

Janeiro de 2020 - Nº 141

PRESS

Sindilub

A Revista do Mercado de Lubrificantes



Uma nova
relação entre
as empresas
e as pessoas





Congresso e
Feira de Negócios
ercom & ealub

Estratégia, inovação e conexão

02 e 03
dezembro
2020

O EVENTO DO ANO VOLTOU!

Realização

recap Sindi**Lub**

Conexão Vareja

AGENDA

Por Renato Vaisbih

Diretores e profissionais do Sindilub e do Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo de Campinas (Recap) se reuniram em novembro para dar início aos preparativos do principal evento do setor de lubrificantes do país, que também reúne os donos de postos revendedores. Logo de cara, já bateram o martelo com duas decisões fundamentais: data e local. Ficou definido, portanto, que o encontro será realizado nos dias 02 e 03 de dezembro, mais uma vez no Royal Palm Hall, em Campinas, no interior paulista.

“Tivemos um enorme sucesso nos outros anos, principalmente em 2016 e 2018. Então, decidimos que o formato será semelhante, mas evidentemente teremos algumas novidades e adequações para os expositores e os participantes”, adianta o presidente do Sindilub, Laercio Kalauskas, referindo-se aos encontros anteriores organizados em parceria com o Recap, com a realização de um congresso e uma feira de negócios simultaneamente.

Em 2018, participaram do evento cerca de 1,5 mil pessoas, entre revendedores de lubrificantes e combustíveis, executivos de companhias petrolíferas, órgãos governamentais e representantes de entidades representativas de diversas categorias.

A feira, com estandes de mais de 45 empresas, foi uma oportunidade única para a troca de informações, apresentação de lançamentos, prospecção de parcerias e até mesmo negócios que se concretizaram durante o evento.

O alto nível dos debates dos eventos anteriores também recebeu elogios, incluindo palestrantes renomados como o economista Ricardo Amo-

ANOTE NA AGENDA!

Nova edição do evento organizado pelo Sindilub e Recap já tem data marcada: dias 02 e 03 de dezembro de 2020

FOTO: DIVULGAÇÃO



rim, os filósofos Mário Sergio Cortella e Leandro Karnal e os jornalistas William Waack e Augusto Nunes.

“A programação e os palestrantes convidados serão definidos em breve. Assim que tivermos novidades, vamos divulgar”, avisa Kalauskas.

SETOR DE EVENTOS

O centro de convenções Royal Palm Hall foi inaugurado em junho de 2018 e o primeiro grande evento realizado no local foi justamente a

edição daquele ano do encontro organizado pelo Sindilub e Recap.

O Royal Palm Hall é o centro do complexo Royal Palm Campinas, cuja última etapa foi finalizada no início de 2019, com a inauguração do Hotel Contemporâneo. O projeto todo, idealizado em 2011, recebeu mais de R\$ 500 milhões em investimentos.

“Junto com toda a estrutura que é oferecida, Campinas facilita o deslocamento de representantes de empresas de todo o país, fica em uma região central do Estado de São Paulo e tem o aeroporto de Viracopos”, conclui Kalauskas. ■

ÍNDICE

ANP ameaça punir quem vender lubrificantes fora das especificações exigidas	7
Uma nova relação entre as empresas e as pessoas	8
Mudanças à vista!	12
Revisão das metas de coleta de OLUC	16
“O teste da frigideira”	18
Experiência única	20
Motoristas de App: oportunidade para o varejo	22
Nova marca no mercado automotivo	24
FUCHS unifica marcas	25
Uma década de estudos	26

EXPEDIENTE

Janeiro - 2020, edição nº 141

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 Rejali.

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
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.

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

fullpack



 **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.

Bom dia,

Iniciamos 2020 a todo vapor, e o ano que findou foi repleto de acontecimentos, tantos que mal pude no editorial do último número da Sindilub Press despedir-me dos caros leitores com votos de saúde, paz e felicidades.

Mas aqui estamos neste novo ano, com nova agenda, novos desafios, somados a importantes demandas que temos acompanhado e nas quais temos atuado para defender nossa atividade, obter medidas que tragam benefícios a todos, agentes e consumidores, através de uma concorrência equilibrada, com justiça fiscal.

Nesta edição a equipe do Sindilub trabalhou intensamente várias matérias, algumas realmente inovadoras, e dentre as matérias destaco o início dos trabalhos na organização de mais um evento em parceria com o RECAP, o Sindicato do Comércio Varejista de Derivados de Petróleo de Campinas.

Todos que participaram do excelente evento realizado em 2018 puderam conferir os ganhos e benefícios advindos, tanto revendedores como expositores.

Em 2020 não será diferente, e tudo indica que os acontecimentos de 2019, aqueles que foram

concluídos, assim como aqueles ainda em andamento e que deverão ser concluídos ainda neste primeiro semestre, como exemplo a tão aguardada reforma tributária, deverão receber tratamento de renomados profissionais palestrantes.

Além disso, as inovações no setor não param, há uma dinâmica própria neste mercado, seja através de lançamentos de produtos, como também na prestação de serviços, inovações estas que merecem um acompanhamento obrigatório dos revendedores, em constante reciclagem.

Internamente iniciamos no ano de 2019 importantes mudanças administrativas no Sindilub, algumas ainda em fase embrionária, mas que logo, logo serão implantadas para fazer frente à agenda de compromissos e trabalhos em andamento.

Teremos várias frentes de trabalho, na área ambiental, na área fiscal e também institucional, discutindo com nossos fornecedores, revendo formas de parcerias e formatando contratos na área jurídica, analisando a aplicação da recente Lei da Liberdade Econômica, extraíndo de seu texto e divulgando os benefícios que este novo Diploma Legal pode e deve proporcionar.



Enfim, conto com a colaboração de todos para atingirmos as metas traçadas.

Temos muito a realizar neste ano que se inicia, e já dá sinais de velocidade.

*“Mesmo quando tudo pede um pouco mais de calma
Até quando o corpo pede um pouco mais de alma
A vida não para”
(Lenine)*

Muito obrigado e boa leitura.
Laercio Kalauskas

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

ANP AMEAÇA PUNIR QUEM VENDER LUBRIFICANTES FORA DAS ESPECIFICAÇÕES EXIGIDAS

FIQUE POR DENTRO

Por Renato Vaisbih

O Sindicato Interestadual das Indústrias Misturadoras e Envasilhadoras de Produtos Derivados de Petróleo (Simepetro) divulgou comunicado assinado pelo seu presidente, Carlos Abud Ristum, chamando a atenção de revendedores de lubrificantes para as consequências da comercialização de produtos impróprios para o consumo.

De acordo com o texto, os comerciantes considerados infratores poderão ser punidos com sanções severas, que vão desde multas até a apreensão do estoque. O documento informa ainda que os revendedores estão sendo alertados, via e-mail, pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP).

O presidente do Sindilub, Laercio Kalaskas, acredita que esta iniciativa da ANP é por conta das dificuldades com a judicialização dos processos de fiscalização e administrativos que não conseguiram

impedir os produtores de lubrificantes com vícios de qualidade, de continuar a produção de produtos fora de especificação, ou seja, o comerciante tem uma granada no estoque e a ANP vai puxar o pino.

O comunicado destaca também que o Simepetro “tem o objetivo de alertar a todas as empresas que comercializam óleos lubrificantes automotivos sobre a mais nova ação da ANP e suas consequências para quem comercializa lubrificantes fora das especificações exigidas pela Resolução ANP-22/2014, especificamente aqueles produtos com aditivação ausente e/ou insuficiente, divulgados pelo PML (Programa de Monitoramento de Lubrificantes) da ANP”.

A Resolução ANP-22/2014, no seu artigo 1º, define que “tem por objetivo estabelecer os critérios de obtenção do registro de graxas e óleos lubrificantes destinados ao uso veicular e industrial e aditivos em frasco para óleos lubrificantes de motores automotivos, bem como as responsabilidades e obrigações dos detentores de registro, produtores e importadores”.

O documento da Agência aborda, principalmente, temas relacionados ao registro, alterações no registro, extinção do registro e rotulagem dos produtos. Algumas das informações, por exemplo relacionadas aos rótulos das embalagens plásticas, dizem respeito à data de validade e especificações dos lubrificantes.

Segundo o comunicado do Simepetro, os comerciantes infratores estão sujeitos a sanções administrativas previstas na lei 9.847 de 26/10/1999 – que dispõe sobre a fiscalização das atividades relativas ao abastecimento nacional de combustíveis –, dentre elas a aplicação de multas e apreensão do estoque de produtos irregulares, sem prejuízo das demais sanções de natureza civil e penal.

