

Proposta de Atuação para o INAGAS na Audiência Pública do Programa Gás do Povo

Foco: Recomendações, Diretrizes e Proposta de Engajamento das Distribuidoras **Data:** 10 de novembro de 2025

1. Sumário da Proposta

Este documento apresenta uma análise focada no Programa Gás do Povo, com o objetivo de estruturar a fala do INAGAS na audiência pública. A proposta central é posicionar o Instituto como um agente técnico, proativo e de consenso, que não apenas apoia a estrutura do programa, mas também propõe seu aprimoramento.

A principal inovação desta proposta é a sugestão de **maior envolvimento das grandes distribuidoras (as "companhias engarrafadoras")**, que, apesar de serem o elo executivo crucial do programa, têm uma participação relativamente passiva. A sugestão é que elas assumam uma **contrapartida socioambiental mensurável**, transformando o Gás do Povo em um programa com metas de sustentabilidade (ESG), sem a necessidade de renegociar preços, um ponto sensível e de difícil avanço.

Calculamos que a logística do programa (Escopo 3) será responsável pela emissão de aproximadamente **665.000 toneladas de CO2 por ano**. Propomos que as distribuidoras se comprometam com uma **meta de redução de 20% dessas emissões em 5 anos**, o que equivaleria a tirar mais de 66.000 carros de circulação anualmente. Essa contrapartida pode ser alcançada através da otimização de rotas, uso de biocombustíveis e outras iniciativas de logística verde.

2. O Papel Estratégico das Revendas no Programa

É fundamental reconhecer e enfatizar o papel central que as revendas, desempenham na execução do Gás do Povo. Elas não são meros fornecedores, mas o **braço executivo e financeiro** que viabiliza a operação na ponta.

- **Agente Financiador da Operação:** A distribuidora compra o GLP da Petrobras, o transporta, engarrafa e o distribui para a revenda. A revenda, por sua vez, entrega o botijão ao beneficiário e só então a distribuidora é reembolsada pelo Governo. Na prática, **a distribuidora financia o capital de giro de toda a cadeia do programa**, assumindo o risco e o custo do tempo entre o investimento na compra do produto e o recebimento do governo.
- **Garantidor do Estoque:** São as distribuidoras que devem gerenciar seus estoques para atender tanto o mercado convencional quanto a demanda adicional de mais de **80**

milhões de botijões/ano do programa, garantindo a segurança do abastecimento.

- **Executor Logístico:** Toda a complexa malha logística, que já é um diferencial do setor, é operada e gerenciada por elas para garantir que o produto chegue aos 5.570 municípios.

Dado este papel crucial, a sua participação não pode ser apenas passiva. Elas devem ser chamadas a colaborar ativamente na sustentabilidade e no sucesso de longo prazo do programa.

3. Proposta de Contrapartida Ambiental para as Distribuidoras

Em vez de reabrir a complexa discussão sobre preços, propomos uma abordagem inovadora: vincular a participação das grandes distribuidoras no programa a compromissos de sustentabilidade (ESG), focando na redução da pegada de carbono da operação.

3.1. Dimensionamento das Emissões (Escopo 3)

Com base nos dados do programa e em fatores de emissão internacionais, projetamos o impacto ambiental da logística de distribuição (transporte da base de engarrafamento até a revenda):

Métrica	Valor Anual
Volume de GLP do Programa	1.047.800 toneladas
Total de Botijões/Ano	80.600.000 unidades
Emissões de Transporte (Escopo 3)	~665.000 toneladas de CO2
Equivalência	~332.500 carros de passeio
Compensação Necessária	~33,2 milhões de árvores

Esses números dão a dimensão do impacto e, mais importante, da oportunidade de mitigação.

3.2. O Compromisso "Gás do Povo - Carbono Zero"

A proposta é que o INAGAS sugira a criação de um compromisso voluntário, a ser liderado pelas quatro maiores distribuidoras, com as seguintes diretrizes:

Meta Principal:

Reduzir em 20% as emissões de CO2 (Escopo 3) da logística do Programa Gás do Povo nos próximos 5 anos.

- **Impacto da Meta:** Uma redução de **133.000 toneladas de CO2 por ano**, o equivalente a retirar **66.500 carros** das ruas anualmente.

