CORTESIA DO



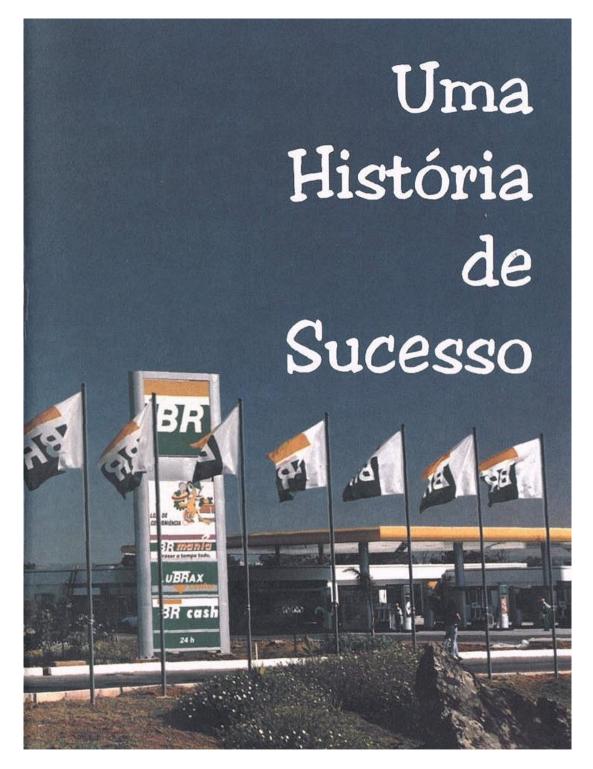
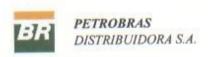


Foto: Hermínio Oliveira







Rio de Janeiro 1997

APRESENTAÇÃO

Poucas empresas no Brasil têm uma história de sucesso semelhante à da BR. Descendente da maior companhia do País, a PETROBRAS, de quem herdou não apenas o primeiro nome, mas sobretudo a competência, projetou-se, logo nos primeiros anos de vida, na liderança do mercado de distribuição de derivados de petróleo.

Nesta posição, permanece até os dias de hoje, numa trajetória marcada por iniciativas pioneiras, coleções de títulos e expressivos resultados, honrando, assim, os que confiaram no seu êxito.

Ao completar 25 anos de existência, a jovem empresa se prepara para o futuro, com a firme determinação de continuar prestando os melhores serviços a sua clientela e garantir retorno aos seus acionistas, sempre preocupada com as necessidades e exigências crescentes de qualidade e com o meio ambiente.

A história da BR, contada a seguir, é motivo de orgulho para todos que, direta ou indiretamente, contribuiram para o seu sucesso.

Esperamos que os empregados da BR, a quem dedicamos este trabalho, continuem escrevendo novas páginas dessa história extraordinária, enfrentando os futuros desafios e comemorando novas conquistas.

INTRODUÇÃO

Na indústria do petróleo, a distribuição é uma atividade comercial que garante a colocação, no mercado, dos derivados produzidos em uma refinaria.

É a última fase de um ciclo que começa na exploração e produção do óleo bruto e termina na entrega dos produtos aos consumidores finais.

No Brasil, a distribuição de derivados de petróleo nunca esteve incluída entre as atividades que constituiam monopólio da União, estabelecido pela Lei 2.004, de 3 de outubro de 1953, que dispôs sobre a política nacional de petróleo, definiu as atribuições do Conselho Nacional do Petróleo e instituiu a PETROBRAS - PETRÓLEO BRASILEIRO S.A.

A PETROBRAS DISTRIBUIDORA S.A., criada em 12.11.71, exerce a distribuição de derivados de petróleo e álcool carburante em caráter estritamente competitivo e em perfeita igualdade de condições com as demais empresas distribuidoras em funcionamento no País.

Atualmente, após a desregulamentação da atividade e a abertura do mercado, a competição encontra-se cada vez mais acirrada, com cerca de 250 novas empresas de distribuição autorizadas a operar, sendo que 70 já se encontram em plena atividade.

A PETROBRAS DISTRIBUIDORA S.A., que usa a sigla BR, é uma sociedade de economia mista, subsidiária da PETRÓLEO BRASILEIRO S.A., que detém a maioria de suas ações, hoje negociadas em bolsas de valores, com parte expressiva pulverizada entre 7.700 acionistas. É regida, no que lhe é aplicável, pelas disposições da Lei 2.004, de 3 de outubro de 1953, da legislação relativa às sociedades por ações e do seu Estatuto.

A BR, como subsidiária da PETROBRAS, está subordinada ao Ministério de Minas e Energia, classificando-se entre as entidades de administração indireta do Governo Federal, tendo por objetivo a distribuição, o comércio e a industrialização de produtos de petróleo e seus derivados e de outros combustíveis, bem como atividades de importação e exportação.

Missão

Participar do desenvolvimento sócio-econômico do País, de forma integrada ao Sistema PETROBRAS, comercializando, distribuindo e industrializando derivados de petróleo, gás natural, energéticos e outros produtos e serviços correlatos, nos mercados nacional e internacional, objetivando a satisfação do cliente e do usuário, promovendo o desenvolvimento tecnológico, a garantia da qualidade e a segurança com rentabilidade e competitividade, contribuindo para preservação do meio ambiente.