O texto termina com a mensagem que “o Simepetro apoia e parabeniza a iniciativa da ANP, que inova na sua ação de fiscalização, atuando nos distribuidores de óleos lubrificantes, com autuações pesadas e sanções que custarão muito caro àqueles comerciantes que não estiverem atentos à qualidade dos produtos de seus fornecedores”. ■

2020 CHEGOU!
CONFIRA NOSSAS NOVIDADES

Lubmix

SOLUÇÕES COMPLETAS PARA LUBRIFICAÇÃO E ABASTECIMENTO

LAPEK
EQUIPAMENTOS PARA LUBRIFICAÇÃO E ABASTECIMENTO
Equipamentos Nacionais e Importados
EXCLUSIVA PARA DISTRIBUIDORES

(17) 3525-5110
www.lapek.com.br

UMA NOVA RELAÇÃO ENTRE AS EMPRESAS E AS PESSOAS

Legislação que protege informações pessoais começa a valer em agosto de 2020, mas mudanças já devem começar a ser implementadas

FOTO: SHUTTERSTOCK

CAPA

Por Renato Vaisbih

Uma revenda que armazena as informações para encaminhar lembretes aos clientes de que o momento da troca de óleo do seu carro está se aproximando – de acordo com a data da última troca ou até mesmo a partir de dados que permitem calcular a média de quilômetros rodados com o veículo – terão de rever suas estratégias a partir de agosto de 2020.

“Na realidade, novas ações já devem ser planejadas. Estamos visitando algumas empresas que, por incrível que pareça, já estão atrasadas nesse processo de adequação”, alerta o advogado Gabriel Schulman, do escritório Trajano Neto e Paciornik e professor da Universidade Positivo, onde coordena a pós-graduação em Direito Empresarial e leciona a disciplina de Proteção de Dados.

Ele explica que, em agosto de 2020, entra em vigor a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD, 13.709/2018), com novas regras para todas as empresas brasileiras que reúnem dados pessoais dos seus clientes com o objetivo de oferecer produtos e serviços.

Em tempos que alguns especialistas na área dos negócios fazem analogias e afirmam que os dados dos consumidores são “o novo petróleo” no mundo contemporâneo, a LGPD



quebra paradigmas e busca evitar constrangimentos às pessoas.

“Fizeram um alarde muito grande, como se a lei estivesse proibindo a coleta de dados. Isso não é verdade. O que a LGPD exige é um conjunto de hipóteses legais de quais dados vão ser usados e como vão ser usados. Toda empresa tem um banco de dados, com diversos tipos de informações armazenadas. A questão fundamental é: como esses dados vão ser utilizados?”, esclarece Schulman.

O advogado continua a explicação, tendo como exemplo o setor de lubrificantes. Segundo ele, “se a empresa faz uma promoção em que os

clientes têm de preencher um cupom com dados dos veículos, para onde vão essas informações? Se o fabricante de lubrificantes tiver uma parceria com postos de combustíveis, como vão compartilhar os dados coletados? Estas são algumas perguntas que devem ser feitas a partir de agora, porque tudo isso acaba interferindo bastante em termos de como vai ser a adequação da empresa. Por isso, algumas demandas dependem não apenas de uma consultoria jurídica, mas também de adaptações na área de TI”.

Schulman reitera que não é proibido coletar dados dos clientes, mas o que importa para a LGPD é como es-

sas informações serão utilizadas. A adaptação, portanto, não se restringe a aspectos jurídicos. “O fluxo de informações também merece atenção diferenciada. Todas as empresas têm dados dos clientes e precisam se adequar. Uma empresa pequena, como uma troca de óleo ou uma oficina mecânica, tem dados que são enviados até mesmo para outros países, quando são armazenadas na nuvem por meio de serviços oferecidos online, como o Google Drive ou o Dropbox”, diz.

Além do acompanhamento de profissionais das áreas jurídica e de TI, o advogado ainda recomenda que outros pontos sejam analisados, como a infraestrutura das empresas, incluindo até a disposição dos móveis e a circulação de clientes e funcionários. “Nós fomos em uma empresa onde o departamento médico ficava junto com o RH. Ou seja, toda vez que algum funcionário passava mal, todo o RH ficava sabendo. Isso não é necessário”, exemplifica.

Schulman enfatiza ainda que as empresas também são responsáveis pelos dados pessoais de seus funcionários e prestadores de serviços terceirizados. De acordo com ele, “quem vendeu o lubrificante e, para fazer a entrega, contrata uma transportadora ou tem os seus próprios motoristas. Se ela possui motoristas contratados diretamente, quem faz os exames toxicológicos nesses funcionários? E quem tem acesso aos resultados? Como esses resultados



são arquivados posteriormente? Todas essas são questões que devem ser feitas. Nos casos de transportadoras, é importante o vendedor dos lubrificantes entender como é feita a gestão de dados. A sistemática da LGPD envolve uma responsabilidade em relação a terceiros. Não adianta depois dizer ‘ah, eu contratei uma terceirizada, então eu lavo minhas mãos’. É importante ter esse cuidado!”

REGULAMENTAÇÃO

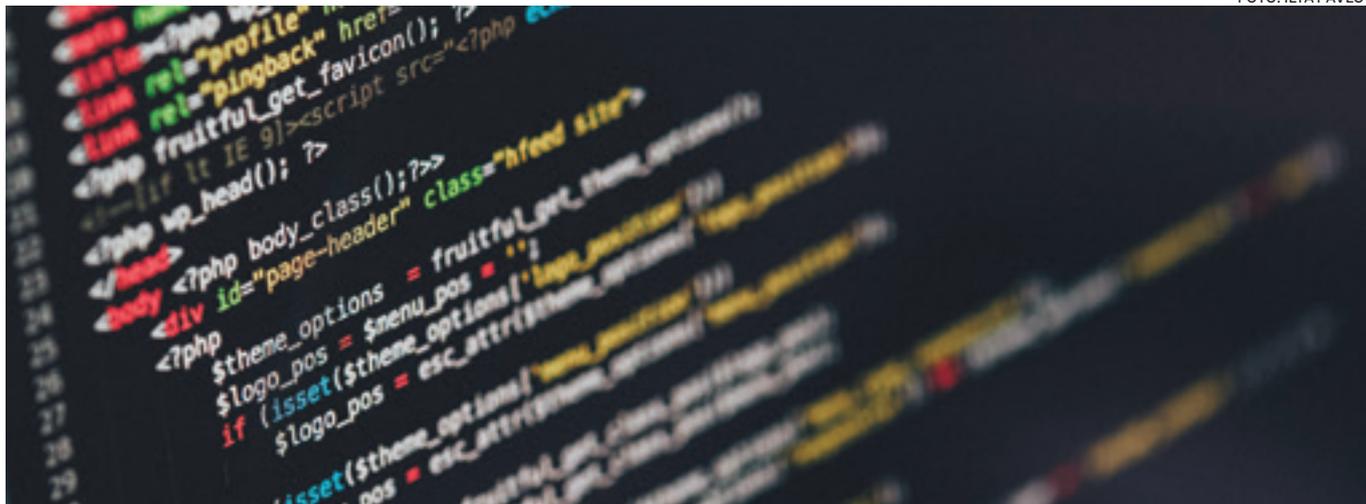
Muitas empresas pedem dados aos seus clientes sem explicar o que vão fazer. Às vezes, nem elas próprias sabem por qual motivo solicitaram aquela informação. É, portanto, necessário que a empresa explique detalhadamente o que vai fazer com os dados. A LGPD deter-

mina que tudo o que for feito com os dados das pessoas deve ser previamente autorizado. O resultado disso é que muitos questionários para coleta de dados pessoais passarão a ser mais detalhados.

“Isso vai exigir uma mudança cultural do brasileiro, que não está acostumado a ler documentos. O conceito da lei é que ela protege dados das pessoas quando essa informação permite identificá-las, como o CPF, o endereço ou uma foto. Mesmo com o consentimento das pessoas em fornecer esses dados, as empresas passam a ter novos deveres, que os sistemas informatizados mais antigos talvez não permitam o seu cumprimento. A LGPD permite que um cliente solicite que, em vez de simplesmente não receber mais publicidade, a empresa delete todos os seus dados e comprove que fez

HYUNDAI
XTeer
Premium Lubricants

+ 55 11 96573 - 7369
WWW.HYUNDAIXTEER-BR.COM
CONTATO@HYUNDAIXTEER-BR.COM



isso. Será que as empresas estão preparadas para tais comandos? Esse é um tipo de adequação importante”, detalha Schulman.

