Novembro de 2019 - Nº 140

SindiLub

A Revista do Mercado de Lubrificantes

Para você curtir!

LUBRICANTS. TECHNOLOGY. PEOPLE. FUCHS

Linha TITAN

FUCHS Lubrificantes

A ESCOLHA DAS MONTADORAS

Fluidos para transmissão de alta tecnologia, especialmente formulados para fornecer mais performance e rendimento

www.fuchs.com/br | @fuchslubrificantes | +55 11 4707-0510

ÍNDICE

Meta alcançada para coleta de embalagens usadas	5
Carro elétrico: o assunto do momento	6
Eventos de filiados à Fecombustíveis	10
Mercado em expansão!	12
Pra você curtir!	14
Nos míííínimos detalhes	16
O homem que nunca foi ao posto de combustíveis	18
Carga pesada, meio ambiente leve	20
Mudança de foco	22
Reestruturação do Sindilub	24
Academia de lubrificantes	25

EDITORIAL

SindiLub PRESS

Bom dia,

Caminhamos a passos largos em direção ao último mês do ano, deste ano que passou como um vendaval. Pelo menos esta foi minha impressão, e de todos nós aqui no Sindilub.

Não sei se este vendaval deveu-se à vontade que este ano termine, para que respiremos novos ares em 2020, ano em que ansiamos pela continuidade das reformas que possibilitem a melhora da economia, a retomada do crescimento e a diminuição do desemprego, ou este vendaval deveu-se simplesmente à velocidade imposta pela comunicação via Internet, que tudo facilita e ao mesmo tempo te escraviza à frente do computador.

Temos que obrigatoriamente nos atualizar, e é isto que o Sindilub está buscando, conforme os prezados leitores poderão constatar nas redes sociais. Leiam a matéria sobre o nosso processo de profissionalização.

Tenho uma forte relação pessoal e profissional com os revendedores de lubrificantes do Sul, e aproveitei minha viagem para participar do evento anual organizado pelo Sulpetro e também para me reunir com alguns empresários, para discutir a necessidade de rever a cobrança do ICMS incidente nos lubrificantes, cujo aumento brutal da Margem de Valor Agregado ficou muito distante da realidade. Esta é uma bandeira que o Sindilub sustenta já há algum tempo, e é de fundamental importância que todos os envolvidos abracem esta causa e lutem para adequar esta situação à realidade, tornando justa a arrecadação do imposto, ao mesmo tempo equilibrando a concorrência no setor.

FOTO: RICARDO CARVALHO

Não é de hoje que sustento a desnecessidade de incluir esta situação na reforma tributária. Não desistiremos.

Há uma notícia nesta edição informando que o nosso querido amigo Ruy Ricci, profissional por excelência na área de combustíveis e lubrificantes, com vasta experiência neste mercado tanto na área técnica como na área de marketing, e que nos ajudou sobremaneira na criação do sindicato, deixa a Diretoria Executiva do Sindilub.

E já que uma das matérias desta edição menciona a música do querido Milton Nascimento, na linda canção "Nos Bailes da Vida", arremato:

Ruy,
Amigo é coisa para se guardar
Debaixo de sete chaves
Dentro do coração

Muito obrigado e boa leitura.
Laercio Kalauskas

EXPEDIENTE

Novembro - 2019, edição nº 140

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.

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
Capa: Shutterstock

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.

META ALCANÇADA PARA COLETA DE **EMBALAGENS USADAS**

MEIO AMBIENTE
Por Renato Vaisbih

FOTO: ANA LEME

Todas as metas alcançadas e a ampliação da área de coleta das embalagens plásticas usadas de lubrificantes pelo Instituto Jogue Limpo foram as principais conquistas em 2019 do SISTEMA do Acordo Setorial de Logística Reversa de Embalagens de Lubrificantes, assinado desde 2012 por diversas entidades, entre elas o Sindilub, com o Ministério do Meio Ambiente.

O balanço das atividades foi feito durante a última reunião deste ano com os integrantes do Grupo de Acompanhamento de Performance (GAP) do SISTEMA, realizada na sede do Sindilub.

O presidente do Sindicato, Laercio Kalauskas, ficou entusiasmado com o resultado e o engajamento da Diretoria e dos associados no programa de logística reversa e na conscientização da importância da preservação ambiental.

"Faço questão de compartilhar essas conquistas com os empresários da revenda atacadista de lubrificantes, que contribuíram para o êxito desta missão de buscar uma melhoria da qualidade do meio ambiente no nosso país", afirmou o presidente do Sindilub.

Kalauskas também agradeceu, em nome dos associados do Sindicato, a disposição e dedicação do Instituto Jogue Limpo e de todos os integrantes do GAP na condução das discussões e a busca por soluções que nortearam os trabalhos do grupo mais uma vez neste ano de 2019.

No encontro, Bernardo Souto, consultor jurídico para Meio Ambiente da Federação Nacional do Comércio de Combustíveis e de Lubrificantes (Fecombustíveis), foi eleito coordenador do GAP para o próximo exercício.

O representante do Instituto Jogue Limpo, Ézio Antunes ainda apresentou dados sobre o programa de logística reversa que, com a inclusão do Amazonas, ampliou a área em que atua para 17 Estados e o Distrito Federal.

Além da expansão do alcance territorial da coleta de embalagens plásticas, o Instituto Jogue Limpo programava encerrar 2019 com 150 PEVs (Pontos de Entrega Voluntária), que permite aumentar a capilaridade do sistema. No final de 2018, eram 112 PEVs em funcionamento. ■

CARRO ELÉTRICO: O ASSUNTO DO MOMENTO

TENDÊNCIA
Por Renato Vaisbih

Debate a respeito dos veículos elétricos e alternativas sobre mobilidade começam a se multiplicar no Brasil; Sindilub acompanha as tendências e o futuro dos lubrificantes

O Sindilub vem acompanhando o desenvolvimento dos veículos elétricos há bastante tempo e, principalmente, os impactos dessa nova indústria no mercado internacional de lubrificantes. Durante muitos anos, pouco se ouvia falar no assunto. No entanto, a impressão que se tem ao acompanhar o noticiário neste segundo semestre de 2019 é que o tema finalmente caiu no gosto popular.

É bem verdade que ainda deve demorar muito para o carro elétrico se popularizar nas ruas das cidades brasileiras. Mas as pessoas já falam sobre o tema, alguns locais – como shoppings e lanchonetes fast-food - já oferecem vagas com pontos para recarga dos veículos e as bicicletas elétricas para aluguel ou compra se proliferam como uma alternativa viável de mobilidade nos grandes centros urbanos.

No começo de outubro, os responsáveis pela entrega anual do Prêmio Nobel, na Suécia, anunciaram que os vencedores na categoria de Química em 2019 foram os cientistas que contribuíram para o desenvolvimento das baterias de íons de lítio, destacando que elas passaram a ser utilizadas em telefones celulares, notebooks e – atenção para o detalhe – veículos elétricos.

Os pesquisadores agraciados foram o americano John B. Goodenough, o britânico-americano M. Stanley Whittingham e o japonês Akira Yoshino, que fizeram seus trabalhos separadamente, a partir da década de 1970.

FOTO: ANA LEME

Em uma reportagem publicada no site do jornal Folha de S. Paulo no dia 9 de outubro, o jornalista Matheus Moreira lembra que as baterias de íons de lítio começaram a ser desenvolvidas em uma época em que os preços do petróleo estavam em alta e havia a necessidade de se buscar novas fontes de energia.

"Com a alta nos preços do petróleo e sendo este um recurso limitado, o receio de que o óleo se esgotasse no planeta levou uma empresa de petróleo e gás americana, Exxon, a reunir especialistas para pesquisarem novas fontes de energia. Whittingham estava entre eles. Ao estudar supercondutores, Whittingham criou um cátodo (eletrodo positivo) que junto ao ânodo (eletrodo negativo) das baterias de lítio (não recarregáveis) tinha grande potencial,

mas também era muito instável devido a presença de lítio metálico, podendo causar, inclusive, explosões devido a um curto-circuito. Esse primeiro modelo tinha capacidade de produzir pouco mais de dois volts. Em sistemas galvânicos a corrente elétrica segue do ânodo (que neste caso é positivo) para o cátodo (negativo). Porém, em sistemas eletrolíticos, como as baterias de íons de lítio, durante a carga há inversão das polaridades. Com a queda nos preços do petróleo nos anos 1980, a Exxon enxugou gastos e encerrou o programa de pesquisa", escreveu o repórter da Folha.