A PETROBRAS NA DISTRIBUIÇÃO

Foi preciso quase uma década após a sua criação em 3 de outubro de 1953, pela Lei 2.004, para que a PETRÓLEO BRASILEIRO S.A.-PETROBRAS se lançasse na atividade de distribuição.

Embora autorizada pela Lei 2.004, pelo seu Estatuto e incentivada pelo Conselho Nacional de Petróleo (CNP), que lhe assegurava prioridade na obtenção de títulos de autorização e de cotas de distribuição, entendia a PETROBRAS não ser então conveniente, nem oportuno, ingressar de imediato na atividade de distribuição completa de derivados de petróleo.

Realmente, naquela época, apenas uma pequena refinaria operava em Mataripe, na Bahia, produzindo derivados de petróleo que representavam pequena parcela das necessidades nacionais e eram absorvidos pelo mercado sem nenhum embaraço de colocação.

Com a inauguração da Refinaria Presidente Bernardes (RPBC), em Cubatão, São Paulo, começaram a surgir as primeiras dificuldades com a distribuição, pois ainda não havia uma estrutura compatível para solução dos novos problemas. O Escritório Comercial de Petróleo - ECOPE - é que coordenava, na época, a atividade comercial da Empresa.

A ampliação da capacidade de refinação da PETROBRAS destinada a atender às necessidades do País exigia, no entanto, uma estrutura comercial efetiva capaz de dinamizar a atividade.

Em 21.12.62, a PETROBRAS foi expressamente autorizada pelo Conselho Nacional de Petróleo - CNP (Resolução 5/62) a fornecer derivados de petróleo a granel, diretamente para consumo de órgãos governamentais, autarquias e sociedades de economia mista. Foi nesse mesmo ano que a Companhia começou a fornecer à Marinha de Guerra Brasileira, ainda através do ECOPE, o óleo combustível especial para Marinha (Navy Special - EPM) produzido pela Refinaria Duque de Caxias, unidade recém-inaugurada, marcando assim o seu ingresso na atividade de distribuição de petróleo. Alguns consideram que o primeiro fornecimento comercial da PETROBRAS ocorreu de fato em 1959, com uma partida de asfalto da RPBC para o Departamento de Estradas de Rodagem do Paraná.

A partir desses eventos, resolveu o Conselho de Administração, em 17.5.63, que a Empresa deveria ingressar competitivamente na distribuição direta de derivados de petróleo tendo por ponto de apoio suas unidades e mediante convênio com outras entidades ou companhias especializadas.

Foi criado, então, o Escritório de Implantação das Atividades de Distribuição (EDIPE), com os serviços regionais do Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia, Porto Alegre e Belo Horizonte.

Procurava-se, assim, completar uma integração vertical comum a todas as empresas do gênero.

A receptividade entre as Forças Armadas, nas repartições públicas, autarquias e sociedades de economia mista fez com que fossem atingidos rapidamente, a níveis expressivos, os fornecimentos autorizados pelo CNP, o que levou aquele órgão (Resolução 7/63, de 5.9.63) a regulamentar a atividade da PETROBRAS como distribuidora de derivados de petróleo, em todo território nacional, quando se destinassem a consumo próprio de órgãos governamentais, autarquias e sociedades de economia mista.

Contudo, a Resolução 8/63, de 6.12.63, do CNP, é que se constituiu o mais formal, efetivo, amplo e completo título de autorização possível, para que a PETROBRAS pudesse exercer a atividade da distribuição de derivados de petróleo, em grosso, em todo território nacional, tendo em vista o incremento verificado no fornecimento aos órgãos governamentais pela Empresa e considerando, inclusive, essa responsabilidade da PETROBRAS como imperativo da defesa nacional. A partir daí, teve início a distribuição através dos postos de revenda, com a inauguração do primeiro posto da estatal em Brasília (Posto Motel).

Nos idos de 1964, a Empresa encontrava-se engajada na distribuição de combustíveis líquidos, em escala apreciável, nos fornecimentos a entidades públicas e, em escala modesta, mas rapidamente crescente, a clientes privados (revendedores e consumidores industriais); investimentos substanciais tinham sido feitos (como a Base de Ilhéus) ou estavam em curso (como a desapropriação de área ao lado da Refinaria Duque de Caxias, na compra de terreno em Brasília e na construção de bases em Betim-MG e Canoas-RS); as Forças Armadas se supriam, cada vez mais, da empresa, e as repartições públicas federais, estaduais e municipais eram suas clientes, na medida exata em que as condições de operação o permitiam; projetos de Lei eram apresentados no Congresso Nacional e nas Assembléias Legislativas Estaduais e Câmaras

Municipais, sendo alguns aprovados, determinando o abastecimento de órgãos da administração pública pela PETROBRAS, e os consumidores industriais e revendedores tomavam a iniciativa de buscar seus suprimentos na Companhia, pressionando-a a crescer.

Diante de tais circunstâncias, a Administração da PETROBRAS teve que examinar três alternativas para a adoção de uma política relativa à distribuição:

- retirada da PETROBRAS dessa atividade;
 - congelamento das atividades nos níveis já alcançados;
 - expansão com objetivos delimitados.

A primeira alternativa apresentava uma série de inconvenientes, pois significava abandonar um terreno já conquistado e perder os investimentos já concluídos ou em curso, considerando o lucro e a preferência da clientela pelo fornecimento da PETROBRAS. Parecia um passo injustificável perante à opinião pública.