As empresas que não cumprirem a LGPD estão sujeitas a multas de 2% do seu faturamento anual, até o limite de R\$ 50 milhões. Para Davi Bertonecello, CEO da agência de pesquisa de mercado e inteligência Hello, porém, “estamos em um momento em que é preciso ficar atento à regulamentação da lei e sua aplicação. Muita coisa ainda está sem explicação e o assunto é complexo”.

Por enquanto, avalia o executivo, uma coisa é certa: as empresas precisam ter noção do que vão perguntar para as pessoas e se as informações são realmente importantes para o seu negócio. Essas novas medidas afetam, principalmente, as áreas de RH e de marketing das empresas.

“Faz sentido perguntar o time de futebol, religião, aspectos da vida sexual ou a ideologia política? Se a informação for relevante, OK. Se não for, são dados que não devem ser solicitados”, destaca.

Na opinião dele, “a LGPD tem pontos muitos positivos, especialmente se a gente for pensar como pessoa física e usuário de internet. Do outro lado, quando a gente fala da experiência digital, praticamente tudo está atrelado ao quanto se sabe, não especificamente das pessoas, mas de

cada device, de cada aparelho. A interface da minha Netflix é única, não é igual à tua. O acúmulo de informações sobre um celular, um computador, fundamentalmente oferece às empresas uma oportunidade de como melhor atender ao dono desse device. Mas, claro, isso é feito com algumas violações do que está previsto na LGPD. Precisamos, então, ter um novo entendimento de como fazer esse acompanhamento a partir da entrada em vigor da lei”.

Outro desafio a ser superado, segundo Bertonecello, diz respeito à proibição de qualquer relação em primeira pessoa. “A LGPD vem sendo muito contestada por conta da implicação de segui-la de forma irrestrita e cegamente. Imagine os carros do futuro, que serão conectados, e as frotas corporativas inteligentes. Quando chegar uma multa de trânsito, a empresa terá a necessidade real de individualizar isso, de saber quem estava no carro na hora em que a infração foi cometida, o registro da sua CNH para fazer a cobrança. Como vamos fazer esse tipo de transação? Isso ainda não está claro para ninguém”, analisa.

O executivo ainda questiona como vão ficar setores específicos, como o de seguros de automóveis, por exemplo, com preços definidos de acordo com o perfil comportamental dos clientes. “As seguradoras atribuem uma nota aos clientes e definem um desconto. Pelo princípio da

isonomia previsto na LGPD, se as seguradoras não puderem fazer isso por ninguém, provavelmente não vão se mobilizar para fazer o preço mais barato para todo mundo. Com certeza, vão cobrar mais caro de todos. Isso vai ser ruim”, adverte, sem deixar de enfatizar que não é contra a LGPD, mas que a sua regulamentação é necessária.

É assim que pensa também o deputado federal Carlos Bezerra (MDB-MT) que apresentou na Câmara Federal no final de outubro um projeto de lei propondo adiar até 2022 a entrada em vigor da LGPD. O parlamentar argumenta que “embora os benefícios advindos da LGPD sejam inquestionáveis, a pouco mais de dez meses da entrada em vigor da LGPD, apenas uma pequena parcela das empresas brasileiras iniciou o processo de adaptação ao novo cenário”.

Bezerra também critica a demora do Governo Federal para criar a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD), instituição que será responsável pela regulamentação e fiscalização da nova lei.

Especialistas, porém, não acreditam que a votação da proposta do deputado federal vá adiante, uma vez que o Ministério da Economia encaminhou o decreto que estrutura a ANPD à Casa Civil, com previsão de que o órgão esteja apto a desempenhar suas funções a partir de abril de 2020. ■

Linha TITAN

FUCHS Lubrificantes



A ESCOLHA DAS MONTADORAS

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



MUDANÇAS À VISTA!

Mercado de lubrificantes marítimos terá novas exigências com redução de enxofre nos combustíveis a partir de 2020

MERCADO

Por Renato Vaisbih

O setor de lubrificantes para embarcações marítimas inicia 2020 com um novo cenário por conta de alterações impostas pela Organização Marítima Internacional (IMO), vinculada à ONU, que obriga uma redução no teor de enxofre na formulação dos combustíveis, de 3,5% para 0,5% de massa, já a partir do dia 1º de janeiro.

A IMO impõem limites de enxofre nos combustíveis das embarcações desde 2005, com o objetivo de minimizar os impactos ambientais. Seguindo o acordo assinado nas instâncias internacionais, a ANP publicou em maio a Resolução nº 789/2019, que reduz para 0,5% de massa o limite máximo do teor de enxofre dos óleos combustíveis marítimos para as embarcações que não dispuserem de sistema de limpeza de gases de escape.

De acordo com o comunicado da Agência, “a regra tem como objetivo contribuir para a diminuição da emissão de gases poluentes, favorecendo o meio ambiente e a saúde das populações, em especial as que vivem próximas a portos e costas”.

FOTO: DIVULGAÇÃO



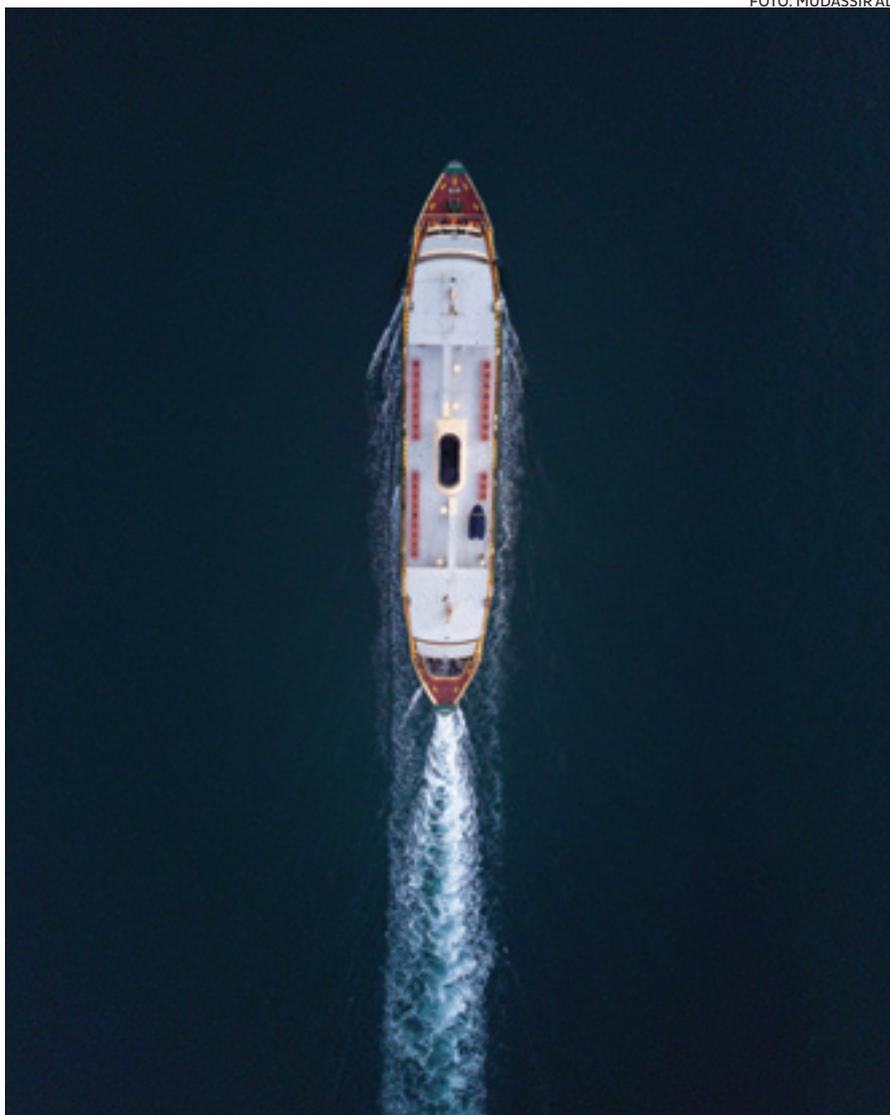
SERGIO LUIZ VISCARDI

FOTO: DIVULGAÇÃO



CAIRO MYRON

FOTO: MUDASSIR ALI



Aliada à mudança na formulação dos combustíveis, a dinâmica dos negócios - com as empresas de navegação buscando reduzir custos - e a evolução dos motores forçaram os fabricantes de lubrificantes marítimos a se adaptarem a uma nova realidade e se preparem com antecedência para 2020 e atualizaram suas linhas de produtos para o segmento.

