

Junho de 2019 - Nº 137

PRESS

SindiLub

A Revista do Mercado de Lubrificantes



**O mercado de lubrificantes:
ANP e Plural apresentam suas versões**

A escolha das Montadoras pode ser a sua também!

Os fluidos para transmissão automática da FUCHS são desenvolvidos com tecnologia de última geração para otimizar ainda mais a performance do seu carro. FUCHS LUBRIFICANTES, a única que cuida do seu carro por completo.



Fluido ATF de alta performance com fórmula especial para múltiplas aplicações

Fluido premium para dupla embreagem (DCFC) original VW G 052.182

Fluido de máxima proteção para transmissões CVT

Contate-nos: www.fuchs.com/br/pt
vendas@fuchsbr.com.br / 11 4707 0510



Domingo pela manhã. Dia chuvoso, propício a divagações. Ou para o exercício da preguiça, mas eis que o telefone toca:

- Laercio, Bom Dia. Aqui é o Renato, jornalista. Estou concluindo a edição 137 da SindiLub Press e preciso de sua opinião sobre as matérias que serão publicadas comentando os números do mercado de lubrificantes em 2018. Isso porque a ANP revela queda nas vendas, ao passo que a Plural, em seu anuário anunciou um aumento de 2,9%. O que você tem para me dizer sobre isso, independente dos esclarecimentos, tanto da Agência, quanto da Plural, que serão publicados?

- Renato, Bom Dia. Trabalhando hoje? Pois é, Renato, cada vez mais convenço-me que o mercado de lubrificantes no Brasil, em que pese os esforços da Agência Reguladora, as informações via Internet, e o avanço fiscal proporcionado pelo advento da nota fiscal eletrônica, ainda é uma incógnita.

E digo isso neste momento propício a mudanças. Tomara que venha



rapidinho uma reforma tributária para por ordem neste mercado, pois só os esforços da ANP não são suficientes para isso. Só a instituição do regime monofásico na cobrança do ICMS por substituição tributária trará a paz necessária para o exercício da livre concorrência de modo honesto, apertando a sonegação. E digo mais, com a cobrança do imposto ad rem, e não ad valo-

rem. Não entendo de direito tributário, mas de imediato, mesmo sem lei complementar, basta o Confaz editar um convênio. E aí correr atrás da aprovação da lei complementar para disciplinar a questão.

Bem, fugi da pergunta, mas prefiro aguardar a publicação das matérias e as explicações da ANP e da Plural sobre a divergência apontada. Bom Domingo.

Desliguei e li a sinopse que a Ana enviou-me. Realmente há notícias e matérias muito interessantes, sobre meio ambiente, agronegócio e sobre as discussões nas assembleias realizadas pelo Sindilub.

Olho a janela. Ainda chove e recordo-me do verso de Fernando Pessoa:

*“Desejo-lhes sol
E chuva, quando a chuva é precisa.”*

Muito obrigado e boa leitura.
Laercio Kalauskas



**ALTA TECNOLOGIA EM LUBRIFICANTES
AUTOMOTIVOS E INDUSTRIAIS**

WWW.ENERGIS8BRASIL.COM | COMERCIAL@ENERGIS8BRASIL.COM | (11) 2149-8900

ÍNDICE

O mercado de lubrificantes em 2018, segundo a ANP	5
Mercado brasileiro de lubrificantes cresce 2,9% em 2018	8
Produtos adequados para o agronegócio	14
Uma empresa global de energia	16
Conquistas da indústria automobilística	18
ANP oferece serviços de análises físico-químicas de lubrificantes	20
Novos tempos na AEA	22
Vendedores e guerreiros	23
Associados discutem logística reversa de embalagens	24
Fuchs busca se aproximar da revenda atacadista	26



EXPEDIENTE

Junho - 2019, edição nº 137

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, Valtor 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 Vaisböh - 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.

O MERCADO DE LUBRIFICANTES EM 2018, SEGUNDO A ANP

Agência revela queda nas vendas, mas faz confusão ao elaborar ranking das maiores empresas do setor

CAPA

Texto: Renato Vaisbih

As vendas de óleo lubrificante acabado no mercado brasileiro registraram queda de 2,51% em 2018, na comparação com o ano anterior, de acordo com balanço apresentado pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) durante o Seminário de Avaliação do Mercado de Combustíveis 2019 (Ano-Base 2018), realizado no dia 19 de fevereiro, no Rio de Janeiro.

De acordo com os dados informados pelos produtores e importadores ao Sistema de Movimentação de Produtos – SIMP, foram comercializados 1,244 bilhão de metros cúbicos, ante 1,276 bilhão de metros cúbicos registrados em 2017. A boa notícia é que o decréscimo não chegou aos números de 2016, quando foram vendidos 1,230 bilhão de metros cúbicos.

Veja Figura 1.

No desempenho mês a mês, apresentado no Boletim de Lubrificantes nº 22, publicado em janeiro 2019, é possível verificar

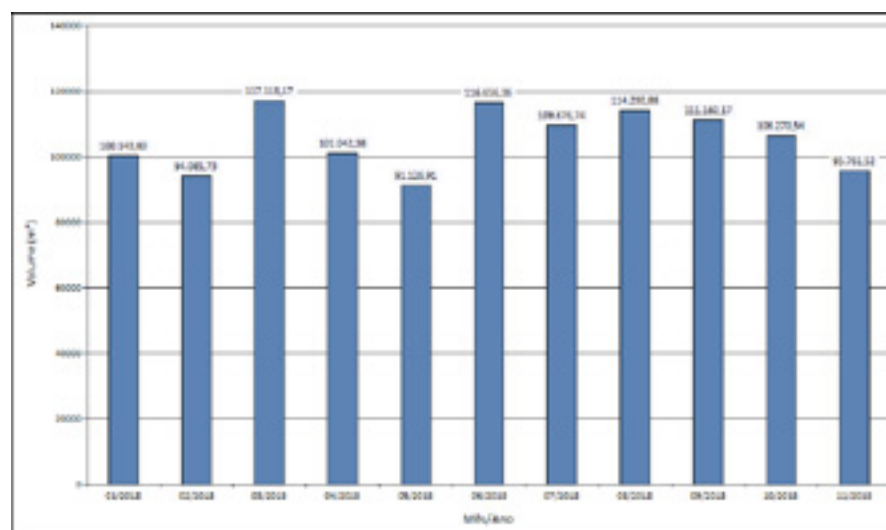


Figura 2

Boletim de Lubrificantes - Ano 3 / nº 22 / Janeiro 2019

Vendas

Evolução das vendas nacionais, pelos Produtores e Importadores, de óleos lubrificantes acabados



que maio teve o pior resultado, em uma evidente consequência da greve dos caminhoneiros, já que em junho foi registrada

uma alta considerável. O melhor desempenho, no entanto, já havia sido em março de 2018. **Veja Figura 2.**

MARKET SHARE

Apesar da queda de 8,69% entre 2018 e 2017, a BR continuou na liderança do ranking de vendas de lubrificantes no país. A participação da empresa no mercado nacional, segundo a ANP, passou de 22,47% para 20,52%.

Uma incongruência, porém, notada na relação divulgada pela ANP é que a Iconic, joint venture formada pela Ipiranga e Chevron que iniciou as operações em janeiro de 2018, teve seus números considerados separadamente, inclusive com essa observação no material apresentado durante o Seminário. Com os resultados somados, a Iconic chegaria à segunda colocação, com 19,06% do mercado. A ANP, no entanto, considera a Cosan (Moove Lubrificantes) na segunda posição do market share, com 15,47%.

Ainda com relação ao resultado do market share, chama a atenção o crescimento de 18,32% da YPF, que passou a ter a fatia de 1,76% do mercado em 2018, quando havia registrado 1,48% no ano anterior.

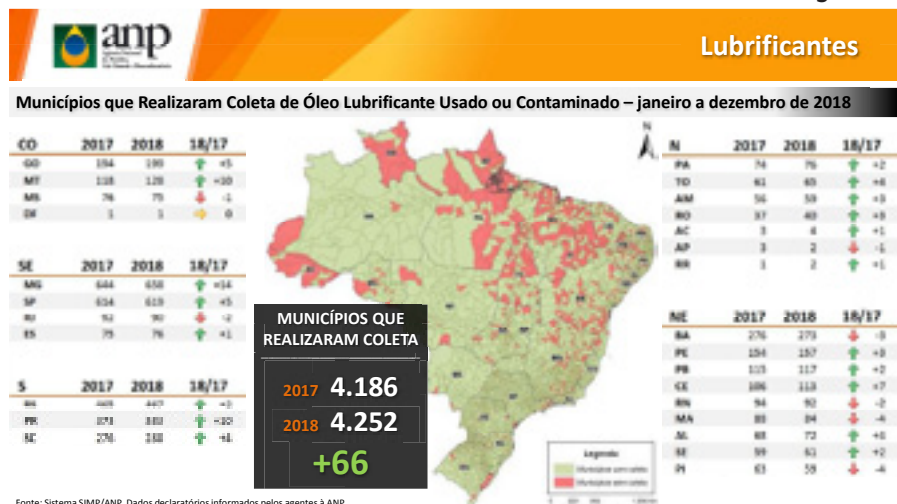
Confira as dez maiores empresas nas vendas internas de lubrificantes, segundo a ANP: BR, Cosan (Moove Lubrificantes), Ipiranga, Petronas, Shell, Iconic (considerando apenas os dados da Chevron), YPF, Total, Castrol e Ingrax. **Veja Figura 3.**

