

Abril de 2019 - Nº 136

Sindilub PRESS

A Revista do Mercado de Lubrificantes

OS EXECUTIVOS E O MERCADO

Análise e opinião dos protagonistas do cotidiano do setor de lubrificantes no Brasil



JAPAN'S NO.1 OIL COMPANY.



A Nº 1 EM ÓLEOS LUBRIFICANTES
DO JAPÃO AGORA NO BRASIL.



ENEOS

ÍNDICE

Todos Juntos Contra o Roubo de Cargas

6

APLICATIVO REÚNE INFORMAÇÕES DISPONIBILIZADAS POR USUÁRIOS A RESPEITO DE AÇÕES DE BANDIDOS CONTRA VEÍCULOS QUE TRANSPORTAM COMBUSTÍVEIS E LUBRIFICANTES

Os Executivos e o Mercado

8

ANÁLISE E OPINIÃO DOS PROTAGONISTAS DO COTIDIANO DO SETOR DE LUBRIFICANTES NO BRASIL

BR - PETROBRAS DISTRIBUIDORA - DE VOLTA AOS BONS NÚMEROS DE 2013	9
REPSOL - CONSOLIDAÇÃO DA NOSSA MARCA NO MERCADO	10
MOOVE/MOBIL - O USO INUSITADO DE LUBRIFICANTES	10
IDEMITSU - RELEVÂNCIA NOS NEGÓCIOS DOS PARCEIROS	12
ENERGIS 8 - O PAPEL DO ATACADISTA NO CRESCIMENTO DA EMPRESA	12
HYUNDAI XTEER - ATACADISTA COMO PRINCIPAL CANAL DE NEGÓCIOS	14
PETROL - BASE PARA OS PRÓXIMOS ANOS	14
LUPUS - ESTÉTICA AUTOMOTIVA E LUBRIFICANTES JUNTOS	15
EVORA - NOVOS HORIZONTES À FRENTE	16
ITW AAM - BOA PERFORMANCE DOS DISTRIBUIDORES	16
PARAFLU - BODAS DE OURO	17
LUBRIZOL - A CHAVE DO SUCESSO PARA O ATACADISTA	18
YPF - MOTIVOS DE SOBRA PARA COMEMORAR	18
LUBMIX - APRENDIZADO E SUPERAÇÃO	19
PETRONAS - INVESTIMENTOS QUE GERAM RESULTADOS	20
STOCK - A TODO VAPOR	20
JX NIPPON OIL & ENERGY DO BRASIL - DIFERENCIAIS DA REVENDA	21
LWART - BENEFÍCIOS PARA TODA A CADEIA DE LUBRIFICANTES	22
CASTROL - HÁ MUITO PARA COMEMORAR!	23
FRANÇA COMÉRCIO DE QUERESONE - A FORÇA DA REVENDA ATACADISTA	24
TOTAL - NOVOS NEGÓCIOS	25

Bom dia,

Acordei e recolhi o jornal na porta de casa. Com a fumegante xícara de café na mesa inicio a leitura, e aí então recordo um velho amigo que um dia disse para mim que pela manhã, ao acordar, preferia assistir na TV a filmes de Charlie Chaplin que noticiários, caso contrário não sairia de casa, com receio do que pudesse acontecer.

Logo na primeira página do jornal, no primeiro caderno, dei razão a ele.

“Em retaliação a Bolsonaro, Câmara engessa Orçamento”. “Crítico, Governo decide alterar time de comunicação”. “Presidente vai ao cinema de manhã e só inicia agenda de trabalho às 11h30”. “Presidente do Inep é demitido após mais um recuo do MEC”. “Bolsonaro provoca de novo, Maia reage e crise se agrava”. “Guedes critica PSL e diz que governo enfrenta a si mesmo no Congresso”.

E por aí vai...

E eu que no último editorial desta revista expressei minha confiança nas previsões de início de ano. Até que vínhamos caminhando bem, e após a reforma trabalhista engatinhávamos para a reforma da Pre-

vidência, o endurecimento das leis penais para coibir a corrupção em todos os níveis, e para nós, a tão sonhada reforma tributária.

Mas, as querelas políticas, palacianas, a falta de jogo de cintura de alguns protagonistas, atrapalharam o andar da carruagem, que mesmo em piso escorregadio, seguia em frente.

Os leitores da SindilubPress sabem do meu otimismo, mas estou quase trocando o otimismo, a esperança, pela paciência.

É com paciência que seguirei em frente, sem esmorecer, na presidência do Sindilub, com o apoio e suor dos diretores e colaboradores, buscando aqui e ali meios e formas de melhorar nosso mercado, nosso relacionamento com fornecedores, Órgãos Públicos e consumidores, privilegiando as boas práticas ambientais e a livre e sã concorrência.

Espero que ao escrever o próximo editorial para a SindilubPress, a leitura dos títulos dos artigos seja outra, e eu tenha me arrependido de ter esboçado trocar o otimismo pela paciência.



Porque sempre há esperança.

Leiam nesta edição a matéria intitulada “Os executivos e o mercado”, e vejam que tenho razão. Ao menos, confiemos.

Estamos no início de um novo Governo, e o importante neste momento é a união.

Li uma vez o seguinte aforismo, de um escritor alemão:

“Os governos são as velas, o povo é o vento, o Estado é a embarcação, o tempo é o mar”.

Muito obrigado e boa leitura.

Laercio Kalauskas

EXPEDIENTE

Abril - 2019, edição nº 136

Sindilub Press: Veículo de divulgação oficial do Sindicato Interestadual do Comércio de Lubrificantes - SINDILUB.

Endereço: Rua Tripoli, 92 Cj. 82
Vila Leopoldina
05303-020 - São Paulo - SP
Telefone: (11) 3644-3440

Presidente: Laercio dos Santos Kalauskas

Vice-presidente: José Victor Cordeiro Capelo
Diretor secretário: Adriano Luiz de Castro Silva
Diretor tesoureiro: Fabio Henrique Sgobi
Diretor social: Alcides Marcondes da Silva Júnior

Diretores: Luiz Leme Júnior, Christian Meyer, Fabiano Grassi, José Alves da Cruz, Antonio da Silva Dourado.

Conselho Fiscal: Marcio Seccato, Wilson Carlos Iglesias Motta, Francisco Gonzales Frontana, Valter Burri, Luis Alberto Diogenes Pinheiro Júnior, Gabriel Abou Rejaili.