Congelar a atividade nos níveis já alcançados seria antieconômico porque implicaria deixar improdutiva uma percentagem substancial dos investimentos. Além disso, não havia sido alcançada uma escala ótima de movimento, a partir da qual se atingiria a rentabilidade ao tornar os investimentos plenamente lucrativos. Havia, finalmente, a necessidade de ampliar a distribuição até certos limites, pois a composição inicial da clientela, com predominância de repartições públicas, exigia um capital de giro desproporcional ao volume de vendas, dada a necessidade de a PETROBRAS ter que suportar prazos de pagamentos mais longos.

Concluíram portanto os órgãos técnicos da PETROBRAS que a terceira alternativa era a única que atendia aos interesses da Empresa, tornando rentáveis os seus investimentos e lucrativa a sua atividade específica. Atender-se-ía assím aos reclamos dos clientes, incluíndo as Forças Armadas e as entidades civis, que honravam a Empresa com a sua preferência.

Não bastava porém crescer. Era preciso fazê-lo ordenada e disciplinadamente, entrosando a atividade de distribuição nos planos e programas gerais da Empresa, dentro dos princípios básicos de administração que foram implantados.

Com a departamentalização da PETROBRAS, o EDIPE foi absorvido pelo Departamento Comercial (DECOM) passando a constituir uma de suas divisões (DIDIST).

Foram então realizados minuciosos estudos que culminaram com a aprovação, pelo Conselho de Administração, em reunião de 1 de junho de 1965, das "Diretrizes para a Política Comercial de Distribuição da PETROBRAS", encaminhadas ao Conselho Nacional de Petróleo em 7 de junho de 1965.

Assim, a PETROBRAS, como distribuidora, deveria levar ao grande público a imagem de empresa como prestadora de bons serviços, firmando o seu conceito de excelência nesses serviços, na qualidade dos produtos e na eficiência da assistência técnica que deveria prestar.

A atividade da PETROBRAS na distribuição seria exercida em caráter estritamente competitivo em igualdade de condições com as demais empresas distribuidoras autorizadas pelo CNP a funcionar no País. Para tanto, deveria a PETROBRAS manter-se permanentemente informada da política de vendas das companhias congêneres, de modo a adotar as providências necessárias à sustentação da competição.

A PETROBRAS investiria nas atividades de distribuição apenas os recursos trazidos pela nova atividade, não se admitindo, portanto, que fossem desviados para a distribuição fundos gerados pelas áreas monopolizadas e a elas prioritariamente destinados.

Seriam dimensionados os recursos necessários para garantir a conquista e a manutenção de um mercado compatível com os investimentos realizados em Bases ou em outras instalações de armazenamento e movimentação, construir ou financiar a construção de postos de serviços e equipar consumidores industriais, entidades governamentais, empresas de transporte e postos revendedores.

A atuação da PETROBRAS nesse setor transcorreu de acordo com as diretrizes fixadas pelo Conselho de Administração, obediência às normas do CNP, especial preocupação de economicidade e produtividade, notável índice de rentabilidade, real proveito para a eficiência do abastecimento e beneficio efetivo para o consumidor, sem se constituir em gravame injusto para a sociedade nem em concorrência desleal às demais distribuidoras.

Ao invés de absorver recursos gerados pelos segmentos monopolizados da indústria do petróleo, a atividade de distribuição da PETROBRAS já começava a produzir saldos disponíveis, para investimento nos setores prioritários de pesquisa, lavra e refino.

Em 1968, ainda dentro do DECOM, foi criada a Superintendência de Distribuição (SUDIST), com uma estrutura mais aperfeiçoada e compatível com o crescimento alcançado.

Nessa época, já havia Distritos (órgãos regionais) praticamente em todo território nacional, cada um tendo uma área sob sua jurisdição, o que permitia à PETROBRAS atuar mais vigorosamente em postos de serviço e abastecimento e incrementar a diversificação de outros produtos como asfalto, solventes e parafinas.

A PETROBRAS, então, passou a entrar nos próprios territórios já ocupados pelas congêneres, mediante disputa empresarial, implantando sua bandeira de desenvolvimento nos mais diversos e distantes pontos

do Brasil. Para reforçar a imagem da Companhia nos postos de serviço, foi criada a figura do Petrolino.

Em 1971, havia 840 postos de serviço com a bandeira PETROBRAS, passando sua imagem a integrar os grandes planos urbanísticos e turísticos das principais cidades brasileiras, e um total de 1888 clientes consumidores, estimulando os governos federal, estaduais e municipais a se motivarem pelos objetivos da Empresa.



A CRIAÇÃO DA BR

A evolução da atividade, exercida inicialmente por um órgão específico de pequena projeção (EDIPE) e depois por uma Divisão (DIDIST) que, posteriormente, foi transformada em Superintendência (SUDIST), demonstrava a importância que a distribuição de derivados de petróleo vinha apresentando no conjunto das atividades desempenhadas pela Empresa, principalmente levando-se em consideração que a distribuição não se encontrava abrangida pelo monopólio estatal.

Este importante setor vinha-se desenvolvendo de tal modo que sua expansão assumia caráter irreversível e não se coadunava com a organização interna da Empresa. Prova disso era o crescente volume de vendas da atividade de distribuição, que, em 1971, atingia 7,2 milhões de metros cúbicos, quando a participação da PETROBRAS no mercado de combustíveis era de 21%.