Não houve uma grande variação quanto às vendas de lubrificantes por região do país, na comparação entre 2018 e 2017. O Sudeste permanece à frente, com 46,9% do resultado, seguido pelo Sul (19,9%), Nordeste (14,3%), Centro-Oeste (11,1%) e Norte (7,7%). **Veja Figura 3.**

Figura 3



Figura 4



COLETA DE OLUC

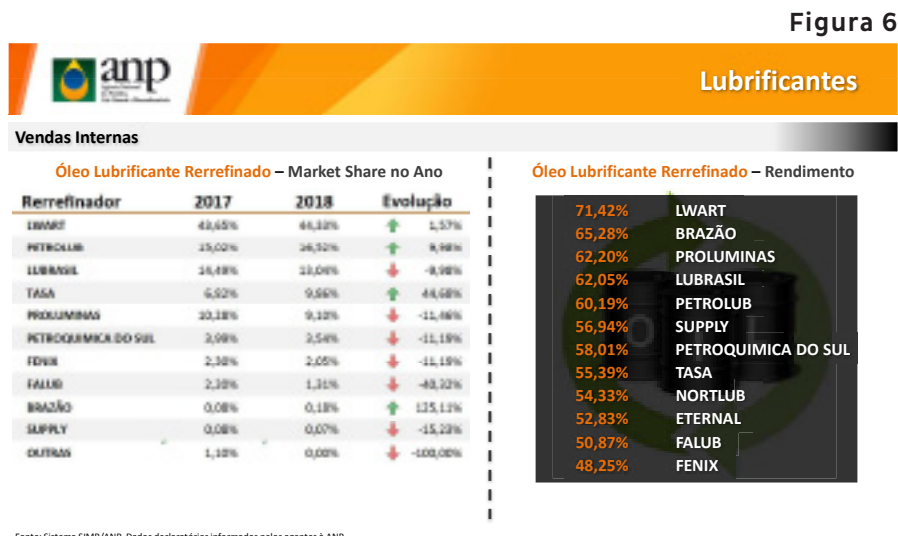
O número de municípios que realizaram coleta de óleo lubrificante usado ou contaminado (oluc) subiu 4.252, com aumento em quase todos os Estados. O Distrito Federal manteve-se estável, com apenas um município realizando a coleta. Os Estados do Rio de Janeiro, Amapá, Bahia, Rio Grande do Norte, Maranhão e Piauí registraram redução no número de municípios. **Veja Figura 4.**

No geral, a coleta de oluc ficou ligeiramente acima da meta (0,3%), com 424 mil metros cúbicos recolhidos. No entanto, as regiões Sul, Centro Oeste e Nordeste não alcançaram o resultado esperado. **Veja Figura 5.**

A Lwart manteve a primeira posição no market share de coleta de oluc e também na atividade de rerrefino. **Veja Figuras 5 e 6.**

OUTROS INDICADORES

Os números apresentados pela ANP durante o seminário realizado no Rio de Janeiro demonstraram estabilidade na venda de combustíveis em 2018, totalizando 136,060 bilhões de litros, um aumento de 0,025% em relação ao registrado em 2017.



Em sua apresentação, o diretor Felipe Kury observou que 2018 foi um ano praticamente estável, mas alguns setores já demonstram recuperação. “O diesel cresceu 1,4%, o que é um

sinal de retomada da atividade econômica. Também houve aumento na comercialização de etanol hidratado, de 42,1%, e de querosene de aviação, de 7,6%”, afirmou. ■

PERFORMANCE
A SERVIÇO DE TODOS

Carro, SUV, moto, caminhão, ônibus, máquina agrícola, indústria. Se tem um motor, tem um lubrificante Evora ideal para garantir melhor performance e economia.

EVORA
LUBRIFICANTES

www.evoralub.com.br | 0800 3397.4800 | @evoralub

MERCADO BRASILEIRO DE LUBRIFICANTES CRESCE 2,9% EM 2018

Anuário da Plural demonstra recuperação nas vendas pelo segundo ano consecutivo e viés importante de retomada do setor após período de queda entre 2014 e 2016

CAPA

Texto: Renato Vaisbih

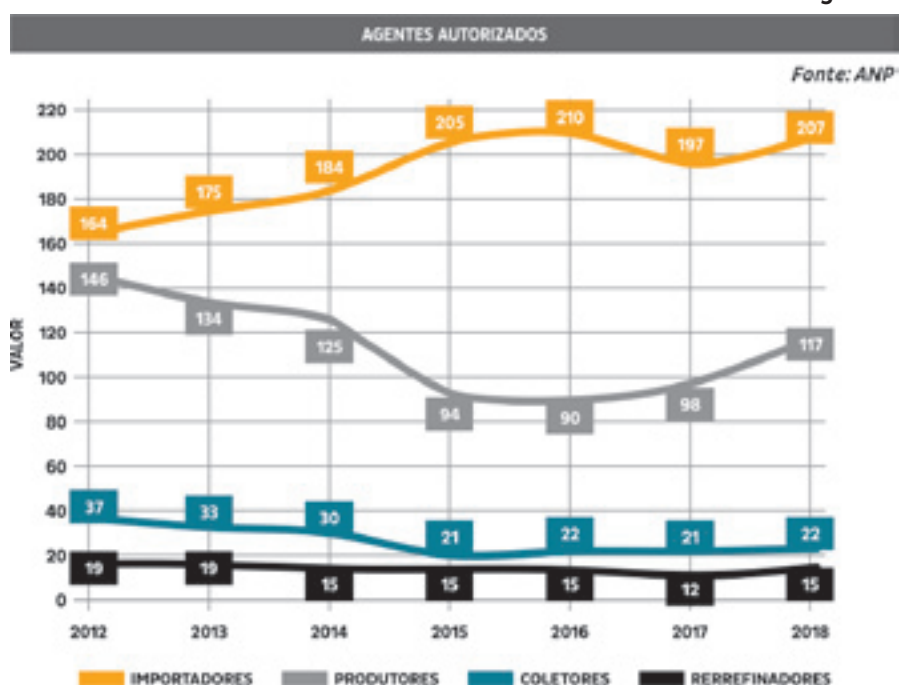
A Plural divulgou no início de maio o anuário com números de 2018 sobre o mercado de combustíveis – incluindo gasolina, etanol hidratado, GNV, óleo diesel, combustíveis de aviação (QAV e GAV), lubrificantes e lojas de conveniência.

De acordo com o documento, o ano passado foi “favorável para o setor de lubrificantes, que atingiu 1,299 bilhão de litros, um aumento de 2,9% em relação ao ano anterior”. O resultado representa uma recuperação nas vendas pelo segundo ano consecutivo e, segundo o anuário da Plural, “mesmo ainda distante dos 1,447 bilhão de litros comercializados em 2013, o volume de vendas em 2018 sinalizou positivamente com um viés importante de retomada do crescimento deste mercado, após um período de queda entre 2014 e 2016”.

Com relação à atuação dos agentes autorizados pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), o texto destaca que “o segmento de lubrificantes é composto de aproximadamente 10 mil produtos registrados, 207

FIGURAS: ANUÁRIO PLURAL 2019

Figura 1



importadores e 117 produtores, que comercializam os óleos básicos e acabados no mercado brasileiro. O resíduo destes óleos usados ou contaminados, chamados de Oluc, são recolhidos em 4.252 municípios do país por até 22 empresas coletoras credenciadas. Estas destinam o produto a 15 Rerrefinadores autorizados, responsáveis pelo reprocessamento e transformação em óleos lubrificantes básicos”. **Veja Figura 1.**

Ao analisar os resultados, a Plural conclui que o mercado de lubrificantes acabado acompanha o cenário macroeconômico brasileiro de maneira coerente (**Veja Figura 2**) e “deve ser considerado, ainda, que o resultado de 2018 poderia ter sido melhor se não fosse o cenário de incerteza política em relação à eleição presidencial de outubro e os 10 dias de greve dos caminhoneiros em maio, cujos efeitos pesaram sobre a atividade econômica.

Figura 2

As associadas a Plural contribuíram com 79,5% das vendas totais de lubrificantes acabados em 2018”.

Quanto ao market share de lubrificantes, a ICONIC Lubrificantes S.A., joint venture formada pela fusão da Chevron e Ipiranga a partir de janeiro de 2018, assumiu a liderança, com 21,3% do mercado. **Veja Figura 3.**

O segundo lugar ficou com a BR (20,5%), o terceiro com a Moove (14,8%), o quarto com a Shell (9,2%) e a quinta posição com a Petronas (8,9%). As fabricantes YPF, Total e Castrol aparecem na sequência, com participações no mercado muito próximas, de 1,7%, 1,6% e 1,5%, respectivamente.

SETOR AUTOMOTIVO X SETOR INDUSTRIAL

A Fundação Getúlio Vargas (FGV) fez uma análise do desempenho do mercado de lubrificantes das oito associadas da Plural que atuam na produção e distribuição de lubrificantes. O resultado apontou que “a comercialização de lubrificantes pelas filiais (considerando óleo lubrificantes acabados e graxas) totalizou o volume de 1.068,9 mil m³, correspondendo a uma queda de 0,8% em relação a 2017”.

