

Junho de 2020 - Nº 143

PRESS

SindiLub

A Revista do Mercado de Lubrificantes

**Os caminhos
dos lubrificantes**

MOTOR OIL SINCE 1967

 **Petrol**[®]
Lubrificantes

O retorno certo para o seu negócio.
Invista nesta marca!



 **Petrol**[®] É possível ir além. Acredite!

www.petrol.com.br  [petrollubrificantes](https://www.facebook.com/petrollubrificantes)  [petrollubrificantes](https://www.instagram.com/petrollubrificantes)  +55 16 2111-9500



poimentos de quem está no meio do redemoinho.

Encerro este singelo editorial valendo-me dos versos de Caetano, da música Amanhã:

*Amanhã
Será um lindo dia
Da mais louca alegria
Que se possa imaginar*

Muito obrigado e boa leitura.

Laercio Kalauskas

Presidente do Sindilub

Confesso que neste último mês, com tantas idas e vindas, reviravoltas, recrudescimento da pandemia, crise política e o conseqüente abalo na economia, por fatores internos mas também externos, tive vontade de ir "... embora pra Pasárgada...", mesmo não sendo amigo do rei, e a leitura de Manuel Bandeira sempre ajuda, acaricia a alma.

Mas aqui estou, em companhia da aguerrida equipe do Sindilub.

E digo aguerrida, pois tudo se torna mais difícil para fazer a revista em tempos de crise.

Mas por outro lado, é muito gratificante, a recompensa é maior, quando concluída a última página. Nasceu mais uma revista.

E some-se ao trabalho de elaboração da Revista todo o esforço do Sindilub desde meados de março, com mais ênfase no decorrer dos meses de abril e maio, para destrinchar as medidas de enfrentamento da crise adotadas pelos governos federal, estaduais e municipais, e que refletiram na esfera tributária, com a prorrogação do pagamento de impostos, trabalhista, para adequar os contratos de trabalho, possibilitando a manutenção dos empregos, e na preservação da saúde de todos, e ao mesmo tempo para possibilitar a continuidade das operações das associadas, do negócio, lutando pela sobrevivên-

cia, com fé e esperança em que tudo volte ao normal em breve.

O ano será muito difícil, e a recuperação, lenta.

Espero que todos, principalmente as mais altas autoridades deste tão querido País, colaborem entre si, preservando e homenageando as instituições democráticas. Assim, tenho certeza, a travessia será menos árdua.

A crise tem demonstrado aspectos positivos e negativos, que em tempos normais não enxergamos. O SUS tem se revelado um dos melhores sistemas de saúde do mundo, e com recursos melhor administrados, e uma firme e competente liderança, apolítica, por certo possibilitará o pleno atendimento de todos na rede pública.

Por outro lado, é triste ver o crescimento da desigualdade social e a malversação de recursos públicos que deveriam ser aplicados em saneamento básico e habitação.

Desculpem, voltemos às matérias deste número de nossa querida SindilubPress.

Este número da Revista contém matérias interessantes, com destaque para a matéria que procurou radiografar o setor em plena crise do coronavírus, estabelecendo uma ponte entre a produção e o consumo dos lubrificantes, com interessantes e construtivos de-

SOLUÇÃO COMPLETA PARA FILTRAGEM DE ÓLEO

UNIDADE DE FILTRAGEM



- MOVEL 560P
- ELÉTR. 380V
- PROT. IP55
- BOMB. ENGRK.
- FILTRO Ø 2.000
- ISO 18/16-13

EQUIPAMENTO PARA **0** LUBR.



LAPEK
Equipamentos Nacionais e Importados

SOLICITE SEU ORÇAMENTO
17 3525-5120
VISITE NOSSO SITE:
www.lapek.com.br

ÍNDICE

Ações do Sindilub durante a Pandemia	5
Os caminhos dos lubrificantes	8
Opções para diversificar mix de produtos dos atacadistas	20
Lubrificantes food grade na pandemia	22
Câmbio automático deixa de ser tendência e vira realidade	23
Qualidade dos lubrificantes se mantém estável	24
Sindilub e Instituto Jogue Limpo: parceria pela sustentabilidade	26

EXPEDIENTE

Junho - 2020, edição nº 143

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, 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.

AÇÕES DO SINDILUB DURANTE A PANDEMIA

SINDILUB EM AÇÃO

Por Renato Vaisbih

Desde os primeiros dias em que as autoridades no Brasil começaram a anunciar medidas para conter o avanço da doença Covid-19, causada pelo novo coronavírus, o Sindilub formou uma verdadeira força-tarefa para assegurar o menor impacto possível nos negócios da revenda atacadistas de lubrificantes, atividade considerada essencial na cadeia de distribuição do produto para todo o país e que deve manter suas atividades durante o período de quarentena.

Com todas as precauções necessárias, trabalhando em home-office, integrantes da Diretoria e as equipes do setor administrativo, da assessoria jurídica e do departamento de comunicação tiveram dias intensos para levantar informações, entender os comunicados dos governantes, esclarecer dúvidas, dialogar com representantes de outras entidades, órgãos governamentais – com destaque para a Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), produtores e revendedores.

O resultado desse esforço foi positivo. Graças à intervenção do Sindilub, não havia mais dúvidas: as vendas podem funcionar, com horário livre, durante o período de quarentena. Em um segundo momento, internamente, tomou-se a decisão de que em todos os comunicados o sindicato deveria reforçar as medidas a serem tomadas para a segurança dos próprios empresários, funcionários, fornecedores e clientes.