FEIRA E CONGRESSO

Em São Paulo, um sinal de que os veículos elétricos estão em alta foi a VE Latino-Americano, feira de negócios realizada há 15 anos, que desta vez teve 50 marcas expositoras e recebeu cerca de 6 mil visitantes no Transamerica Expo Center, de 1 a 3 de outubro. Simultaneamente, no mesmo local, ocorreu a segunda edição do CMOVE (Congresso da Mobilidade e Veículos Elétricos).

As pistas de testes com e-kart, bicicletas e patinetes foram algumas das atrações mais populares e a variedade de modelos desses veículos surpreenderam os visitantes. Porém, mais do que diversão, os expositores apresentaram soluções e propostas para mobilidade urbana, infraestrutura e políticas públicas que envolvem veículos sem combustão.

Algumas empresas que tradicionalmente já atuam no mercado automotivo também já começam a se adaptar aos novos tempos.

Um exemplo é o Grupo Lupus, empresa nacional com seis décadas de experiência na produção e fornecimento de equipamentos para abastecimento e lubrificação, e que agora decidiu encarar os gigantes do segmento de carregamento de carros elétricos.

Segundo Mario Panelli Filho, presidente do grupo, a E-wolf é uma nova unidade de negócios que veio para atender uma demanda de mercado e completar o portfólio da empresa.

"A linha de equipamentos de Recarga de Veículos Elétricos da E-wolf atende a frota de veículos leves e pesados com opções de recarga normal e recarga rápida compatíveis com as exigências das montadoras americanas, europeias e asiáticas", destaca.

Iniciativas do setor público também tiveram espaço, como o stand da Copel – Companhia Paranaense de Energia, que apresentou detalhes da maior eletrovia do país, que já possui 13 pontos de recarga para abastecimento de veículos elétricos em um

trajeto de 730 quilômetros de extensão da BR-277, entre o Porto de Paranaguá e Foz do Iguaçu. A eletrovia foi inaugurada no final do ano passado em uma parceria entre a Copel e a Itaipu Binacional.

Entre os carros, uma das vedetes da VE Latino-Americano foi o nacional Toyota Corolla 2020 Hybrid System Altis Hybrid, único no mundo com sistema híbrido e flex, que teve o maior número de test drives nos três dias do evento. No total, mais de 250 pessoas experimentaram o modelo, que já está sendo produzido em Indaiatuba, interior de São Paulo.

Juliana Dias, analista de eventos do Departamento de Assuntos Governamentais da Toyota, destaca que, além do grande número de visitantes na feira, o CMOVE é um importante fórum para discutir o tema. “Vimos nos debates que é um caminho que não tem mais volta e a gente já está preparado para isso já desde 1997, com o pioneiro Prius, que também estava no nosso stand, e agora com o Corolla híbrido e flex. Isso mostra que a Toyota está sempre discutindo inovações, um passo à frente. Não por coincidência, ditamos algumas tendências”, afirma.

O congresso CMOVE promoveu discussões com a presença de representantes do setor público, da iniciativa privada e da sociedade civil. Os debates abordaram diversos aspectos relacionados aos veículos elétricos, desde a sua regulamentação do setor até o treinamento dos trabalhadores na indústria e nos segmentos de reparação nas oficinas mecânicas.

Na área automobilística, destacou-se a divulgação de uma pesquisa inédita do Instituto Ipsos sobre o consumidor de veículos híbridos. De acordo com o levantamento, a maioria dos entrevistados se incomoda com a emissão de poluentes e os altos preços dos combustíveis dos carros tradicionais.

FOTOS: ANA LEME

Dentre os atuais proprietários de veículos híbridos, 80% disseram que buscaram esse tipo de carro pela economia de combustível e 55% afirmaram que vão optar pelo mesmo sistema ou por um modelo totalmente elétrico na próxima troca.

A pesquisa ainda identificou que, de acordo com o gosto dos consumidores brasileiros, os veículos elétricos devem seguir o mesmo estilo e design dos carros com motores a combustão; ter o tempo de carregamento da bateria médio de 25 minutos e autonomia média de 205 Km.

LUBRIFICANTES PARA CARROS ELÉTRICOS

Já em 2017, quando esteve no Brasil para participar do 7º Encontro Internacional com o Mercado, promovido pelo portal Lubes em Foco, o vice-presidente da Fuchs para a Sustentabilidade e Inteligência Global Competitiva, Apu Gosalia, ressaltou que os veículos elétricos têm diferentes necessidades de lubrificação.Além da adaptação dos mercados internacionais à nova realidade, cada região ao seu ritmo, Gosalia também ponderava que deve existir uma pressão global para que as empresas de lubrificantes adotem práticas sustentáveis.

Alguns produtos já estão disponíveis no mercado para carros híbridos e elétricos e diversos fabricantes ainda realizam testes para aprimorar o desempenho dos novos lubrificantes.

Aqui no Brasil, por enquanto, somente a Petronas investiu no setor, com o lançamento do Petronas Syntium 7000 Hybrid, para veículos híbridos. A companhia promete ainda novidades para o mercado brasileiro em 2020, provavelmente com a chegada no mercado nacional do Petronas IONA, e-lubrificante exclusivo para carros elétricos, apresentado no International Motor Show de Genebra 2019, na Suíça.

O FUTURO,
DESDE SEMPRE.

fullpack

MAIS PROTEÇÃO PARA OS MOTORES. MAIS CONFIANÇA NAS ENTREGAS.

EXCELENTE LIMPEZA DO MOTOR

LONGOS PERÍODOS DE TROCA DE ÓLEO

Ursa

Um produto TEXACO

CONHEÇA NOSSA LINHA COMPLETA

texaco.com.br/ursa

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.

EVENTOS DE FILIADOS À **FECOMBUSTÍVEIS**

EVENTO
Por Renato Vaisbih

Sulpetro, em Porto Alegre, e Sindipetróleo, em Cuiabá, realizam encontros para apresentar novidades aos empresários e debater temas relevantes

Presidente do Sindilub aproveitou viagem à capital gaúcha para se reunir com revendedores de lubrificantes

O Sindilub mantém um relacionamento próximo dos empresários da revenda de combustíveis e lubrificantes do Rio Grande do Sul há muitos anos por conta das discussões relacionadas ao reajuste da alíquota da Margem de Valor Agregado (MVA) dos Lubrificantes, que em 2013, sofreu um reajuste de 30% para 61,31%, para o cálculo da substituição tributária na cobrança do ICMS, em todo o país, mas começando justamente por aquele estado.

Em 2017, uma proposta do governo gaúcho para o cálculo de uma nova alíquota do MVA foi suspensa pela 16ª Delegacia Especializada da Receita Estadual da Secretaria da Fazenda do Rio Grande do Sul após o questionamento feito pelo Sindilub junto ao CONFAZ – Conselho Nacional de Política Fazendária, em Brasília.

Por conta dessa aproximação, o presidente do sindicato, Laercio Kalauskas esteve em Porto Alegre para participar do 20º Congresso de Revendedores de Combustíveis da Região Sul e da Expopetro 2019, que aconteceu nos dias 9 e 10 de outubro, no Centro de Eventos do BarraShoppingSul, na capital gaúcha.

Kalauskas ainda aproveitou a viagem para participar de um encontro com atacadistas de lubrificantes do Rio Grande do Sul. Na pauta, a participação do sindicato nas discussões sobre o ICMS com o governo gaúcho e outras demandas regionais nas áreas ambientais, trabalhista e de logística reversa.

"Os revendedores de lubrificantes do Rio Grande do Sul sempre contribuem com o Sindilub e nesta visita não foi diferente. Tivemos uma excelente conversa, principalmente sobre a questão tributária e eles citaram como um bom exemplo a conquista recente dos revendedores de combustíveis gaúchos beneficiados com um regime diferenciado de tributação", contou o presidente do Sindilub.

Ele se refere a um convênio aprovado pelo CONFAZ que criou o Regime Optativo de Tributação da Substituição Tributária (ROT-ST), que dispensa o contribuinte que optar pelo sistema do pagamento do imposto correspondente à complementação do ICMS retido por substituição tributária. O ROT-ST se aplica aos comerciantes varejistas e já foi implementado no Rio Grande do Sul. O CONFAZ também autorizou o funcionamento do regime nos estados do Amazonas, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Norte e Santa Catarina.