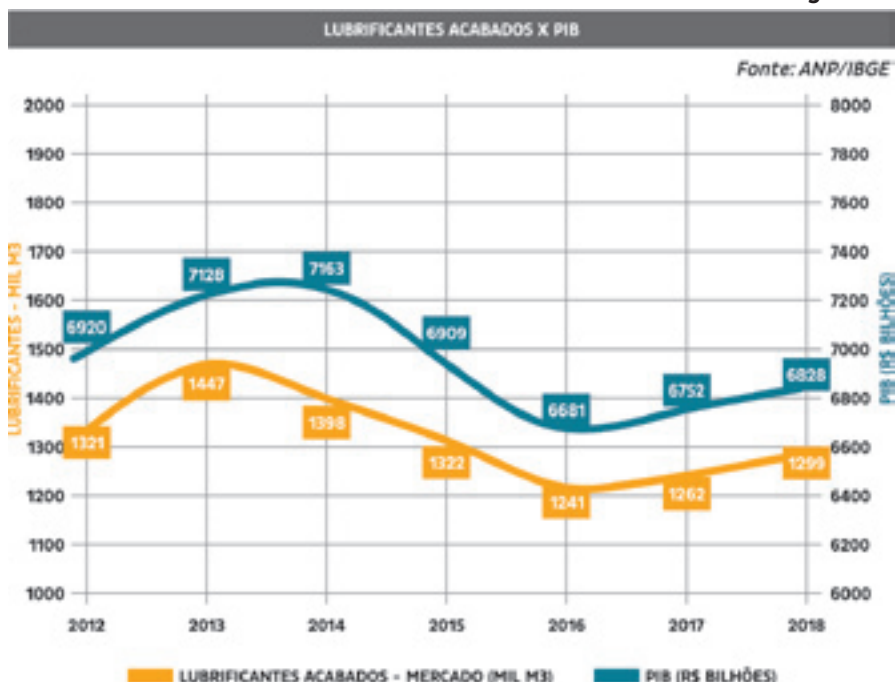
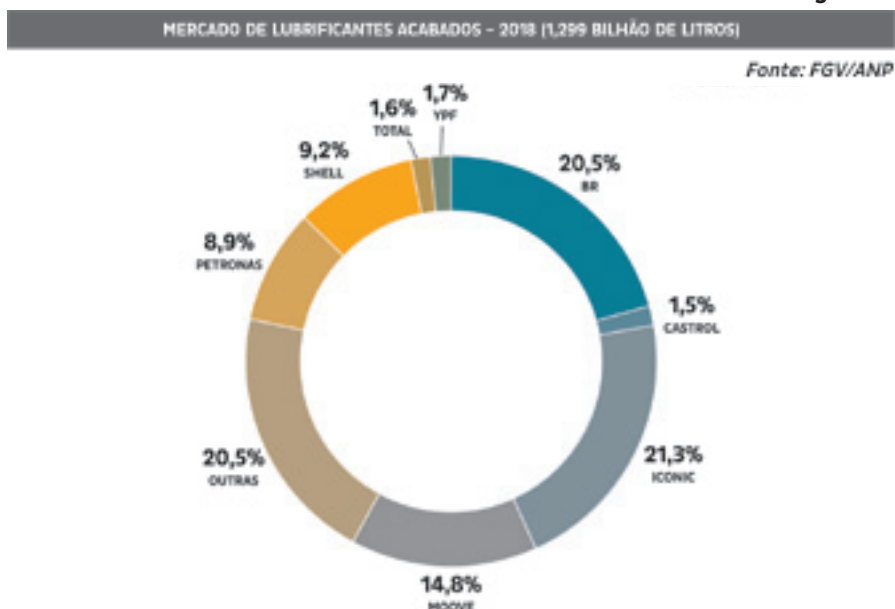


Figura 3



A variação negativa, porém, está concentrada nas linhas de lubrificantes industriais, que registraram queda de 5,2%, enquanto as de lubrificantes automotivos tiveram ligeira alta de 0,5%. **Veja Figura 4.**

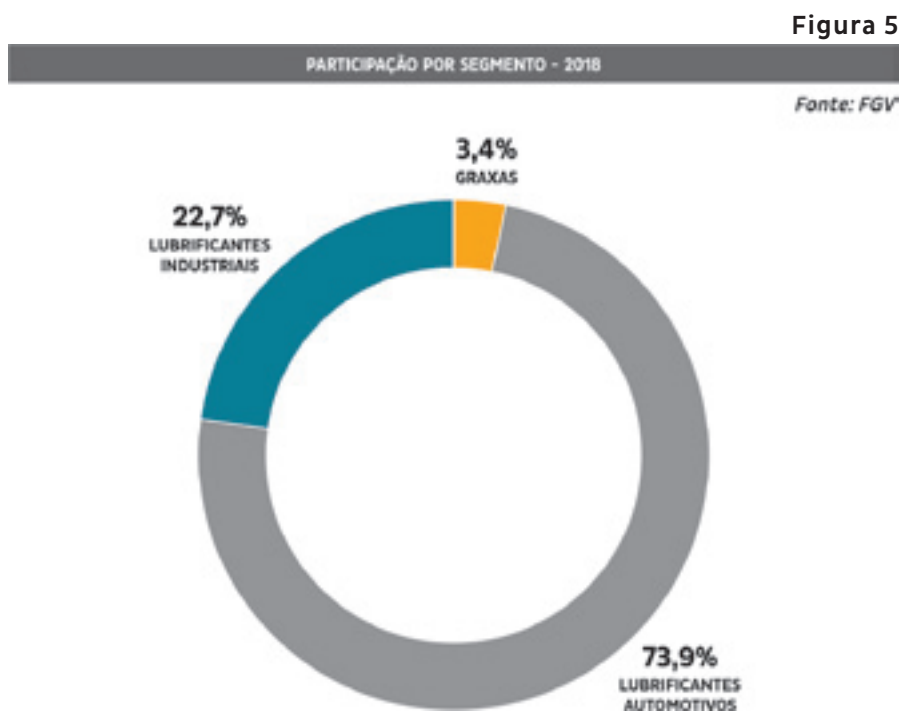
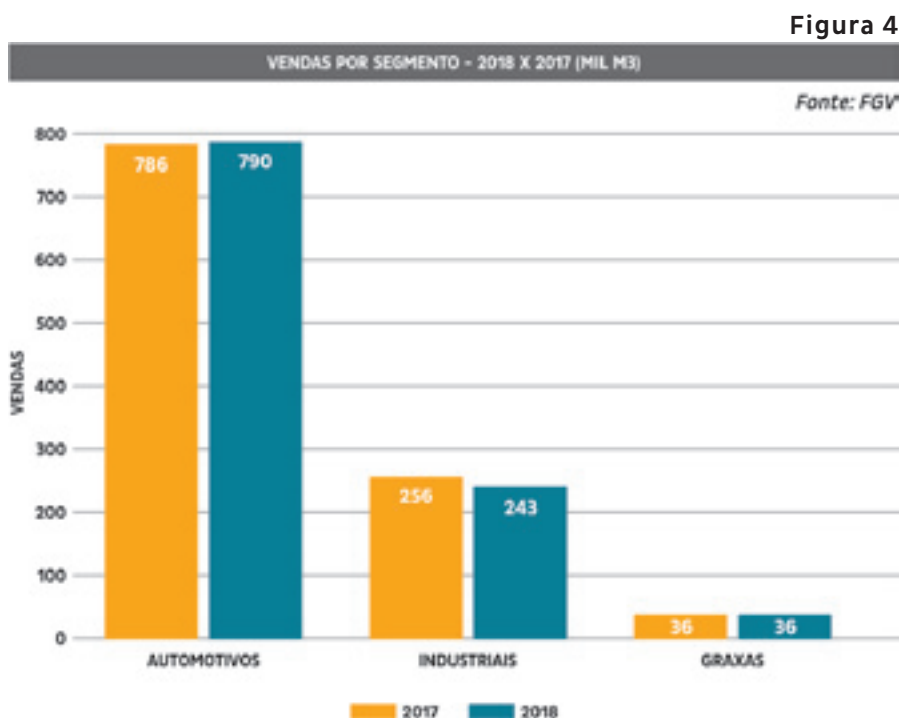
O resultado total só não foi pior pelo fato de os lubrificantes automotivos responderem por quase 74% do mercado nacional total. **Veja Figura 5.**

Ao se fazer a análise separadamente e por região, os lubrificantes automotivos registraram ligeira queda na comercialização no Sul e Sudeste, apesar do crescimento de 0,5%, totalizando 790 mil m³. **(Veja Figura 6)** Praticamente todos os Estados tiveram resultado positivo, exceto São Paulo, Paraná, Distrito Federal, Alagoas, Pernambuco e Rondônia.

Já as vendas de lubrificantes industriais comercializados pelas empresas associadas à Plural, de acordo com o Anuário, totalizaram “243 mil m³ em 2018, registrando um queda de 5,2% em relação ao ano anterior. Esta piora foi observada em praticamente todas as unidades federativas exceto Rio Grande do Sul, Goiás, Pernambuco, Ceará, Maranhão, Pará, Amapá e Acre”. **Veja Figura 7.**

INSTITUTO JOGUE LIMPO: “METAS ALCANÇADAS”

O anuário da Plural informa ainda que “durante 2018, o Instituto Jogue Limpo seguiu realizando e consolidando sua atividade principal de entidade gestora do sistema de logística reversa das embalagens plásticas de óleo lubrificante usadas, tendo encerrado o ano cumprindo todas as metas definidas com os Órgãos Ambientais e com seus associados”.



No total, foram recicladas 4.674 toneladas de plástico, número ligeiramente superior à meta estabelecida junto ao Ministério do Meio Ambiente, de 4.647 toneladas.