Como Alcançar a Meta (Ações Sugeridas para as Distribuidoras):

1. **Otimização de Rotas e Logística Reversa:** Utilizar software de roteirização para minimizar as distâncias percorridas e otimizar a logística reversa dos botijões vazios, reduzindo viagens ociosas. (Potencial de redução: 10-15%).
2. **Renovação da Frota com Biocombustíveis:** Estabelecer um plano para aumentar o uso de biocombustíveis (como HVO ou Etanol) na frota de caminhões dedicada à distribuição. (Potencial de redução: até 30%).
3. **Projetos de Compensação (Insetting):** Investir em projetos de reflorestamento e conservação ambiental em biomas brasileiros, especialmente nas regiões onde a logística é mais desafiadora (como a Amazônia), para neutralizar as emissões residuais. A meta de redução de 20% exigiria o plantio de aproximadamente **6,6 milhões de árvores**.
4. **Relatórios de Sustentabilidade:** Publicar relatórios anuais de progresso, auditados por terceira parte, detalhando as emissões e as ações de redução, dando transparência ao compromisso.

3.3. Vantagens desta Abordagem

- **Não mexe no Preço:** Evita o ponto mais sensível da negociação, tornando a proposta mais palatável.
- **Ganhos de Imagem (ESG):** As distribuidoras associam suas marcas a um programa social de enorme visibilidade e a uma agenda ambiental positiva, valorizando suas ações e reputação.
- **Eficiência Operacional:** Muitas das ações de redução de emissões (como otimização de rotas) também geram redução de custos operacionais.
- **Alinhamento com o Governo:** Posiciona o setor como parceiro do Governo não apenas na execução, mas na construção de um programa que é referência em impacto social e ambiental.
- **Protagonismo para o INAGAS:** Coloca o Instituto no centro de uma proposta moderna, construtiva e alinhada às melhores práticas globais.

4. Recomendações e Diretrizes para a Audiência Pública

Com base nesta análise, sugerimos a seguinte estrutura de argumentação para o INAGAS:

1. Saudação e Posicionamento:

- Apresentar o INAGAS como um novo instituto técnico e de apoio ao setor.
- Manifestar **apoio irrestrito** aos objetivos sociais do Programa Gás do Povo, reconhecendo sua importância para 50 milhões de brasileiros.

2. Validação Técnica do Modelo:

- Elogiar a estrutura do programa, especialmente o **direcionamento via CadÚnico** e o modelo de **voucher**, que garantem eficiência e evitam desvios.
- **Defender enfaticamente a diferenciação regional de preços**, explicando de forma didática que se trata de um mecanismo de **equidade real** (garantir o acesso de todos) e não de um tratamento desigual. Usar o exemplo da diferença de custos entre a Região Norte e a Região Sudeste.

3. Apresentação da Proposta de Engajamento e Contrapartida:

- Reconhecer o papel crucial das distribuidoras como o motor executivo e financeiro do programa.
- Argumentar que, dada essa importância, elas podem e devem ter um papel mais ativo.
- Apresentar a ideia de uma **contrapartida ambiental voluntária**, desvinculada da discussão de preços.
- Dimensionar o impacto: *"O programa movimentará mais de 1 milhão de toneladas de GLP por ano. A logística para que isso aconteça emite cerca de 665.000 toneladas de CO2. Propomos que o setor, liderado pelas grandes distribuidoras, assuma o compromisso de transformar o Gás do Povo no maior programa social de carbono otimizado do mundo."*
- Sugerir a meta de **redução de 20% em 5 anos** e as ações para alcançá-la.

4. Diretrizes para Superar Resistências:

- **Contra o argumento da "injustiça" entre estados:** Esclarecer que o benefício é o mesmo para todos (gás gratuito) e que o valor de referência apenas cobre o custo real de levar esse benefício a cada local.
- **Contra a resistência das distribuidoras em assumir mais um compromisso:** Argumentar que esta é uma oportunidade de liderança, de ganhos de imagem (ESG) e de eficiência operacional, além de ser uma forma de fortalecer a parceria com o Governo, que é o grande financiador do programa.
- **Contra o argumento de que "isso complica o programa":** Posicionar a proposta como um "módulo adicional" de sustentabilidade, que pode ser implementado em paralelo, sem alterar a estrutura principal já definida pelo decreto.

5. Encerramento e Chamado à Colaboração:

- Reafirmar o compromisso do INAGAS em ser um facilitador técnico.
- Convidar o Governo e as distribuidoras a criarem um grupo de trabalho, com a participação do INAGAS, para detalhar e implementar a proposta do compromisso ambiental.
- Finalizar posicionando o INAGAS como um parceiro estratégico para o sucesso e a evolução do Programa Gás do Povo.

5. Lista Consolidada de Recomendações para o INAGAS

Esta seção apresenta uma lista estruturada de recomendações práticas para a atuação do INAGAS, organizadas por objetivo estratégico.

5.1. Recomendações de Posicionamento Institucional

Objetivo: Consolidar o INAGAS como agente técnico, neutro e de consenso no setor.