“Nós entendemos que o papel do Sindilub é lutar pelos interesses dos empresários do setor, mas sem deixar de lado as preocupações que, evidentemente, temos com a saúde de todos. Realmente nos depa-ramos com uma situação diferente no mundo inteiro, mas continuamos fazendo nossa parte para buscar a sustentabilidade do mercado, não pensando só nos associados dos Sindilub, mas em todos os revendedores, esclarecendo dúvidas, conversando com as autoridades, dialogando com outras entidades e apoiando os nossos parceiros”, afirmou o presidente do sindicato, Laercio Kalauskas.

Ao falar em “parceiros”, Kalauskas frisa que não se refere somente aos diversos agentes do setor de lubrificantes, mas também a todas as pessoas que se relacionam de alguma maneira com o empresariado do setor no seu dia a dia, não necessariamente no âmbito profissional, incluindo por exemplo, seus familiares.

PORTAS ABERTAS, COM O AVAL DA ANP

Diante de tantas incertezas e dúvidas, o Sindilub entrou em contato com ANP para confirmar a inclusão dos lubrificantes no rol de produtos destinados à garantia de suprimento do setor de transportes, hospitais, farmácias, supermercados, e demais serviços essenciais durante o período de estado de calamidade pública para enfrentamento da pandemia de coronavírus.

A resposta positiva veio por e-mail do chefe de Gabinete Alexandre de Souza Grossi no dia 24 de março.

Dessa forma, tanto a revenda atacadista de lubrificantes, quanto a revenda varejista (trocas de óleo) recebem o tratamento de atividades essenciais indispensáveis para o atendimento das necessidades da população.

Diante desse cenário, o Sindilub enviou comunicado aos associados com orientações para que sejam priorizadas as vendas por telefone ou internet, realizando as entregas normalmente. As atividades externas dos vendedores devem ser mantidas suspensas. Se o revendedor tiver vendas de balcão, a recomendação é para que a atividade seja suspensa ou mantida com o acesso restrito e controlado de consumidores. Quanto às trocas de óleos, a recomendação é para que se ofereça o serviço com o agendamento de horário.

Para todas as situações, deve-se redobrar a higienização do ambiente, disponibilizar material para limpeza das mãos de funcionários e clientes e organizar o atendimento presencial.

Com relação à logística para entrega dos lubrificantes e outras mercadorias dos fabricantes aos revendedores, com a determinação de alguns governos estaduais de fechar as divisas, a ANP fez uma recomendação a Estados e Municípios “para garantir o fluxo regular de derivados de combustíveis (Óleo Diesel, Gasolina, Etanol, GLP, GAV, entre outros) com vistas ao suprimento do setor de transportes, hospitais, farmácias, supermercados, e demais serviços essenciais”.

REIVINDICAÇÕES AO MINISTRO PAULO GUEDES

Diante do preocupante cenário que se avizinhava, já com reflexos na economia, no dia 17 de março, a Fecomcombustíveis (Federação do Comércio de Combustíveis e de Lubrificantes), que representa 35 entidades em todo país, incluindo o Sindilub, encaminhou um ofício ao ministro da Economia, Paulo Guedes, com uma série de reivindicações.

No entanto, até o fechamento desta edição da Sindilub Press, a Federação não havia obtido resposta. Kalauskas, que faz parte da Diretoria da Fecomcombustíveis, gestão 2018-2022, reforça a importância de fazer parte da entidade. “Assim, ficamos a par de todas as ações e, neste momento difícil, participamos deste pleito conjunto com a Federação, que vale para todas as empresas do setor”, avaliou.

Um dos pontos apresentados no ofício dizia respeito à possibilidade de isenção da TCFA (Taxa de Controle e Fiscalização Ambiental) do Ibama referentes aos dois primeiros trimestres de 2020.

A mesma solicitação foi encaminhada ao Ibama, que respondeu não ser possível atender à demanda, uma vez que “a taxa é uma obrigação tributária principal, não havendo legislação outorgando poder ao órgão para postergar ou mesmo cancelar o seu recolhimento”.

Dessa forma, portanto, é necessário aguardar uma manifestação do Ministério da Economia ou continuar buscando alternativas em outras instâncias da administração federal.

Uma outra reivindicação, ainda sem definição, listada no ofício encaminhado pela Fecomcombustíveis a Paulo Guedes são o parcelamento do IRPJ (Imposto de Renda Pessoa Ju-

rídica) e da CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro Líquido) trimestral, a vencer nos dias 30 de abril e 30 de julho.

Também foram feitos questionamentos a respeito de questões trabalhistas, em parte já solucionadas em medidas anunciadas posteriormente pela administração federal.

Em uma mensagem divulgada para o setor de combustíveis e lubrificantes, o presidente da Fecomcombustíveis, Paulo Miranda, revelou que a entidade encaminhou pleitos à ANP e Banco Central. Ele ainda fez uma recomendação aos empresários. “Nós queremos que você tenha cuidado com a sua empresa, faça as suas planilhas, cuide do seu fluxo de caixa, enxugue o máximo possível. Não está na hora de cometermos erros”, alertou.

ADEQUAÇÃO NAS RELAÇÕES TRABALHISTAS

Diante do agravamento da crise do coronavírus, o Governo Federal editou a Medida Provisória nº 927, de 22 de março de 2020, destacando “alternativas trabalhistas para enfrentamento do estado de calamidade pública e da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus (Covid-19)”.

Para esclarecer dúvidas dos associados, o Sindilub encaminhou uma circular e publicou textos em seus perfis nas redes sociais reiterando que a revenda de lubrificantes é atividade essencial e não deve ser paralisada durante o período do estado de calamidade pública para enfrentamento da pandemia do coronavírus.

Dentre as alternativas trabalhistas propostas pela MP do Governo Federal, na tentativa de minimizar os

impactos decorrentes da inevitável queda nas vendas, a assessoria jurídica do Sindilub faz algumas recomendações, complementado os pontos apresentados na MP.