A feira Expopetro 2019, realizada pelo Sulpetro – Sindicato Intermunicipal do Comércio Varejista de Combustíveis e Lubrificantes no Estado do Rio Grande do Sul – teve crescimento de 30% na quantidade de empresas expositoras, na comparação com a edição anterior, que aconteceu em 2017.

Alguns dos palestrantes foram o jornalista Alexandre Garcia; o economista Aod Cunha – conhecido no Rio Grande do Sul por ter sido secretário da Fazenda, executivo-chefe do Sport Club Internacional e sócio do Banco BTG Pactual; o colunista da rádio Bandnews FM Gil Giardelli; e o técnico da seleção brasileira de vôlei feminino, José Roberto Guimarães.

CENTRO-OESTE

O Sindipetróleo (Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis de Mato Grosso) também organizou um evento para fortalecer o setor, apresentar produtos e serviços e debater temas relevantes.

O VIII Encontro de Revendedores de combustíveis do Centro-Oeste/Brasil foi realizado nos dias 12 e 13 de setembro, na Faculdade de Tecnologia SENAI Mato Grosso, em Cuiabá. ■

ENEOS

JAPAN'S NO.1 OIL COMPANY

A Nº 1 EM ÓLEO LUBRIFICANTE DO JAPÃO AGORA NO BRASIL.

ENEOS MOTOR OIL
YAMAHA
OFFICIAL SPONSOR
MotoGP Team 2019

MERCADO EM **EXPANSÃO!**

Produção brasileira de óleos lubrificantes teve alta de 13% no período de um ano, segundo dados da ANP; Iconic lidera pela primeira vez o ranking do market share

ANP-LUBRIFICANTES
Por Renato Vaisbih

A Superintendência de Distribuição e Logística da ANP publicou a 32ª edição do Boletim de Lubrificantes com os dados atualizados do mercado até o mês de setembro de 2019. De acordo com o documento, o total de óleos lubrificantes produzido no Brasil entre o início do ano e o período indicado chegou a 1.420.953,47 m³. Isso significa um crescimento de 13% na comparação com o resultado indicado pelo Boletim de Lubrificantes nº 20, que apontava uma produção de 1.257.798,77 m³ entre janeiro e setembro de 2018.

A ANP elabora o Boletim a partir dos dados informados pelos agentes do mercado por meio do SIMP - Sistema de Informações de Movimentação de Produtos e a última edição publicada ainda apontou a Iconic na liderança inédita do market share de produtores e importadores de lubrificantes e a Lwart em primeiro lugar entre as empresas responsáveis pela coleta de OLUC.

Com relação à produção de lubrificantes, ao fazer uma análise separada da produção por Estados, apenas Paraná e Rio Grande do Sul registraram reduções entre 2018 e 2019. A novidade foi Goiás, ainda com números discretos, que entrou para a lista de Unidades da Federação com produção de lubrificantes, ao lado dos dois já citados e ainda do Amazonas, Bahia, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. O Estado com a maior produção é o Rio de Janeiro, com quase 980 mil m³. **(veja imagem 1)**

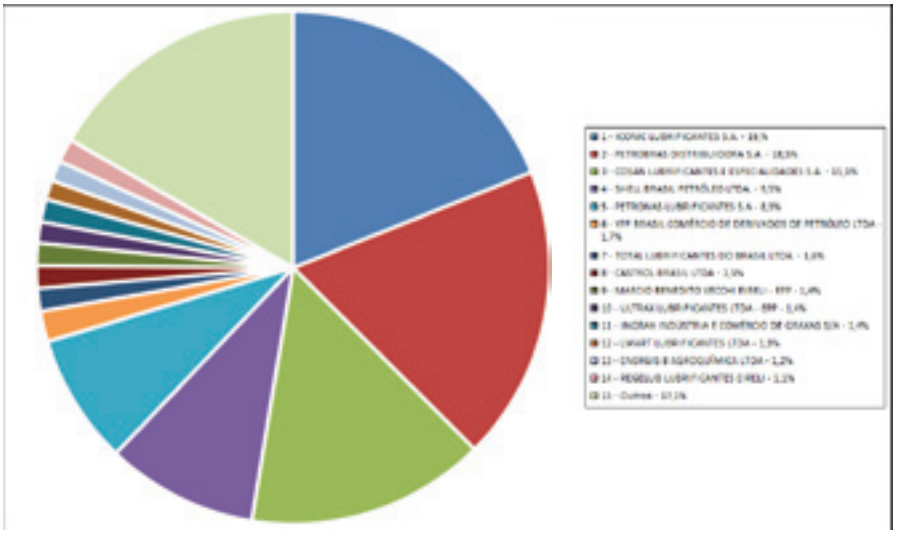
Produção **IMAGEM 1**

Produção nacional de óleos lubrificantes acabados, por Unidade da Federação.

	Data									
	01/2019	02/2019	03/2019	04/2019	05/2019	06/2019	07/2019	08/2019	09/2019	Total geral
UF do Informante	Sem detalhes	Sem detalhes	Sem detalhes	Sem detalhes	Sem detalhes	Sem detalhes	Sem detalhes	Sem detalhes	Sem detalhes	
AM										3.831,23
BA										11.789,84
GO										0,06
MG										124.784,52
MS										881,25
MT										21,00
PR										30.690,80
RJ										978.075,70
RS										1.265,85
SP										277.613,20
Total geral										1.420.953,47

Vendas **IMAGEM 2**

Market Share nacional dos produtores/importadores de óleos lubrificantes acabados



MARKET SHARE

A divisão do mercado de lubrificantes teve mudanças significativas, principalmente por conta da joint venture que uniu Ipiranga e Texaco, formando a Iconic. A nova empresa aparece no documento da ANP pela primeira vez na liderança do market share, com participação de 19%, à frente da Petrobras (18,5%), Cosan (15,1%), Shell (9,5%) e Petronas (8,3%), que completam o Top 5. **(veja imagem 2)**

Na edição anterior do Boletim de Lubrificantes, com os números de janeiro a agosto de 2019, a Petrobras figurava na primeira posição, com 18,9% de fatia do mercado, e a Iconic em segundo, com 18,5%. Os demais agentes não tiveram grandes alterações no seu posicionamento e nem na sua participação no market share.

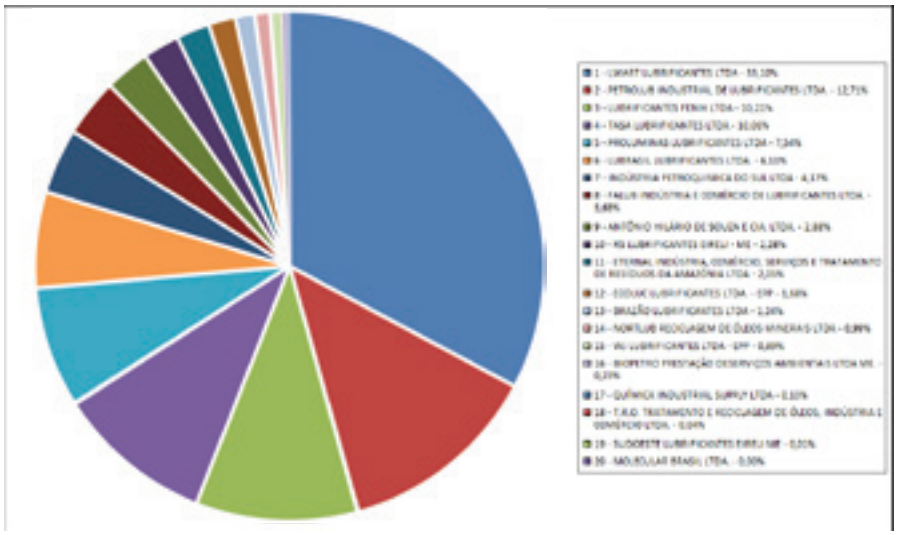
O levantamento da ANP contabilizou, entre produtores e importadores, 262 agentes no mercado brasileiro. Apenas 1,13% das empresas autorizadas pela Agência não inseriram as informações no SIMP dentro do prazo estabelecido.

O ranking nacional dos coletores de óleo lubrificante usado ou contaminado (OLUC) não teve grandes alterações. A Lwart continua à frente, com uma fatia de 33% do mercado, seguida pela Petrolub (12,71%), Fenix (10,21%), Tasa (10,06%) e Proluminas (7,54%). **(veja imagem 3)**

Um aspecto positivo com relação à coleta de OLUC é que todas as regiões do País ficaram acima da meta prevista. O total coletado entre janeiro e setembro de 2019 chegou perto de 380 milhões de litros, quase 20% a mais do que havia sido estipulado como o objetivo inicial, que era de 318 milhões de litros.