Quanto ao Oluc, a Plural comemora o fato de o Instituto Jogue Limpo ter obtido do Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica) “a não oposição para iniciar ações, no sentido de realizar a gestão da logística re-

versa do referido resíduo, em nome de seus associados. Assim sendo, começou a realizar uma operação teste no estado do Espírito Santo”.

OUTROS SETORES

Na abertura do anuário, a Plural lembra que 2018 marcou seu primeiro ano com uma nova configuração de

associação setorial e traz uma entrevista com o presidente-executivo Leonardo Gadotti. Ele falou dos desafios enfrentados no ano passado, principalmente por conta da greve dos caminhoneiros, que “mostrou para toda a sociedade o quanto os combustíveis são essenciais para o funcionamento do país e para o bem-estar da população”.

Para 2019, Gadotti antecipou que uma das principais bandeiras da entidade será a simplificação tributária. O destaque do anuário foi para “o etanol hidratado, que teve um crescimento expressivo de 42,1%, atingindo 19,4 bilhões de litros comercializados. O GNV também seguiu a tendência positiva, impulsionado pelo aumento da tributação do PIS/Cofins da gasolina e do etanol hidratado – em 2018, houve um aumento de 12,3% no mercado, com a comercialização de mais de 2,2 bilhões de m³”.

O documento aponta que “o cenário foi positivo também para o setor de combustíveis de aviação, que registrou um expressivo crescimento de 6,6%. Já o mercado de diesel foi influenciado por fatores como a política de preços da Petrobras, a greve dos caminhoneiros, os subsídios aos preços, e a tributação: houve um crescimento de 1,6% em comparação com o ano de 2017. Por outro lado, as lojas de conveniência tiveram um aumento de 1,5% no faturamento total e a tendência se mostra mais positiva ainda em 2019, já que o setor está investindo em novos formatos”.

Figura 6

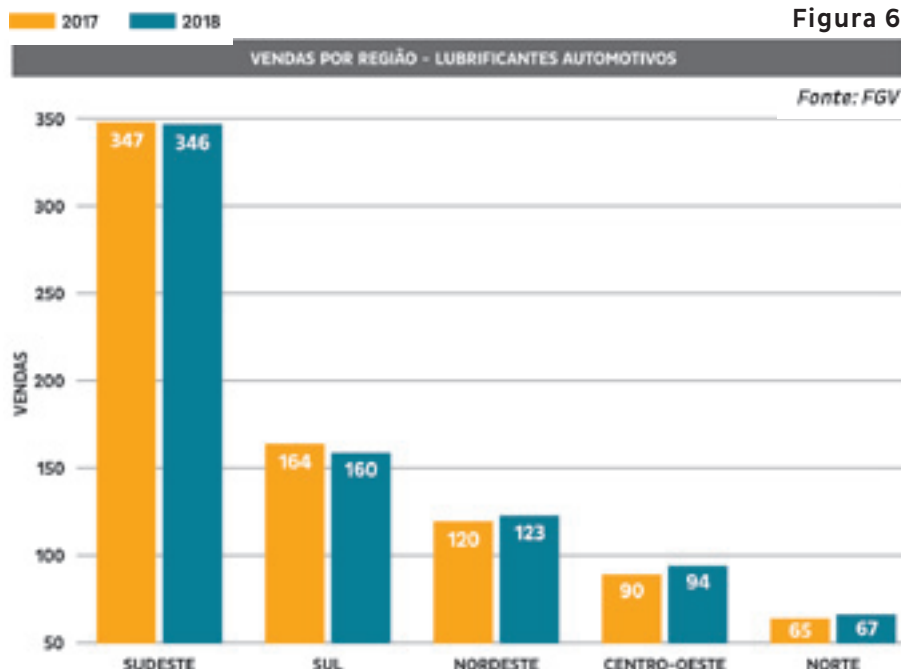
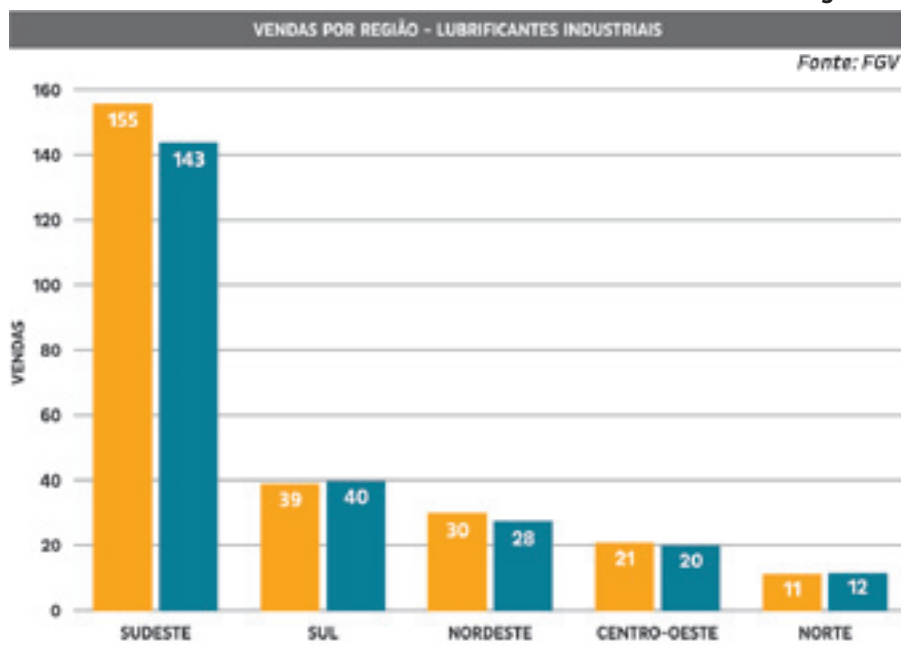


Figura 7



CENTRO DE TECNOLOGIA ANALÍTICA

- Lubrificantes
- Óleos minerais
- Isolantes
- Outros fluidos

NASCIDO DENTRO DE UM GRUPO SÓLIDO. FEITO PARA ATENDER OS CLIENTES MAIS EXIGENTES.

LWARTeCH

WWW.LWARTeCH.COM.BR
lwartech@lwart.com.br - (14) 3269-5318

Plural explica diferença nos resultados

Ao confrontar os números do mercado de óleos lubrificantes referentes ao ano de 2018, chama a atenção que a ANP registrou queda de 2,51% durante o Seminário de Avaliação do Mercado de Combustíveis 2019 (Ano-Base 2018), enquanto a Plural anunciou aumento de 2,9% no seu Anuário 2019.

É evidente que existem metodologias e fontes de dados diversas. A ANP considera as informações declaradas pelos agentes do mercado por meio do Sistema de Informações de Movimentação de Produtos (SIMP). Já a Plural, divulga números consolidados pela Fundação Getúlio Vargas a partir de dados das próprias associadas e da ANP.

O gerente de Lubrificantes da Plural, Giancarlo Passalacqua, explica que “todos os meses nós comparamos os números do SIMP com os números das nossas associadas. É óbvio que as fontes são as mesmas. No entanto, no SIMP, os critérios para reportar os volumes de lubrificantes comercializados são muito complexos. Isso torna o processo um pouco mais demorado”.

Assim, de acordo com ele, o que aconteceu em 2018 tem uma explicação relativamente simples: “houve a oficialização da fusão da Chevron com a Ipiranga, formando a Iconic. Isso teve uma série de modificações contábeis e de informações que tiveram de ser atualizadas dentro do SIMP. A complexidade falou mais alto. Então, na realidade, houve uma dificuldade de acerto de valores contabilizados pelo SIMP que no nosso sistema consolidado pela FGV foi muito mais rapidamente adequado. No final de 2018, nossos números estavam mais próximos da realidade da Iconic, enquanto os do SIMP estavam sabidamente díspares, muito abaixo dos números reais”.

O gerente de Lubrificantes da Plural faz questão de ressaltar que “não se trata de uma crítica à ANP. É uma constatação. Sabíamos que os números da Iconic não correspondiam à realidade, mas não houve tempo hábil de correção por meio do sistema SIMP. Nosso grande objetivo sempre foi - e continuará sendo - assumir os números da ANP como os números oficiais do mercado de lubrificantes. Enquanto, por alguma questão, notarmos que existem diferenças entre os números das associadas da Plural e os do SIMP, nós vamos continuar utilizando os dados da ANP e a consolidação da FGV”.

Passalacqua conclui que “usamos ele como melhor número disponível. Fazemos a junção das informações da ANP e da Plural e chegamos a um volume de mercado que nos parece ser o mais próximo da realidade, evidentemente com todas as imperfeições que isso eventualmente possa ter. A gente não pode imaginar que isso seja um número perfeito e sabemos que ainda tem um caminho que pode ser aperfeiçoado e estamos justamente tentando colaborar com isso sempre, tentando apontar sugestões e dialogar com a ANP”.

Versão da ANP

Questionada sobre as diferenças entre os resultados divulgados, a assessoria de imprensa da ANP respondeu à Sindilub Press que “o volume informado para ANP de óleo lubrificante acabado comercializado em 2018 pelos produtores e importadores foi de 1,244 bilhão de litros, contra 1,276 bilhão em 2017. Ressalto que esses dados de vendas são declarados pelos próprios agentes através do aplicativo i-SIMP, podendo haver diferenças quanto ao dado informado para a entidade de classe”. ■

PARA CADA TIPO DE APLICAÇÃO, A TEXACO TEM A SOLUÇÃO IDEAL.

fullprod



 **TEXACO.**
LUBRIFICANTES

texaco.com.br

O FUTURO, DESDE SEMPRE.