APOIO A TODA A CADEIA

O presidente do Sindilub, Laercio Kalauskas, reafirma que a equipe do sindicato permanecerá a postos, acompanhando todas as notícias e decisões governamentais relacionadas ao setor de lubrificantes e que se apliquem aos parceiros.

Nesse sentido, Kalauskas fez questão de esclarecer ao mercado, por exemplo, decreto publicado pelo prefeito de São Paulo, Bruno Covas, no dia 14 de abril, em que havia uma recomendação para alguns setores fazerem as trocas de turnos dos seus funcionários antes das 6 da manhã ou após as 11h da manhã, com o intuito de reforçar o distanciamento social nos horários de pico no município.

Em um primeiro momento, as informações pareciam não dizer respeito diretamente às revendas de lubrificantes. No entanto, com uma análise mais atenta e com o apoio da assessoria jurídica, chegou-se à conclusão que ali estava algo importante: a Prefeitura mantinha o horário de livre funcionamento para as revendas.

Em outras palavras, o decreto nº 59349, de 14/04/2020, publicado no Diário Oficial do Município do dia seguinte, recomendava o horário de funcionamento de atividades no município.

O item 44 do documento definiu que as atividades de “produção de petróleo e produção, distribuição e comercialização de combustíveis, gás liquefeito de petróleo e demais derivados de petróleo” permanecem com horário livre.

Na categoria “demais derivados de petróleo” é onde se classificam as revendas de lubrificantes.

O decreto municipal definiu ainda que postos de combustíveis, além das lojas de combustíveis e borracharias que funcionam nesses estabelecimentos, também têm horário de funcionamento livre.

Das atividades relacionadas ao setor de lubrificantes, o decreto recomenda que borracharias e oficinas mecânicas façam a troca de turnos antes das 6h da manhã ou depois das 11h da manhã.

Ainda de olho nas medidas que afetaram o setor de lubrificantes, o Sindilub comunicou que o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (Ibama) prorrogou para o dia 29 de junho o prazo para entrega do Relatório Anual de Atividades Potencialmente Poluidoras e Utilizadoras de



Recursos Ambientais (RAPP) de 2020 (ano-base 2019) por causa da pandemia do coronavírus.

A decisão foi publicada no Diário Oficial da União do dia 26 de março por meio de Instrução Normativa assinada pelo presidente do Ibama, Eduardo Fortunato Bim.

“Temos o compromisso de levar adiante as demandas de interesse do empresariado a todas as instâncias que estiverem ao nosso alcance”, finaliza Kalauskas. Para acompanhar as atualizações e novas informações a respeito do setor de lubrificantes, acompanhe as redes sociais e o site do Sindilub. ■

SEJA UM REVENDEDOR

10% DESCONTO
NA PRIMEIRA COMPRA*
+ EXPOSITOR

areon[®]
QUALITY PERFUME

AROMATIZANTE AUTOMOTIVO
NÚMERO 1UM
DA EUROPA

areonbrasil.com.br | @areonbrasil

contato@gralhazul.com.br | (47) 3209-0143 | (47) 99290-9929

Importado por Galha Azul Importadora.

* Utilize o CUPOM SINDILUB para adquirir desconto com os distribuidores autorizados.

CAPA

Por Renato Vaisbih

Muito já se falou que a pandemia de coronavírus terá impacto profundo em diversos setores da sociedade internacional. No mercado de lubrificantes, portanto, não será diferente. No dia 20 de abril, quando as contas do mês já estavam sendo fechadas, outra notícia, vindo dos Estados Unidos, abalou muita gente: pela primeira vez na história os contratos futuros de petróleo fecharam com valor negativo, em US\$ 37,63.

Para enfrentar a pandemia de Covid-19, os produtores de óleos lubrificantes que atuam no Brasil, assim como empresas atuam em diversos outros segmentos, tiveram de encarar uma dura realidade, implementar mudanças de gestão rápidas e adotar medidas para preservar a saúde de seus funcionários, fornecedores e clientes.

Isso tudo, sem esquecer da solidariedade e do apoio às pessoas carentes nesse momento de dificuldade, com ações que vão desde campanhas educativas até doações envolvendo grandes quantias de recursos financeiros para viabilizar a distribuição de EPIs e até mesmo a construção de hospitais de campanha.

Nesta reportagem exclusiva, a Sindilub Press ouviu representantes de companhias produtoras que atuam no país, consultores, empresas de logística, órgãos governamentais e revendedores para saber quais medidas urgentes foram tomadas, como a crise pode ser superada e quais as expectativas para o futuro pós-pandemia.

MERCADO RESISTE À CRISE

Em um primeiro momento, os números divulgados referentes ao mês de março não são muito alarmantes. De acordo com a Agência de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis,

OS CAMINHOS DOS LUBRIFICANTES

A Sindilub Press traça um cenário do setor com a crise do coronavírus – do fabricante ao consumidor final – e aponta a importância da revenda atacadista para abastecer o mercado



as vendas chegaram a 109,5 toneladas de lubrificantes e ficaram estáveis na comparação com o mesmo mês de 2019. Os dados são consolidados a partir de informações enviadas por todos os agentes do mercado para o Sistema de Informações de Movimentação de Produtos (SIMP).

O Sindicom – Sindicato Nacional das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e de Lubrificantes, que reúne BR Lubrificantes, Castrol, Cosan, ICONIC, Petronas, Shell, Total e YPF – também apontou estabilidade, com 84,5 toneladas comercializadas. Neste caso, é importante ressaltar que há uma divisão por canais de vendas e os revendedores são responsáveis por 65,5% dos negócios, o que equivale a 55,3 toneladas.