Diretor executivo: Ruy Ricci

Editora: Ana Leme - MTB 84.275 -
sindilub@sindilub.org.br

Jornalista responsável: Thiago Castilha -
MTB 66.498 - imprensa@sindilub.org.br

Jornalista: Renato Vaisbih - MTB 23.605

Arte e design: Rogério Weikersheimer

Impressão: Lince Gráfica e Editora

Publicidade: comercial@sindilub.org.br

www.sindilub.org.br

As matérias são de responsabilidade dos autores e não representam necessariamente a opinião da entidade. Não nos responsabilizamos pelos conteúdos dos anúncios publicados. É proibida a reprodução, total ou parcial, dos textos ou imagens sem prévia autorização do Sindilub.

PARAFLU®



A MARCA Nº1

Primeiro lugar na pesquisa Marcas Preferidas 2018 - CINAU

Escolha viver. Decida pelo trânsito seguro.

www.paraflu.ind.br

+55 51 3635 1837
facebook.com/paraflu.br
instagram.com/paraflu.br

TODOS JUNTOS CONTRA O ROUBO DE CARGAS

FIQUE POR DENTRO

Texto: Renato Vaisbih

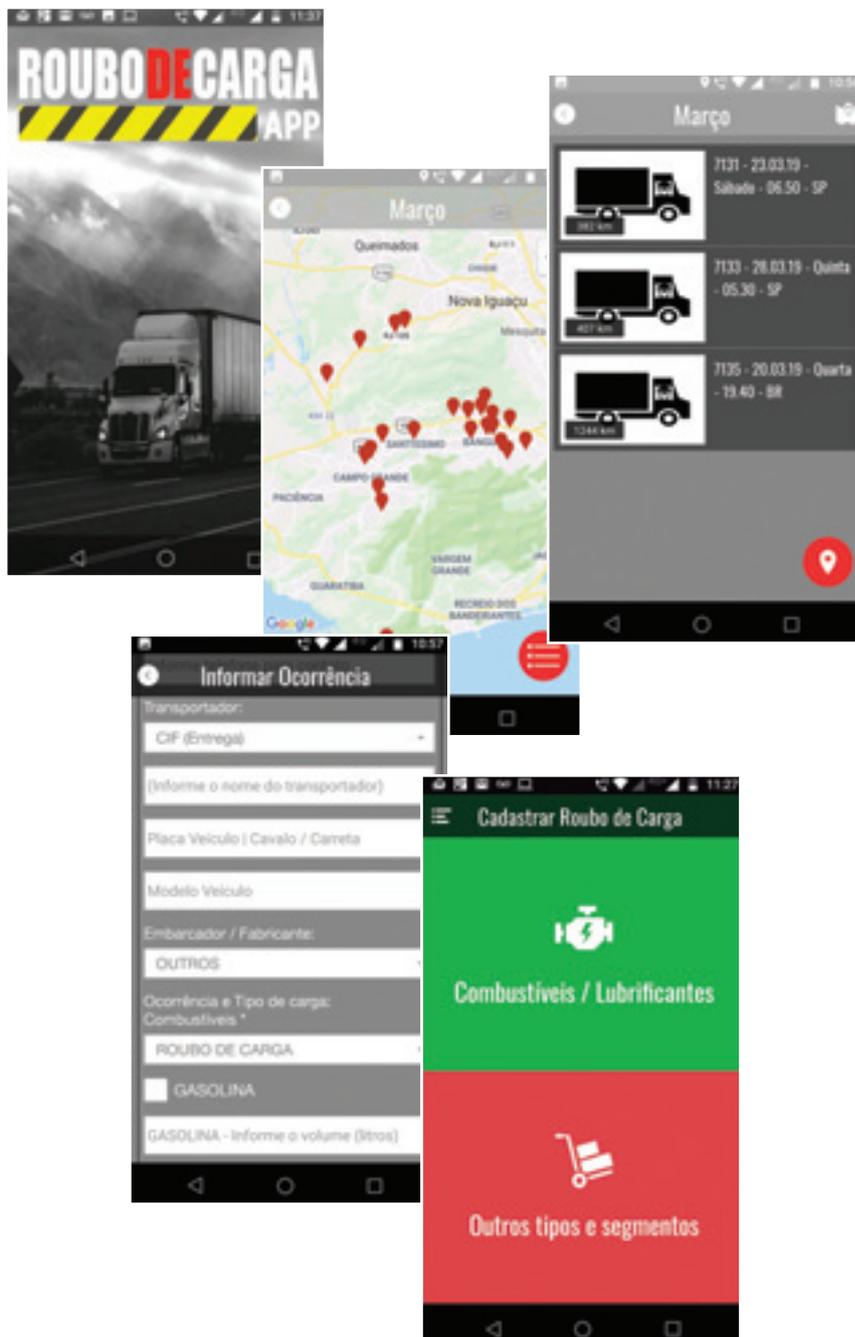
Representantes do Sindilub e de outras entidades participaram de uma reunião organizada pela Plural no dia 22 de janeiro para apresentar o projeto piloto de um aplicativo que está sendo adaptado exclusivamente para os setores de combustíveis e lubrificantes com o objetivo de auxiliar na prevenção e repressão a roubos de cargas.

Criado há cerca de dois anos pela empresa QG Security, o *Roubo de Carga app* está disponível para o sistema Android e na versão web, indica os locais onde os crimes acontecem com maior frequência e os tipos de cargas mais visados pelos ladrões. O aplicativo é colaborativo, recebendo informações de caminhoneiros e outras pessoas interessadas em disponibilizar os dados sobre as ocorrências. Todas as denúncias são cheçadas por moderadores antes de serem disponibilizadas online.

Durante o encontro na sede da Plural, Davidson Veiga, Chief Information Officer (CIO) da QG Security, responsável pela área de TI, o *Roubo de Carga app* também pode gerar alertas a respeito das ocorrências para as autoridades que estejam cadastradas no aplicativo e atuem em áreas próximas de onde o crime ocorreu.

Assim, explica o executivo, é possível mapear as áreas de risco, consolidar as estatísticas e permitir a comunicação rápida às autoridades. Segundo ele, atualmente, as informações sobre os roubos de carga são muito dispersas. "Nosso aplicativo ajuda a compilar os dados para as áreas de segurança pública e privada", afirma.

Aplicativo reúne informações disponibilizadas por usuários a respeito de ações de bandidos contra veículos que transportam combustíveis e lubrificantes



OS EXECUTIVOS E O MERCADO



*A Sindilub Press
mais uma vez
apresenta a
posição de
executivos
das principais
empresas do
setor com
relação ao
mercado de
lubrificantes
no Brasil*

CAPA

Texto: Renato Vaisbih

A maioria dos executivos das companhias fabricantes de lubrificantes e também de empresas que fornecem outros produtos e serviços relacionados ao setor da revenda atacadista fazem um balanço cético de 2018, com pontos positivos, apesar das dificuldades enfrentadas no período.