O descarte inadequado do produto e sua embalagem contaminam água e solo. Fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes e consumidores têm responsabilidade compartilhada pela sua devolução e destinação. O produto usado e ou contaminado e sua embalagem devem ser reciclados. Consumidor, devolva-os onde os comprou ou nos postos de serviços automotivos. Preserve o meio ambiente.

PRODUTOS ADEQUADOS PARA O AGRONEGÓCIO

FOTO: DIVULGAÇÃO

EVENTO

Texto: Renato Vaisbih

Os princípios da ecologia e a preocupação com o meio ambiente estão presentes no dia a dia da Fersol de diversas maneiras, desde a plantação de árvores frutíferas na sede de sua fábrica, em Mairinque (SP), até embalagens de papelão para comercializar óleos lubrificantes no lugar dos tradicionais frascos plásticos.

Essa faceta ficou evidente durante a apresentação de uma nova linha de lubrificantes para empresários da revenda que atendem prioritariamente clientes do setor agrícola, seguida de uma visita à planta da empresa no interior paulista. “É uma necessidade não só da área de lubrificantes. É uma necessidade da vida na Terra. A gente tem que procurar soluções em todos os lados, em todos os sentidos”, pondera Michael Haradom, presidente da Fersol.

Desde a sua fundação, em 1975, até o início desta década, a empresa tinha como principal negócio uma linha de defensivos agrícolas. Desde então, a sua atuação na área de lubrificantes vem crescendo. Assim, a marca Fersol oferece ao mercado aditivos. A Fersoil atua na área de lubrificantes industriais e a Phoenix Oil, com lubrificantes automotivos.

Dentre os lubrificantes apresentados destacamos o Hidros Bio, fluido para sistemas hidráulicos 100% sintético e biodegradável.



A introdução desses lubrificantes no mercado está à cargo de Everton Muoio Gonçalves, com experiência no setor desde meados da década de 1980. Ao fazer uma análise da lubrificação automotiva no mercado agrícola brasileiro, ele destaca que “os equipamentos utilizados na agricultura estão cada vez mais sofisticados, exigindo igualmente, lubrificantes de alto desempenho. Além disso, os agricultores se depa-ram com uma grande diversidade de máquinas e equipamentos mecânicos para lubrificar. Por isso, os empresários do setor necessitam de produtos que simplificarão o gerenciamento e os custos de manutenção do parque agrícola”.

Gonçalves lembra ainda que, nos equipamentos agrícolas, deve ser feita a lubrificação do motor e também das transmissões, freio úmido e sistemas hidráulicos. O executivo recomenda, portanto, a utilização de lubrificantes multifuncionais, que proporcionam uma redução de estoque, economia de recursos financeiros e menor possibilidade de erros na aplicação dos produtos.

EMBALAGENS INOVADORAS

O consultor Sergio Rangel revelou aos convidados da Fersol que há mais de 15 anos vinha discutindo com o presidente Michael Haradom uma solução alternativa às embalagens plásticas para defensivos agrícolas, que também passaram a ser utilizadas para os óleos lubrificantes da Fersoil e da Phoenix Oil.

Rangel fez a ponte entre a Fersol e a americana Scholle IPN, fundada em 1947, com duas plantas na América do Sul. Uma delas fica em Vinhedo, no interior paulista, desde 2002. A outra, foi inaugurada em Santiago, no Chile, em 2017. A Scholle IPN criou em 1955 o sistema “bag-in-box”, com sacos plásticos acondicionados em caixas de papelão para diversos tipos de produtos, desde óleos comestíveis até itens de limpeza.

O gerente de vendas da Scholle IPN, Fábio Wu, argumenta que as emba-

lagens de papelão viabilizam “melhor aproveitamento do espaço fabril e a acomodação de um número maior de litros por pallet para distribuição. A logística é similar à de bombonas e as embalagens podem ser comercializadas posteriormente para fins de reciclagem”.

Wu também ressalta que as embalagens passam por diversos testes, por exemplo, de estanqueidade e pressão interna, seguindo regras da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), além de possuírem um sistema antivazamento.

Os produtos da Phoenix Oil estão disponíveis em embalagens no formato bag-in-box de 20, 4 ou 2 litros. “Somos a primeira indústria a usar bagaço de cana para fazer caixas de papelão que acondicionam os defensivos agrícolas. No início, eram mais caras e mais frágeis. Formos desenvolvendo até que che-

gamos a cerca de 80% de papelão feito a partir de bagaço de cana-de-açúcar e 20% com restos de papel. Essas caixas mais resistentes que estão sendo utilizadas nas embalagens dos lubrificantes”, orgulha-se Haradom.

DE OLHO NO FUTURO

O presidente da Fersol sente-se à vontade no papel de guia desempenhado durante a visita à fábrica, instalada em uma área de 100 mil m². “Ainda temos bastante espaço para crescer. Estamos fazendo pelo menos três novos platôs para instalar novos galpões”, revela.

A capacidade de produção de óleo lubrificante atual é de 8 mil m³, comercializados nas embalagens de sacos plásticos dentro de caixas de papelão e também em tambores de 200 litros. A planta possui tanques

de óleos básicos sintético e mineral, interligados a equipamentos misturadores por uma tubulação com sistema automático de dosagem.

Um laboratório no local faz todas as análises necessárias tanto no processo pré-produção, quanto nos lubrificantes acabados antes do processo de envase.

Quanto à ecologia, Haradom mandou construir um reservatório para armazenar até 15 milhões de litros de água da chuva e utiliza placas que foram utilizadas em canteiros de construções em diversas áreas. Ele também está colocando em prática o sonho de plantar dez mil árvores frutíferas no terreno. “Já temos laranja, limão, acerola, abacate, banana e café. Daqui alguns anos, você vai voltar aqui e ver todos os galpões cercados por árvores”, vislumbra. ■



EMBALAGENS BAG IN BOX

COLABORANDO COM A CONSERVAÇÃO DO MEIO AMBIENTE.

SAIBA MAIS

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

UMA EMPRESA GLOBAL DE ENERGIA

FOTO: DIVULGAÇÃO



FIQUE POR DENTRO

Texto: Renato Vaisbih

A Hyundai Oilbank é a empresa responsável pela produção dos lubrificantes Hyundai XTeer Premium desde junho de 2014, exportando atualmente para mais de 65 países, e com sua marca lançada no Brasil no segundo semestre de 2018.

Wagner Tadeu Machado e Nilson Fernando Morsch, diretores responsáveis pela introdução da marca no país, explicam que as linhas de produtos automotivos Hyundai XTeer já es-

tão nos mercados de vários continentes para atender as especificações de todos os veículos e equipamentos em circulação, e não somente aqueles produzidos pelo Grupo Mundial Hyundai - veículos Hyundai, Kia, Genesis, e escavadeiras.

Dentro da composição acionária da Hyundai Oilbank estão as seguintes empresas do grupo: Hyundai H. Industries, Hyundai Motor Group, Hyundai Steel, e Hyundai Development.

Os executivos ainda afirmam quem a “Hyundai Oilbank sempre trabalhou para o fornecimento de derivados

de petróleo acompanhando o desenvolvimento da indústria coreana. Suas unidades de refino de petróleo em Daesan, na província de Chungnam, na Coreia do Sul, tem uma capacidade produtiva entre 390 mil e 500 mil barris / dia”.

Recentemente, a empresa completou a integração vertical no negócio aromático petroquímico do óleo cru a BTX, construindo a planta de produção do MX (xileno misturado) com uma capacidade anual de 1.2m de toneladas, e uma planta de produção de BTX com uma capacidade anual de 1.42m de toneladas.

A Hyundai Oilbank também tem diversificado o negócio através de uma usina química de aço que produz materiais de base para pneus e tintas para impressora. Fornece produtos e serviços através de sua rede de 2.500 postos de gasolina em toda a Coreia do Sul.

“Em resumo, a Hyundai Oilbank procura ser uma empresa de energia abrangente, expandindo seu portfólio de negócios em armazenamentos de óleos, materiais básicos e óleos lubrificantes acabados”, esclarece o CEO da Hyundai Oilbank, Jong-bak Moon. De acordo com ele, “a Hyundai Oilbank Co., Ltd. foi criada

em 1964 como a primeira empresa de petróleo privada na então República da Coreia. Durante o século passado, a Hyundai Oilbank liderou a indústria de energia da Coreia e, agora se tornou uma empresa global de energia, promovendo seu negócio de lubrificantes como um novo motor de crescimento.

Em parceria com a Shell, a Hyundai Oilbank construiu uma fábrica de óleos básicos Grupo III entre 2012 e 2014 com uma capacidade de produção de 650 mil toneladas por ano”.