Market Share - Coleta **IMAGEM 3**

Market Share nacional dos coletores de óleo lubrificante usado ou contaminado



housepress

A CAIXA
- Embalagem ecológica Bag-in-Box*
- 100% reciclável
- Até 10 vezes mais leve que o frasco PEAD
- Sistema antivazamento

Pense além da caixa

Agora você já pode oferecer os **óleos automotivos em embalagem Bag-in-Box.** Participe dessa mudança.

LINHA COMPLETA: **Lubrificantes multifuncionais**** para motores, transmissões automáticas e CVT, sistemas hidráulicos.

O ÓLEO
- 100% sintético, semissintético e mineral
- Alto desempenho

phoenyx oil

LIGUE **(11) 4246-6393**
comercial@phoenyxoil.com.br
www.phoenyxoil.com.br

*Saco plástico acondicionado em caixa de papelão ultrarresistente
Disponível em 2, 4 e 20 litros **Racionalize seu estoque

PRA VOCÊ CURTIR!

Sindilub reforça presença nas redes sociais para levar informações relevantes ao mercado; especialistas falam sobre a importância do diálogo no ambiente virtual

CAPA
Por Renato Vaisbih

É sobre as mudanças que o mundo e a vida nos impõem que fala a música "Nos Bailes da Vida", de Milton Nascimento, sucesso na década de 1980. Diz a letra da composição que "Todo artista tem de ir aonde o povo está/Se for assim, assim será".

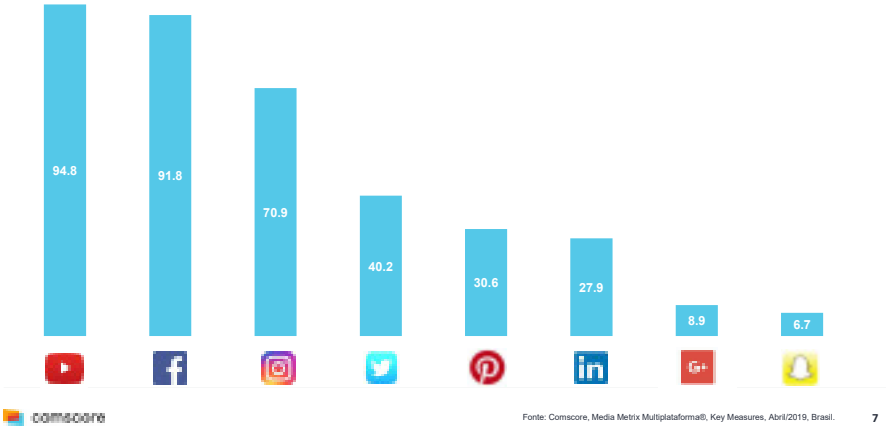
Assim, o Sindilub deu início recentemente no processo de profissionalização do gerenciamento dos seus perfis nas redes sociais.

Afinal de contas, uma pesquisa da ComScore, empresa global de análise de internet, divulgada em abril de 2019 concluiu que quase 88% dos brasileiros acessam ambientes virtuais para se relacionar com outras pessoas, comunidades ou empresas e instituições.

Ou seja, é nas redes sociais que o povo está. E é nas redes sociais que o Sindilub também precisa marcar presença.

Questionado sobre a importância de as entidades de classe, como o Sindilub, acompanharem a evolução tecnológica e estarem presentes nas redes sociais, dialogando com os seus associados e com o público em geral, o especialista em marketing digital João Ferraz faz um alerta. Responsável por ministrar workshops com o tema "Entenda as redes sociais como um trampolim para os seus objetivos", ele diz que não se trata de avaliar se as entidades devem criar perfis ou não.

% Alcance das principais redes sociais IMAGEM 1



"Estarem presentes nas redes, as entidades de classe já estão. Mas é preciso entender qual canal faz mais sentido, se há um esforço interno para tocar o dia a dia, qual é o objetivo principal, além de estarem gerando conteúdo", afirma Ferraz.

A avaliar o engajamento do Sindilub nas redes sociais, a diretoria do sindicato percebeu que o incremento no número de postagens e na interação com outros perfis seria fundamental para fornecer informações a respeito da entidade e do mercado de óleo lubrificantes para os associados, seus funcionários, clientes e fornecedores, para outras entidades, parceiros, o poder público e a sociedade em geral.

A iniciativa do Sindilub ganhou elogios do economista Ricardo Amorim, que participou como palestrante do evento organizado pelo sindicato em 2016 e 2018, além de ser um dos apresentadores do programa "Manhattan Connection", na Globonews, e o maior influenciador do LinkedIn em todo o mundo, excetuando-se os países de língua inglesa.

Segundo Amorim, "nós vivemos na era da informação, das redes sociais. Por um lado, é necessário ter toda a informação relevante para poder tomar as melhores decisões; e só assim é possível alcançar os melhores resultados. Por outro lado, é preciso ser

conhecido por quem você gostaria de fazer negócio. E só tem uma forma de fazer isso. Você precisa ter um perfil atualizado, um perfil ativo, precisa difundir informações importantes e relevantes para quem te segue. E isso é verdade para as instituições setoriais, para cada uma das empresas, para os empresários e para cada um dos executivos das empresas".

INSTAGRAM

O ranking das redes sociais mais utilizadas no Brasil, de acordo com o levantamento da ComsCore, tem o Youtube, Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Google Plus e Snapchat, respectivamente, nas primeiras posições **(veja imagem 1)**.

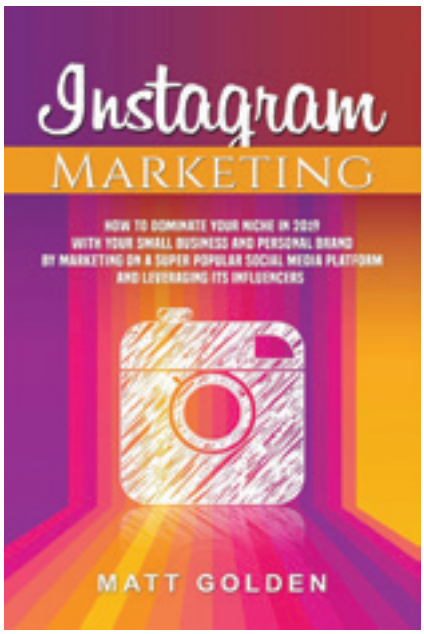
O Sindilub, porém, decidiu priorizar em um primeiro momento suas postagens no Instagram. A escolha não foi à toa. Nos eventos do setor de lubrificantes, em conversas com os associados e representantes de fabricantes já havia uma desconfiança de que a maioria das pessoas está migrando para essa ferramenta.

A certeza da escolha veio quando um dos integrantes da diretoria teve acesso ao livro "Marketing no Instagram – como dominar seu nicho em 2019 promovendo sua pequena empresa e marca pessoal em uma rede social superpopular e aproveitar seus influenciadores", de Matt Golden, ainda sem tradução para o português.

O autor demonstra otimismo com as mais recentes funcionalidades do Instagram, destacando o recurso IGTV, lançado no final de 2018. Com ele, é possível disponibilizar vídeos no próprio Instagram. A grande novidade é que os usuários não precisam mais sair do aplicativo para ver os vídeos, o que foi considerado uma grande vantagem para as marcas que pretendem divulgar seus produtos e iniciativas institucionais.

"À medida que o Instagram cresce, as oportunidades de se conectar com seu público e fornecer conteúdo e informações valiosos também crescem. O Instagram sempre foi uma plataforma para contar histórias de forma visual, desde que começou com belas fotografias e pessoas compartilhando suas histórias através de imagens. Nos últimos dois anos, o Instagram se expandiu para incluir histórias em outros formatos, vídeos ao vivo e, agora, o IGTV, e tudo isso pode ser incorporado às estratégias de desenvolvimento e divulgação da sua marca", escreve Golden.