Para 2019, no entanto, as esperanças são renovadas e existe uma boa expectativa

quanto à influência na economia das mudanças que serão implementadas pelo novo governo, reforçando a importância dos revendedores atacadistas de lubrificantes como um canal de distribuição dos produtos.

IMPORTÂNCIA DA REVENDA

Para realizar a reportagem, a Sindilub Press encaminhou uma série de perguntas aos executivos, destacando o desempenho da empresa em 2018, as ex-

pectativas com relação à política e economia no Brasil e as novidades da empresa para 2019.

Merece atenção ainda a pergunta: “Qual a importância do atacadista e como ele pode contribuir para o desempenho da empresa?”.

Leia a seguir os principais trechos das entrevistas realizadas com os executivos sobre o mercado de lubrificantes no Brasil.

(Segue nas páginas seguintes)

DE VOLTA AOS BONS NÚMEROS DE 2013

BR – PETROBRAS DISTRIBUIDORA

Kleber Café Lins, gerente de Marketing e Desempenho de Lubrificantes da BR-Petrobras Distribuidora, lembra que a empresa começou 2018 celebrando a parceria com a equipe McLaren de Fórmula 1, que rendeu frutos durante todo o ano, referindo-se ao lançamento do Lubrax Valora SN Plus no evento realizado pelo Sindilub e Recap em outubro, em Campinas.

Lins diz que a iniciativa “trouxe a BR novamente para a posição de vanguarda tecnológica, sendo o primeiro lubrificante API SN Plus no Brasil. O ritmo da Fórmula 1 contagiou nossas equipes de tecnologia e



marketing. Os cuidados se estenderam até a embalagem, na cor laranja dos carros da McLaren”.

Outros produtos que chegaram ao mercado são: Lubrax Supera Flex, 100% sintético para motores ciclo Otto; Lubrax TRM-5 Plus, para transmissões e aprovado pela Mercedes Benz; Lubrax Gold

ST; e Lubrax Rail G6, óleo ferroviário de sexta geração.

O executivo também destaca que a mudança de estrutura da BR, reunindo o marketing, vendas a distribuidores, compras de insumos, produção, logística e tecnologia em uma unidade de negócios específica para lubrificantes. “Isso permite maior foco no negócio e o maior estreitamento no relacionamento com nossos distribuidores e clientes finais”, avalia.

Lins acredita que o “mercado de lubrificantes seguirá crescendo anualmente, buscando, nos próximos cinco anos, alcançar o patamar de volume que chegou a possuir em 2013. A principal diferença, no entanto, será no perfil de produtos”, destacando a utilização de óleos sintéticos com menores viscosidades – 0Ws, 5Ws e 10Ws – para os veículos leves.

Lubmix
COMÉRCIO E IMPORTAÇÃO

**MANGUEIRAS
COLORIDAS**

TODAS AS CORES:

PRODUTOS PREMIUM

PARA DIVERSOS FLUIDOS:
G E T D A B Q M F

HOMOLOGADAS PELO INMETRO - TRAMAS DE 5 METROS COM TERMINAIS FIXO E GIRATÓRIO EM LATÃO OU ALUMÍNIO

CONSOLIDAÇÃO DA NOSSA MARCA NO MERCADO

A Repsol faz um balanço positivo de 2018. “Foi um ano de crescimento e de consolidação da nossa marca no mercado. Podemos crescer em produtos e em âmbito territorial financiando os nossos valores junto com a nossa rede de distribuidores. Voltamos a duplicar os nossos números e chegamos ao fim do ano entregando os nossos produtos em 20 estados do Brasil com uma operação com alto nível de qualidade e segurança”, afirma **Nuno Alvarez**, gerente nacional da empresa.

Com relação à política e economia no Brasil, ele argumenta que “as empresas têm de se acomodar

às escolhas políticas dos mercados onde operam e focar-se em oferecer aos seus clientes o seu melhor.

Como tal, acreditamos que no próximo ano haverá boas oportunidades e que temos de trabalhar de forma a continuarmos a merecer a preferência dos nossos clientes. Entendemos que o mercado continuará a evoluir no sentido da sofisticação tecnológica e que os consumidores já não aceitam baixos níveis de qualidade”.

A Repsol inicia 2019 com o lançamento de produtos “Moto” importados da Europa.

REPSOL



Outras novidades são os óleos lubrificantes para os carros “ligeiros”, com baixa viscosidade e fabricados no Brasil, além de produtos especiais com homologações da montadora Volkswagen, importados da Europa.

MOOVE/MOBIL

O novo posicionamento da marca Mobil para o Brasil, com a campanha “Se tem movimento, tem Mobil” lançada em novembro, evidencia a presença dos lubrificantes da empresa em locais improváveis, desde os bondinhos do Pão de Açúcar, no Rio de Janeiro, até nos foguetes da Nasa.

“Essa estratégia é a nossa aposta para disseminar a tecnologia dos nossos produtos. Somos uma marca profundamente conectada ao movimento e o novo posicionamento destaca a importância do lubrificante para a performance e a durabilidade de qualquer tipo de motor. Além disso, estamos em constante desenvolvimento de novas tecnologias para aprimorar e inovar nossos produtos. Com isso, pos-

O USO INUSITADO DE LUBRIFICANTES



so dizer que teremos muitas novidades em 2019”, esclarece o gerente nacional **Gerson Francisco**.

Ele informa que “em 2018, consolidamos nosso modelo de negócios com ênfase no fortalecimento de relações com nossos principais stakeholders: indústria, montadoras, postos e ofici-

nas, por exemplo. E focamos na qualidade de nosso nível de serviço, o que gera maior confiabilidade nos produtos e logística”.

O executivo ainda aposta no crescimento contínuo da marca: “tivemos uma construção sólida do nosso negócio nos últimos anos. Mesmo com as incertezas econômicas, crescemos no último ano acima dos dois dígitos. Está na nossa essência a obsessão pelo bom nível de serviço, inovação, marca e alta performance. Temos perspectiva de manter o crescimento devido a uma demanda reprimida no último ano, a nossa estratégia de ter um portfólio completo vem se fortalecendo e com certeza será um diferencial”.

A escolha das MONTADORAS



Os lubrificantes FUCHS são o resultado de muita pesquisa e desenvolvimento, em conjunto com as maiores e principais montadoras, para atender e superar as recomendações e demandas tecnológicas mais atuais.