Moon também destaca que a empresa “entrou com sucesso nos mercados domésticos e de marinha, produzindo vá-

rios lubrificantes industriais, bem como os lubrificantes automotivos Hyundai XTeer. Além dos lubrificantes, também está lançando diversos produtos de pós-vendas para veículos. Foi desenvolvido o Hyundai XTeer Alpha, que é um aditivo de combustível baseado em matérias-primas da BASF. A Hyundai é uma marca representativa que lidera e atua no mercado global em áreas como a construção naval, equipamentos de construção, produção de plantas industriais e de veículos. Assim, a Hyundai Oilbank está também trabalhando para expandir sua rede global de vendas de lubrificantes Hyundai Xteer, através da sinergia com a marca Hyundai”. ■



MADE BY HYUNDAI
AGORA NO BRASIL

PARA TODOS VEÍCULOS
NACIONAIS E IMPORTADOS

SEJA NOSSO DISTRIBUIDOR
REGIONAL AUTORIZADO

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



+ 55 11 96573-7369

Anfavea troca gestão e comemora entrada em vigor do programa Rota 2030

FIQUE POR DENTRO

Texto: Renato Vaisbih

Antonio Megale, executivo da Volkswagen, chega ao fim de sua gestão à frente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) e do Sindicato Nacional da Indústria de Tratores, Caminhões, Automóveis e Veículos Similares (Sinfavea) com um balanço positivo a respeito da entrada em vigor do Rota 2030, considerado por ele mesmo como o principal legado do período em que foi presidente das entidades, no triênio 2016-2019.

Durante um webinar da série Automotive Business “Conversas com Lideranças”, mediado pelo jornalista Pedro Kutney no dia 19 de março, Megale afirmou que “foi o projeto que mais demandou tempo, mas também foi o mais importante, por ser um projeto estruturante do setor automotivo. A gente realmente teve de gastar muito tempo, fazer muitas reuniões. Nós unimos todas as entidades, os sindicatos, todos os stakeholders ligados à questão para que a gente tivesse um programa que pudesse trazer mais previsibilidade, mais organização para o setor e uma visão de longo prazo”.

A Lei 13.755, que regulamenta o Programa Rota 2030 – Mobilidade e Logística e “estabelece requisitos obrigatórios para a comercialização de veículos no Brasil” foi sancionada pelo ex-presidente Michel Temer e publicada no Diário Oficial da União do dia 11 de dezembro de 2018. O Rota 2030 vinha sendo estruturado desde meados de 2017 para substituir o Inovar-Auto – Programa de Incentivo à Inovação Tecnológica e Adensamento da Cadeia

CONQUISTAS DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA

FOTO: DIVULGAÇÃO



LUIZ CARLOS DE MORAES E ANTONIO MEGALE

Produtiva de Veículos Automotores, que vigorou de 2012 até aquele ano tendo como principal bandeira o desenvolvimento tecnológico visando mais segurança, performance e a conservação ambiental.

VISÃO DE LONGO PRAZO

Megale ainda falou das inúmeras negociações para aprovação do Rota 2030, da sua integração com outros programas e das dificuldades enfrentadas nos três anos em que presidiu a Anfavea, tendo de negociar com três administrações federais diferentes: Dilma Rousseff, Michel Temer e Jair Bolsonaro.

Na opinião dele, foi uma grande conquista, uma vez que o Rota 2030 “traz uma visão de longo pra-

zo. As empresas sabem quais são as metas de eficiência energética que deverão cumprir em 2022 e sabem quais são os equipamentos de segurança que deverão ser introduzidos nos próximos anos. Isso é muito bom para quem está desenhando um produto novo e está projetando o futuro”.

Megale também salientou que “no Brasil, em geral, as políticas públicas não falam a mesma língua. O Rota 2030 trouxe uma organização, fazendo com que programas similares estejam alinhados em termos cronológicos, facilitando o planejamento de investimentos das empresas”. O executivo se referiu especialmente ao RenovaBio, que busca traçar o papel estratégico de todos os tipos de biocombustíveis na matriz energética brasileira, e às novas fases do Proconve (Programa de

Controle de Poluição do Ar por Veículos Automotores).

“Isso mostra uma maturidade muito grande. A gente tem ouvido falar de representantes de governos internacionais que o Rota 2030 é um dos programas mais modernos que foram introduzidos no mundo para a indústria automobilística”, orgulha-se Megale.

SUCESSOR

A partir de 23 de abril de 2019, o diretor de comunicação e relações institucionais da Mercedes-Benz do Brasil, Luiz Carlos Moraes, será o presidente da Anfavea e do Sinfavea. Ele compôs chapa única para a sucessão de Megale, junto com Fabricio Biondo, da PSA Peugeot Citroën, que será o primeiro vice-presidente.

Graduado em Economia pela Fundação Santo André e pós-graduado na FGV,

com MBA no IBMEC e pós-graduação no Insead, da França, Moraes faz parte da diretoria da Anfavea desde 2012 e já participou de negociações com representantes do setor público para a aprovação de regimes automotivos, como o Rota 2030.

Fabricio Biondo também já integrava a diretoria da Anfavea, é graduado em engenharia de produção pela Universidade Metodista de Piracicaba e pós-graduado em marketing pelo INPG Business School, em São Paulo.

A nova gestão tem a expectativa de manter os bons resultados da indústria automobilística nacional registrado nos últimos meses. Segundo a Anfavea, “o licenciamento de autoveículos em 2018 registrou 2,56 milhões de unidades, aumento de 14,6% frente às 2,24 milhões de unidades vendidas em 2017”. A entidade também divulgou que “a produção em 2018 foi de 2,89 milhões de unidades – superior em 6,7% às 2,69 milhões de unidades do ano anterior”.

Ao apresentar os números, Antonio Megale, analisou que “o resultado da indústria automobilística brasileira no ano passado mostrou que 2018 consolidou a retomada iniciada em 2017. O mercado interno teve forte reação, o que mostra que parte da demanda reprimida foi bem atendida. O crescimento das vendas de caminhões e máquinas agrícolas indica a recuperação da economia brasileira. O único indicador negativo foi o volume de exportações, por conta da forte retração do mercado argentino, nosso principal parceiro comercial. O balanço da produção também foi positivo, mesmo com a redução nas exportações”.

Para 2019, a Anfavea demonstra otimismo e estima aumento de 11,4% no licenciamento de autoveículos, com a expectativa de comercializar 2,86 milhões de unidades. A produção deve chegar em 3,14 milhões de unidades, o que significa um aumento de 9%. No caso das exportações a projeção é de estabilidade, com 590 mil unidades negociadas. ■

CHEGOU!

NOVA FAMÍLIA DE PRODUTOS

É Óleo, NÉ!?

O MELHOR DA TECNOLOGIA JAPONESA EM ÓLEO

IDEMITSU
www.idemitsu.com.br

ANP OFERECE SERVIÇOS DE ANÁLISES FÍSICO-QUÍMICAS DE LUBRIFICANTES

ANP / QUALIDADE

Texto: Renato Vaisbich

O Centro de Pesquisas e Análises Tecnológicas (CPT) da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), situado em Brasília, deu início à realização de análises físico-químicas de combustíveis, lubrificantes e graxas em amostras contraprova e testemunha para agentes externos.

Os critérios e preços públicos a serem pagos pela prestação dos serviços foram detalhados na Resolução ANP nº 773, publicada no Diário Oficial da União de 27 de fevereiro de 2019.

De acordo com o texto, a coleta e o transporte de amostras para o CPT é de responsabilidade do agente econômico contratante e o pagamento dos serviços solicitados deverá ser feito mediante Guia de Recolhimento da União (GRU).

Os preços divulgados pela ANP poderão ser reajustados anualmente, por meio do Índice Geral de Preços-Disponibilidade Interna (IGP-DI), da Fundação Getúlio Vargas, também podendo ser revistos pela ANP a qualquer tempo, mediante justificativa fundamentada.

Os procedimentos para a contratação dos serviços de análises

físico-químicas do CPT deverão ser publicados em breve na página da ANP na internet (www.anp.gov.br).

Durante uma audiência pública sobre o tema realizada no final de 2018, em Mossoró (RN), a superintendente-adjunta de Biocombustíveis e Qualidade de Produto da ANP, Daniele Conde, esclareceu que “o objetivo é fixar um preço público para que as empresas possam utilizar-se desse serviço oferecido pela ANP, bem como os critérios sobre como será oferecido. As empresas que estiverem situadas em todo o território nacional e tiverem interesse, podem entrar em contato com a ANP e solicitar os serviços de análises físico-químicas realizadas num laboratório de referência e tecnologia de ponta”.

Também no final do ano passado, segundo a Agência, o CPT passou por auditoria do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), que manteve a acreditação concedida em dezembro de 2017. Trata-se de um reconhecimento formal de que o laboratório atende a requisitos internacionais de gestão da qualidade e à norma ABNT NBR ISO/IEC 17025, “que estabelece procedimentos e registros para todas as atividades do laboratório; desde o recebimento de amostras até a emissão de resultados, passando pela capacitação dos analistas e a calibração de equipamentos analíticos”.

Até a recente abertura para a prestação de serviços a agentes externos, o CPT realizava exclusivamente pesquisas para monitorar e garantir a qualidade dos produtos regulados pela ANP.

Na sua apresentação institucional, o CPT informa que “conta com equipamentos de última geração dedicados principalmente ao controle da qualidade, pesquisa e análise de petróleo, seus derivados (gasolina, óleo diesel, lubrificantes, graxas, combustíveis de aviação, óleo combustível, solventes de marcação compulsória), biocombustíveis (etanol e biodiesel), aditivos e corantes. Além disso, o CPT acompanha a evolução de novos combustíveis, tais como etanol de 2ª geração, combustíveis renováveis de aviação, diesel de cana e biometano, entre outros”. ■

TABELA DE PREÇOS

A Resolução ANP nº 773 apresenta os preços para serviços de análises feitas em amostras de gasolina automotiva, óleo diesel, etanol combustível, biodiesel (B100), querosene de aviação, gasolina de aviação, óleos lubrificantes e graxa automotiva.