Nos revendedores, os produtos mais vendidos foram, respectivamente, lubrificantes para motores a gasolina e álcool (26,7 ton.); lubrificantes para motores a diesel (15,6 ton.); lubrificantes para transmissão e engrenagem (6,5 ton.); lubrificantes industriais (5,1 ton.); e graxas (1,2 ton.).

Com relação ao market share de março, apesar de metodologias distintas, ANP e Sindicom não apresentam um ranking com muitas disparidades. A ICONIC e a BR Lubrificantes aparecem como líder e vice-líder, respectivamente nos dois levantamentos.

De acordo com o órgão governamental, a ICONIC possui fatia de mercado de 18,62% e a BR Lubrificantes 16,38%. Já segundo o Sindicom, a ICONIC tem 28,61% das vendas, considerando apenas os associados do sindicato, enquanto a BR Lubrificantes fica com participação de mercado equivalente a 23,72%.

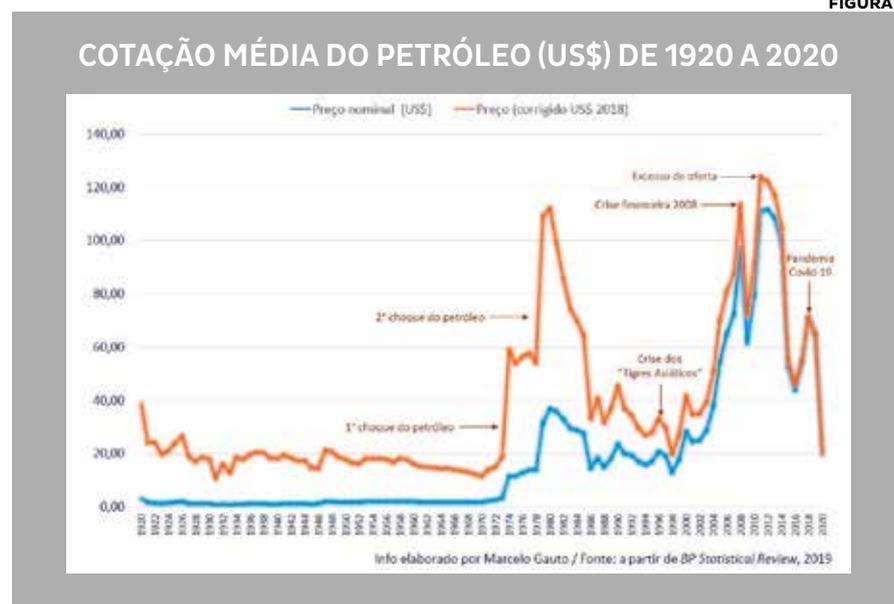
No ranking da ANP, a Shell aparece em terceiro lugar e a Cosan, em quarto. No entanto, na lista do Sindicom, as duas companhias invertem de posição. Ambas as listas de “Top 5” têm a Petronas na quinta colocação.

FUTURO DO OURO NEGRO E DOS ÓLEOS BÁSICOS

Para Marcelo Gauto, químico industrial e técnico de operações da Petrobras, “a recente crise do petróleo, que se impõe sobre todo o setor

de energia, está turbinada pela pandemia do coronavírus, mas antes disso já havia sinais claros de que estava sobrando petróleo no mundo. Como ainda estamos passando pela crise, é difícil de se ponderar os danos e efeitos a médio e longo prazos. As marcas poderão ser profundas e dolorosas economicamente, a depender da extensão ainda imprevisível da retração econômica que está em curso. Toda a cadeia de energia sofre. Os ciclos de desequilíbrio entre a oferta e a demanda de petróleo afetam os investimentos tanto na área de óleo e gás quanto na de energias renováveis. Esta parece ser a nova realidade do setor, com choques e contrachocos que podem ser cada vez mais frequentes. É preciso aprender a lidar com esta gangorra”.

Ao utilizar o termo “gangorra”, o especialista em petróleo, gás e energia enfatiza que “movimentos bruscos nos preços do petróleo não são nenhuma novidade no setor, ocorreram com alguma fre-



quência nos últimos 50 anos, associados a ciclos econômicos e movimentos geopolíticos. O efeito gangorra dos preços nos últimos 20 anos, em especial, foram tão agudos quanto os choques e contrachocos das décadas de 1970-1980. Com os renováveis cada vez mais presentes, a disputa por espa-

ço no mercado será cada vez mais acirrada e os preços oscilantes de forma cíclica”.

Para ilustrar sua explicação, Gauto elaborou um gráfico exclusivamente para a Sindilub Press, com a variação média da cotação do petróleo nos últimos cem anos. (VEJA FIGURA 1)

LUPUS
EQUIPAMENTOS PARA LUBRIFICAÇÃO E ABASTECIMENTO

**Produtos para Limpeza e Higienização:
Residencial e Industrial**

**Shamporizadores/
Pulverizadores e outros**

www.lupuslubrificacao.com.br

Na avaliação de Sérgio Rêbello, diretor da Factor-Kline, empresa de consultoria e pesquisa de mercado, em teoria, a queda no preço do petróleo “deve significar uma redução de custos na produção de lubrificantes acabados, na medida em que menores preços de petróleo se refletem em menores preços de óleos básicos, geralmente com um delay de dois a quatro meses. Temos, todavia, a pressão do câmbio em sentido contrário, uma vez que uma parte substancial dos óleos básicos utilizados no Brasil são importados e, portanto, impactados pela variação do preço do dólar”.

Quanto ao futuro do cenário internacional, com as estimativas de abril apontando queda do PIB global entre 3% e 4% em 2020, Rêbello calcula que a demanda por lubrificantes no mundo pode ter queda entre 8% e 15%, na comparação com os níveis de 2019.