RELEVÂNCIA NOS NEGÓCIOS DOS PARCEIROS

IDEMITSU

Com mais de 15 anos de experiência no segmento de lubrificantes, o engenheiro **Marcio Camargo** assumiu em junho de 2018 o cargo de gerente geral de vendas da Idemitsu “com o desafio de desenvolver a marca no mercado brasileiro”.

“Foi um período de consolidação da presença da empresa no segmento de reposição. Iniciamos a nova estratégia com a ampliação da estrutura comercial, atingindo novos mercados, sempre através de distribuidores e revendedores de lubrificantes. Gostaria de ressaltar a importância que o evento Ealub & Ercom teve para a visibi-



lidade da marca, proporcionando maior interação com os profissionais responsáveis pela tomada de decisão, encurtando o caminho para atingir nossos objetivos”, argumenta o executivo.

Com relação à política e economia no Brasil, Camargo afirma que “as expectativas são de crescimento e melhorias. Após as eleições o mercado parece bem mais otimista e, no caso da Idemitsu, nosso plano é bastante ambicioso, pois lançaremos doze novos produtos logo no início de 2019”.

Ele destaca que, junto com a entrada dos novos produtos no país, a empresa estará focada em trabalhar a marca nos pontos de venda dos distribuidores e revendedores, “buscando criar relevância dentro dos negócios dos nossos parceiros”.

O PAPEL DO ATACADISTA NO CRESCIMENTO DA EMPRESA

ENERGIS 8

Apesar dos obstáculos que surgiram no caminho, a fabricante de lubrificantes Packblend, empresa do Grupo Energis 8 do Brasil, comemora o final de 2018 com crescimento de 53% no seu faturamento. A informação é do CEO do Grupo Energis 8 do Brasil, **Clovis Gimenes**.

De acordo com ele, “ainda que o governo não tenha feito a sua parte, diminuindo o déficit público nos últimos anos, implantamos, a partir de 2015, um planejamento es-

tratégico acreditando no segmento de lubrificantes em geral. Aliado às boas práticas de governança, isso nos deu um resultado positivo neste ano”.

Na opinião de Gimenes, em 2019, “o novo governo que se instala deve promover urgentemente a tão esperada reforma tributária com o objetivo de retomar o crescimento de fato da economia brasileira em todos os segmentos”.

O executivo garante que a empresa vai manter investimentos no ano que se inicia, com o lançamento de

uma nova identidade visual das embalagens de lubrificantes e campanhas publicitárias para reforçar a marca Vorax, fornecendo apoio para os revendedores atacadistas.



Gimenes ainda anuncia a abertura de novos centros de distribuição com o objetivo de facilitar a logística da empresa. “Nossos parceiros atacadistas, atuando em vários Estados, têm pa-

papel fundamental no crescimento da linha de lubrificantes e no resultado que tivemos em 2018”, conclui.

LUBRIFICANTES REPSOL MOTO

Formulados para os motores mais exigentes



REPSOL

Inventemos o futuro



- Com a tecnologia mais avançada
- Máximo desempenho em proteção e eficiência
- Homologados pelos principais fabricantes



Tudo o que aprendemos na alta competição aplicamos aos nossos produtos

Toni Bou,
25 vezes campeão do Mundo de Trial com Repsol

ATACADISTA COMO PRINCIPAL CANAL DE NEGÓCIOS

HYUNDAI XTEER

Para a Hyundai Xteer, 2018 foi importante para analisar o mercado e preparar o lançamento da linha de lubrificantes premium, direto da Coreia do Sul, com o aval do Grupo Hyundai, durante o evento o Congresso e Feira de Negócios Ealub & Ercom, organizado pelo Sindilub e Recap, em outubro.



Wagner Tadeu Machado, diretor da Energia & Associados, responsável pela marca Hyundai XTeer no Brasil, diz que, “como lançamos nos-

sa marca no mercado no final de 2018, temos muitas coisas a fazer, como montar uma rede de distribuidores por todo o país, incluir novos produtos e proporcionar o nosso crescimento no mercado. O atacadista será o nosso principal e estratégico canal de negócios, e com a confiança e ex-

periência que temos com esse tipo de empresário profissionalizado, atuando de forma pulverizada, julgamos que os lubrificantes Hyundai Xteer chegarão rapidamente aos consumidores finais brasileiros”.

Para Machado, o próximo ano também será de análise da governabilidade do novo presidente. “Ele já deu alguns sinais que está montando uma equipe técnica forte nos ministérios, a qual poderá passar credibilidade ao mercado interno e, principalmente, o internacional. Mas, temos algumas reformas importantes que necessitam ser aprovadas para que o Brasil possa crescer como da Previdência, Tributária e a Política. Essas ações, mais as reduções de despesas do governo, poderão ajudar no superávit fiscal, favorecendo os investimentos em aspectos básicos para a população brasileira”, conclui.

BASE PARA OS PRÓXIMOS ANOS

PETROL


O gerente corporativo comercial do Grupo Petrol, **Rogerio Padovani**, tira uma lição de 2018. “Foi um ano de muito trabalho, que nos levou a uma série de mudanças corretivas, na tentativa de obter o me-

lhor resultado possível diante do que o mercado nos apresentava. No fim, tivemos um resultado positivo, principalmente se levarmos em consideração tudo o que foi aprimorado, nos dando uma excelente base de trabalho para os próximos anos. Mesmo com todas as incertezas, mantivemos nosso plano de investimento na fábrica, fundamental para o desenvolvimento de novos produtos e crescimento sustentável”, assegura.

Quanto ao futuro do Brasil, Padovani afirma que “as expectativas, até o momento, são positivas. A estabilidade política deve e vai contribuir com o crescimento da economia. É certo que há muito o que

ser feito, como, por exemplo, reduzir o índice de desemprego.

Estou otimista, e acredito em uma melhora significativa para o nosso segmento”.

O executivo enfatiza a preocupação em oferecer uma linha completa e atualizada de produtos aos clientes, citando o lançamento, em parceria com a BTS Performance, da linha Endurance, que tem foco nos carros com motores modificados para competições. “Além disso, nosso foco de trabalho continua sendo o distribuidor atacadista, que viabiliza toda a operação, colocando o produto nas prateleiras do varejo”, conclui Padovani.



ESTÉTICA AUTOMOTIVA E LUBRIFICANTES JUNTOS

LUPUS

O diretor executivo da Lupus, **Mario Panelli Filho**, avalia que 2018 foi um ano “muito difícil e volátil. Mesmo assim, conseguimos, com muito trabalho e investimentos em desenvolvimento de novos produtos, atingir nossas metas e seguir no ritmo de crescimento da companhia”.