A preocupação de se criar uma subsidiária de Distribuição remonta, praticamente, a 1965 antes mesmo da implantação da SUDIST, o que estabeleceu, desde então, uma verdadeira polêmica sobre o assunto envolvendo aspectos subjetivos e filosóficos. Todavia, um estudo profundo de viabilidade só teve início em 1969, quando o Conselho de Administração da "holding" determinou a constituição de um grupo de trabalho para tal finalidade. Além disso, a direção da Empresa autorizou os Superintendentes do DECOM e da SUDIST a visitarem países da Europa, os Estados Unidos, o México e a Venezuela com a missão específica de obter dados e informações sobre o

desenvolvimento da atividade. Apesar de tais iniciativas, o relatório sobre o assunto apresentou um resultado desfavorável à criação de subsidiária, tendo sido ressaltado desvantagens marcantes sob o ponto de vista financeiro e de natureza econômica. Não obstante, tendo recebido proposta fundamentada de criação da Subsidiária como instrumento hábil e eficaz para reorganizar e dinamizar este importante setor da Empresa, a Diretoria da Petrobras encaminhou-a, em 7.1.71, ao Conselho de Administração.

Em 29.1.71, o Conselho promovia a criação da subsidiária a qual apresentava, entre outras, as seguintes vantagens:

- a) autonomia administrativa, com maior celeridade de decisões na área comercial, que se mostrava altamente competitiva;
- b) política de pessoal mais condizente com a natureza da atividade, contando ainda a subsidiária com seus próprios órgãos de apoio administrativo voltados exclusivamente para os problemas de distribuição;
- c) melhor apropriação de custos e seu controle.

A constituição da subsidiária atenderia não só às necessidades de descentralização técnica e operacional de maior porte, tão necessárias na área de distribuição, como permitiria também a integração vertical preconizada no sistema "holding"- subsidiárias.

Como determinava a Lei 2004, artigo 39, e o artigo 17 do Estatuto da Petrobras, a criação da subsidiária foi submetida ao CNP, então presidido pelo General Araken de Oliveira, em oficio assinado pelo Presidente da PETROBRAS, Ernesto Geisel.

A constituição da nova Empresa foi autorizada pelo Plenário do CNP, em sessão ordinária de 20.7.71, que aprovou, também, seu estatuto.

Em 27.7.71, a Assembléia Geral Extraordinária de Acionistas da aprovou a constituição da PETROBRAS PETROBRAS DISTRIBUIDORA S.A., tendo por objeto a distribuição e comércio de produtos de petróleo e derivados, atividades correlatas e afins, sob a forma de regime jurídico de sociedade anônima, cujas ações com direito a voto pertenceriam, em sua maioria, à PETROBRAS, configurando-se assim a sociedade de economia mista, subsidiária da Petróleo Brasileiro S.A. com capital inicial de CR\$ 130.000,00. Em 8 de novembro, realizou-se a Assembléia Preliminar de Constituição para nomear os peritos que iriam avaliar os bens destinados a integralizar o capital e, finalmente, em 12 de novembro de 1971, a Assembléia de Constituição da PETROBRAS DISTRIBUIDORA S.A - BR, como também passou a ser conhecida.

Na ocasião foi lida a seguinte mensagem de congratulações do Ministro de Minas e Energia:

"Prezado General Geisel

Na oportunidade em que se concretiza a fundação da subsidiária de distribuição, dentro do programa de descentralização administrativa do governo, desejo manifestar, por seu intermédio, a satisfação e a confiança no futuro da nova empresa, cuja administração, estou certo, saberá, através da eficiência e da qualidade do serviço, conquistar para a PETROBRAS lugar de destaque no competitivo mercado dos derivados de petróleo. Cordiais Saudações".

Antônio Dias Leite

O Presidente Geisel também se manifestou:

"Desejo, nesta oportunidade, destacar a minha satisfação pessoal e acredito que interpreto, também, o ponto de vista do Conselho de Administração da Empresa, de regozijo, pelo evento que hoje se processa.

Depois de longos meses de trabalhos, de organização e de estudos, chegamos ao fim de uma fase do nosso programa no setor de distribuição, que é a constiuição desta nova Empresa.

Antevejo, de um lado, uma grande soma de trabalhos por realizar, de esforços, de lutas, de dificuldades a vencer, mas, antevejo também êxito progressivo neste setor de atividades da nossa Empresa. Estou certo de que os Diretores da Distribuidora, os demais integrantes desta Empresa, sobretudo o seu quadro de pessoal, saberão com tenacidade e dedicação, levar esta Empresa ao resultado que todos nós almejamos.

Congratulo-me com todos aqui presentes por êste fato, certo de que estamos trabalhando para o nosso Pais,"

Ernesto Geisel

EVOLUÇÃO DA IMAGEM

O símbolo BR (de Brasil e de PETROBRAS), escolhido para representar a imagem visual da PETROBRAS DISTRIBUIDORA S.A., foi criado pelo "designer" Aloísio Magalhães, responsável, entre outros trabalhos, pelo desenho das primeiras cédulas monetárias brasileiras e do símbolo do Banco do Brasil. O símbolo da PETROBRAS DISTRIBUIDORA - BR difundiu-se de forma pioneira e impactante junto ao público, em uma comunicação visual integrada da Companhia, cujos efeitos se refletiram na melhor identificação dos postos de serviços.