Na opinião do diretor da Factor-Kline, “essa crise pega o Brasil numa situação macroeconômica muito melhor do que de outras vezes. Nossa dependência externa é pequena e estamos com as menores taxas de juros da história. Isso dá uma flexibilidade e resiliência para os agentes econômicos que não tínhamos no passado, o que não impede que todos nós não saíamos muito machucados dela, mas dá algum alento para uma recuperação no médio e longo prazo. O mercado de lubrificantes não ficará imune a essa situação, devendo encolher entre 12% e 16% esse ano, dependendo da extensão do isolamento e velocidade de recuperação da economia pós-isolamento – isso com base nas informações e análises disponíveis na primeira semana de abril”.

BONS VENTOS SOPRAM DO CAMPO

Se as perspectivas em geral não são muito animadoras, os revendedores que fornecem lubrificantes para o setor agropecuário podem respirar um pouquinho mais aliviados.

No final de abril, já sob o impacto da crise do coronavírus, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) fez projeção de crescimento de 2,40% do Produto Interno Bruto (PIB) da agropecuária em 2020. É verdade que a estimativa anterior era mais otimista, de 3,80%, mas diante do cenário global, a notícia pode até ser considerada boa.

O Boletim Agro, documento divulgado pelo Ipea mensalmente, aponta que “a crise causada pela pandemia da Covid-19 pode estar causando impactos negativos para o mercado de carne bovina, que é a proteína de maior preço, e para a cana-de-açúcar, em função da redução forte do preço do petróleo, que afeta o preço do álcool”.

Outro indicador positivo foi a elevação de 10% nas vendas de máquinas agrícolas e rodoviárias pela indústria a concessionárias no Brasil em março, na comparação com o mesmo mês de 2019, segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea). Em relação a fevereiro deste ano, a elevação foi maior ainda, chegando a 46%.

A produção de máquinas agrícolas e rodoviárias, no entanto, sentiu o baque da pandemia de Covid-19, principalmente com o cancelamento de feiras e eventos que costumam ser as principais vitrines dos fabricantes.

O representante da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (Abimaq) e diretor institucional da Jacto, Pedro Estevão Bastos, afirma, porém, aposta em uma recuperação no segundo semestre, quando geralmente há uma procura maior por tratores, colheitadeiras e outros equipamentos utilizados no plantio e colheita da safra de verão.

Na pecuária, durante uma live realizada pelos organizadores da Agrishow, uma das feiras de agropecuária do mundo, realizada anualmente em Ribeirão Preto (SP), que deveria ter acontecido entre

os dias 27 de abril e 1º de maio, mas foi postergada por causa da pandemia para data ainda não definida, o diretor técnico da Sociedade Nacional de Agricultura (SNA), Marcos Fava Neves, vislumbrou a possibilidade de o Brasil ser protagonista no fornecimento global de alimentos e também no setor cooperativista no mundo pós-coronavírus.

De acordo com ele, “somente em março, Egito, China, Indonésia, Emirados Árabes, Kuwait e Argentina habilitaram frigoríficos de carne bovina, frango, tilápia e genética bovina e de aves”.

BR LUBRIFICANTES CONSCIÊNCIA, RESPONSABILIDADE E SOLIDARIEDADE

Kleber Café Lins, gerente de Marketing e Comercial da BR Distribuidora conta que a empresa está encarando a crise direcionada por três princípios básicos: consciência, reponsabilidade e solidariedade.

“Temos consciência do nosso papel enquanto maior distribuidora do país diante de uma crise inédita e que afeta a todos, sem distinção. Nossos clientes, em especial a revenda e as pequenas e médias indústrias, estão sendo muito impactadas. Precisamos nos proteger e ajudar nossos clientes a cuidarem da saúde, bem como dos seus entes queridos. Tam-



DIREÇÃO MAIS SUAVE COM O **NOVO** CASTROL TRANSMAX CVT.

SUPERIORIDADE COMPROVADA.

Troca de marchas mais suave

POR **2x** MAIS
TEMPO!

De acordo com teste de fricção na embreagem - JASO M349

**VOCÊ SABIA QUE 2 ENTRE
CADA 3 CARROS NO MUNDO,
SAEM DE FÁBRICA COM LUBRIFICANTE
DE TRANSMISSÃO CASTROL?**



**RECOMENDE CASTROL TRANSMAX.
PARA GARANTIR UMA VIDA MAIS LONGA
DA TRANSMISSÃO DO VEÍCULO.**

VOCÊ SABE QUAL O ÓLEO CERTO PARA CADA VEÍCULO?

CONSULTE AQUI: WWW.MEUOLEOCASTROL.COM.BR

 @castrolbrasil

 @castrol.brasil

MAIS QUE ÓLEO. ENGENHARIA LÍQUIDA.®



bém temos a responsabilidade de, como operadores de uma atividade essencial, continuar com nossas atividades, diretamente ou por meio de nossos parceiros na cadeia de operação, prestando suporte a clientes e fornecedores para seguir adiante. Todos estamos juntos encarando um grande desafio. Sairemos juntos dessa crise com mais força! E também temos a solidariedade, com ações próprias junto à comunidade e sociedade em geral, além do apoio às iniciativas sociais de nossos clientes e outras associações. Pelo tamanho da BR e a natureza de nossa atividade, é possível participar dos esforços para a redução dos impactos socioeconômicos dessa pandemia. Com espírito colaborativo, estamos contribuindo em diversas frentes”, detalha Café Lins.

Ele conta que a equipe comercial da empresa está mantendo contato frequente com os clientes, sejam distribuidores de lubrificantes, revendedores das redes de postos, concessionárias ou grandes clientes corporativos. “Temos que tratar as situações caso a caso, encontrando soluções que funcionem tanto para o cliente como para a BR”, afirma.