Panelli Filho tem uma expectativa positiva para 2019, com a percepção de que será viável uma expansão mais agressiva da empresa nos próximos anos. “Estamos trabalhando forte as ações de marketing para a nova linha de produtos de estética automotiva com campanhas e nomeação dos distribui-

dores máster para esse segmento, onde, com certeza, entrarão atacadistas de lubrificantes. E ainda estamos com muitas novidades em outros segmentos, como o de veículos elétricos, em fase de finalização para lançar no mercado a mais completa linha de equipamentos para carga de baterias”, revela.

CHEGOU!
NOVA FAMÍLIA DE PRODUTOS

É Óleo, NÉ!?

IDEMITSU
www.idemitsu.com.br

O MELHOR DA TECNOLOGIA
JAPONESA EM ÓLEO

NOVOS HORIZONTES À FRENTE

EVORA

O avanço no mercado latino-americano, o crescimento no segmento agrícola em diversas regiões brasileiras e o investimento em equipamentos de análises laboratoriais e envase são motivos de orgulho para a Evora em 2018.

“Fechamos o ano com resultados positivos e satisfatórios, apesar de 2018 ter sido desafiador. Mediante a tantos obstáculos e incertezas no cenário político, econômico e social, surge agora uma ruptura do padrão gerencial do país, dando espaço para um horizonte de ideias e possibilidades. Os indicadores eco-

nômicos, o índice de confiança do consumidor e a entrada de novos investimentos estrangeiros evidenciam a retomada do crescimento”, analisa o diretor de marketing e comércio exterior da Evora, **Carlos Diógenes**.

Segundo ele, “todos os dias, a Evora se dispõe a melhorar seus processos industriais, produtos e serviços, sendo o mercado, nosso principal balizador. Nossa marca está respaldada por um grupo de três empresas, que não medem esforços para manu-



faturar produtos que atendam elevados níveis de desempenho e qualidade.

Estamos atualizando nosso portfólio, ampliando nosso budget de marketing e aumentando nossa participação em feiras que envolvem o nosso segmento.

O mercado atacadista é fundamental no processo de distribuição e atendemos o setor através de relações comerciais integras e duradouras, que levam a verdadeiras parcerias”.

BOA PERFORMANCE DOS DISTRIBUIDORES

“Para manter um bom desempenho em um ano com baixo crescimento econômico toda ineficiência teve de ser eliminada. Encerraremos 2018 com um resultado muito melhor do que 2017 graças à ótima performance de nossos distribuidores”, assegura **Flávio Martins**, diretor geral da ITW AAM, que está à frente de diversas marcas, dentre elas a Wynn's, com diversas opções que complementam o mix de produtos dos revendedores atacadistas de lubrificantes.

Martins afirma também que o negócio da empresa está baseado em

grandes distribuidores, “onde nosso principal desafio é oferecer capacitação e estabelecer foco claro de atuação”.

Em sua análise sobre o cenário nacional, o executivo acredita que “a complexidade da legislação tributária e o excesso de burocracia são os principais obstáculos que enfrentamos para melhorar nossa competitividade. Melhorias nesses dois quesitos certamente irão acelerar nosso crescimento e alavancar a rentabilidade das empresas de uma forma geral. O aquecimento esperado da economia nos

ITW AAM



permitirá investir de novo. Seguiremos com o lançamento de inovações para o mercado brasileiro e já estamos com novas vagas abertas para serem preenchidas em 2019”.

BODAS DE OURO

PARAFLU

A Paraflu comemorou 50 anos de existência em 2018 com diversas conquistas.

Uma delas foi a conquista da primeira colocação da pesquisa Marcas Preferidas dos Reparadores, levantamento autofinanciado e realizado pela CINAU – Central de Inteligência Automotiva, em conjunto com o Jornal Ofici-



na Brasil, na participação de mercado e também na lembrança dos aplicadores no quesito “aditivo para radiadores”.

“Isso confirma que, nesses 50 anos de história, a marca Paraflu é tida como referência por reparadores e balconistas em todo o

país, oferecendo produtos com tecnologia de ponta e apoio ativo para toda a cadeia de reposição”, argumenta **Marcio Batista**, diretor comercial.

Segundo ele, as ações comerciais e o suporte técnicos oferecidos constantemente ao mercado também merecem atenção.

“Esse feedback positivo e o processo de crescimento da Paraflu em nível nacional mostram que estamos na direção certa, atuando muito próximo de nossos parceiros distribuidores, dando apoio incondicional na realização das vendas pelo Brasil, com muito apoio técnico, comercial e informativo”, conclui.

HYUNDAI XTeer Premium Lubricants



AGORA NO
BRASIL

LINHA DE
LUBRIFICANTES PREMIUM

MADE BY HYUNDAI

PARA TODAS MARCAS
DE VEÍCULOS
NACIONAIS E IMPORTADOS

SEJA NOSSO DISTRIBUIDOR
REGIONAL AUTORIZADO

WWW.HYUNDAIXTEER-BR.COM
CONTATO@HYUNDAIXTEER-BR.COM



LUBRIZOL

Apesar da volatilidade do mercado de lubrificantes em 2018, devido a fatores políticos e econômicos, a Lubrizol se manteve fiel ao seu plano de negócios, evitando alterações de rota por conta da conjuntura estabelecida.

Segundo o gerente regional de vendas, **Marcelo Guimarães**, “o biênio 2017-2018 foi um período de ajustes. Acreditamos que o cenário em 2019, ainda que desafiador, aponta para o otimismo, com uma economia aquecida, essencial para a consolidação de oportunidades e da estratégia ora implementada”. O executivo pondera que “os atores do mercado de lubrificantes buscaram eficiência e competi-

tividade, através da otimização de processos e redução de custos. As empresas também entenderam a real importância da venda de valor aos seus clientes. Essa visão dualista de eficiência e competitividade versus venda de valor é a chave do sucesso para o mercado atacadista”.

Para Guimarães, “o elo atacadista tem papel preponderante na recomendação do uso adequado do lubrificante, na comunicação de valor com o usuário final ou com aqueles que irão educá-los. Existe um vasto conhecimento e ferramentas de diferenciação que podem ser disponibilizados pelos parceiros de lubrificantes para



suportá-los a alcançar o sucesso nesse mercado. O atacadista não deve deixar de utilizá-los para maximizar as oportunidades”.

YPF



Pablo Lucheta iniciou a carreira na YPF Brasil em 2012, como gerente financeiro, e no final de 2018 assumiu a direção da empresa. Mais do que o novo cargo, ele comemora o fato de, segundo a Plural, a YPF Brasil ter sido a empresa que mais cresceu em 2018.