Confira (ao lado) os tipos de análises e respectivos preços para os serviços relacionados aos óleos lubrificantes:

ENSAIO	MÉTODO DE ENSAIO	PREÇO POR AMOSTRA (EM R\$)
CORROSIVIDADE AO COBRE 3H A 100°C	ASTM D130	33,49
DEMULSIBILIDADE	ASTM D1401	199,50
ELEMENTOS QUÍMICOS CÁLCIO, MAGNÉSIO, ZINCO E FÓSFORO POR EDX	ASTM D7751	200,00
ELEMENTOS QUÍMICOS CÁLCIO, MAGNÉSIO, ZINCO, FÓSFORO, BÁRIO, SÓDIO, MOLIBDÊNIO, BORO - PLASMA ICP OES	ASTM D4951 / ASTM D6481	200,00
ENXOFRE	ASTM D4951 / ASTM D6481 / ASTM D2622/ ASTM D7751	200,00
ESPUMA	ASTM D892	129,00
ESTABILIDADE AO CISALHAMENTO (30 E 90 CICLOS)	ASTM D7109 / ASTM D6278	253,00
FOUR BALL, CARGA DE SOLDAGEM	ASTM D2783	180,00
FOUR BALL, PROTEÇÃO A DESGASTE	ASTM D4172	238,00
IAT (ACIDEZ)	ASTM D664 / ASTM D974	227,50
IBT (BASICIDADE)	ASTM D2896	227,50
ÍNDICE DE VISCOSIDADE	ASTM D2270	23,00
PERDA POR EVAPORAÇÃO - NOACK	ASTM D5800 (PROCEDIMENTO B)	95,00
PONTO DE FLUIDEZ	ASTM D97	180,50
PONTO DE FULGOR CLEVELAND	ASTM D92	177,00
VISCOSIDADE A ALTA TEMPERATURA E ALTO CISALHAMENTO - HTHS (150°C)	ASTM D5481	257,00
VISCOSIDADE CINEMÁTICA A 100 °C	ASTM D445 / ASTM D7042	156,00
VISCOSIDADE CINEMÁTICA A 40 °C	ASTM D445 / ASTM D7042	156,00
VISCOSIDADE DE BOMBEAMENTO À BAIXA TEMPERATURA	ASTM D4684	232,00
VISCOSIDADE DINÂMICA À BAIXA TEMPERATURA (CCS)	ASTM D5293	257,00



LANÇAMENTOS

GT-OIL

CVT e CVT MULTI

CHEGARAM OS LUBRIFICANTES GT-OIL PARA TRANSMISSÃO CVT

Os lubrificantes GT-OIL foram desenvolvidos para melhorar ainda mais os benefícios proporcionados pela transmissão CVT. Com formulação premium, eles garantem maior suavidade na transmissão devido à redução de trepidações e ruídos e melhor transferência de torque para maior desempenho.

Acesse o site para saber mais.

(12)3152-2623 / (12)98304-0049

@gtoillubrificantes

gt.oil

www.gtoil.com.br





NOVOS TEMPOS NA AEA

Associação Brasileira de Engenharia Automotiva define diretoria para o biênio 2019-2020 e se prepara para as comemorações de 35 anos da entidade

FOTO: DIVULGAÇÃO

AEA / NOVA DIRETORIA

Texto: Renato Vaisbih

Flavio Henrique Sakai foi eleito presidente da Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA) para a gestão da entidade no biênio 2019-2020 com o desafio de manter o debate a respeito das evoluções tecnológicas e seus impactos na indústria brasileira. Ele terá o apoio do vice-presidente Edson Orikassa, que foi o presidente da AEA nos dois últimos mandatos, no período de 2015 a 2018.

Sakai é engenheiro elétrico, na modalidade eletrônica e telecomunicações, formado pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, em 1986. Atualmente, ocupa o cargo de diretor sênior de vendas e marketing da divisão automotiva da Harman América do Sul.

Orikassa é gerente da divisão de certificação de produto e governo na montadora Toyota, onde trabalha há mais de 30 anos. É engenheiro mecânico formado pelo Instituto de Engenharia Paulista e com MBA na FGV.

LUBRIFICANTES E FLUIDOS

Sakai e Orikassa foram os responsáveis pela nomeação dos titulares das diretorias de Ad-



FLAVIO HENRIQUE SAKAI

ministração e Finanças, de Relações Institucionais, de Novas Políticas Setoriais, de Emissões e Consumo de Motos, de Emissões e Consumo de Pesados, de Emissões e Consumo de Leves, de Eletroeletrônico e Conectividade, de Estilo, de Manufatura e Materiais, de Fora de Estrada e Estacionários, de Tendências Tecnológicas, de Segurança e Qualidade Veicular, de Acreditação de Laboratórios, de Combustível, de Lubrificantes, de Pós-Vendas, de Eventos, de Universidade, de Marketing e de Comunicação.

Simone Hashizume, da JX Nippon Oil & Energy do Brazil, permanece como diretora de Lubrificantes da AEA. Vale lembrar que nos últimos eventos realizados pela AEA, ela destacou que o setor de lubrificantes, aditivos e fluidos está preparado para atender aos desafios da indústria automobilística brasileira, mesmo diante do cená-

rio de diversidade de matrizes energéticas que o País possui.

A comissão de Lubrificantes e Fluidos tem como novo coordenador Charles Correa Conconi, engenheiro de Pesquisa de Materiais da Mercedes-Benz do Brasil Ltda desde 1986. Possui graduação em Engenharia Química pela Faculdade Oswaldo Cruz, é mestre em Ciências e Engenharia de Materiais e doutor em Engenharia Mecânica, com as duas titulações na Escola de Engenharia de São Carlos - Universidade de São Paulo (EESC-USP).

Na Mercedes-Benz, Conconi trabalha com o desenvolvimento de lubrificantes para motor, câmbio, diferencial, direção hidráulica, graxas, fluido de freio, fluido anticongelante/anticorrosivos, entre outros, para uso nos veículos da marca.

O novo coordenador reforça que o objetivo da comissão de Lubrificantes e Fluidos da AEA é “reunir todos os segmentos da indústria que possuem influência do produto lubrificante e fluidos, no intuito de disseminar informações, entrar em consenso e interagir com decisões de legislação e mercado”.

A comissão tem parceria com diversas esferas do governo, institutos e sindicatos, incluindo entidades como o Sindilub, ANP, Inmetro, Simepetro, Sindirepa e Sindirrefino. ■

EVENTO

Texto: Renato Vaisbih

A Idemitsu realizou no início do ano o seu primeiro Workshop de Vendas com toda a sua equipe comercial e a liderança da empresa no Brasil. O destaque do encontro foi a apresentação detalhada de um portfólio completo de lubrificantes que a companhia vai lançar no decorrer de 2019 para atender a demanda de carros e motos, ampliando sua presença no mercado brasileiro.

“Foram três dias com uma intensa programação, que incluiu palestras, discussões sobre os negócios e outras atividades”, conta o gerente geral de vendas, Marcio Camargo.

Os participantes do workshop lembraram a presença da Idemitsu no Brasil, que tem uma relação muito próxima com o Sindilub. O próprio gerente geral de vendas lembra que a empresa chegou ao país em 2009 para atender prioritariamente as montadoras japonesas que também se estabeleciam por aqui.

“Foi em 2016 que a Idemitsu iniciou as atividades de Retail, com o lançamento de dois produtos de marca própria durante o evento do Sindilub, em Campinas. Atualmente, já possuímos equipes de vendas nas regiões Sul, Sudeste e Nordeste”, afirma Camargo.

No ano passado a Idemitsu apresentou novos produtos, novamente na feira de negócios realizada simultaneamente ao 6º Ealub – Encontro Nacional dos Revendedores Atacadistas de Lubrificantes e ao 4º Ercom – Encontro dos Revendedores de Combustíveis do Sudeste, organizados e promovidos pelo Sindilub e pelo Recap, em Campinas.

Segundo Camargo, “agora, com o treinamento oferecido à equipe de vendas, vamos incrementar ainda mais o nosso portfólio e dar oportunidade para os distribuidores ganharem market share no Brasil. Fi-

VENDEDORES E GUERREIROS

FOTOS: DIVULGAÇÃO



SAMURAI

zemos vários contatos durante o evento e isso vai nos dar suporte para incrementar os negócios”.

Durante o primeiro Workshop de Vendas, ocorreu ainda a premiação de uma campanha realizada com a equipe intitulada “Samurais da Idemitsu”. Os vencedores foram agraciados com as tradicionais Katanas, espadas típicas dos lendários guerreiros japoneses.

De acordo com uma descrição disponibilizada pelo Consulado Geral do Japão em 2008, por ocasião da celebração do Centenário da Imigração Japonesa no Brasil, “os samurais – guerreiros tradicionais do Japão feudal – se constituem em personagens que até hoje povoam o imaginário ocidental. Suas armaduras, usadas desde a antiguidade, transformaram-se ao longo dos séculos ao incorporar sofisticadas técnicas artesanais para atender às necessidades de defesa”. ■

ASSOCIADOS DISCUTEM LOGÍSTICA REVERSA DE EMBALAGENS

FOTO: DIVULGAÇÃO

SINDILUB EM AÇÃO

Texto: Renato Vaisbih

O Sindilub organizou no início de abril um encontro com associados e convidados para a discussão de temas relacionados ao mercado nacional de lubrificantes, no hotel Royal Palm Residence, no centro de Campinas (SP). Na ocasião, foram realizadas a Assembleia Geral Ordinária e a Assembleia Geral Extraordinária do sindicato, uma palestra do consultor Cláudio Pereira da Silva e um almoço de confraternização oferecido pela empresa Fuchs.

