitória/ES  
CEP: 29010-331  
Tel.: (0xx27) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045  
<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

**SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO**

Rua Duque de Caxias, no. 105  
Centro – Vitória/ES  
CEP: 29010-000  
Tels.: (027) 3380-3771  
FAX: (027) 3380-3772  
E-mail: [crrvitoria@sefa.es.gov.br](mailto:crrvitoria@sefa.es.gov.br)  
<http://www.sefaz.es.gov.br>

**INMETRO – ESPIRITO SANTO**

Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1635  
Ilha de Monte Belo – Vitória/ES  
CEP: 29053-245  
Tel.: (027) 3381-6677 / 6679  
Fax: (027) 3222-0352  
e-mail: [agencia@inmetro-es.gov.br](mailto:agencia@inmetro-es.gov.br)  
<http://www.inmetro-es.gov.br>

**INPI/ES - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL**

Rua Abail do Amaral Carneiro 191 ed. Arábica sala 314  
Enseada do Suá – Vitória/ES  
CEP: 29055-907  
Tel.: 3235-7788  
Horário de funcionamento: de 10 às 16h

**ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS**

Av. Treze de Maio, 13 - 28º andar  
Rio de Janeiro/RJ  
CEP: 20003-900  
Tel.: (021) 3974-2300  
Fax: (021) 3974-2347  
E-mail: [atendimento.rj@abnt.org.br](mailto:atendimento.rj@abnt.org.br)  
<http://www.abnt.org.br>

**SINDIPOSTO/ES – SINDICATO DOS REVENDEDORES DO ES**

Rua Vasco Coutinho, 94 - Parque Moscoso – Vitória/ES.

CEP: 29020-190

Tel.: (27) 3322 0104

**ANP - AGÊNCIA NACIONAL DO PETRÓLEO**

Rua Senador Dantas, 105 - 8° ao 13° andar - Rio de Janeiro /RJ.

CEP: 20031-201

Tel.: (21) 3804 0000

<http://www.anp.gov.br>

**IBP - INSTITUTO BRASILEIRO DE PETRÓLEO E GÁS**

Av. Almirante Barroso, 52 - 26° Andar - Centro - Rio de Janeiro/RJ.

CEP: 20031-000

Tel.: (21) 2532 1610

<http://www.ibp.org.br>

**ONIP - ORGANIZAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA DO PETRÓLEO**

Av. Graça Aranha, 1 - 5° andar - Centro - Rio de Janeiro/RJ.

CEP: 20030-002

Tel.: (21) 2563 4615

**CORPO DE BOMBEIROS - CAT (Centro de Atividades Técnicas)**

Rua Tenente Mario Francisco de Britto, 100 - Enseada do Suá – Vitória/ES.

CEP: 29050-420

Tel.: (27) 3345 1222 / 3345 0202

**FORNECEDORES E FABRICANTES*****Combustível e derivados*****ALE COMBUSTÍVEIS S/A**

BR 381, Km 427 – Imbiruçu. Betim/MG.

Tel.: (31) 3073-9200

FAX: (31) 3073-9200

[www.ale.com.br](http://www.ale.com.br)

**CIA BRAS. DE PETRÓLEO IPIRANGA**

Rua Francisco Eugênio, 329. Rio de Janeiro/RJ.

CEP: 20241-900

Tel.: (21) 2574-5228

FAX: (21) 2569-6042

[www.ipiranga.com.br](http://www.ipiranga.com.br)

**ESSO BRASILEIRA DE PETRÓLEO LTDA.**

Rua Victor Civita, 77 – Bloco 1. Rio de Janeiro/RJ.

CEP: 22775-905

Tel.: (21) 3433-2000

FAX: (21) 3433-2037

[www.esso.com.br](http://www.esso.com.br)

**PETROBRÁS DISTRIBUIDORA S/A**

R. Bar. de Macabas 460 4º ao 10º Andar. Belo Horizonte/MG.  
CEP: 30350-090  
Tel.: (31) 3298-3131  
[www.petrobrasdistribuidora.com.br](http://www.petrobrasdistribuidora.com.br)

**TEXACO BRASIL S/A PRODS. DE PETRÓLEO**

Av. República do Chile, 230, 30º andar . Rio de Janeiro/RJ.  
CEP: 20031-170  
Tel.: (21) 2262-2924  
FAX: (21) 2240-0937

***Fornecedores de bomba de gasolina***

**GILBARCO DO BRASIL**

Rod. Pres. Dutra, Km 215,4 – Cumbica. Guarulhos/SP.  
CEP: 07183-900  
Tel.: (11) 6460-5000  
FAX: (11) 6460-5013

**METALÚRGICA BARRO BRANCO LTDA.**

Rua Antônio Xavier Maia, 293 – Penha. São Fidelis/RJ.  
CEP: 28400-000  
Tel.: (22) 2758-2198  
FAX: (22) 2758-2198