“Aumentamos em 22% os negócios da companhia e de nossos dis-

MOTIVOS DE SOBRA PARA COMEMORAR

tribuidores e, mais uma vez, superamos as nossas metas. Também celebramos o vigésimo aniversário da empresa no Brasil com a segurança de um futuro ainda mais promissor. Nossa linha Elaion se consolida como uma proposta de produto premium a preço competitivo. Dessa forma, conseguimos a confiança do trade, que tem aumentado sua rentabilidade sem penalizar o bolso do cliente”, enumera o executivo.

No entanto, Lucheta admite que, “obviamente, o momento é de cautela e observação. Há um novo governo assumindo o país com estratégia econômica, aparentemente, bastante distinta dos go-

vernios anteriores. 2019 será um ano de fortes ajustes, mas estamos preparados e temos a segurança de seguir crescendo”.

Ele ressalta ainda que “as vendas no atacado representam um percentual expressivo no nosso volume. Portanto, consideramos nossos distribuidores como parte da YPF Brasil e vamos aumentar o número de atacadistas para alavancar nossas vendas e atingir os objetivos de 2019. Para suportar esse planejamento, concentraremos esforços no nosso marketing, particularmente em comunicação e seguiremos com o apoio do piloto Cesar Urnhani, como embaixador da YPF no Brasil”.

APRENDIZADO E SUPERAÇÃO

LUBMIX

“O ano que termina foi bem desafiador, com muitos altos e baixos devido ao momento que o nosso país vem passando. Contudo, foi um ano de muito aprendizado e superação. A Lubmix pôde amadurecer no decorrer desse tempo e vem expandindo suas raízes com o lançamento da marca em uma linha de produtos próprios, com eficiência e uma visão diferenciada do mercado, como as mangueiras para abastecimento coloridas”, avalia **Rodrigo Sallum**, CEO da Lubmix.

Ele celebra a participação em eventos – como o Ealub & Ercom – e a conquista do certificado Top Five 2018/2019, da revista NEI (Noticiário de Equipamentos Industriais), como a terceira maior empresa do segmento de Lubrificação e Abastecimento. “Isso coloca a Lubmix no mesmo nível de empresas que estão há mais de 60 anos no ramo”, comemora Sallum.

O executivo demonstra otimismo com a política brasileira em 2019. “Esse pensamento leva a Lubmix a ampliar seus investimentos para acompanhar e estar preparada para o crescimento que tanto se espera. Vamos lançar uma linha completa de equipamentos de



lubrificação e abastecimento para o segmento de usina e mineração. O revendedor atacadista será fundamental para a geração de novos negócios e abertura do mercado. Estamos buscando novos parceiros para distribuir toda a linha em determinadas regiões, dando exclusividade a cada um em sua área de atuação”, finaliza.

LINHA AUTOMOTIVA

Indo longe com você.



NOVAS EMBALAGENS BAG IN BOX



Tel.: 11-4246.6239
E-mail: comercial@phoenixoil.com.br
www.phoenixoil.com.br

INVESTIMENTOS QUE GERAM RESULTADOS

PETRONAS

O ano de 2018 trouxe importantes conquistas para a Petronas.

Para **Adilson Capanema**, diretor comercial da Petronas, a empresa superou diversos desafios e realizou investimentos bastante significativos. O recém-inaugurado Centro de Excelência em Pesquisa e Tecnologia da América Latina, em Contagem (MG), avaliado em US\$ 8 milhões, é uma resposta às demandas exigidas pelo mercado. “Esse complexo de tecnologia e inovação torna o Brasil um dos cinco satélites globais da PLI (Petronas Lubricants International), direcionado principalmente aos fluidos industriais”, reforça Capanema.

Além disso, continua, “tivemos o desenvolvimento e o lançamento mundial no Brasil do fluido Petronas Tutela, outra importante conquista da companhia. Ele é um produto que nasceu com o objetivo de atender às necessidades do mercado e da F1. Seu desenvolvimento envolveu o melhor da alta tecnologia, auxiliando na vitoriosa performance da equipe Mercedes-AMG Petronas Motorsports”.

Segundo Capanema, “a missão da Petronas é encontrar soluções cada vez mais eficientes às necessidades dos clientes.



São investimentos que certamente se transformam em resultados positivos.

Hoje, atendemos a mais de 7 mil clientes com 450 produtos de altíssima qualidade. Isso alçou a Petronas, em seis anos, da sétima para a quarta

posição no mercado nacional de lubrificantes, com 11,7% de market share.

É preciso destacar também que esse expressivo crescimento contou com a valiosa e fundamental participação da nossa rede de distribuidores. É com essa mesma força que avançaremos ainda mais em 2019”.

A TODO VAPOR

STOCK

A Stock Distribuidora de Petróleo iniciou as atividades em março de 2018 e fechou o ano com motivos de sobra para comemorar: crescimento verificado mês a mês, chegando a rede de 70 postos com bandeiras, volume de vendas de 20 milhões/litros/mês e com resultado positivo em sua rentabilidade.



Referindo-se à bandeira Boxter, **Luiz Antonio Biazolli**, diretor comercial da distribuidora, diz que “houve uma oportunidade ímpar para a Stock ter uma marca atrelada a nossos revendedores de postos com bandeira branca”.

Para 2019, ele afirma que a “perspectiva dos sócios é muito positiva com o novo governo e com a retomada da economia e, consequentemente, o crescimento no mercado de combustíveis, tanto que os investimentos estão mantidos e até ampliados”.

Uma das novidades será o lançamento de uma linha completa de lubrificantes da marca Boxter, com diversas ações de marketing no ponto de venda dos franqueados.

Outra iniciativa será a busca por uma entrada maior no mercado do interior de São Paulo.

**JX NIPPON OIL &
ENERGY DO BRASIL**

DIFERENCIAIS DA REVENDA

O presidente da JX Nippon Oil & Energy do Brasil, **Shigehiro Okuyama**, destaca a expertise dos revendedores atacadistas como um diferencial importante para a disseminação dos lubrificantes da marca ENEOS no país. “Esperamos muito do distribuidor com relação à venda dos lubrificantes da marca ENEOS devido aos seus conhecimentos de mercado, experiências, canais de vendas e o entendimento diferenciado deste mercado gigantesco que é o Brasil. Quando enfatizamos a alta qualidade dos lubrificantes da marca ENEOS e a alta tecnologia da JX Nippon Oil & Energy Corporation, temos a certeza que os distribuidores entendem nosso diferencial e se esforçam para vender os lubrificantes da marca ENEOS”, pondera.