Para se ter uma idéia da popularidade do símbolo BR no Rio de Janeiro, só 4% dos entrevistados em pesquisa encomendada pela PETROBRAS afirmaram não conhecê-lo, contra 53% que desconheciam o hexágono-losango então utilizado por todas as empresas do Sistema PETROBRAS. Outro aspecto abordado pela pesquisa foi a identificação da empresa: a marca BR é mais identificada como PETROBRAS do que o losango. Ainda no aspecto associação, o público associa a marca BR a uma idéia de patriotismo, nação e governo brasileiro. As cores verde e amarela foram citadas por cerca de 60% da população de cada cidade como o ponto mais chamativo.

Por essas razões, a Direção da PETROBRAS resolveu aprovar o novo Manual de Identidade Visual da Companhia, em 1994, adotando o símbolo pelo qual a PETROBRAS é mais conhecida pelo grande público: o símbolo verde - e - amarelo da BR.

DESENVOLVIMENTO DA BR

A nova subsidiária da PETROBRAS deu ainda mais impulso às atividades de distribuição, caracterizando, em pouco tempo, sua presença no setor, apresentando melhores serviços aos seus usuários; treinando as equipes dos postos para aprimorar o atendimento; implantando novos Distritos (Belém e Manaus) e Bases de Provimento; instalando novos postos com projetos padronizados, estéticos e de alta funcionalidade; realizando convênios com estados e municípios para fornecimento de asfalto e para incremento do turismo; instalando rede de postos em rodovias.

Combustíveis de Aviação

Em 1972, a BR começou a fornecer combustíveis de aviação, abrangendo primeiramente as aeronaves militares da Marinha e da Força Aérea Brasileira (Mirage e Phanton), nos Depósitos de Anápolis - GO e do Galeão - RJ, e, posteriormente, aeronaves civis, em todos os aeroportos nacionais.

Lubrificantes

Em 1973, a Companhia começou a comercializar a linha de lubrificantes produzidos pela Planta de Lubrificantes Acabados da PETROBRAS para satisfazer às necessidades do mercado, pelos

postos de serviços, garagens, distribuidores e consumidores industriais, frotas de transporte, linhas de navegação, órgãos governamentais, etc.

Surge, então, a marca LUBRAX, carro-chefe de uma vasta linha de óleos lubrificantes, conhecida hoje em todo o País.

Em 4.8.76, o Conselho de Administração da PETROBRAS decidiu transferir para a BR a responsabilidade pela operação da Planta de Lubrificantes Acabados, localizada na área adjacente à Refinaria Duque de Caxias, em terreno de propriedade da empresa. Lá também se situavam a Unidade de Acondicionamento de Parafina, o Parque de Tanques e a Estação de Carregamento, além da Planta de Secagem de Óleos para Transformador e da Balança para pesagem dos diversos produtos envolvidos, as duas últimas ainda em fase de construção naquela época.

Tal decisão levou em consideração que aquelas instalações foram concebidas com a finalidade de se dispor, em um só local, das facilidades necessárias às atividades referentes à produção de óleos lubrificantes acabados (mistura e envasamento) e parafina (entabletamento), propiciando operação e administração do conjunto, de forma integrada e sob única responsabilidade, que certamente poderia ser atribuída à subsidiária de Distribuição, como, aliás, costuma ocorrer em grandes companhias internacionais de petróleo.

No Brasil, mesmo as demais Plantas de Mistura de Lubrificantes existentes eram pertencentes e operadas pelas Companhias Distribuidoras de Derivados de Petróleo.

A linha de lubrificantes da BR passou a atender a veículos de passeio e utilitários, veículos de transporte coletivo e de carga, equipamentos de terraplanagem, motores diesel de locomotivas, motores diesel marítimos de grande porte, motores diesel em uso na Marinha de Guerra e aeronaves civis e militares.

Os óleos lubrificantes da BR conquistaram gradativamente a preferência dos consumidores, tendo em vista seu mais alto grau de qualidade, testado sob as mais rígidas especificações, inclusive militares, e nos laboratórios de inúmeros fabricantes de equipamentos mundialmente conhecidos, dentro de um processo permanente de desafio que os avanços da moderna tecnologia exigem.

São os óleos e graxas da BR vencendo nas fábricas, nos terminais marítimos de petróleo, em navios de longo curso e cabotagem da Frota Nacional de Petroleiros, nas estradas de ferro, na aviação comercial e nas unidades industriais.

A Gerência Industrial, em Duque de Caxias, produz hoje uma linha completa de óleos lubrificantes, dentre os quais se destaca o LUBRAX SUPRA SJ, óleo lubrificante de última geração da BR, lançamento pioneiro da Companhia no mundo.

Subsidiárias e Coligadas

Em 25.10.73, o Conselho de Administração da PETROBRAS homologou decisão da Diretoria da BR de adquirir o controle das ações da PETROMINAS - Companhia Nacional de Petróleo. Em decorrência, aquela Empresa passou a integrar o sistema PETROBRAS na qualidade de subsidiária da Petrobras Distribuidora S.A.

No início de 1977, a Diretoria promoveu a extinção da PETROMINAS, incorporando seus bens e direitos à BR. Tal decisão permitiu a ampliação da rede de postos revendedores, com a mudança de bandeira de 806 postos.