1. **Evitar Polarização Política:** Manter discurso estritamente técnico, evitando qualquer viés político-partidário. O foco deve ser sempre na eficiência, na sustentabilidade e no benefício social.
2. **Linguagem Acessível:** Traduzir conceitos técnicos (como "valor de referência", "Escopo 3", "regressividade") em linguagem simples e didática para facilitar o entendimento de todos os stakeholders.
3. **Postura de Facilitador:** Posicionar-se como uma ponte entre Governo, distribuidoras e revendas, não como um defensor de um único grupo de interesse.
4. **Oferecer Colaboração Concreta:** Não apenas apoiar ou criticar, mas oferecer serviços específicos (monitoramento, comunicação, mediação).

5.2. Recomendações para Defesa do Modelo do Programa

Objetivo: Validar tecnicamente a estrutura do Gás do Povo e neutralizar críticas infundadas.

1. **Defender a Diferenciação Regional com Dados:** Usar exemplos concretos de custos logísticos (ex: Acre vs. Pernambuco) para demonstrar que a variação de preços é justa e necessária.
2. **Comparar com Benchmarks Internacionais:** Citar os casos da Indonésia (regressividade do subsídio universal) e da Índia (sucesso do direcionamento) para validar o modelo brasileiro.
3. **Esclarecer "Valor de Referência" vs. "Benefício":** Criar material visual (infográfico) mostrando que o beneficiário sempre paga zero, independente do estado.

4. **Enfatizar a Equidade Real:** Argumentar que "igualdade de valores" seria injusta na prática, pois excluiria regiões remotas. O que importa é a "igualdade de acesso".

5.3. Recomendações para Engajamento das Distribuidoras

Objetivo: Transformar as distribuidoras de agentes passivos em parceiros ativos do programa.

1. **Reconhecer Publicamente o Papel Crucial:** Iniciar a proposta reconhecendo que as distribuidoras são o motor executivo e financeiro, não meros fornecedores.
2. **Propor Contrapartida Ambiental, Não de Preço:** Evitar a discussão sensível de preços e focar em compromissos de sustentabilidade (ESG).
3. **Quantificar o Impacto Ambiental:** Apresentar os números de emissões (665.000 ton CO2/ano) para dar concretude à proposta.
4. **Sugerir Meta Realista e Mensurável:** Propor redução de 20% em 5 anos, com ações específicas (otimização de rotas, biocombustíveis, compensação).
5. **Enfatizar os Ganhos para as Distribuidoras:** Destacar que o compromisso ambiental gera ganhos de imagem (ESG), eficiência operacional e fortalecimento da relação com o Governo.
6. **Criar um "Selo Gás do Povo - Carbono Otimizado":** Propor que as distribuidoras que aderirem ao compromisso recebam um selo de reconhecimento, valorizando sua marca.

5.4. Recomendações para Superar Resistências Específicas

Objetivo: Antecipar e neutralizar objeções ao programa e à proposta de contrapartida ambiental.

Resistência 1: "Os valores de referência são injustos entre estados" 15. **Resposta:** Explicar que não se trata de "benefício diferente", mas de "custo de entrega diferente". Usar analogia: "Um produto na Amazon custa o mesmo para o consumidor, mas o frete para o vendedor varia conforme a distância." 16. **Reforço:** Mostrar que, sem diferenciação, o programa seria inviável em regiões remotas, criando uma injustiça real (exclusão de acesso).

Resistência 2: "As distribuidoras já fazem sua parte, por que mais uma exigência?" 17. **Resposta:** Posicionar a contrapartida ambiental como uma **oportunidade**, não uma obrigação. É uma forma de as distribuidoras liderarem uma agenda positiva e se diferenciarem no mercado. 18. **Reforço:** Argumentar que grandes empresas globais já adotam metas de Escopo 3, e que o setor de GLP brasileiro pode ser pioneiro em um programa social com pegada de carbono otimizada.

Resistência 3: "Isso vai complicar e atrasar o programa" 19. **Resposta:** Esclarecer que a proposta de contrapartida ambiental é um **módulo adicional**, que pode ser implementado em paralelo, sem alterar o decreto ou a operação já definida. 20. **Reforço:** Sugerir a criação de um grupo de trabalho específico para detalhar a proposta, sem bloquear o início da operação do programa em novembro de 2025.

Resistência 4: "O INAGAS é muito novo, não tem legitimidade para propor isso" 21.

Resposta: Posicionar a proposta como uma contribuição técnica, baseada em dados e em melhores práticas internacionais, não como uma imposição. 22. **Reforço:** Oferecer a colaboração do INAGAS na implementação, demonstrando que o Instituto quer trabalhar junto, não ditar regras.

5.5. Recomendações para Comunicação e Advocacy

Objetivo: Ampliar o alcance da mensagem do INAGAS e educar o público sobre o programa.