Okuyama admite que 2018 foi “muito duro para a JX Nippon Oil & Energy do Brasil, a flutuação da



taxa de câmbio foi muito drástica e o mercado brasileiro de lubrificantes é extremamente competitivo. Esses fatores tiveram um impacto muito grande nos resultados de nossa companhia. No entanto, temos uma presença global e continuamos tendo o espírito pioneiro em um mercado gigante e promissor como o mercado brasileiro. Vamos nos esforçar para divulgar mais a marca ENEOS”.

A empresa está presente no mercado brasileiro atualmente com os seguintes produtos disponíveis em tambores de 200 litros e 1 litro de frascos 12x1 em caixas: ENEOS 5W30 API SN ILSAC GF5 Sintético; ENEOS 10W40 API SN Semissintético; e ENEOS 15W40 API SL Mineral.

Para 2019, a JX Nippon Oil & Energy do Brasil está preparando novos materiais promocionais para a divulgação e conhecimento da marca ENEOS pelos clientes e consumidores, além de mudar o design dos rótulos dos produtos para enfatizar a qualidade e procedência japonesa.

Durante o ano estão previstos os lançamentos dos lubrificantes ENEOS 15W40 API SN Semissintético; ENEOS 5W40 API SN VW 502 Sintético; ENEOS CVT; ENEOS ATF; e ENEOS 0W20 SN Sintético.



EVORA
LUBRIFICANTES

GRAXA DE POLIURÉIA EVORA POLY EX

Recomendada para lubrificação de mancais de rolamentos de motores elétricos, rolamento de trocadores de calor, rolamentos de bombas que operem em alta temperatura, aplicações que exijam lubrificação permanente que requeiram produto com baixa separação de óleo, britadores e outros equipamentos sujeitos a condições severas de cisalhamento.

VANTAGENS:

- Vida útil de longa duração.
- Excelente resistência a corrosão.
- Resistência a lavagem por água.
- Diminuição dos ruídos de máquinas.
- Inibe a oxidação e desgaste.
- Excepcional em aplicações de extrema pressão.

Fone: (19) 3397-4800
comercial@evoralub.com.br
www.evoralub.com.br



BENEFÍCIOS PARA TODA A CADEIA DE LUBRIFICANTES

LWART

O Diretor de Óleos Básicos da Lwart Lubrificantes, **Gustavo Cardoso**, aposta na integração de toda a cadeia produtiva, “para obter o crescimento do mercado nacional e beneficiar o setor”.

Cardoso ressalta que a Lwart consolidou em 2018 a sua posição como um dos principais fornecedores do Grupo II, sendo o único produtor nacional. Ele avalia que o primeiro semestre foi mais agitado, “influenciado pelos eventos climáticos ocorridos no golfo do México ainda em 2017, que trouxeram escassez de petróleo e alta nos preços, principalmente para óleos básicos do Grupo II. Em paralelo, veio o aumento da demanda de básicos de maior qualidade (G2 e G3) devido à evolução dos requisitos de tecno-



logia e qualidade dos lubrificantes, principalmente para linha de motores a diesel”.

O diretor da Lwart também afirma que 2018 foi “um ano de grande satisfação pelo início das operações do LWARTECH – centro de tecnologia analítica para óleos lubrificantes, minerais, isolantes e outros fluidos para todo o mercado. Bem como o lançamento do LW OMA, um óleo básico mineral utilizado para

formulação de adjuvantes para pulverização agrícola”.

Com relação às expectativas para 2019, Cardoso acredita “no país e no seu poder de recuperação, além do otimismo da economia com o novo governo. Estamos prontos para enfrentar os desafios que surgirão para manter a nossa participação no mercado brasileiro do Grupo II, que deve crescer ainda mais. Para 2019, temos novidades com relação à aceitação dos óleos básicos Lwart nas novas tecnologias de lubrificantes como CK-4 para linha diesel e SN Plus para linha de veículos de passeio”.

Por fim, ele reitera que a Lwart segue no “programa da logística reversa pós-consumo (coleta e rerrefino), visando elevar a eficiência e ao incremento na obtenção do óleo lubrificante usado, principal matéria-prima de todo processo de rerrefino”.

Wynn's
Especialista em Aditivos

SERVIÇOS COMPLETOS PARA SEU VEÍCULO

HÁ MUITO PARA COMEMORAR!

CASTROL

Deborah Sciamarella, gerente de marketing da Castrol do Brasil, diz que “apesar de 2018 ter sofrido turbulências por consequência de diversos fatores, como eleição presidencial, instabilidade econômica, greve dos caminhoneiros, flutuações de câmbio entre outros, foi um ano bastante positivo para a Castrol do Brasil e há muito para comemorar!”.

Ela cita o fato de ter sido uma das poucas empresas que apresentaram crescimento de participação no segmento de lubrificantes para carros e

motos, de acordo com a Plural, na comparação de 2018 com 2017.

No balanço 2018, a executiva ainda lembra que a Castrol foi eleita a marca número 1 de lubrificantes do país, segundo pesquisa da revista “Quatro Rodas”; a empresa lançou o novo Castrol GTX Ultraclean, com tecnologia semissintética que permite uma limpeza mais eficaz da borra no motor; e a entrada no ar de um site (www.meuoleocastrol.com.br) que encontra o óleo recomendado para o motor de um determinado modelo de carro em poucos segundos, atra-



vés de texto, voz ou imagem. Quanto ao atacadista, Deborah acredita que “ele deve garantir um atendimento diferenciado, distribuição abrangente e eficiente, com suporte adequado às necessidades regionais. Em um país com as dimensões do Brasil, é impor-

taante ter parceiros alinhados aos valores e à estratégia da marca e com excelência no atendimento aos nossos clientes. Buscamos sempre parceiros de distribuição capazes de vencer esses desafios, e proporcionar aos nossos clientes e consumidores uma experiência única com a marca Castrol!”.



55 anos



SUPER LANÇAMENTO!

ESTAÇÃO DE ABASTECIMENTO WOLFLUBE!

9123-60EW

Bomba autoaspirante de palhetas, com válvula by-pass, filtro interno e interruptor on/off, para Diesel.

Disponíveis também:

9122-12EW | 9122-24EW
9122-60EW | 9123-80EW

EXCELENTE
CUSTO BENEFÍCIO



Para mais informações consulte nosso Departamento Comercial
(15) 3384-8484 | lupus@lupuslubrificacao.com.br | www.lupuslubrificacao.com.br

A FORÇA DA REVENDA ATACADISTA

FRANÇA COMÉRCIO DE QUERESONE



O diretor executivo da França Comércio de Querosene Eireli, **Paulo Diniz França**, afirma que “o crescimento no segmento dos atacadistas será fundamental para o próximo ano, levando em consideração que representam a maior parte do nosso faturamento. Pretendemos aumentar as vendas para esses clientes”.