O Instagram foi criado em 2010 pelo norte-americano Kevin Systrom e o brasileiro Mike Krieger, que já vivia e estudava nos EUA. No início, o aplicativo funcionava somente nos aparelhos da Apple e apenas para postar fotos. Com o sucesso, ganhou adeptos, novas funcionalidades, ficou disponível em outros sistemas – como o Android – e foi vendido em 2012 para o Facebook, por US$ 1 bilhão. ■



DETALHAMENTO AUTOMOTIVO
Por Renato Vaisbih

NOS MÍÍÍÍNIMOS DETALHES

Produtos e acessórios utilizados para cuidar de carros em casa ou profissionalmente são oportunidades de negócios para os atacadistas de óleos lubrificantes

Pessoas que passam horas e horas cuidando dos seus veículos durante o tempo livre nos finais de semana ou profissionais que fazem um trabalho especializado encontram uma variedade cada vez maior de produtos e acessórios destinados a diversos tipos de intervenções nos carros, como polimento, enceramento, vitrificação, revitalização de pintura, reparador de rodas, higienização de bancos e carpetes, e limpeza de partes de couro, plástico e vinil. Representantes do Sindilub foram conferir um evento em Boituva (SP) e se surpreenderam com as várias oportunidades de negócios para os atacadistas de lubrificantes.

Na volta para casa, até lembraram do personagem que fazia sucesso em "A Praça é Nossa" com o bordão "é que eu gosto de tudo muito bem explicadinho nos míííínimos detalhes", uma criação do humorista Roni Rios, que também deu vida à Velha Surda.

Quando ele morreu, há cerca de três anos, Carlos Alberto de Nóbrega, apresentador no SBT, disse que o colega não gostava de fazer os personagens porque as pessoas não o reconheciam nas ruas, já que a caracterização dos personagens era muito detalhada e ele era uma pessoa muito bonita que ninguém conhecia.

Que a beleza geralmente está nos detalhes, ninguém discorda. Também é cuidando detalhadamente de cada coisa que podemos dar mais vida aos nossos bens mais preciosos. E isso vale para tudo na vida. Para as pessoas e até mesmo para os carros.

E foram justamente as novidades do segmento de detalhamento automotivo que os visitantes da Detailer Fest Brasil 2019, evento que reuniu mais de 70 expositores em Boituva (SP), entre os dias 27 e 29 de setembro, puderam conhecer. Além da feira, foram realizados cursos e palestras.

FOTOS: DIVULGAÇÃO

O Detailer Fest Brasil ocorre anualmente desde 2015 com o objetivo de promover o segmento de detalhamento automotivo, que inclui produtos para serem aplicados de maneira minuciosa em todas as partes internas e externas dos automóveis.

DICAS VALIOSAS

"Os produtos evoluíram muito e agora é tudo muito simples", garante Carla Prado, que é detailer, instrutora, influencer e embaixadora de diversas marcas. Atualmente, o trabalho dela é cuidar de carros antigos e de luxo, melhorando o brilho e protegendo a pintura e cromados, além de limpar e preservar as partes internas dos veículos.

Segundo ela, "os produtos para cuidados com o carro, não só podem como devem ser usados pelos proprietários em casa. Assim como temos produtos para louça, para cozinha, banheiro, chão e outros, também temos produtos próprios para os carros. Eles promovem uma melhor limpeza e manutenção e não agridem a pintura, elevando a vida útil do veículo".

Como costuma fazer para seus seguidores nas redes sociais – Instagram, Facebook e YouTube – Carla foi didática ao conversar com a reportagem da Sindilub Press: "Ao lavar seu carro em casa, deve-se usar também luvas de microfibra para lavar o carro e toalhas de microfibra para a secagem. Sempre seque o carro, para

evitar manchas d´água. Há também produtos específicos para cuidar das partes internas do carro. Utilize o famoso pretinho também. Ele não serve apenas para deixar os pneus bonitos, mas também hidrata, prevenindo ressecamento e trincas".

PRODUTOS E ACESSÓRIOS

Uma das marcas mais tradicionais de produtos utilizados para o detalhamento automotivo é a norte-americana Meguiar's, que existe desde 1901, fundada por Frank Meguiar. Seu neto, Barry Meguiar, ainda está à frente da maioria dos negócios, mesmo após a empresa ter sido vendida para a multinacional 3M há mais de uma década.

"Somos a marca que mais tem variedade de produtos no mercado mundial, com mais de 350 itens. No Brasil, são aproximadamente 80 produtos, todos importados, que atendem desde a linha hobby até linha profissional", explica Leandro Amorim, promotor técnico da Meguiar's.

De acordo com ele, "as pessoas costumam considerar somente o preço dos produtos na hora da compra. Na Meguiar's a gente se preocupa mais com a relação custo x benefício e com a qualidade. Por isso, os produtos são diferenciados. Um bom exemplo é o shampo da linha hobby, com um ph neutro, que pode ser utilizado tranquilamente em casa. Já o shampoo da linha profissional precisa de uma aplicação mais cuidadosa, feita inclusive com um equipamento próprio".

Além dos equipamentos da linha profissional, os acessórios do dia a dia para aplicação dos produtos de detalhamento automotivo também são fundamentais. E é justamente esse tipo de mercado que a recém-lançada linha Wolflube, da tradicional empresa de equipamentos Lupus, busca alcançar.

"A Wolflube é uma linha de estética automotiva que vamos trabalhar exclusivamente com distribuidores. Ou seja, é uma boa oportunidade para incrementar o mix dos atacadistas e estamos buscando parceiros em todo o Brasil. Nós trouxemos dos Estados Unidos equipamentos com uma excelente qualidade e tecnologia para manter o visual dos veículos", afirma o diretor da Lupus, Mario Panelli Filho.

Entre as novidades, para limpeza de veículos leves e pesados, estão esfregão com cabo retrátil para maior alcance e sistema exclusivo que permite acoplar a mangueira; frasco shampoorizador que produz espuma e facilita a aplicação; rodo de cabo longo com esponja de um lado e raspador de borracha, do outro; esponjas que não danificam a pintura; esfregão com design para alcançar pequenas áreas sem arranhar as rodas; toalha mágica 3D que tem grande absorção e seca rapidamente; e balde com graduação, indicado para a mistura de produtos.

INOVAÇÃO
Por Renato Vaisbih

O HOMEM QUE **NUNCA FOI** AO POSTO DE COMBUSTÍVEIS

Os estudiosos da Sociologia costumam dividir as pessoas de acordo com a faixa etária por conta das suas características, muitas vezes influenciadas pela forma como o mundo se apresentava durante o período em que se formaram como cidadãos, na infância e adolescência, até chegar à vida adulta.

Assim, os jovens nascidos de 1990 a 2010 se encaixam na chamada Geração Z, pelo fato de que quando começaram a ser alfabetizados a internet e os smartphones já haviam se popularizado na maior parte do mundo.

Outros atributos comuns entre essas pessoas é que são extremamente antenadas nas novidades da sociedade moderna e preocupadas com o meio ambiente, sustentabilidade e responsabilidade social.

É de olho no perfil dessa geração que muitas empresas estão buscando inovações, considerando que grande parte desses jovens tem poder de decisão na hora da compra, até mesmo porque uma parcela deles, perante a lei, já atingiu a maioridade e são considerados adultos.

O debate sobre o tema chegou ao comércio varejista de combustíveis e lubrificantes, incluindo as lojas de conveniência, com um ponto curioso. Aliás, mais do que isso: um desafio.

"Tivemos uma mudança no perfil do consumidor, que está muito presente no dia a dia do posto de combustíveis. Os jovens não querem mais ter carro, nem mesmo a carteira de habilitação. Eles consomem serviços de mobilidade de outros agentes, como táxi ou Uber. E serão esses agentes que passarão a ser os grandes clientes dos postos, que vão consumir não só combustível e conveniência, mas também lubrificação", afirma o gerente de marketing de Mercado Corporativo da BR Distribuidora, Luiz Claudio Mandarino Freire.

FOTO: DIVULGAÇÃO BR

Ele revela que ficou surpreso ao perceber que, durante eventos para discutir e desenvolver soluções inovadoras para os postos de combustíveis, alguns dos participantes jamais haviam visitado esse tipo de estabelecimento. Ou se foram, sequer desceram do carro!

TROCA DE ÓLEO COM HORA MARCADA

Mandarino Freire foi um dos convidados do painel "Inovação aberta para o varejo de combustíveis e lubrificantes" ao lado de Elisa Gomes, especialista do Departamento de Inovação da BR Distribuidora; Rogério Lüdorf, diretor de Comercial Excellence para as Américas da Petronas; e Reinaldo Machado Donadio, gerente de Comunicação e Marketing da Ipiranga.