Na Área do Gás, a BR se associou aos Governos Estaduais para criação das seguintes Companhias coligadas:

- Gás de Alagoas S.A. ALGAS
- Companhia de Gás da Bahia BAHIAGAS
- Companhia de Gás do Ceará CEGAS
- Companhia Pernambucana de Gás COPERGAS
- Empresa Sergipana de Gás EMSERGAS
- Companhia Paraibana de Gás PBGAS
- Companhia Potiguar de Gás POTIGAS
- Companhia de Gás Santa Catarina SCGAS
- Companhia de Gás do Rio Grande do Sul SULGAS
- Companhia de Distribuição de Gás do Rio de Janeiro RIOGAS
- Companhia Paranaense de Gás COMPAGAS

A BR possuiu ainda outra subsidiária: a PETRASA - Participação em Empreendimentos e Transportes S.A., criada em 1974, com o objetivo de estudar, planejar e promover empreendimentos comerciais e industriais ligados ao transporte e participação nestes empreendimentos como sócia, cotista ou acionista. A PETRASA, no entanto, foi extinta em 1990.

As empresas em que a PETRASA participava do capital, e que hoje continuam na condição de coligada, são: Companhia de Navegação da Amazônia, Transultra, Liderbrás, Cemape, Dalçóquio, Itaipava, Petrotec (em extinção) e Constelação.

Álcool

As reservas mundiais de petróleo não são inesgotáveis. Cada vez mais escassa e a preços flutuantes, a principal fonte energética do mundo precisa de um substituto à altura. Assim é compreensível que os países do mundo inteiro desenvolvam pesquisas na busca de outras fontes energéticas e adotem medidas para a racionalização de consumo dos derivados de petróleo.

No Brasil, a política energética passou a ser peça decisiva da estratégia nacional em especial a partir das conhecidas "crises do petróleo", ocorridas em 1974 e 1979.

A substituição do petróleo por outras fontes de energia passou a se constituir ação prioritária do Governo Federal, na qual se inclui a utilização do álcool como combustível.

Com a necessidade de aumentar, em larga escala, a produção nacional de álcool carburante como fonte alternativa de combustível, a PETROBRAS, em 1976, atendendo ao apelo do Governo Federal, decidiu construir, no cerrado mineiro, uma usina (projetada pelo Instituto Nacional de Tecnologia-INT), em escala industrial, para a produção de álcool a partir da mandioca, na localidade de Mato da Lagoa, na cidade de Curvelo-MG.

Com vistas à operação da Usina de Álcool de Curvelo foram analisadas várias alternativas, resultando como a mais conveniente atribuir-se à PETROBRAS DISTRIBUIDORA a operação da Usina, em nome e por conta da PETROBRAS. Assim, a partir de 1977, a BR assumiu todos os encargos de operação da Usina de Álcool de Curvelo, com seu próprio pessoal. Em 1983, contudo, a PETROBRAS resolveu desativar a produção de álcool anidro na unidade industrial de Curvelo, cessando em conseqüência a participação da BR no projeto.

Por decisão do CNP a distribuição do álcool ficou também a cargo das companhias distribuidoras de petróleo, cabendo entretanto à BR iniciá-la em 4.5.79, consolidando mais uma atitude pioneira, ao instalar nos postos de gasolina do Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Recife e Maceió, bombas para distribuição de álcool hidratado.

Essa era a primeira resposta brasileira para a crise mundial de petróleo e o início de uma nova fase na história da distribuição brasileira.

A BR também participou do capital social da Empresa Brasileira de Álcool (BRASALCOOL), cujo objetivo era estimular e promover a expansão da produção de álcool para fins energéticos e industriais no País. Esta participação durou de 1982 até 1992, ano em que a dissolução da sociedade foi aprovada pelos acionistas.

Gás Natural

Em 1984, a BR iniciou a distribuição de gás natural, cada vez mais utilizado como combustível, em substituição aos derivados de petróleo. O gás natural que substitui o óleo diesel nos motores automotivos é chamado de combustível ecológico, em virtude da baixa emissão de poluentes nas descargas dos veículos. A BR foi a primeira Companhia a comercializá-lo instalando, em diversas cidades brasileiras, bases e postos para abastecimento de caminhões de transporte de cargas e ônibus urbanos. No Setor Industrial o gás natural substitui o óleo combustível e o GLP (gás liquefeito de petróleo), este último importado em larga escala.

Unidades de Negócios

Em 1991, a BR deu início a um projeto de reestruturação criando as Unidades de Negócios (UNEG), para que cada área pudesse gerenciar seu negócio com mais autonomia possibilitando apuração individual de custos e resultados e contando com o suporte das áreas corporativas. Cada UNEG atua em um setor específico, buscando dessa forma prestar atendimento diferenciado conforme as necessidades específicas de seus clientes, a saber:

model.	CASE OF SHIP OF SHIP	- A W
4	utom	W1 # # 17 W
-	66.6U///6	UBBYU

Revende os produtos adquiridos da BR aos clientes finais (usuários):

- · Postos de Serviços;
- Atacadistas de lubrificantes;
- Supertrocas.
- Concessionárias
- Supermercados

Os principais produtos comercializados neste segmento são a gasolina comum, gasolina aditivada, gasolina Premium, álcool hidratado, óleo diesel e lubrificantes. Incluem-se também as lojas de conveniência BR Mania e BR Mix, os Lubrax Center e o projeto Siga-Bem. A UNEG que atende a este segmento é a Gerência de Automotivos (GAT).