Representante da tradicional marca Jacaré, o executivo revela que busca alternativas para criar novos produtos que levem a mesma assinatura e atendam às exigências do mercado atual.

Segundo França, a empresa “finaliza 2018 com relativa diminuição no crescimento comparado ao ano passado, permanece com a mesma estrutura operacional e reduziu as vendas para fora do estado de Minas Gerais, prejudicada pela legislação tributária do país. O crescente aumento do preço do barril de petróleo e do dólar levaram ao aumento de 37% do preço da matéria prima.

A empresa teve também que se ajustar às novas regulamentações no transporte de produtos perigosos do país”.

Com relação ao cenário político e econômico do país, França acredita que “já iniciamos um novo ciclo na economia brasileira, passando por um momento de crescimento nos últimos dois anos. Porém dependemos muito do próximo governo, que deverá realizar algumas reformas estruturais, ajustar as contas públicas, controlar seus gastos, diminuir a dívida fiscal, através da reforma da previdência, e simplificar o mercado brasileiro, ajudando a reduzir custos de produção, avançando no desenvolvimento da reforma tributária”.

GONZALES E GAVA DE SOUZA NERY
Sociedade de Advogados

Consultoria e Assessoria Jurídica

Equipe:

- ✍ Edison Gonzales
- ✍ Cláudia Marques
- ✍ Marcel Maciel Januário
- ✍ Liliana Gava de Souza Nery
- ✍ Aline Gonzales A. Neves
- ✍ Pamela Parpinelli

www.gonzalesegava.adv.br

NOVOS NEGÓCIOS

TOTAL

“O aumento no preço das matérias-primas e a alta do dólar impactaram no custo dos óleos lubrificantes foram um grande desafio em 2018, mas as estratégias implantadas há três anos foram fundamentais para o bom desempenho da companhia neste período. Mudamos a estrutura da área comercial, que passou a operar em todo o país por meio de uma rede de distribuição ambiciosa, e alcançamos grandes resultados em pouco tempo, crescendo 7% em vendas”, comemora **Olivier Bellion**, diretor geral da Total Lubrificantes do Brasil.

Na avaliação dele, “2018 foi ainda mais especial para a Total Lubrificantes, porque entramos no segmento de lubrificantes marítimos, com a linha Lubmarine. E encerramos o ano com uma das notícias mais importantes para as nossas atividades no Brasil: a aquisição do Grupo Zema marca a entrada da Total no setor nacional de combustíveis”.

Com o novo negócio, a companhia passa a ter uma rede de mais de 280 postos revendedores, a maior parte deles situados em Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso, que ganharão a marca Total a partir de 2019.



“O planejamento estratégico da Total é a longo prazo, pois acreditamos no potencial do Brasil. Por isso, de modo geral, as perspectivas são boas para 2019, o que vai contribuir para a recuperação econômica do país. E todos os setores serão beneficiados, inclusive o nosso segmento”, aposta Bellion. ■

O MELHOR CUSTO-BENEFÍCIO EM ADITIVOS DE ALTA TECNOLOGIA

Qualidade e eficiência comprovada com garantia internacional de controle de produção



Consulte!
draftbrasil.com.br

DRAFT®

NOSSOS DIFERENCIAIS

O JOGUE LIMPO É O ÚNICO:

- ✓ Totalmente gratuito ao gerador.
- ✓ Que possui Acordo Setorial assinado junto ao Ministério do Meio Ambiente (MMA).
- ✓ Com 12 termos de compromisso assinados com Secretarias de Meio Ambiente estaduais (SEMAs) - PR, SP, RJ, MG, ES, BA, AL, PE, PB, CE, RN e DF.
- ✓ Reconhecido pelo MMA e SEMAs como sistema de Logística Reversa oficial do setor.
- ✓ Representante habilitado pelos fabricantes e importadores.



Alagoas, Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais e Sergipe: 0800 033 1520
Ceará, Paraíba, Pernambuco e Rio Grande do Norte: 0800 181 0120
Mato Grosso do Sul e Mato Grosso: (67) 3373-0104
Paraná e Santa Catarina: 0800 643 0708
Rio de Janeiro e São Paulo Capital: 0800 941 6222
Rio Grande do Sul: 0800 727 2066
São Paulo Interior: 0800 773 0323

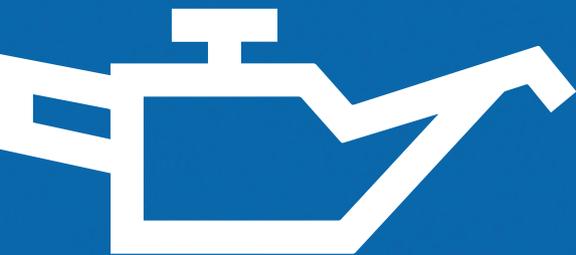


INSTITUTO
**JOGUE
LIMPO**
LOGÍSTICA REVERSA DE LUBRIFICANTES

www.joguelimpo.org.br

A linha de lubrificantes Ipiranga mais completa,

para seu **carro** ficar completo.



Conte com a linha de lubrificantes Ipiranga, garantindo assim durabilidade e uma vida mais longa para seu motor.*

*Acesse o boletim técnico do produto em www.portal.ipiranga

 **Ipiranga**

Lubrificantes

NÃO É FORÇA, É JEITO!

O JEITO CERTO É COM O **WHITE 1000**.

VENHA NOS VISITAR E CONHECER NOSSOS LANÇAMENTOS NA

AUTOMEC

23 A 27 ABRIL | 2019
SÃO PAULO EXPO

ESTAREMOS NA RUA F, STAND 197.

DESENGRIPANTE SUPER POTENTE

EFICAZ E PODEROSO CONTRA
CORROSÃO E FERRUGEM.

- ✓ REPELE ÁGUA
- ✓ PENETRA E DESENGRIPA
- ✓ EVITA FERRUGEM

O **WHITE 1000** é um Desengripante Super Potente com alto poder de penetração. Com sua fórmula exclusiva, o produto protege a superfície metálica contra oxidação e corrosão mantendo uma película protetora que adere, lubrifica e evita a umidade.

www.radnaq.com.br

f @ G+ radnaqautomotive



CONHEÇA TAMBÉM

MIRALUB

CONDICIONADOR DE METAIS

20 VEZES MAIS PROTEÇÃO
PARA O MOTOR

WWW.MIRALUB.COM.BR

As principais marcas do segmento

MIRALUB
CONDICIONADOR DE METAIS

RADCOLOR

PRO-CAR

RADNAQ
AUTOMOTIVE