A mesa redonda aconteceu durante o SdP Summit, evento anual da aceleradora de startups "Sai do Papel", que aconteceu em setembro, no Rio de Janeiro, com objetivo de "criar conexões que geram oportunidades de negócios, networking, aprendizado e novas experiências para todos os players do ecossistema de empreendedorismo".

Na opinião do gerente de marketing da BR, "a inovação deve começar pela mudança na mentalidade

dos donos dos pontos de venda, que devem passar a se ver como varejistas e não mais apenas como donos de postos de gasolina. Essa transição já está em curso".

Mandarino Freire conta que foram discutidas maneiras de melhorar a jornada do consumidor no posto de combustíveis, por exemplo, com novos sistemas automatizados de atendimento e pagamento, ferramentas para identificação mais ágil dos clientes e facilidades nas lojas de conveniência, como receber os produtos sem precisar descer do carro.

Especificamente sobre os lubrificantes, ele adianta que a franquia da BR, Lubrax +, está implementando um sistema em que os consumidores poderão agendar a troca de óleo. "É uma questão de comodidade. Antes, o cliente era atendido por ordem de chegada. Podia não ter ninguém, mas podia ter dez carros na frente e o dono do posto perder a venda. Essa gestão do tempo, positiva para todo mundo, foi uma demanda observada nas discussões sobre inovação", diz Mandarino Freire.

No geral, ele avalia que uma das principais tendências para os postos de combustíveis é o chamado Omnichannel, conceito do marketing segundo o qual a experiência do consumidor acontece de maneira integrada em todos os canais da empresa. Em outras palavras, não haverá mais diferenças perceptíveis entre os ambientes online e off-line.

"Apresentamos na Expopostos & Conveniência 2019 um exemplo, que é o projeto BR Mania Digital. A pessoa faz o pedido no cardápio eletrônico, come na loja e paga pelo aplicativo. No caso da troca de óleo, imagina quantas outras coisas o cliente pode fazer enquanto espera no posto. É muito bom resolver tudo no mesmo lugar e rapidamente. Essa unificação dos canais vai ser a próxima onda para o posto", vislumbra.

NAS MÃOS – E NAS MENTES – DOS JOVENS

Uma das maneiras que as empresas buscam ideias e sugestões para implementar inovações é a realização de hackatons, maratonas que reúnem jovens hackers, programadores e desenvolvedores para criar soluções digitais a partir de um desafio apresentados pelos seus organizadores.

A BR Distribuidora organizou um primeiro encontro em 2017 com a proposta de melhorar a experiência dos consumidores no posto de combustível.

Agora, em outubro de 2019, a empresa participou da 2ª edição do Hacking.Rio, o maior hackathon da América Latina, realizado com diversas empresas, representantes do setor público e do terceiro setor.

Além dos desafios, o evento também contou com palestras de especialistas, entre eles o CIO (Chief Information Officer ou responsável pela área de TI) e coordenador do Comitê de Inovação da BR, Aspen Andersen, que falou sobre a parceria da companhia com startups.

O trabalho conjunto com essas empresas que estão iniciando sua trajetória auxilia na aceleração do processo de busca por novas soluções, uma vez que nem sempre a equipe interna consegue tempo disponível ou um olhar diferenciado para os problemas diante de suas atividades cotidianas.

Segundo Aspen, "a participação no Hacking.Rio foi uma boa oportunidade para identificarmos soluções alinhadas às nossas dez iniciativas para aumento de eficiência e rentabilidade na companhia, como um eficiente sistema de precificação, suprimento, otimização logística, gestão de despesas, desenvolvimento e gestão de pessoas, marketing e relacionamento, gestão de ativos, conveniência, lubrificantes e serviços financeiros e de fidelidade". ■

CARGA PESADA, MEIO AMBIENTE LEVE

FOTOS: ANA LEME

FIQUE POR DENTRO
Por Renato Vaisbih

Óleos lubrificantes, equipamentos e veículos projetados e desenvolvidos com alta tecnologia e a finalidade de economizar combustível e, principalmente, promover a preservação do meio ambiente foram os destaques dos expositores da última edição da Fenatran – 22ª edição do Salão Internacional de Transporte Rodoviário de Carga, que ocorreu no São Paulo Expo, em outubro.

O evento reuniu mais de 450 expositores e atraiu lideranças de diversos setores e esferas políticas, como o governador paulista, João Doria; o prefeito de São Paulo, Bruno Covas; o presidente da Assembleia Legislativa, Cauê Macris; a deputada federal Joice Hasselmann; o presidente da Confederação Nacional do Transporte (CNT), Vander Francisco Costa; e o presidente da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave), Alarico Assumpção Júnior.

A Fenatran acontece a cada dois anos desde a década de 1980, como uma iniciativa da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) e da Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística (NTC&Logística). Em 2019, dentre os patrocinadores e apoiadores, o evento teve a Texaco como lubrificante oficial.

CONFORTO PARA OS MOTORISTAS

Além da preocupação com a sustentabilidade e o futuro do planeta, as montadoras de caminhões aproveitaram a Fenatran 2019 para apresentar novos modelos que tem como prioridade proporcionar mais conforto aos motoristas.

O Volvo VM modelo 2020 foi um dos destaques da marca, com mudanças na cabine e na aerodinâmica. "Ele continua sendo um caminhão pioneiro em vários atributos para garantir mais produtividade na operação de transporte", afirma Alcides Cavalcanti, diretor comercial de caminhões Volvo no Brasil.

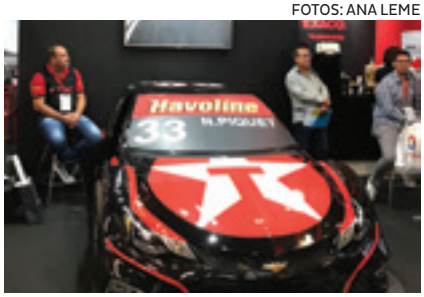
Segundo ele, alguns detalhes, com um novo para-sol, mais leve e com design aperfeiçoado, permitindo uma melhoria no fluxo de ar, também são diferenciais. "Melhorias na aerodinâmica são importantes, pois resultam em diminuição do consumo de combustível, um dos itens mais importantes na planilha de custos do transportador", observou.

Ainda no estande da Volvo, os visitantes ficaram impressionados com o Iron Knight, em português "Cavaleiro de Ferro", intitulado pela montadora como o caminhão mais rápido do mundo, que pode chegar a 276 km/h e pela primeira vez participou de um evento fora da Europa.

Já a Scania lançou na Fenatran 2019 sua linha denominada "Nova Geração", incluindo os primeiros caminhões do Brasil movidos a gás natural veicular (GNV) ou biometano e gás natural liquefeito (GNL) ou biometano, que tiveram as vendas iniciadas no evento, com entrega prevista para abril de 2020.

De acordo com a empresa, trata-se de uma aposta no conceito de combus-

FOTOS: ANA LEME



tíveis alternativos, economicamente viáveis para a realidade potencial do país, possibilitando também uma redução no consumo de combustível.

"Nossos clientes já demonstram um resultado imbatível de até 12% de economia de combustível em comparação à geração anterior. Também foi uma excelente chance para todos conhecerem as novas cabines que foram totalmente alteradas para melhorar ainda mais a rentabilidade, o conforto e a ergonomia para o motorista", destacou Márcio Furlan, gerente de Marketing e Comunicação da Scania no Brasil.

A novidade da MTB Soluções em Automação & Energia, com mais de 25 anos de operação no Brasil, foi a família Série Freedom de bombas de abastecimento, composta de cinco modelos: ARLA 32 comercial simples; ARLA 32 industrial simples; Diesel industrial simples com vazão normal e alta vazão; Diesel industrial dupla com vazão normal e alta vazão; e Diesel industrial dual.

O diretor da empresa, Nilton José Ebert Burghi, explicou que "a família Freedom oferece opções de unidade bombeadora ou dispenser e conta com funções exclusivas, com painel led de mensagens programáveis e sistema de automação para frotas. Além disso, todos os equipamentos já estão alinhados com o regulamento técnico do Inmetro".

LUBRIFICANTES

A Texaco, lubrificante oficial da Fenatran 2019, expôs toda a linha Ursa, dedicada a veículos e equipamentos pesados, que, por meio de tecnologia ISOSYN, busca garantir economia de combustível e uma vida mais longa ao motor do veículo.