A participação do Sindilub nas discussões sobre a logística reversa das embalagens plásticas usadas de lubrificantes mereceu atenção especial durante a reunião dos associados.

O presidente do sindicato, Laercio Kalauskas, explicou que, justamente por haver um amplo debate e muitas dúvidas sobre o papel dos revendedores atacadistas no ciclo de devolução das embalagens, achou relevante levar o assunto para discussão em assembleia.

O PAPEL DOS REVENDEDORES ATACADISTAS

Ele recordou que o setor de lubrificantes foi o primeiro a ter um Acordo Setorial com o MMA, firmado em 2012, com prazo indeterminado. No entanto, o volume de embalagens encaminhadas para reciclagem e as regiões atendidas deveriam ter sido revistos no final de 2016, o que não aconteceu.



Em 2017, o Sindilub tomou a iniciativa de apresentar uma proposta de Regimento Interno para o Grupo de Acompanhamento de Performance (GAP) do SISTEMA do Acordo Setorial de Logística Reversa das embalagens plásticas de óleos lubrificantes usadas.

“Esse grupo se reúne há bastante tempo, mas antes do Regimento Interno não tinha uma organização. É verdade que ainda hoje é difícil reunir todo mundo. Esse é um dos motivos também que se arrasta um novo acordo por dois anos. E já tivemos algumas propostas isoladas que iriam gerar custos e responsabilidades para os atacadistas que não são nossas”, argumenta o presidente do Sindilub.

Desde então, o GAP vem discutindo novas diretrizes para o Acordo Setorial, inclusive com o encaminhamento da minuta de um texto reformulado ao MMA no início de 2019, assinada pelos seguintes representantes das entidades: Laercio Kalauskas (Sindilub); Bernardo Souto (Fecombustíveis); Carlos Abud Ristum (Simepe-

tro); Giancarlo Passalacqua (Plural); e Maurício Prado Alves (SindTRR).

Por conta da experiência do Sindilub nas reuniões do GAP e junto ao MMA, Kalauskas solicitou formalmente aos associados e colocou em votação, tendo sido aprovada, “a outorga de poderes à Diretoria da Entidade com a finalidade de participar de Grupos de Trabalho no âmbito do Ministério do Meio Ambiente para a discussão e assinatura de Acordo Setorial de implementação e manutenção do sistema e logística reversa de embalagens plásticas usadas de óleo lubrificante”.

QUEM PAGA A CONTA?

O consultor jurídico do Sindilub, Edisson Gonzales, esclareceu que os associados do Sindilub estão automaticamente cobertos pelo Acordo Setorial e, assim, a coleta das embalagens plásticas usadas deve ser feita pelo Instituto Jogue Limpo, que é o agente autorizado pelo MMA.

Segundo Gonzales, o revendedor atacadista que não é associado ao Sindilub deve arcar com os custos da coleta. Para exemplificar, ele leu um trecho das obrigações dos integrantes da categoria previstas no documento do Acordo Setorial: "Contratar outra empresa destinadora para as embalagens usadas de óleo lubrificante armazenadas em seus estabelecimentos ou centrais de recebimento, em caso de não utilização das unidades de recebimento itinerante ou das centrais de recebimento disponibilizadas pelos fabricantes e importadores".

O Sindilub apresentou aos seus associados um novo termo de compromisso unificado relacionado aos compromissos ambientais firmados pelo sindicato que dizem respeito à responsabilidade compartilhada para o destino adequado de embalagens plásticas usadas e os benefícios dos signatários do Acordo Setorial.

BALANÇO POSITIVO

Outro assunto levantado pela Diretoria do Sindilub foi a ideia de levar adiante um estudo para criação de um imposto monofásico para os óleos lubrificantes. Trata-se de um sistema de tributação com cobrança diferenciada de PIS e COFINS já adotado com sucesso em alguns setores, como a indústria farmacêutica e de cerveja.

"Não estamos falando de quanto pagamos de imposto e, sim, de como pagamos", esclareceu Kalaskaus.

Ainda durante as assembleias foram apresentados os resultados de 2018, a previsão orçamentária para este ano, mudanças na cobrança da contribuição confederativa e detalhes relacionados às negociações dos acordos coletivos de trabalho.

Um dos destaques das ações apresentadas foi o 4º Ealub – Encontro Nacional dos Revendedores Atacadistas de Lubrificantes, promovido pelo Sindilub simultaneamente a uma feira de negócios e o 6º Ercom – Encontro dos Revendedores de Combustíveis do Sudeste, organizado pelo Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo de Campinas (Recap), em outubro do ano passado.

Após a exibição de um videoclipe, Kalauskas afirmou que "vendo essas cenas dá até saudades. Foi um grande evento, o maior do Brasil no nosso segmento, com uma grande concentração de empresários. E isso se deve muito ao apoio de vocês, que colaboraram, convidando os nossos parceiros e patrocinadores. E já estamos nos preparando para o próximo, em 2020". ■



55 anos

G7

PROPULSORAS PNEUMÁTICAS

**O MELHOR CUSTO E BENEFÍCIO
DO MERCADO.**



15 3384-8484

www.lupuslubrificacao.com.br

FUCHS BUSCA SE APROXIMAR DA REVENDA ATACADISTA

FOTOS: DIVULGAÇÃO

DESTAQUE

Texto: Renato Vaisbih

A criação de canais de distribuição com revendedores atacadistas de óleos lubrificantes foi um dos destaques da apresentação da fabricante Fuchs feita durante o encontro organizado pelo Sindilub com associados e convidados para a discussão do mercado e realização de assembleias do sindicato, no início de abril, em Campinas.

Um vídeo institucional mostrou números a respeito da empresa no cenário internacional: “Continuamos a crescer, enfrentando desafios em mais de 45 países no mundo todo. Nossos cinco mil colaboradores altamente qualificados trabalham lado a lado com mais de cem mil clientes. Em trinta fábricas, produzimos mais de dez mil lubrificantes personalizados”.

Com relação ao mercado automotivo brasileiro, o Gerente Comercial Automotivo Aftermarket Marcelo Martini afirmou que a Fuchs tem boas perspectivas para 2019. Para ele, “o mercado tende a sofrer algumas alterações nos próximos anos e a Fuchs está se preparando para essas mudanças que virão”.

Em sua apresentação, o executivo explicou que a Fuchs foi fundada em 1931 e chegou ao Brasil em 1973, com a inauguração da planta utilizada até os dias atuais, em Barueri, na Região Metropolitana de São Paulo. Os planos para expandir a atuação local são comprovados com a aquisição de um terreno sete vezes maior, em Sorocaba, no interior paulista, que futuramente deverá abrigar uma nova sede da empresa.



“A fábrica no Brasil é uma das sete plantas da Fuchs nas Américas. A empresa também está presente na Argentina, México, Canadá e Estados Unidos. Essa região representa 17% do nosso mercado e vemos a possibilidade de crescimento”, afirma Martini.

Ele acrescenta que 50% do mercado da Fuchs está na Europa, onde fica a matriz da empresa, na Alemanha. “Trata-se de uma empresa familiar, com Stefan Fuchs, a terceira geração da família à frente dos negócios, apesar de ter ações listadas na bolsa de valores alemã”, esclarece.

Outros 30% do mercado da Fuchs estão concentrados na Ásia e Pacífico. O faturamento global em 2018, de acordo com o executivo, “foi de € 2,6 milhões e a companhia é considerada a primeira empresa do mercado independente no fornecimento de lubrificantes, uma vez que não faz extração de petróleo e pode apresentar soluções sob medida”.



MARCELO MARTINI

Segundo Martini, “outro diferencial da Fuchs é o investimento em tecnologia. A empresa possui mais de 500 cientistas e engenheiros pesquisando e trabalhando em novas formulações e investe mais de € 50 milhões no desenvolvimento de produtos. No Brasil, temos laboratórios para pesquisa e desenvolvimento e um laboratório para fazer análises”.

PORTFÓLIO

O coordenador de vendas da Fuchs, Marcos Marques, falou a respeito do portfólio de produtos, que inclui mais de 45 opções para serem comercializadas, incluindo as linhas Titan, Pentosin e Maintain. A Fuchs oferece no mercado brasileiro Óleos de motor para veículos de passeio; Óleos de motor para veículos comerciais; Lubrificante para transmissão manual de veículos de passeio, comerciais e pesados; Fluidos para transmissão de embreagem dupla e automáticas; Fluidos hidráulicos; Fluidos de arrefecimento; Fluidos de freio; Graxa; e Fluido de calibração. ■

JAPAN'S NO.1 OIL COMPANY.



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



ENEOS



A MARCA DO PROFISSIONAL

ENTREGANDO SOLUÇÕES DE
ALTO DESEMPENHO
PARA SISTEMAS DE
ARREFECIMENTO

PARA TODO O BRASIL



SEJA UM DISTRIBUIDOR

ENTRE EM CONTATO

51 3635-0498 | 51 3635-0499 | 51 9 9596-7312

comercial@dnkautomotive.com.br

www.dnkautomotive.com.br

LINHA COMPLETA

ALTO DESEMPENHO

EXCELENTE QUALIDADE