“Todos sabemos que durante o processo de queima do combustível há a formação de compostos ácidos que passam para o lubrificante podendo ocasionar problemas de corrosão. Para evitar isso os lubrificantes possuem uma propriedade chamada TBN (Total Base Number,) que nada mais é que uma reserva alcalina que é capaz de neutralizar esses ácidos formados. Quanto maior o percentual de enxofre nos combustíveis, maior será a necessidade da reserva alcalina no lubrifican-

te, ou seja, maior será a sua carga TBN. Hoje, os produtos variam em TBN de 25 a 140 mg KOH/g, porém, com a diminuição no teor de enxofre dos combustíveis espera-se que a demanda por lubrificantes se concentre naqueles que apresentam TBN entre 25 e 40 mg KOH/g”, explica Cairo Myron Ferreira Ramos Filho, coordenador Comercial Marítimo da Iconic.

Sergio Luiz Viscardi, da SLV Consultoria, complementa que “existem vários tipos de motores marítimos, de 2 ou 4 tempos. E como cada fabricante tem seus requerimentos específicos, as linhas de lubrificantes para este segmento precisam ser completas para atender os requerimentos distintos dos fabricantes, sejam de motores principais ou de auxiliares, levando em conta o tipo de combustível utilizado em cada um. Muitos dos navios migrarão

imediatamente para o combustível marítimo teor de enxofre 0,5% e passarão a utilizar lubrificantes de menor TBN”.

O consultor pondera, no entanto, que em algumas regiões, os navios poderão continuar a usar óleo combustível residual com alto teor de enxofre nos seus motores principais, mas terão que equipar os mesmos com dispositivos para remover os óxidos de enxofre dos gases de escape (conhecidos como scrubbers), para poder acessar as áreas de Emissão Controladas (Emission Control Areas ou ECAs). Ele também considera que algumas embarcações poderão utilizar combustíveis alternativos, incluindo até mesmo o gás natural, que irão demandar o uso de lubrificantes específicos.

Outra discussão levantada com a mudança dos níveis de enxofre



PROJETOS ESPECIAIS!

Feitos com toda qualidade e estrutura direcionada para sua concessionária!

www.lupuslubrificacao.com.br



fre nos combustíveis marítimos diz respeito à utilização de óleos básicos do Grupo I na formulação de lubrificantes para as embarcações. Muitos especialistas que participaram dos debates na IMO defendiam que este é o momento oportuno para que sejam desenvolvidos produtos mais elaborados e novos pacotes de aditivos com básicos do Grupo II.

Na opinião de Viscardi, “o que vai definir o tipo de básico empregado será a disponibilidade do mesmo e o custo total de formulação para cada tipo de produto. Lubrificantes com básicos do Grupo I eram os mais utilizados neste segmento por sua capacidade natural de dispersão de alguns componentes químicos presentes em combustíveis mais pesados. Mas hoje já existe tecnologia de aditivos que permite o uso de básicos tanto do Grupo I como do Grupo II na formulação da maioria dos produtos marítimos”.

O coordenador comercial da Iconic concorda que “a grande maioria dos produtos são formulado com óleos básicos Grupo I, mas há e sempre existiram opções que utilizam óleos básicos Grupo II”.

Questionados sobre a influência da alteração na demanda dos lubrificantes marítimos no mercado, os dois especialistas acreditam que não haverá flutuações. “Assim como o enxofre do combustível diminuirá, haverá a escolha de um óleo também com TBN menor. Se esta substituição de produto for bem realizada, a taxa de alimentação permanecerá a mesma”, analisa Cairo Myron.

Já Viscardi, diz que “a tendência não será de aumento de demanda. A diminuição do teor de enxofre do combustível poderá impactar ou não no período de troca, dependerá da reformu-

lação de alguns lubrificantes. Se houver aumento do período de troca, com certeza diminuirá o volume comercializado, mas isto é cedo para dizer”.

Com relação aos preços dos lubrificantes marítimos, o coordenador da Iconic esclarece que “todas as linhas, do TBN mais baixo ao mais alto, já existem, e a questão de preços depende das condições naturais de mercado”. Ele também assegura que não haverá mudanças na logística para que os produtos cheguem até os portos e os navios sejam abastecidos.

Para os navios de bandeira brasileira que fazem – ou que possam vir a fazer – viagens internacionais, Viscardi chama atenção para “as áreas de controle de emissão, as ECAs, dos Estados Unidos, Canadá, Caribe Americano, Mar do Norte e Mar Báltico por causa das restrições mais rígidas dessas regiões”. ■



ENEOS

JAPAN'S NO.1 OIL COMPANY



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



REVISÃO DAS METAS DE COLETA DE OLOC

MEIO AMBIENTE/OLUC

Por Renato Vaisbih

Ambioluc, associação ambiental para coleta, gestão e rerrefino do lubrificante usado no âmbito da logística reversa, que tem como associadas as empresas responsáveis por grande parte da coleta de OLOC no país - TASA, LWART, Petrolub e IPS - apresentou em reunião do IBP (Instituto Brasileiro de Petróleo, Gás e Biocombustíveis) posicionamento com relação ao aumento moderado, porém progressivo, do percentual mínimo de coleta de óleo usado e/ou contaminado nas diferentes regiões do país para o período de 2020 a 2023.

A revisão se faz necessária uma vez que a Portaria Interministerial MME/MMA nº 100/2016 estabeleceu as metas somente até 2019. Tiziana Prazeres, relações institucionais que integra a diretoria da Ambioluc, explica que “os novos índices ainda estão em estudo e devem levar em consideração as particularidades e potencialidades de cada região do país. No Norte e no Nordeste, por exemplo, em que pese uma maior dificuldade logística, o setor obteve expressivo avanço na coleta o que justifica um avanço nas metas. Já no Sudeste, o mercado de OLOC é mais maduro. Isso mostra que não podemos estabelecer as mesmas metas para todas as regiões”.

Ela ainda revela que a Ambioluc busca desenvolver uma metodologia de cálculo e a revisão dos critérios a partir de estudos de benchmarking, que são boas práticas utilizadas, inclusive, em outros países como na Amé-

Portaria interministerial previa volumes até este ano; novo documento deve ser estabelecido para o quadriênio 2020-2023



FOTO: DIVULGAÇÃO

rica do Norte e Europa, onde existem condições diferenciadas para os diversos players locais por causa das particularidades relacionadas à logística, rendimento do OLOC e capilaridade do atendimento das empresas que realizam a coleta.

A Portaria Interministerial MME/MMA nº 100/2016 determinou novas metas de coleta de óleo lubrificante usado ou contaminado até 2019, de acordo com cada região do país.

Para a região Sudeste, a meta permaneceu estável no quadriênio, em 42%. A Região Norte é a que teve o maior aumento em pontos percentuais, passando de 32% em 2016 para 36% em 2019.

Para o Brasil, a meta foi de 38,9% em 2016, passando para 40,1% em 2019. O texto também indicava que seria

admitida a coleta adicional em qualquer região, de modo a cumprir a meta referente ao País.

À época em que a Portaria Interministerial foi publicada, o próprio Ministério de Minas e Energia esclareceu que o estabelecimento dos percentuais mínimos de coleta seguia a sistemática de superação das disparidades regionais, com a diminuição da diferença entre os percentuais de coleta das regiões Sul e Sudeste e do restante do país com o passar do tempo.

A Ambioluc sugere, ainda, que os volumes de coleta que superarem o piso da meta estabelecida pelo Governo, possam ser objeto de ressarcimento (CRO) até um determinado volume e período, de maneira a incentivar a logística reversa e ao abastecimento de óleo básico com produtor local.

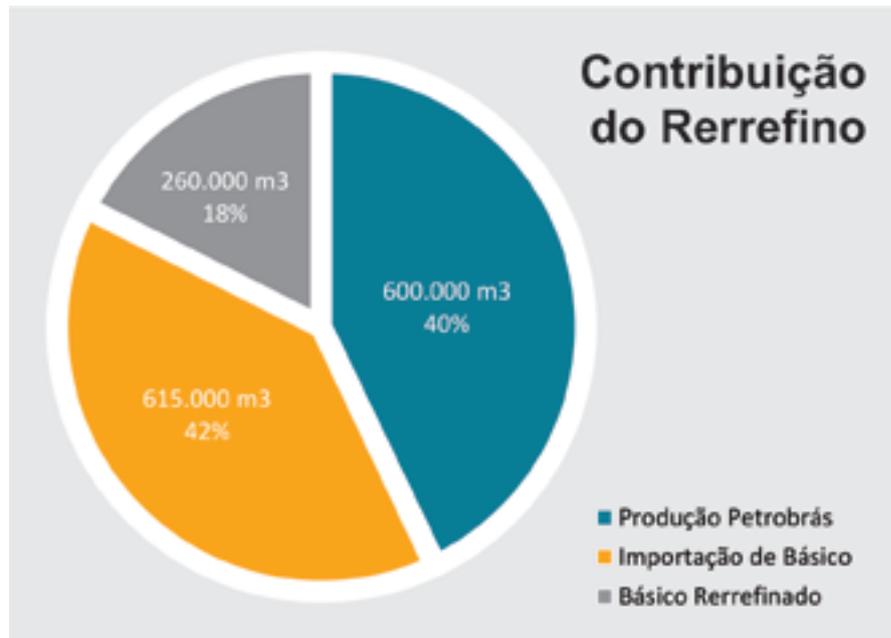
NÚMEROS CONTUNDENTES

O Diretor Executivo da Ambioluc, Manoel Browne de Paula, que também é diretor de Relações Institucionais, Sustentabilidade e Jurídico de uma das associadas, ressaltou os números do setor de OLUC no Brasil durante a sua apresentação feita no IBP.