"O segmento de transporte rodoviário de cargas é muito importante para nós. Por isso, estamos sempre de olho no futuro e desenvolvemos produtos de uma forma inovadora para que os consumidores tenham mais economia, segurança e durabilidade de seus caminhões", afirmou Paulo Gomes, executivo de Marketing da ICONIC Lubrificantes, detentora da marca Texaco no Brasil, que também apresentou a linha de graxas Marfak.

A PETRONAS participou do evento pela segunda vez e considerou o saldo positivo. Na opinião de Adilson Capanema, diretor comercial do Cone Leste, "a Fenatran nos mostra e nos dá a certeza do quanto o setor rodoviário é fundamental nos negócios. A nossa participação destacou a importância de lubrificantes de alta qualidade na preservação do motor, levando à economia de custos para os proprietários de frotas".

A empresa mostrou as vantagens da linha de lubrificantes para veículos pesados PETRONAS Urania com tecnologia Viscguard, que auxilia no controle de formação de resíduos, prevenindo contra paradas inesperadas.

A Total Lubrificantes costuma utilizar a sigla HDMO, que significa "heavy-duty motor oil" (em tradução livre: óleo para motores de trabalho pesado). O diretor comercial Jean-François Pinharanda, disse que "a Fenatran ofereceu uma proximidade com o mercado. Tivemos muitas reuniões com clientes de diferentes perfis, de todo o Brasil e até internacionais. A linha HDMO é estratégica para a Total Brasil e por isso temos produtos para motor e transmissão, além de atender diversos segmentos, como agri, máquinas amarelas, ônibus e caminhões, com a maioria das homologações". ■

MUDANÇA DE **FOCO**

Emissão de poluentes e economia de combustível dão lugar a novas tecnologias e veículos elétricos como temas de destaque no Simpósio de Lubrificantes da AEA

SIMPÓSIO
Por Renato Vaisbih

Com o objetivo de contribuir para o debate do momento atual, apresentar as melhores práticas e analisar perspectivas para os próximos anos da indústria de lubrificantes, a Associação de Engenharia Automotiva (AEA) realizou o VII Simpósio Internacional de Lubrificantes, Aditivos e Fluidos no dia 23 de outubro, no Milenium Centro de Convenções, em São Paulo, com cerca de 300 pessoas.

A maioria dos participantes percebeu rapidamente uma mudança na abordagem dos palestrantes convidados com relação aos anos anteriores, que desta vez priorizaram as novidades tecnológicas e a aplicação dos lubrificantes com o anunciado crescimento da utilização de veículos elétricos em todo o mundo, com maior ou menor velocidade, dependendo da região.

Nos últimos anos, o evento da AEA voltado para o segmento de lubrificantes costumava ter como foco a contribuição das diferentes composições de óleos oferecidas no mercado para a redução da emissão de poluentes e a economia de combustível, até mesmo por conta da legislação de alguns países e por uma imposição dos consumidores em geral, mais conscientes do seu papel na preservação ambiental.

Mesmo com a mudança de foco, a comissão organizadora do Simpósio deu continuidade à ideia de mostrar a responsabilidade do setor com a sociedade, uma vez que o tema central proposto foi "Lubrificantes e a Mobilidade Sustentável".

FOTO: DIVULGAÇÃO AEA

Logo na abertura, Simone Hashizume, da JX Nippon, diretora da AEA e uma das coordenadoras do evento, adiantou que a proposta era promover um debate sobre o papel da tecnologia para enfrentar os desafios que os produtores de fabricantes terão pela frente.

Também integrante da comissão organizadora, Sérgio Luiz Viscardi, da Viscardi Consultores Associados, ressaltou a importância do Simpósio e da Comissão Técnica de Lubrificantes, Aditivos e Fluidos da AEA. "São tantas informações sobre lubrificantes e o assunto é tão complexo que precisamos sempre lembrar da responsabilidade dessa indústria. Nenhum veículo anda sem lubrificantes, nem mesmo os elétricos. Além disso, é um tema de difícil entendimento para o público em geral e para o consumidor final", ponderou.

Everton Gonçalles, da ESG Consultoria, que completou a comissão organizadora do Simpósio, fez diversos agradecimentos e lembrou que o evento não teria acontecido sem o apoio da Diretoria da AEA, patrocinadores, palestrantes, expositores e a plateia.

DA LUA À GAMBIARRA

O primeiro palestrante foi Demetrio Vetorazzo, chefe adjunto de Engenharia de Transmissão da General Motors, que apresentou um breve histórico de sistemas que serviram de inspiração para os novos veículos elétricos. Ele citou, entre outros, as charretes puxadas por cavalos no início dos anos 1900 em Nova Iorque e o jipe utilizado pela Nasa, movido a eletricidade, para locomoção de astronautas na superfície da lua em missões na década de 1970.

Já Rafael Ferreira Ribeiro, gerente de Marketing da Chevron Oronite para América Latina, abordou o tema "Eletrificação: perspectiva para mobilidade urbana e o impacto na indústria de lubrificantes". Questionado sobre o custo para carregar as baterias dos veículos elétricos, ele citou como exemplo o incêndio no Hospital Badim, que deixou 12 mortos no Rio de Janeiro, alguns

dias antes, com suspeitas de que tudo começou no gerador do prédio. “Eles preferiram queimar óleo diesel do gerador do que pagar uma conta de energia elétrica alta”, afirmou. Da plateia, um dos participantes revelou que já conhecia um sistema de gerador a diesel para carregar a bateria de carros elétricos. “É uma gambiarra”, outro ouvinte comentou em voz alta. O Simpósio ainda contou com três convidados internacionais que fizeram apresentações técnicas: Michael P. Sheehan, químico da Exxon Mobil; William Anderson, engenheiro da Afton Chemical; e Fred W. Girshick, especialista em tecnologia de lubrificantes da Infineum.

Eles falaram sobre a corrida da indústria de lubrificantes e aditivos para acompanhar a evolução dos motores, desenvolvendo novos óleos que mantenham o bom desempenho dos veículos, aumentem a vida útil dos mesmos e reduzam os custos de manutenção.

Após suas palestras, Marco Antonio Gonzalez de Almeida, da Lubrax; Roberta Teixeira, da Iconic; e André Pires, da Moove, participaram de um painel com mediação de Sérgio Luiz Viscardi. A conversa teve como foco as perspectivas do mercado de lubrificantes nos próximos dez anos.

Fabio Araújo, gerente de produtos da Lubrizol, falou sobre as novas especificações de lubrificantes para ciclo diesel. Cristian Roque Perdoná, da empresa Bruker, apresentou máquinas que podem fazer testes mais simples e rápidos de amostras de lubrificantes.

Marcus Vercelino, representante da Comissão Técnica de Lubrificantes, Aditivos e Fluidos da AEA, falou sobre as atividades do grupo, destacando outros trabalhos, além do Simpósio, como testes feitos em um veículo zero quilômetro, com apoio da Ipiranga e da Lubrizol; e estudos encabeçados pela Lwart sobre as informações disponibilizadas nos rótulos das embalagens de lubrificantes.

FICÇÃO CIENTÍFICA (?)

Antes do Simpósio de Lubrificantes, em setembro, a AEA realizou a 4ª edição do Seminário de Manufatura Automotiva, com o macrotema “O papel da Inteligência Artificial na Sociedade 5.0 – A indústria 4.0 no dia a dia das pessoas”, no auditório da Inovabra Habitat, em São Paulo.

Alguns conceitos que já fazem parte do cotidiano de muitas pessoas, mas ainda são coisa de filme de ficção científica para outras estiveram no centro dos debates. Inteligência Artificial, IoT (Inteligência das Coisas) e visão computacional na indústria e na sociedade foram tópicos apresentados pelos palestrantes.

Para o vice-presidente da AEA, Edson Orikassa, “é essencial que a indústria promova a convergência de múltiplas plataformas de soluções de modo a fazer do Brasil um player qualificado. A Indústria 4.0, de extrema importância para a construção de bases sólidas, nos permitirá desenvolver produtos competitivos e de alto valor agregado”.

A posição dele estava em consonância com a fala de Eliana de Azambuja, coordenadora Geral no Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, que fez a palestra de abertura. Segundo ela, “nosso objetivo é fomentar o desenvolvimento de produtos e processos compartilhados entre startups e grandes empresas, apoiar a inserção de empresas na Indústria 4.0, além de programas de desenvolvimento da cadeia de valor da Indústria 4.0”.