Considerada como atividade essencial, a planta de lubrificantes da BR no Rio de Janeiro continua produzindo, mas foram adotadas medidas de segurança para toda a equipe, como adoção de home-office para os funcionários da área administrativa; distribuição de máscaras, luvas e álcool gel; distanciamento das cadeiras no refeitório e salas de reuniões; e horários alternados para refeições e trocas de turno.

Ao analisar a demanda por lubrificantes, Café Lins diz que “abril foi o pior mês, sem dúvida. O fechamento do comércio varejista na segunda quinzena de março e uma primeira quinzena de abril ainda sem perspectivas de retorno fizeram o mercado encolher. Até mesmo a venda por meio de nossa rede

de postos, que permanece aberta e operando normalmente. Já no segmento B2B, ou seja, de clientes corporativos, a demanda segue forte, principalmente nos segmentos de agronegócio e transporte de cargas, atividades essenciais nesse momento. Também observamos um reaquecimento do mercado de reposição automotiva. Sabemos que a retomada será gradual, com algumas restrições e orientações que reduzam o risco de contaminações. E, ainda, que será uma retomada com velocidades diferentes nas diversas regiões do país”.

CASTROL MUDANÇAS DO DIA PARA A NOITE

A agilidade na tomada de decisões no início da crise do coronavírus foi uma das virtudes da Castrol Brasil no enfrentamento da pandemia de Covid-19, na opinião da presidente da empresa, Fabiana Neves.

Segundo ela, “nossa primeira atitude foi tomar providências que garantam a saúde de todos. Decretamos imediatamente home office para todos os funcionários, providenciamos vacina contra gripe para funcionários e familiares, promovemos reuniões virtuais semanalmente para esclarecermos dúvidas sobre a doença e dicas de como enfrentar a quarentena, e assim garantimos que todos passem por esta fase com saúde. Graças a estas rápidas respostas à Covid-19 não temos nenhum funcionário infectado até o momento no Brasil”.

A executiva conta ainda que fez uma revisão no Plano de Negócios da Castrol Brasil, para adequá-lo às novas demandas. “Como as vendas tiveram uma grande queda do dia para noite, provocando crescimento rápido de nosso inventário, imediatamente fizemos uma nova previsão de produção, reequilibrando-a ao cenário atual da demanda que acreditamos que irá acontecer nos próximos meses. É importante destacar que, como



é uma crise de saúde na qual temos variáveis pouco conhecidas, estamos revisando este planejamento semanalmente para reagirmos rápido ao que acontece no mercado. Desta forma, tranquilizamos o mercado brasileiro que não deixaremos de abastecê-lo mesmo diante de uma crise tão desafiadora como esta”.

Em âmbito regional, a reformulação do Plano de Negócios inclui diálogo permanente com os distribuidores. “Dividimos muito conhecimento do que está acontecendo e deixamos todos alinhados na direção que vamos seguir. Agora, todos faremos um pouco de sacrifício para evoluirmos juntos, deixando este momento o mais rápido possível para trás. Todos nós temos um papel a desempenhar ao unirmos esforços nesse momento difícil. Agradeço nossos colaboradores, parceiros, fornecedores e aos clientes e reforço que estamos comprometidos em trabalhar com todos, enquanto enfrentamos os desafios dessa situação em rápida mudança e altamente complexa”, afirma Fabiana Neves.

Para ela, “a crise pode ser uma oportunidade para fazer coisas surpreendentes e positivas. Estamos aproveitando para questionar tudo que pode ser melhorado na Castrol em termos de custos, portfólio, eficiência operacional, enfim, é hora de aproveitar o momento para se fortalecer e não recuar. Claro que o ambiente macroeconômico ao nosso redor influencia muito nossas atitudes e resultados,

portanto, estamos atentos às iniciativas oferecidas pelo governo para ajudar-nos nesta jornada de recuperação. Será fundamental para minimizar os impactos desta crise”.

FUCHS TRANSPARÊNCIA PARA RETOMAR AS ATIVIDADES COM MAIS FORÇA

O agronegócio e as indústrias alimentícia e farmacêutica, além de produtos para reposição de estoque quando houver a retomada das demais atividades ao final da quarentena por conta da pandemia de coronavírus, mantiveram a produção da fábrica da FUCHS, em Jandira (SP).

De acordo com Marcelo Martini, Gerente Comercial Automotivo Aftermarket da FUCHS, “a demanda caiu consideravelmente, visto que a maioria das indústrias, montadoras, concessionárias e varejistas teve, em um primeiro momento, o fechamento total de suas atividades. Mantivemos a produção parcialmente funcionando, para atender alguns setores que não pararam”.

Ele também avalia de maneira positiva que, “aos poucos, clientes varejistas, como oficinas e lojas de autopeças, estão retomando suas atividades em algumas ci-



dades, pois decretos específicos permitem que essas empresas funcionem internamente, através de vendas por telefone e internet com entrega por delivery”.

Martini admite, porém, que a adaptação à nova realidade não foi fácil. “A primeira e maior prioridade da FUCHS foi garantir a segurança e a saúde de nossos funcionários e suas famílias. Equipes externas saíram do escritório para um trabalho remoto, algumas pessoas consideradas de grupo de risco saíram de férias, assim como uma parte da equipe de produção, diminuindo o risco de exposição e movimentação de pessoas na fábrica. Apesar de não poder trabalhar próximos aos nossos colegas e clientes, estamos usando as ferramentas disponíveis, como chamadas telefônicas e reuniões virtuais que nos

ajudam a nos manter conectados e em contato com os clientes, verificando diariamente o status de suas operações”.