De acordo com ele, citando o MMA e a ANP como fontes, são 21 agentes regulados, entre coletores e rerrefinadores autorizados; 1,1 mil veículos para fazer a coleta do resíduo e o transporte do óleo básico rerrefinado; 44 bases de armazenamento em todo o país e com previsão de novos investimentos; coleta de OLUC em 4,2 mil municípios; investimentos de R\$ 600 milhões nos últimos seis anos; e a geração de 2,5 mil empregos diretos e 10 mil indiretos.

Levando em conta os números consolidados de 2018, o volume de óleo lubrificante comercializado no país foi de 1,3 bilhão de litros. O volume de OLUC coletado chegou a 464 milhões de litros (eficiência de 73% do possível para coleta) e o total de óleo básico rerrefinado foi de 313 milhões de litros.

“O setor de logística reversa de OLUC e o rerrefino contribuem para uma economia de aproximadamente US\$ 300 milhões por ano, uma vez que fornece óleos básicos para a fabrica-



ção de lubrificantes que, se não fosse assim, teriam de ser importados ou adquiridos de refinarias que fazem o primeiro processo, principalmente da Petrobras” e completa “temos a única produtora de óleo básico grupo II no Brasil, a partir do óleo usado”, analisa Browne de Paula.

Os óleos básicos advindos do rerrefino correspondem a 18% do que é disponibilizado no mercado nacional para os fabricantes de lubrificantes e tem capacidade instalada para crescimento da ordem de mais 25%.

O Diretor Executivo da Ambioluc também chama a atenção para a importância ambiental do ciclo de vida do OLUC quando coletado por empresas licenciadas, transportado

e armazenado com segurança ambiental e encaminhado para o rerrefino e o impacto danoso dos resíduos que seguem um caminho ilegal.

Acreditamos que a publicidade das informações que a ANP promove no iSimp e aquelas divulgadas pelo Ministério do Meio Ambiente no painel OLUC no site recém lançado pelo Governo Federal, www.sinir.gov.br, dará mais publicidade e informações para providências dos órgãos ambientais no âmbito da busca por mais eficiência do sistema e os elos da cadeia que se envolvem no setor poderão somar esforços para boas práticas empresariais e gestão dos resíduos, esclarece Dr. Felipe Cândido, diretor jurídico da associação. ■

SEU PORTFÓLIO, AINDA MAIS COMPLETO.

Distribuidor, conheça a linha de óleos e graxas industriais da Evora Lubrificantes.

Descubra um portfólio completo de óleos e graxas industriais, desenvolvido para atender às especificações dos fabricantes e superar as expectativas do mercado.

Acesse www.evoralub.com.br ou ligue (09) 3397.4800

“O TESTE DA FRIGIDEIRA”

A história do dono de uma oficina que foi até o fogão para tentar descobrir as diferenças entre dois lubrificantes com especificações diferentes

CURIOSIDADE

Por Renato Vaisbih

Em mais um dia na rotina de Everton Gonçalves, o telefone na sua mesa de trabalho tocou e do outro lado da linha o interlocutor era o dono de uma oficina mecânica que tinha uma dúvida sobre óleos de transmissão automática.

Mecânico: *Eu compro lubrificante para transmissão automática aí de vocês e quero saber porque vocês usam duas marcas diferentes para o mesmo óleo?*

Everton: *Não estou entendendo a tua dúvida. Como assim?*

Mecânico: *Estou aqui com uma embalagem de um óleo com a especificação Dexron IIE e outra, com a especificação Dexron III. Mas porque as duas têm o mesmo óleo com nomes diferentes?*

Everton: *O senhor está enganado. São óleos diferentes, como indicam as especificações nas embalagens.*

Mecânico: *É a mesma coisa, eu te garanto. Eu fiz o teste aqui dentro da minha oficina.*

Nesse momento, Everton respirou fundo, parou e pensou que não tinha outra saída a não ser perguntar qual era o tal teste que o interlocutor havia feito...

Everton: *É mesmo? Qual foi o teste que o senhor fez?*

O dono da oficina respondeu com toda a segurança do mundo!

Mecânico: *Foi o teste da frigideira.*

Everton: *O que é isso???!?!???*

Mecânico: *Eu peguei duas frigideiras e coloquei no fogo. Em uma frigideira eu coloquei o Dexron IIE e na outra, o Dexron III. Os dois fritaram ao mesmo tempo. Então, é óbvio que os dois são iguais.*

Do outro lado da linha, Everton tentava se manter sério e ainda tinha esperanças de esclarecer o engano. Afinal de contas, o dono da

oficina era seu cliente. Então, deu continuidade à conversa.

Everton: *O senhor poderia me explicar qual a relação desse teste com o funcionamento do lubrificante dentro do sistema da transmissão automática de um carro?*

O interlocutor ainda pensou um pouco, mas deu uma resposta taxativa.

Mecânico: *Nenhuma. Mas nada do que você me falar vai me convencer de que os óleos são diferentes.*

Everton: *Bom, se é assim, nossa conversa termina por aqui. Mas tenha certeza de que o senhor está errado.*



A EXPLICAÇÃO TÉCNICA

A cor, a viscosidade, o nome e a montadora que utilizam o tipo de óleo podem ter induzido o dono da oficina mecânica citado na história do “teste da frigideira” ao erro.

Os lubrificantes das especificações Dexron IIE e Dexron III vermelhos, possuem textura muito parecida e são utilizados para transmissões automáticas da montadora General Motors. Enfim, visualmente, são muito parecidos.

“Mas é evidente que são produtos diferentes. Os nomes indicam que são da mesma família. Mas os pacotes de aditivos são outros. Outra grande diferen-

ça é que são produzidos a partir de óleos básicos distintos. As especificações Dexron existem desde a década de 1950 e suas características foram sendo adaptadas de acordo com o avanço da tecnologia aplicada às transmissões ao longo do tempo. A Dexron IIE já está quase em desuso e tem uma especificação inferior à Dexron III”, explica Everton.

O Dexron III apresenta melhor comportamento mediante baixas e altas temperaturas, melhor resistência ao atrito e ao cisalhamento – que é o rompimento do filme de óleo –, entre outras características.

Nunca é demais alertar que, para evitar enganos, antes de fazer a troca do óleo lubrificante da transmissão automática deve ser consultado o manual do fabricante do veículo.

“É simples assim. Atualmente, temos mais de 40 tipos de especificações de óleo de transmissão automática. Essas transmissões automáticas podem equipar automóveis, caminhões, ônibus, motos e tratores. Sem falar que existem vários sistemas de transmissão automática. Aqui no Brasil temos mais de 30 montadoras e importadoras, com cerca de 350 modelos de automóveis. É impossível alguém lembrar de cabeça todos os tipos de óleo”, afirma Everton.

Ele ainda chama a atenção para os problemas que podem ocorrer nos veículos quando forem aplicados lubrificantes errados na transmissão automática. O carro vai patinar ou não vai engatar a marcha.

Em alguns casos, não vai nem sair do lugar. ■

ÓLEO HIDRÁULICO 100% BIODEGRADÁVEL

Chegou **Phoenix HIDROS BIO 68**, o **óleo hidráulico 100% biodegradável em apenas 18 dias** para aplicações nas áreas agrícola e industrial.

Agora já é possível atingir o máximo desempenho sem agredir o meio ambiente.