1. **Criar Material Educativo:** Desenvolver infográficos, vídeos curtos e FAQs explicando o funcionamento do programa e a lógica da diferenciação de preços.
2. **Engajar a Imprensa:** Oferecer entrevistas e notas técnicas para a imprensa, posicionando o INAGAS como fonte confiável de informações sobre o setor.
3. **Usar Redes Sociais:** Criar perfis institucionais e disseminar conteúdo educativo, combatendo desinformação.
4. **Monitorar Narrativas:** Acompanhar o que está sendo dito sobre o programa nas redes e na imprensa para identificar e corrigir informações incorretas rapidamente.

5.6. Recomendações para Monitoramento e Avaliação

Objetivo: Garantir que o programa funcione conforme o planejado e propor ajustes quando necessário.

1. **Propor Sistema de Monitoramento de Preços:** Oferecer ao Governo a criação de um painel de acompanhamento dos preços de mercado por estado, para subsidiar a revisão periódica dos valores de referência.
2. **Acompanhar Adesão de Revendas:** Monitorar se há municípios sem revendas credenciadas e acionar as distribuidoras (que têm obrigação legal de garantir oferta).
3. **Avaliar Satisfação dos Beneficiários:** Propor pesquisas de satisfação para identificar problemas na operação (dificuldade de acesso, falta de produto, etc.).
4. **Medir Impacto Ambiental:** Se a proposta de contrapartida ambiental for aceita, oferecer apoio técnico para a medição e auditoria das emissões e das ações de redução.

6. Roteiro de Fala para a Audiência Pública

Sugerimos o seguinte roteiro estruturado para a apresentação do INAGAS na audiência:

[1. ABERTURA - 2 minutos]

- Apresentação do INAGAS e agradecimento pela oportunidade de participar.
- Manifestação de apoio aos objetivos sociais do Programa Gás do Povo.

[2. VALIDAÇÃO TÉCNICA - 3 minutos]

- Elogiar a estrutura do programa (direcionamento, voucher).
- Defender a diferenciação regional de preços com dados e exemplos.
- Comparar com benchmarks internacionais (Índia, Indonésia).

[3. PROPOSTA DE ENGAJAMENTO - 4 minutos]

- Reconhecer o papel crucial das distribuidoras.
- Apresentar o dimensionamento das emissões (665.000 ton CO₂/ano).
- Propor o compromisso de redução de 20% em 5 anos.
- Detalhar as ações sugeridas (otimização, biocombustíveis, compensação).
- Enfatizar os ganhos para as distribuidoras (ESG, eficiência, imagem).

[4. OFERTA DE COLABORAÇÃO - 1 minuto]

- Oferecer os serviços do INAGAS (comunicação, monitoramento, mediação).
- Propor a criação de um grupo de trabalho para detalhar a proposta ambiental.

[5. ENCERRAMENTO - 1 minuto]

- Reafirmar o compromisso do INAGAS com o sucesso do programa.
- Posicionar o Instituto como parceiro técnico e estratégico.

Tempo total: ~11 minutos

7. Mensagens-Chave (Talking Points)

Para garantir consistência na comunicação, sugerimos que o representante do INAGAS tenha sempre em mente estas mensagens centrais:

1. **"O Gás do Povo é um programa tecnicamente robusto e socialmente justo."**
2. **"A diferenciação de preços não é injustiça, é a garantia de que todos terão acesso, independente de onde moram."**
3. **"As distribuidoras são o motor do programa, e devem ser reconhecidas e engajadas como parceiras ativas."**

4. **"Propomos transformar o Gás do Povo no maior programa social de carbono otimizado do mundo."**
5. **"O INAGAS está aqui para colaborar, não para impor. Queremos trabalhar junto com o Governo e o setor."**

8. Próximos Passos Sugeridos

Após a audiência pública, recomendamos que o INAGAS:

1. **Formalize a Proposta:** Elaborar um documento técnico detalhado sobre o compromisso ambiental e enviá-lo ao MME, MDS e às principais distribuidoras.
2. **Crie o Grupo de Trabalho:** Liderar a articulação de um GT com representantes do Governo, das distribuidoras e de especialistas em sustentabilidade.
3. **Desenvolva o Material Educativo:** Contratar a produção de infográficos e vídeos explicativos sobre o programa.
4. **Estabeleça Parcerias:** Buscar parcerias com universidades e institutos de pesquisa para o monitoramento independente do programa.
5. **Comunique os Resultados:** Após a audiência, publicar um relatório resumindo os pontos discutidos e as propostas apresentadas, demonstrando transparência e proatividade.

Este documento foi elaborado para servir como base estrutural da atuação do INAGAS na audiência pública do Programa Gás do Povo. Ele combina análise técnica, proposta inovadora e estratégia de comunicação para posicionar o Instituto como um agente de transformação positiva no setor.