Mesmo diante das perspectivas de retomada gradual e lenta da atividade econômica, com queda do PIB brasileiro e redução nas vendas do segmento automotivo, o executivo da FUCHS assegura que a empresa estará preparada para atender as expectativas dos clientes assim que forem retomadas as atividades.

Martini revela que estão mantidos os planos para fortalecer a marca TITAN no mercado de reposição, com o lançamento de novos produtos e diferentes graus de viscosidade, além dos investimentos em marketing e nos canais de vendas e rede de distribuição.

Quanto à rede de distribuidores, ele afirma que “os clientes continuarão recebendo o nosso apoio com total transparência e honestidade. Estamos preparados para apoiá-los quando voltar a retomada da atividade econômica, com novos lançamentos, treinamentos e marketing. Por enquanto, neste momento de incertezas o mais importante é manter a segurança das pessoas, funcionários e familiares. Em breve retomaremos nossas atividades comerciais e sociais e estamos saindo desta crise mais fortes e preparados”.



**PERFORMANCE E ECONOMIA
PARA MOTORES DIESEL.**

**EVORA EXTREME
SAE 10W-40 - ACEA E4/E7**

O mais recente lançamento Evora para linha diesel, 100% sintético. Projetado com tecnologia de última geração, atende aos mais exigentes requisitos das montadoras de veículos.

Acesse www.evoralub.com.br
ou ligue (19) 3397.4800

EVORA
LUBRIFICANTES

LUBRIZOL DE OLHO NO COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR

O gerente regional de vendas da Lubrizol, Marcelo Guimarães, admite que prever o impacto da Covid-19 no mercado não é tarefa fácil. No caso específico dos lubrificantes ele enfatiza que uma variável determinante será a mudança permanente que a pandemia trará no comportamento dos consumidores com relação à mobilidade.

“Como vimos na Ásia, cujo retorno às atividades aconteceu antes do Ocidente, o segmento industrial e de veículos pesados reagiu bem, porém o número de veículos nas ruas está 57% abaixo dos números pré-pandemia, reforçando um panorama crítico para lubrificantes para carros de passeio. Um ponto relevante observado nesses mercados refere-se às empresas que assumiram o risco de produzir e prover estoque na ponta, para se beneficiar da retomada”, avalia.

Guimarães complementa que, “a escalada de custos passa, mas a fidelidade e o brand-recall ficam. O mercado digital e o do-it-yourself também experimentarão um boom, inclusive para itens não essenciais como os relacionados a troca de óleo e manutenção veicular”.



Com relação à variação dos preços do preço do petróleo no mercado internacional e, conseqüentemente, dos óleos básicos e dos lubrificantes, o gerente da Lubrizol, acredita que “a volatilidade tende a se estabilizar e a autorregulação é uma ciência que aprendemos a gerenciar. Essa variação nos preços vai interferir em dimensões e timing distintos para os atores do componente de custo do lubrificante. O ponto é gerenciar de forma estratégica os fatores críticos de curto prazo do negócio”.

MOBIL #NAODEMITA

O Grupo Cosan, que inclui a Moove, responsável pela marca de lubrificantes Mobil, foi um dos idealizadores do manifesto que defende a manutenção do quadro de pessoal das empresas durante a pandemia de Covid-19.

Com o slogan “Não podemos ignorar nossa responsabilidade. #naodemita”, o Grupo Cosan colocou seu nome ao lado de outras grandes marcas de diversos segmentos, como Grupo Boticário, Microsoft, Santander, XP Investimentos, Cyrela, Itaú Unibanco, Vivo, Bradesco e Magazine Luiza.

“Também iniciamos uma série de ações focadas no reforço tão necessário do sistema de saúde dos estados e municípios, com a aquisição de respiradores, doação de álcool 70% e suporte à instalação e operação de hospitais de campanha”, pontua o diretor de unidade de negócios Brasil, Gerson Francisco.

Com relação à marca Mobil, Francisco destaca “iniciativas focadas no nosso público de lubrificantes, com ações para caminhoneiros e motociclistas e reforço de comunicação e informação aos clientes de nossos distribuidores”.

Nas rodovias, em parceria com a CCR e Trizy, plataforma de relacionamento entre caminhoneiros e empresas, a Mobil distribuiu aos motoristas de caminhões kits de lanches e cartilhas.



Os motoristas que passarem pela fábrica da Moove, na Ilha do Governador (RJ), poderão tomar café da manhã ou almoçar sem nenhum custo durante o período da pandemia. Ainda na região onde fica sua planta, a Mobil ofereceu cestas básicas e produtos de limpeza por três meses a 270 famílias, além da doação de 3 mil máscaras confeccionadas pelas costureiras da comunidade e da escola de samba local, doação de álcool gel, EPIs e lubrificante para hospitais.

Em São Paulo, a Mobil distribuiu kits com máscaras laváveis e cartilhas para motociclistas que fazem entregas, em uma parceria com a revista Duas Rodas e a empresa Rappi.

Como apoio aos distribuidores, a companhia está realizando uma série de webinars para diferentes elos da cadeia, contribuindo para a discussão a respeito de soluções aos parceiros que estão sofrendo com a queda nas vendas e precisam preservar a saúde de seus funcionários.

“Já tínhamos uma relação próxima com nossa rede de distribuidores e agora estamos ainda mais conectados. Aumentamos a frequência nas nossas comunicações, procuramos auxiliá-los com informações relevantes que ajudem na condução dos negócios e estamos atuando conforme as necessidades e oportunidades para direcionar o apoio necessário”, conclui Francisco.



ICONIC

SANDRO BRITO

ICONIC CUIDADOS COM A SAÚDE E EQUILÍBRIO DO NEGÓCIO

A ICONIC desenvolveu medidas com o objetivo de proteger seus profissionais, seguindo as melhores práticas de recomendações sanitárias, alinhadas com a Organização Mundial de Saúde e o Ministério da Saúde do Brasil. Além disso, a empresa segue protocolos internacionais para garantir a segurança operacional e a excelência das atividades.