- Elevado desempenho: alto ponto de fulgor e combustão
- Para aplicações de média e alta severidade (temperaturas de -30°C a 90°C)
- Embalagem ECOLÓGICA Bag-in-Box*
- Sistema antivazamento



 **phoenix**
oil

Lubrificante automotivo

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

*Bolsa plástica acondicionada em caixa de papelão ultrarresistente



EVENTO/SALÃO DUAS RODAS

Por Renato Vaisbih

O Anuário da Indústria Brasileira de Duas Rodas 2019, publicado pela Abraciclo (Associação Brasileira dos Fabricantes de Motocicletas, Ciclomotores, Motonetas, Bicicletas e Similares) comemora os resultados de 2018, que registrou alta de 17,4% na produção do ano passado, na comparação com 2017.

A publicação foi distribuída durante o Salão Duas Rodas, evento que aconteceu entre os dias 19 e 24 de novembro, no São Paulo Expo, que teve como diferencial novas atrações para proporcionar experiências ao público. O salão contou com mais de 200 expositores, sendo dez deles identificados com o setor de lubrificantes, segundo suas próprias informações enviadas aos organizadores.

De acordo com os levantamentos parciais de 2019, as previsões são ainda mais otimistas para as vendas de veículos no atacado, no varejo e para exportações. A partir dos resultados obtidos em outubro, a Abraciclo acredita em uma alta na produção de 6,6% neste ano e já trabalha com a continuidade da curva ascendente para 2020, podendo fechar o ano que vem com crescimento de 6,3% ante o resultado de 2019.

Ao analisar o número de emplacamentos e novos registros de Renavam, as *scooters* figuram como uma das vedetes do mercado no varejo. Em outubro, foram licenciadas 9.263 unidades, uma alta de 56,9% na comparação com o mesmo mês de 2018 e de 26,8% em relação a setembro deste ano. Alguns especialistas do setor apontam que as *scooters* estão em alta por ser uma das alternativas viáveis para o bolso dos consumidores brasileiros se locomoverem de maneira ágil e confortável nos grandes centros urbanos.

EXPERIÊNCIA ÚNICA

Expositores, incluindo produtores de lubrificantes, oferecem vivências diversificadas aos visitantes do Salão Duas Rodas 2019

FOTOS: DIVULGAÇÃO



A Abraciclo define como *scooter* o “motociclo de câmbio automático ou semiautomático, concebido para privilegiar o conforto, ou motocicleta sem carenagem, com motor propositalmente exposto e de alto desempenho, concebida para a utilização em terrenos pavimentados. Semelhante a uma motocicleta versão “Sport” sem a carenagem”.

Com esses dados em mãos, a Ipiranga participou do evento como “lubrificante oficial” e aproveitou a ocasião para fazer o lançamento de uma nova linha exclusiva para *scoo-*

ters. São dois tipos de lubrificantes semissintéticos: o Ipiranga Scooter Performance 10W40 SL, que atende as marcas Yamaha, Haojue, Dafra e Suzuki, e o Ipiranga Scooter Performance 10W30 SL, para veículos da Honda.

A Ipiranga anuncia que os produtos foram desenvolvidos levando em consideração que as *scooters* necessitam de lubrificação apenas no propulsor e não em outras partes, como a embreagem e a transmissão.

A fabricante explica que os lubrificantes possuem a classificação Jaso MB – que indica menos atrito entre as peças – e assegura que a economia no consumo de combustível pode chegar a até 3%. Assim como os demais produtos da linha de lubrificantes Ipiranga para motos, os óleos para *scooters* são fabricados com a tecnologia Nano Armor, desenvolvida pela própria Ipiranga, que forma uma película e minimiza o desgaste das peças metálicas que compõem o motor.

No seu estande do Salão Duas Rodas, a Ipiranga também apostou na interação, desafiando os visitantes a descobrir a fórmula dos lubrificantes em um jogo de estratégia desenvolvido em parceria com a rede de casas de entretenimento Escape 60, cujos monitores estavam até mesmo caracterizados de “cientistas malucos”. Para as crianças, a diversão ficou por conta de um escorregador gigante, que teve o objetivo de demonstrar como as peças do motor deslizam mais facilmente com os óleos da marca.

MAIS LUBRIFICANTES

A Total fez a estreia da marca Elf Lubrificantes no Salão Duas Rodas com sua tradicional linha de lubrificantes para motores de diversas categorias de motos; lubrificante para garfos e amortecedores de motos; fluidos de arrefecimento para radiadores; e graxa para múltiplas aplicações, tais como chassi, rolamentos e peças que costumam ser submetidas a choques e vibrações.

A empresa ainda divulgou durante o evento o lançamento, em 2020, da linha Total Hi-Perf, voltada para o segmento de motos street, que inclui veículos de baixa ou média cilindrada destinados ao uso urbano.

Quem também participou do evento pela primeira vez foi a Brandy,

que atua há 60 anos no mercado de motopeças com várias marcas e produtos, incluindo lubrificantes e ainda baterias, lâmpadas, filtros, transmissão e pneus, dentre outros. Em sua fábrica, situada em Ribeirão Preto (SP), a empresa produz três tipos de óleo para motor de motocicletas 4 tempos – um mineral e dois semissintéticos – e um lubrificante exclusivo para suspensão.

No Salão Duas Rodas, a principal atração no estande da Brandy foi a moto utilizada pelo piloto Gustavo Ricchini Leite, que testou seus produtos, na “Moto Expedição Brasil Alaska”, uma viagem feita em 2018 do interior paulista até Prudhoe Bay, no extremo norte do Alaska, em 70 dias de viagem e 30 mil quilômetros percorridos.

A Castrol promoveu palestras com engenheiros especializados para tirar dúvidas do público sobre os mitos e verdades da lubrificação e anunciou o relançamento das linhas de lubrificantes para motos Castrol Power 1, com tecnologias aprimoradas. Os produtos que chegam ao mercado são Power 1 Racing 4T, com as especificações de viscosidade 5W40, 10W40 e 10W50. Todos são JASO MA2, API SN e sintéticos. Outro produto é o Power 1 4T, 15W-50 – JASO MA2, API SN, semissintético. A Castrol assegura que os produtos foram desenvolvidos a partir de sua experiência no mundo das corridas.

Foi das pistas também que surgiu a inspiração do estande da Repsol, onde foi apresentada sua linha completa de lubrificantes, que tem como garoto propaganda e embaixador o piloto espanhol Marc Márquez, hexacampeão do Mundial de MotoGP em 2013, 2014 e de 2016 a 2019.

Além de informar que os produtos são testados na categoria mais importante de competições de moto do mundo, a Repsol deu a oportunidade de os visitantes sentirem um pouco de como é pilotar uma moto nos circuitos de MotoGP com a experiência de um simulador desenvolvido exclusivamente para o evento.

As experiências proporcionadas ao público, aliás, chamaram a atenção no Salão Duas Rodas 2019. Foram mais de 15 mil test-rides em quatro pistas, somando quase 10 quilômetros de percurso, recorde mundial nesse tipo de evento.

O Test Ride Off Road foi destinado para quem pilota em trilhas. No Test Drive VIP, puderam ser experimentados os modelos mais exclusivos. A pista Mobilidade Urbana ofereceu testes com scooters, motos de baixa cilindrada, bicicletas e patinetes elétricos. No SDR Experience, puderam ser testados modelos de motos de média e alta cilindrada destinados aos mais variados tipos de consumidores. ■



SUAS EXPECTATIVAS SERÃO SUPERADAS.

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



MOTORISTAS DE APP: OPORTUNIDADE PARA O VAREJO

VAREJO

Por Renato Vaisbih

O sucesso dos aplicativos de mobilidade urbana já chama a atenção de empreendedores de diversos setores no Brasil e no mundo. Outro sinal da importância dessas soluções para a economia é o fato de o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) ter anunciado que, a partir de fevereiro de 2020, os aplicativos de transporte passaram a fazer parte de uma nova categoria na composição do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), utilizado para medir os níveis de inflação no país.

Algumas experiências já implementadas servem de exemplo para revendedores atacadistas e varejistas de lubrificantes que oferecem o serviço de troca de óleo e também buscam criar estratégias e ações semelhantes para melhorar os negócios.

Ao circular pelas cidades é comum ver postos de combustíveis, oficinas, estacionamentos e lava-rápidos que oferecem preços diferenciados para taxistas ou motoristas de aplicativos, como Uber, 99 e Cabify. A ideia desses estabelecimentos é atrair uma nova clientela e, mais do que isso, fidelizar esses profissionais, que sempre precisam estar atentos à manutenção dos veículos.

“Não basta dar o desconto. É preciso oferecer um bom serviço”, alerta o empresário Renato Romera Cardoso, da Kiip Leste Estética Automotiva, que fica no estacionamento de um movimentado supermercado da Mooca, em São Paulo.