**LAVA RÁPIDO - MÁQUINA E EQUIPAMENTO**

**ARC AR COMPRIMIDO LTDA**

Av Antônio Carlos 227-Lagoinha. Belo Horizonte/MG.  
CEP: 31210-010  
Tel.: (31) 2122-2000  
FAX: (31) 2122-2002  
[www.arcomprimido.com.br](http://www.arcomprimido.com.br)  
e-mail: [arc@arcomprimido.com.br](mailto:arc@arcomprimido.com.br)

**CHIAPERINI INDUSTRIAL LTDA.**

Av. Prof. Luiza Garcia Ribeiro, 130. Santa Roda Viterbo/SP.  
CEP: 14270-000  
Tel.: (16) 3954-1611  
FAX: (16) 3954-1249  
[www.chiaperini.com.br](http://www.chiaperini.com.br)  
Email: [vendas@chiaperini.com.br](mailto:vendas@chiaperini.com.br)

**IPOL COMÉRCIO E REPRESENTAÇÕES LTDA**

R. Astecas, 3000 - Sta Mânica. Belo Horizonte/MG.  
CEP: 31530-300  
Tel: (31) 3452-3082  
FAX: (31) 3452-1068  
e-mail: [ipol.bhz@terra.com.br](mailto:ipol.bhz@terra.com.br)

**JAT MAC LTDA**

Av. Pedro II 3160 – Caiçara. Belo Horizonte/MG.  
CEP: 30720-460



Tel.: (31) 3462-0176  
FAX: (31) 3462-0176  
e-mail: jatmac@terra.com.br

**KARCHER INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA.**

Av. Porf. Benedito Monte Negro, 419 – Betel. Paulínia/SP.  
CEP: 13140-000  
Tel.: (19) 3884-9100  
FAX: (19) 3884-9120  
[www.karcher.com.br](http://www.karcher.com.br)  
e-mail: info@karcher.com.br

**LAVETÉCNICA COM. E IND E SERV. LTDA**

Rua Sete Lagoas, 412 – Bonfim. Belo Horizonte/MG.  
CEP: 31210-470  
Tel.: (31) 3272-3192  
FAX: (31) 3272-3192  
[www.lavetecnica.hpg.com.br](http://www.lavetecnica.hpg.com.br)  
laveteticacisltada@ig.com.br

**LEONE EQUIPAMENTO AUTOMOTIVO LTDA**

Rua Luigi Greco 192-Barra Funda. São Paulo/SP.  
CEP: 01135-030  
Tel.: (11) 3392-6363  
FAX: (11) 3392-6232  
[www.leoneequipamentos.com.br](http://www.leoneequipamentos.com.br)  
e-mail: leone@leone.equipamentos.com.br

***Troca de óleo por sucção – máquina***

**MOTORVAC EQUIPAMENTOS MECÂNICOS LTDA.**

Rua Paraíba, 260 – Floresta. Porto Alegre/RS.  
CEP: 90220-100  
Tel.: (51) 3346-2411  
FAX: (51) 3346-9091  
[www.motorvac.com.br](http://www.motorvac.com.br)  
motorvac@motorvac.com.br

**BIBLIOGRAFIA**

SCHOLZ, Cley. ANP suspende o registro de distribuidoras, O Estado de São Paulo, 17/03/98, p. B 5.  
Pequenas Empresa Grandes Negócios. Globo. Nº 65. Jun/94. p.75-76  
Pequenas Empresas Grandes Negócios. Globo. Nº 54. Julho/93. P. 85-89  
Pequenas Empresas Grandes Negócios. Globo. Nº 80. Set./95. P.24-32  
Pequenas Empresas Grandes Negócios. Globo. Nº 32. Set./91. P.38-44  
Pequenas Empresas Grandes Negócios. Globo. Nº 15. Abril/90. P.65-66  
SEBRAE/PR. Posto de Gasolina. Curitiba. Sebrae, 1995. 20p  
SEBRAE/SP. Como montar um posto de gasolina. São Paulo. Sebrae, 1996. 40p  
COAD. Informe Semanal nº 44/98 - ICMS - OUTROS ASSUNTOS ESTADUAIS, p.360.  
Aiub, George Wilson. Plano de Negócios: Serviços./George Wilson Aiub, Nadir Andreolla, Rogério Della Fávera Allegretti. 2.ed – porto Alegre : SEBRAE, 2000.

Gazeta Mercantil Regional. Postos sem bandeira aderem ao marketing da gasolina aprovada, 25/04/2002.

Cristina Ribeiro. Um pit stop não só para quem quer pôr gasolina. O Estado de São Paulo, 17/10/2003.

**ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO:**

UCE – Unidade de Capacitação Empresarial - SEBRAE/ES

Data de atualização: Fevereiro de 2006.