Grandes Consumidores

Agrupa as grandes empresas que consomem diretamente os produtos comprados da BR:

- Industriais (Siderúrgica; Cimenteira; Química e Petroquímica; Bebidas; Papel e Celulose, Montadoras, etc);
- Transportadoras (Rodoviário, Ferroviário e Fluvial);
- Empreiteiras (Construção Civil e Obras Públicas);
- Governamentais (Administração Direta: Federal, Estadual e Municipal);
- Transportadores Revendedores Retalhistas (TRR).
- Mineradoras
- Agropecuárias

Os principais produtos aqui comercializados são os óleos combustíveis, lubrificantes industriais, óleos isolantes, óleo diesel, combustíveis automotivos e produtos para pavimentação.

A BR, como lider de mercado e tradicional parceira dos grupos empresariais de expressão nacional e internacional, tem participado de empreendimentos pioneíros e estratégicos, como a construção das hidrelétricas de Itaipu e Tucurui, e os megaprojetos, como a Alunorte, a Ferrovia Ferronorte (escoamento da safra de soja da região Centro-Oeste), a duplicação da Rodovia Fernão Dias, a modernização da Rodovia Presidente Dutra e a construção da Linha Verde, que liga Salvador a Aracaju.

A BR consolidou sua liderança no segmento de pavimentação e construção civil, em 1995, quando passou a ter produção própria de emulsões asfálticas impermeabilizantes com tecnologia de ponta, de seis fábricas situadas nos estados do Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Mato Grosso.

A UNEG que atende a este segmento é a Gerência de Grandes Consumidores (GGC).

Aviaçã	0			

É o segmento relativo ao mercado aeronáutico.

- Companhias aéreas estrangeiras;
- Companhias aéreas nacionais;
- Companhias aéreas regionais;
- Aviação executiva e de terceiro nível (táxi aéreo, aeroclubes, etc)
- Governo e Forças Armadas;
- Aeronaves particulares.

Neste segmento, os principais produtos comercializados são o querosene, a gasolina e os lubrificantes de aviação. A UNEG que o atende é a Gerência de Produtos de Aviação (GPA), que coordena as diversas Centrais de Produtos de Aviação nos aeroportos do País.

Produtos Especiais

É um segmento que agrupa empresas que consomem solventes, parafinas, enxofre e produtos químicos. Dele faz parte, além dos clientes diretos, a Petróleo Brasileiro S.A., que também consome produtos químicos has áreas de exploração e produção, e para quem foram implementadas "SUPPLY-HOUSES":

- Indústrias de tintas e vernizes, redutores e solventes;
- Indústrias alimentícias;
- Usinas de açúcar;
- Indústrias de borracha;
- Fábricas de velas;
- Indústrias de fibras vegetais.

A UNEG que atende ao segmento é a Gerência de Produtos Especiais (GPE)

Gás			

Consome gás natural, tendo alto potencial de crescimento, com mercados para uso veicular, industrial e doméstico:

- Indústrias em geral
- Empresas de transporte rodoviário e urbano
- Frotas de veículos

O gás veicular é comercializado nos postos de serviço e atende principalmente aos táxis, enquanto que, para o gás canalizado, a BR se associou e continua buscando associações com as Companhias Estaduais. A UNEG que o atende é a Gerência de Gás (GGS).

Mercado Internacional

É o segmento no qual a BR busca novas oportunidades de negócio com a finalidade de expandir as exportações, principalmente de lubrificantes e graxas, identificar e explorar nichos de mercado e avaliar oportunidades para instalação de rede de postos de serviços e de outros negócios de interesse, no âmbito da atividade da BR. A UNEG que o atende é a Gerência de Mercado Internacional (GMI).



Dados Gerais - 1996

Bases	95
Próprias	49
• Pool	15
Terceiros	
Centros Coletores de Álcool	6
Aeroportos	120
Operação Direta	10
Operações em Terceiros	110
Postos de Compressão e Abastecimento de Gás Natural Veicular	15
Bases, Depósitos, Armazéns e Terminais de Lubrificantes	31
Depósitos de Produtos Especiais	5

Nº DE CI	JENTES DA BR
Grandes Consumidores	10.648
Postos de Revenda	7.220

FINANCEIROS	(R\$ Milhões)
Faturamento Bruto de Produtos e Serviços	8.843,2
Lucro Líquido	138,7
Investimentos	52,1
Patrimônio Líquido	1.158,7

Nº DE EMPREGADOS		
Nível Superior	504	
ouperior	304	
Nível Médio	3.111	

Companhias	Volume (m3)	Participação (%		
BR	26.986.112	34,30		
ESSO	7.268.419	9,24		
SHELL	15.521.488	19,73		
TEXACO	7.747.928	9,85		
IPIRANGA	12.772.300	16,24		
SABBA	854.520	1,09		
SÃO PAULO	1.256.933	1,60		
DEMAIS	6.258.045	7,95		
MERCADO	78,665,745	100,00		

A CHAVE DO SUCESSO

Vencendo desafíos e colecionando títulos e prêmios, a BR tem muitos motivos de orgulho:

- "Maior e Melhor Empresa", eleita pela Revista Exame por 10 anos (1976 a 1979, 1985 a 1987 e 1989 a 1991).
- "Melhor Distribuidora", concedido pelo segmento TRR -Transportador Revendedor Retalhista, cinco vezes consecutivas, de 1992 a 1996.
- "O Posto mais Bonito do Brasil", conquistado no IV Concurso da Revista Posto de Observação com o Centro Automotivo Pompéia (SP), em 1994.
- "Garantia de Qualidade de Fornecimento", como a Melhor Distribuidora, recebido da Dow Química, em 1994 e da Ford do Brasil, em 1995.
- "Top de Ecologia 95", concedido ao Posto Ecológico de Campos do Jordão pela ADVB - Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil.
- "Fornecedor Especial pelo Atendimento Fiel", da Nissin Ajinomoto, em 1996.
- "Excelência Empresarial 1996", prêmio da Fundação Getúlio Vargas.

- "Top de Marketing 96", da ADVB, pelo Projeto SIGA BEM, em 1996.
- "Selo Rio ComDesign", outorgado pela Prefeitura do Rio de Janeiro, em 1996, pelo Projeto BR-2000 (Ilhas de Atendimento).
- "IV Prêmio IAB-MG de Gentileza Urbana", do Instituto de Arquitetos do Brasil, de Minas Gerais, pela reforma da Praça Marechal Floriano Peixoto, em Belo Horizonte, em 1996.
- Diploma de reconhecimento pela contribuição para elevação dos padrões de qualidade no Brasil, comemorativo da milésima certificação ISO 9000, concedido pelo Ministério da Indústria Comércio e Turismo e pelo Inmetro, em 1996, assinado pelo Presidente Fernando Henrique Cardoso e a então Ministra Dorothea Werneck

Nenhum, entretanto, é maior do que ser a única distribuidora presente em todo o território nacional. A BR fechou o ano de 1996 com mais de 34% do mercado, e é exatamente nas regiões mais longínquas, nos lugares mais inóspitos e mais carentes que sua participação cresce mais ainda; é assim no Norte (54%), no Nordeste (50%) e no Centro-Oeste (37%).

Atenta às necessidades e exigências crescentes de qualidade e diversificação do mercado, em nível interno e externo, a Petrobras Distribuidora tem-se destacado, também, pela introdução pioneira de serviços e conceitos inovadores, tais como:

- Siga-Bem, de orientação ao caminhoneiro para economia de diesel implantado em mais de 55 postos rodoviários em 17 estados do Brasil.
- Lubrax-Center, centro avançado de lubrificação.

- BR Mania, rede de lojas de conveniências.
- BR Mix, versão simplificada das lojas BR Mania.
- BR 2000, novo design das ilhas de atendimento dos Postos Petrobras e novo padrão de serviços.
- Postos Ecológicos, atestado maior da preocupação da Companhia com o meio ambiente.
- "De Olho no Combustível", programa de controle de qualidade dos combustíveis vendidos nos postos da rede em parceria com a Petrobras.
- Projeto Atendimento, visando a um melhor atendimento dos clientes dos postos Petrobras.
- "BR CASH", sistema de automação dos postos da rede
- PATE Programa de Atendimento ao Trabalhador na Estrada, em parceria com o SEST/SENAT, para atendimento médico e odontológico aos caminhoneiros.

Qualidade é palavra de ordem hoje na BR, que estabeleceu como projeto estratégico a certificação dos seus processos-chave pelas Normas ISO-9000. O atendimento aos requisitos preconizados nessas Normas é uma exigência cada vez maior dos clientes, e a apresentação do Certificado ISO-9000 se mostra como fator decisivo na penetração e na permanência das empresas nos mercados nacional e internacional.

Já obtiveram certificação a Fábrica de Lubrificantes, as Bases de Maceió e de Vitória, os Terminais de Londrina (única unidade totalmente certificada), Guarulhos, Barueri e Brasília e a Central de Produtos de Aviação do Rio de Janeiro.

A BR cresceu e se firmou como empresa competitiva e eficiente, dentro de um mercado altamente agressivo. Esta eficiência possibilitou a assinatura de seu contrato de gestão em 13 de dezembro de 1994, conforme o Programa de Gestão das Estatais instituído pelo Decreto 137, de 27.5.91. Por esse contrato, será possível, no futuro, usufruir de maior autonomia gerencial, com o compromisso de oferecer resultados compatíveis com o mercado, avaliados através de metas e indicadores negociados com a PETROBRAS e o Governo, por intermédio do Ministério de Minas e Energia.

São ações deste tipo que propiciam, pelo seu conjunto, os ganhos de produtividade indispensáveis à sobrevivência das empresas neste final de século. O delineamento dos processos de trabalho, a elaboração dos seus procedimentos e o treinamento dos empregados garantem a preservação do know-how das organizações, seu aprimoramento e a capacitação dos empregados para o desempenho de suas atribuições com qualidade e foco no cliente.

A bem sucedida trajetória da Petrobras Distribuidora, jovem empresa que, há 23 anos - praticamente desde sua criação -, mantémse na liderança do mercado de distribuição de derivados de petróleo no País, não seria possível sem a colaboração da equipe de empregados da Companhia. Sua competência e dedicação estão no cerne do sucesso da BR, que é grande porque, antes de mais nada, nela acreditam os que nela trabalham. Eis a chave do sucesso.