De acordo com ele, o desconto de 40% na lavagem completa – que fica por R\$ 23 – oferecido aos motoristas

FOTOS: DIVULGAÇÃO



de aplicativos e taxistas não é o suficiente para fidelizar a clientela.

“Muitos perguntam o preço e, mesmo com o desconto, acabam indo embora. Eles pensam que fazemos uma lavagem normal. Por isso, é preciso um serviço diferenciado. Como a gente faz uma limpeza detalhada, os motoristas de aplicativos e taxistas reconhecem o nosso trabalho, voltam mais vezes e ainda indicam o serviço para conhecidos”, completa Cardoso.

No início de 2018, a espanhola Cabify anunciou uma parceria exclusiva para o mercado brasileiro com a rede de franquias Zip Lube, criada em 2012 pela Cosan Lubrificantes – atual Moove – e especializada em troca de óleo, com quase 60 lojas em São Paulo, Mato Grosso do Sul, Goiás e Espírito Santo.

Dependendo da categoria do motorista do aplicativo, os descontos chegam a 15% em produtos e 30% em serviços. Os condutores com melhor avaliação no aplicativo ainda tem direito a cortesia em alguns serviços, como a limpeza de ar-condicionado.

O gerente comercial da Zip Lube, Lucio Guedes de Almeida, afirma que o objetivo é “apresentar as vantagens

da rede a essa categoria que tem o veículo como meio de trabalho. Além da praticidade, ter a manutenção do carro feita com segurança, com a garantia dos serviços respaldada pela Zip Lube, é fundamental para esses motoristas, pois demonstra cuidado, respeito e responsabilidade com os clientes”.

OUTRO LADO

A Uber, 99 e Cabify oferecem aos motoristas parceiros diversos benefícios. O treinamento, no entanto, geralmente é feito a partir de materiais informativos disponibilizados na internet. Algumas informações e folhetos impressos estão disponíveis em modernos centros de atendimentos instalados em cidades de todo o País, como a “Casa 99”, para que os motoristas possam fazer pausas para descanso, tirar dúvidas e resolver problemas burocráticos.

No blog da Uber destinado aos condutores parceiros no Brasil, é possível encontrar inúmeras orientações a respeito da manutenção dos carros. Em uma postagem de novembro de 2018, com o título “Cuidar da manutenção do seu carro, também é cuidar da saúde do seu bolso”, a empre-



sa aborda temas, divididos em tópicos, como “Calibragem de pneus”; “Atenção aos freios”; “A troca de marchas”; “Sistema de Radiador”; “Velas e Filtros”; e “Rodas alinhadas e balanceadas”.

No tópico “Fique de olho no óleo”, o texto recomenda: “Por mais básica que possa parecer essa dica, ela não deixa de ser importante. O óleo precisa ser trocado a cada 10 mil quilômetros ou após um ano. O bom funcionamento de um carro depende da troca regular do óleo, que no decorrer do uso acumula muita sujeira e perde suas propriedades. Então não se esqueça: troque o óleo sempre que completar 10 mil quilômetros ou 12 meses”.

Cada um dos aplicativos ainda criou mecanismos para oferecer benefícios aos motoristas, na maioria das vezes incluindo descontos em serviços automotivos. No Brasil, a 99 pos-

sui um cartão de crédito pré-pago próprio gratuito para os motoristas, com a bandeira MasterCard, da empresa administradora PayPaxx, que possui uma plataforma online para facilitar o controle financeiro dos usuários.

Já a Uber, divulgou em outubro o lançamento em todo o Brasil do Uber Pro, após um período de testes em São Paulo, Curitiba e Fortaleza. Trata-se de um programa de benefícios destinado aos motoristas com a média mínima de 4,85 estrelas, de acordo com a avaliação dos passageiros ao final das viagens. Além dos descontos em serviços automotivos e postos de combustíveis, os motoristas também têm acesso a vantagens em academias, cursos superiores e agências de turismo. Para 2020, a Uber promete descontos em exames de saúde, consultas médicas e compra de medicamentos.

As novidades da Uber não se restringem ao Brasil. Nos Estados Unidos, a empresa inaugurou recentemente o Uber Money, divisão que atua na área de serviços financeiros, não apenas disponibilizando cartões de crédito e débito próprios, que já existiam, mas criando carteiras digitais para os motoristas.

Essa é uma clara investida contra os bancos tradicionais e as chamadas fintechs, instituições financeiras que atuam no ambiente digital, como Nubank e Banco Original. Com a novidade, a Uber busca ainda facilitar a forma como é feito o pagamento aos motoristas parceiros, com os seus ganhos depositados em tempo real após cada viagem realizada. Depois de um período de testes, o Uber Money será integrado ao Uber Eats e à Jump, que opera com patinetes e bicicletas elétricas e chegou ao Brasil no início de dezembro. ■

LUBRIFICANTES PARA VEÍCULOS PESADOS

DESENVOLVIDOS PARA O SEU CAMINHÃO, PENSADOS PARA O SEU NEGÓCIO.

PARA CONHECER A LINHA COMPLETA, ACESSSE NOSSO SITE.

GTOIL

Mercedes-Benz
LUBRIFICANTE PREMIUM TESTADO E APROVADO PELA MERCEDES-BENZ / MB-APPROVAL 228.3

@gtolubrificantes | gt.oil
(12)3152-2623 / (12)98304-0049
www.gt.oil.com.br

NOVA MARCA NO MERCADO AUTOMOTIVO

FOTOS: DIVULGAÇÃO

MERCADO

Por Renato Vaisbih

Os equipamentos utilizados no setor de reparação automotiva, incluindo também as revendas atacadistas de lubrificantes, trocas de óleos, postos revendedores, oficinas mecânicas e outros estabelecimentos merecem atenção dos empresários. No entanto, nem todos conhecem detalhadamente as especificações técnicas que atendem o seu negócio e precisam de suporte na hora de escolher um novo equipamento. Então, é evidente que os vendedores e representantes comerciais que oferecem esses produtos devem estar muito bem treinados para transmitir credibilidade e segurança ao apresentar as opções disponíveis no mercado.

Pensando nisso, a Waltri, indústria que fabrica e comercializa a marca de equipamentos MAHOVI, reuniu cerca de 50 representantes de revendedores – entre diretores, gerentes e empresários – em sua sede, em Sorocaba (SP), com o objetivo de transmitir conhecimento comercial e técnico a respeito dos produtos.

O evento, batizado de “open Waltri”, apresentou os produtos e a equipe de atendimento de maneira diferente, com um treinamento interativo. Segundo o diretor comercial Vinícius Peppe Leone, os participantes conheceram um pouco mais da história da empresa, as políticas comerciais e ainda tiveram a oportunidade de experimentar os equipamentos na prática, em um momento dedicado exclusivamente para essa vivência, chamado de “Brand Experience MAHOVI”.



“Essa interação com os produtos e a nossa equipe foi importante para trazer credibilidade à marca. Nossa política é atender o mercado de reparação através de revendas especializadas e representantes comerciais, já que esses canais de venda é que fazem o sucesso da MAHOVI. O feedback foi positivo e depois do evento já tivemos várias solicitações de orçamentos, fechamos negócios e estamos programando treinamentos in loco para alguns revendedores”, explica Leone.

Toda a linha MAHOVI foi exposta durante o “open Waltri”, com mais de 35 modelos diferentes, incluindo balanceadoras e desmontadoras de pneus para veículos leves e pesados; elevadores; e equipamentos de Auto Center, como má-

quinas para troca de óleo de transmissão automática e gerador de nitrogênio com calibrador de pneu.

Fernando Romão, da Oficina Veyron, que fica na região do Ipiranga, em São Paulo, diz que fez um comparativo entre diversas máquinas disponíveis no mercado e, de acordo com ele, os equipamentos da MAHOVI “atendem o que a gente precisa hoje no mercado para troca de óleo e tem alguns diferenciais, como o aquecimento do fluido, que é muito importante. Alguns carros importados necessitam desse aquecimento porque possuem válvulas termostáticas no circuito hidráulico do sistema. Então, o fluido precisa entrar no sistema já aquecido para que a troca seja possível. Hoje, no mercado nacional essa é a única máquina que tem essa função”. ■

MERCADO

Por Assessoria de Imprensa FUCHS

A FUCHS, maior fabricante independente de lubrificantes e produtos relacionados do mundo, acaba de anunciar a unificação das marcas FUCHS e Pentosin, que a partir de janeiro de 2020, receberão o rótulo TITAN, para os produtos da linha automotiva global da FUCHS. Desde a aquisição da fabricante alemã Pentosin, a FUCHS vem trabalhando na integração das operações e na migração dos produtos para um portfólio único.