Além das inovações técnicas em diversas áreas, com destaque para o setor automotivo, os participantes tiveram a oportunidade de conhecer detalhes da aplicação da Inteligência Artificial e outros recursos tecnológicos no dia a dia. O executivo Edilson Lima, do Bradesco, apresentou o case BIA, exemplificando o atendimento dos clientes do banco por meios digitais; e Victor Lebro, da escola de samba Rosas de Ouro, adiantou que o desfile do Carnaval 2020 vai unir arte e tecnologia, por meio de experiências interativas com a plateia, graças a parcerias com instituições acadêmicas como Insper, Instituto Mauá, FEI e USP. ■

REESTRUTURAÇÃO DO SINDILUB

SINDILUB
Por Renato Vaisbih

Sindicato divulgou comunicado sobre extinção do cargo de diretor executivo, ocupado por cerca de vinte anos por Ruy Ricci

Em um documento assinado pelo presidente do Sindilub, Laercio Kalauskas, e encaminhado aos "Dirigentes de Órgãos Públicos, Entidades Sindicais e Associativas, Produtores e Revendedores de Óleos e Graxas e Lubrificantes", o Sindilub comunicou a decisão de extinguir o cargo de diretor executivo.

De acordo com Kalauskas, "além de contribuir com seu conhecimento técnico no dia a dia do Sindicato, o Ruy foi fundamental para consolidar a representação do Sindilub".

O texto ressalta a contribuição de Ruy Ricci, que ocupou o cargo por aproximadamente duas décadas, para o crescimento e projeção do Sindilub.

Confira a íntegra do comunicado:

FOTO: RICARDO CARVALHO

RUY RICCI

SindiLub

São Paulo, 14 de outubro de 2019

CS 0319

Aos
Dirigentes de Órgãos Públicos, Entidades Sindicas e Associativas, Produtores e Revendedores de Óleos e Graxas Lubrificantes

Segmento de Lubrificantes em Geral

Prezados (as) Senhores (as)

No início de 2018 ocorreu a renovação da Diretoria e Conselho do Sindilub para um mandato de mais quatro anos, iniciando-se um processo de reformulação estrutural para adequá-lo à nova realidade, impulsionado pelas sucessivas transformações ocorridas no cenário global, com reflexos imediatos no cenário nacional, não somente no âmbito econômico, mas também institucional e social.

E dentre as medidas adotadas pela nova Diretoria, resolveu-se por extinguir o cargo de Diretor Executivo, brilhantemente exercido, com exemplar denodo e afinco ao longo de duas décadas, por Ruy Ricci, experiente e conceituado profissional no segmento de lubrificantes, que a partir deste mês prestará somente consultoria para o Sindilub de forma eventual, sem poderes de representação.

Cumpre acrescentar neste sucinto comunicado a importância do Profissional Ruy Ricci e sua contribuição para o crescimento e a projeção do Sindilub em todos os setores públicos e privados, conferindo à Entidade o merecido reconhecimento e respeito no mercado nacional de lubrificantes.

Atenciosamente,

Laercio Kalauskas
Presidente

SINDICATO INTERESTADUAL DO COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES

ACADEMIA DE **LUBRIFICANTES**

RECURSOS HUMANOS
Por Renato Vaisbih

FOTO: DIVULGAÇÃO LWART

Com o objetivo de aprimorar o desenvolvimento dos seus funcionários e fortalecer a sua cultura organizacional, a Lwart Lubrificantes, única indústria de rerrefino da América Latina a produzir o óleo básico do Grupo II, lançou recentemente um inédito programa de treinamento.

A "Crescer Juntos – Educação Corporativa" já está funcionando com material dividido por temas: "Escola de Coleta", "Escola de Liderança", "Escola Institucional" e "Escola de Autodesenvolvimento".

Laura Camara, gerente de Recursos Humanos e Comunicação e Marketing Institucional da empresa, explica que a iniciativa está integrada à estratégia de negócios da Lwart, que tem como alguns de seus valores a sustentabilidade e o reconhecimento da sua equipe. "Para a gente fazer o que é certo, temos de garantir que o nosso profissional saiba o que é o certo. A gente entende que o crescimento da empresa depende do aperfeiçoamento de seus colaboradores", complementa.

A gerente também adianta que em 2020 serão lançados novos conteúdos de aprendizagem sobre rerrefino de OLUC, segurança industrial e meio ambiente. Segundo ela, "em um primeiro momento priorizamos as equipes que trabalham diretamente com a coleta do OLUC porque tem uma característica muito interna da Lwart. Esse conteúdo está completo, com o que chamamos de Trilha de Aprendizagem, divididas por funções: supervisor, motorista de coleta, operador de coleta e auxiliar administrativo".

O material da "Escola de Liderança" é voltado para gestores; enquanto da "Escola Institucional" e da "Escola de Autodesenvolvimento" são gerais, para todos os funcionários.

A ideia de criar a plataforma digital de treinamento surgiu da preocupação da empresa de padronizar a capacitação de seus colaboradores que estão geograficamente dispersos pelo Brasil, fazendo com que todos operem com a mesma qualidade e, principalmente, com os mesmos valores e cultura organizacional da matriz. Para divulgar a "Crescer Juntos – Educação Corporativa", Laura visitou pessoalmente os 16 centros de coleta da Lwart estrategicamente localizados em todo o país.

Além da padronização, a proposta é que a plataforma seja um ambiente de aprendizagem e que estimule as pessoas a buscarem conhecimento, independentemente da formação específica para o posto que o profissional ocupa. Trata-se, portanto, de um processo de educação continuada.

"Alguns cursos devem ser concluídos antes de o profissional iniciar no seu posto de trabalho. Mas tem muito conteúdo que é de aprimoramento, relacionado ao autodesenvolvimento pessoal, com aulas de Língua Portuguesa, educação financeira ou de conduta ética, por exemplo", conta a gerente da Lwart.

A "Crescer Juntos – Educação Corporativa" pode ser acessada por todos os funcionários da empresa pela internet em um site responsivo, ou seja, que se adapta para melhor visualização em qualquer tipo de dispositivo – desktop, notebooks, tablets ou smartphones.

O material foi desenvolvido pela Lwart com empresas parceiras da área de educação contratadas, utilizando diversas metodologias de aprendizagem multimídia, como filmes, histórias em quadrinhos, animações com personagens criados especialmente para os cursos e depoimentos de especialistas. O processo de avaliação é contínuo, com jogos, quizes, questionários e outros sistemas de verificação da absorção do conhecimento.

De acordo com a gerente, "o profissional vai percorrendo as trilhas conforme o seu ritmo e tem uma pontuação que ele mesmo consegue verificar se aprendeu ou não o conteúdo. Se for necessário, ele pode retornar e refazer uma etapa. Eu acho muito interessante um game em que, conforme o jogador vai pontuando, vai enchendo um tambor de óleo na tela. Ao concluir um curso, o próprio profissional pode solicitar automaticamente a emissão de um certificado e nós vamos fazendo o acompanhamento por um software".

Ela também considera importante ressaltar que, apesar de boa parte dos cursos estar disponível na plataforma digital, existem alguns momentos de aprendizado presencial. "O profissional pode ver na Trilha de Aprendizagem cada uma dessas etapas. Algumas delas, por exemplo, para os motoristas da coleta de OLUC, são on the job, no local de trabalho deles, com viagens assistidas. E também existem etapas na matriz da Lwart, em Lençois Paulista, para que os colaboradores possam verificar o que acontece com aquele óleo que eles coletaram depois de entregue para o rerrefino", conclui Laura. ■

QUER TER

QUALIDADE E EXCLUSIVIDADE NA DISTRIBUIÇÃO?

SUA OPORTUNIDADE CHEGOU,... CORRA!!

POUCAS ÁREAS DISPONÍVEIS

- ISO 9001 – EDIÇÃO 2015
- ISO 14001 – EDIÇÃO 2015
- APROVAÇÕES EM MONTADORAS E OEM'S

BRANDED FOR STRENGTH!!

0800 647 1553
KRM BRASIL COMPANY
CEP. 18.550-000 - BOITUVA - SÃO PAULO
MONTANA @ MONTANA-OIL.COM
WWW.MONTANA-OIL.COM

MONTANA OIL

MUITO ALÉM DO QUE VOCÊ CONSEGUE VER

www.paraflu.ind.br

Avenida Edmundo Klein, 120
São Sebastião do Caí / RS
+51 55 3635-1837
+51 55 9.83030808

PARAFLU®