A iniciativa está alinhada à estratégia da companhia de criar uma estrutura comercial mais clara para o consumidor e harmonizar a família de produtos, comunicando uma só marca ao mercado. Até a metade de 2020 a migração da marca Pentosin para TITAN estará totalmente concluída.

De acordo com Marcelo Martini, Gestor da Divisão Automotiva da FUCHS no Brasil, após a aquisição da Pentosin a companhia ampliou sua gama de lubrificantes e consolidou sua liderança mundial como fabricante independente. “Temos uma meta agressiva de crescimento para os próximos anos. Nossa divisão automotiva é a de maior potencial, com lançamento de novos produtos, atendimento a novas regiões e ampliação do quadro de representantes comerciais, sempre focados em estreitar o relacionamento com os atuais e novos clientes”, ressalta.

Após a incorporação da Pentosin, além de reforçar sua capacidade de inovação e competitividade, a FUCHS expandiu significativamente sua carteira na divisão automotiva, possibilitando a oferta de uma gama ainda mais completa de lubrificantes de alto desempenho e tecnologia, de uma única fonte.

FUCHS UNIFICA MARCAS

Companhia consolidada a liderança mundial como fabricante independente e uma das principais referências na produção de lubrificantes para a indústria automotiva. Todos os produtos Pentosin serão integrados à linha de lubrificantes automotivos TITAN

FOTO: DIVULGAÇÃO



A FUCHS vem apresentando um forte crescimento orgânico e também decorrente de várias aquisições. Empresas conhecidas em todo o mundo foram incorporadas pela companhia nos últimos anos, como as marcas de lubrificantes SILKOLENE (para motos), CASSIDA (alimentícios), NULON Products (automotivos) e Nye Lubricants (lubrificantes industriais).

SOBRE A FUCHS

FUCHS é um grupo global com raízes alemãs que tem desenvolvido, produzido e vendido lubrificantes e especialidades relacionadas há mais de 85 anos para todas

as áreas de aplicação e setores. O grupo possui mais de 60 empresas, emprega quase 5 mil funcionários e é o principal fornecedor independente de lubrificantes no mundo. Com um portfólio de mais de 10 mil produtos e serviços, a FUCHS atende mais de 100 mil clientes globalmente dos seguintes setores: montadoras, fornecedores de peças automotivas, mineração e exploração, metalurgia, agricultura e silvicultura, aeroespacial, geração de energia, engenharia mecânica, construção e transporte, bem como as indústrias siderúrgica, metalúrgica e cimenteira, indústria alimentícia, do setor de produção de vidro e da indústria de fundição e forjamento, entre outras. ■

UMA DÉCADA DE ESTUDOS

CURSO

Por Renato Vaisbih

O curso de especialização em Engenharia Automotiva da Escola Politécnica (Poli) da USP completa dez anos em 2020, quando dará início a uma nova turma com o conteúdo revisto e atualizado, inclusive com a criação de novas disciplinas, de acordo com as demandas atuais do mercado e a necessidade de reflexão a respeito de temas relevantes para o futuro, como a mobilidade urbana e novas tendências do setor.

O coordenador Paulo Carlos Kaminski explica que o currículo tem um perfil técnico, voltado para pessoas formadas em cursos técnicos ou superiores. “Não precisam necessariamente ser engenheiros, mas damos ênfase à parte técnica, embora alguns tópicos tenham relação com a área de gestão. Como temos poucos cursos de graduação especificamente em Engenharia Automotiva na América Latina, buscamos apresentar detalhadamente os principais sistemas automotivos”, afirma.

Professor titular do Departamento de Engenharia Mecânica e coordenador do Centro de Engenharia Automotiva da Poli-USP, Kaminski faz

parte do Conselho Diretor da Associação Brasileira de Engenharia Automotiva (AEA), na área “Universidades e Institutos de Pesquisa”.

Segundo ele, os egressos do curso devem ter a capacidade de solucionar problemas técnicos e de gestão das empresas do setor automotivo. Para atingir esse objetivo, a grade curricular passou a ser formada por 13 disciplinas optativas, cada uma delas com carga horária de 36 horas:

- Chassis e Carroceria
- Comunicação Interpessoal e Administração de Conflitos
- Engenharia e Análise de Valor
- Fundamentos da Dinâmica Veicular
- Gerenciamento de Custos e Investimentos
- Gestão Ágil de Projetos
- Metodologia de Treinamento, Pesquisa e Elaboração de Monografia
- Motores de Combustão Interna
- Novas Tendências de Desenvolvimento na Indústria Automotiva
- Qualidade no Projeto e no Processo Automotivo
- Sistemas Eletro-Eletrônicos Automotivos
- Sistemas de Manufatura Automotiva
- Tópicos Especiais em Mobilidade

Todos os alunos devem ainda cursar a disciplina obrigatória Tópicos Especiais da Engenharia Automotiva, com 12 horas/aula, que aborda novas tecnologias e tendências nos produtos (veículos e seus sistemas), nos processos de manufa-

tura e na gestão organizacional do setor automotivo.

O coordenador do curso esclarece que, apesar de não ter nenhuma disciplina que aborde exclusivamente de lubrificantes e lubrificação, existem tópicos abordados a respeito do tema, principalmente na disciplina Motores de Combustão Interna.

Com aulas às sextas e sábados no Departamento de Engenharia Mecânica da Poli-USP, na Cidade Universitária, em São Paulo, para concluir a especialização, os alunos devem cursar dez disciplinas – incluindo a obrigatória – e apresentar uma monografia.

“Nós montamos uma proposta inovadora para a apresentação final da monografia. Para avaliar os trabalhos, convidamos pessoas com títulos acadêmicos de mestres e doutores, mas que também possuem experiência prática no mercado, atuando em empresas. Esses avaliadores podem dar dicas e conselhos e, para os alunos, é uma oportunidade de fazer contatos, networking com esses profissionais”, conta Kaminski.

Os interessados em fazer o curso devem encaminhar uma relação de documentos e o currículo, além de preencher uma ficha de cadastro. Mais detalhes podem ser obtidos na Secretaria de Engenharia Automotiva da Poli, pelos telefones (11) 3817-5488 e 3091-9885, ou pelo e-mail mpauto@usp.br. ■

Assessoria

Consultoria

Treinamentos

Projetos na área de Lubrificantes e Lubrificação

www.esgconsultoria.com • facebook.com/ESG-Consultoria • WhatsApp (11)97645-3878

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 DEM'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



PARAFLU

MONTADORA

QUALIDADE E TECNOLOGIA EM
CONSTANTE EVOLUÇÃO
CÓD. 10-3010



ESPECIFICAÇÕES

NBR 13705 TIPO A	FWV HEFT R443
ASTM D 3306/ D 4656	NFR 15-601
ASTM D 4985	SAE J1034
BS 6580	JIS K2234
JASO M325	KSM 2142

MONTADORAS E NORMAS

GM CHEVROLET	GM 6277M (+8040 1065)/ QL 130100
FORD	WSS-M97B44-D
MERCEDES-BENZ	325.3
AUDI/ SEAT/ SKODA/ VW	TL-774 D/F (G 12/ G 12+) / G1-0-0257
VOLVO	128 6083/002
MACK	014 GS 17009
ADE	-
ASTON MARTIN	-
BEHR	-
CATERPILLAR	A4.05.09.01
CUMMINS	IS SERIES & N14/ 32-9011
DAF	74002
DETROIT DIESEL	POWER COOL PLUS
ISUZU	-
JAGUAR / LAND-ROVER	CMR 8229/ WSS-M97B44-D
JENbacher	-
JOHN DEERE	JDMH5
KAROSA	-
KOBELCO	-
KOMATSU	07.892 (2007)
LEYLAND TRUCKS	DW03245403
LIEBHERR	MD1-36-130
MAN	324 TYP SNF/ D36 5600
MAZDA	MEZ MN 121 D
MG-ROVER	-
MITSUBISHI	-
MTU	MTL 5048
MWM	0199-99-1115/5/ 0199-99-2091/8
RENAULT-NISSAN/ RENAULT TRUCKS	41-01-001/ - - S-TYPE D
SUZUKI	-
THERMO KING	-
ULSTEIN BERGEN	2.13.01
WÄRTSILÄ	DLP799861/ 32-9011
WAUKESHA	-
YANMAR	-

ISENTO DE NITRITOS, FOSFATOS, BORATOS, SILICATOS E AMINAS.

Informações válidas para produto com este código, fabricados a partir de 01/05/2019.



www.paraflu.ind.br

Avenida Edmundo Klein, 120
São Sebastião do Caí / RS

+51 55 3635-1837
+51 55 9.83030808

PARAFLU[®]