“Em nosso ambiente fabril, implementamos o uso obrigatório de máscaras de proteção, oficializamos a medição diária da temperatura e intensificamos as atividades de higienização em nossas instalações. Também cabe reforçar o fato de estarmos garantindo suporte médi-

co e psicológico para nossos times. Pensando de maneira mais ampla e com o objetivo de contribuir com iniciativas de apoio à sociedade, estamos implementando ações assistenciais nas comunidades no entorno de nossas unidades. Um outro aspecto extremamente relevante é a manutenção da motivação das equipes. Neste sentido, a comunicação constante tem sido fundamental”, esclarece o diretor comercial da ICONIC, Sandro Brito.

Ele complementa que, “logo após cuidarmos do Time ICONIC, buscamos equilibrar o negócio. Ações relacionadas ao fluxo de caixa são fundamentais quando existem mudanças nos volumes de vendas e programação dos recebíveis. A produção foi ajustada à nova realidade. Obviamente, diante desse cenário com impactos globais, o negócio de lubrificantes também foi severamente impactado. É bem verdade que alguns setores em especial mantiveram bons níveis de vendas tais como o Agrícola e o de Transportes. Outros segmentos industriais em específico também foram um pouco menos impactados. Temos concentrado todos nossos esforços, incluindo nossos Distribuidores Autorizados, para atendermos com rapidez às demandas daqueles que estão mantendo nosso país em movimento em um momento tão peculiar”.

Brito reforça que a rede de Distribuidores Autorizados ICONIC é estratégica para a companhia, que tem mantido estreito contato com os

empresários, visando “não apenas o aproveitamento das oportunidades existentes, mas, principalmente, o apoio para a busca de alternativas que garantam a estabilidade do nosso business. Assim como os demais elementos da cadeia produtiva de lubrificantes, os Distribuidores estão sendo bastante impactados. E, neste momento, nada melhor do que mantermos uma comunicação clara e frequente entre parceiros de negócio. Boas conversas sempre geram oportunidades, sejam para estabilização do negócio ou para o fortalecimento em um momento de retomada”.

O diretor comercial da ICONIC ainda considera difícil fazer previsões sobre quando o mercado de lubrificantes começará a dar sinais de recuperação. “Como temos presenciado, trata-se de uma questão de saúde pública mundial, extremamente sensível e que, provavelmente, nos obrigará a buscar uma retomada progressiva, em etapas. O que já podemos prever é uma mudança nas características dos diversos players da cadeia produtiva de lubrificantes em nosso país. Os desafios que serão enfrentados obrigarão consumidores, revendedores e produtores a buscar alternativas. Por outro lado, assim como em qualquer momento de grave crise, também existem oportunidades. E, neste momento, aquele que estiver atento àquilo que não é óbvio, mas será determinante em um processo de retomada, obterá vantagens competitivas”, finaliza.

**VOCÊS PEDIRAM,
NÓS ATENDEMOS!**
VISUAL DIFERENTE, MAS #SEMPREROYAL!



lubrificantesroyal.com.br lubrificantesroyal (11) 2446-2140



SINDILUB ESTRADA DA VIDA

Na década de 1970, a dupla Milonário e José Rico já cantava os versos “Nesta longa estrada da vida; Vou correndo e não posso parar; Na esperança de ser campeão; Alcançando o primeiro lugar”.

A música é uma ode aos caminhoneiros que cruzam as estradas do Brasil. E não é à toa que muitas das ações de conscientização no combate à Covid-19 das companhias produtoras de lubrificantes sejam direcionadas a essa categoria profissional. Afinal de contas é por meio deles e das empresas de logística que os produtos chegam aos distribuidores e revendas atacadistas espalhados pelo país.

“Se não fossem as empresas de logística e os motoristas de caminhão, como os lubrificantes iriam chegar até as revendas. É por meio dessas operações, com os atacadistas, que temos uma capilaridade para o mercado de lubrificantes atender todo Brasil, fazendo a mercadoria chegar a lugares distantes, como o Rio Grande do Sul e o Amazonas”, ressalta o presidente do Sindilub, Laercio Kalauskas.

Em um comunicado divulgado em março, por conta da crise do coronavírus, o presidente da NTC&Logística (Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística), Francisco Pelucio, destacou que “quase 6% de todas as pessoas empregadas no mundo in-

teiro trabalham no setor, principalmente em pequenas e médias empresas que, devido ao seu tamanho, não conseguem lidar facilmente com choques externos, como os impactos econômicos trazidos com a Covid-19”.

Pelucio lembrou ainda que, “em um momento de crise como este, o transporte de cargas se torna ainda mais importante para o abastecimento das cadeias de suprimento. Precisamos dar continuidade às nossas atividades, mas, de forma segura e responsável. Não podemos permitir que aconteça o desabastecimento, principalmente de alimentos e medicamentos. É nossa responsabilidade social continuar operando da melhor maneira possível”.

A NTC&Logística, com o apoio da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), vem realizando consultas semanais, desde o dia 16 de março, com os agentes do setor de logística e transporte de cargas, incluindo empresas de vários tamanhos e segmentos de todo o Brasil, com o título “Pesquisa Covid-19 / Impacto do coronavírus no transporte de cargas”. Os resultados parciais – dos períodos de cada sete dias – são divulgados sempre às segundas-feiras, pelo Departamento de Custos Operacionais da NTC (DECOPE).

Na sexta semana de apuração, compreendendo o período de 20 a 26 de abril de 2020, a tendência de queda permanecia, mas já dava sinais de estabilidade, com números percentuais melhores, pela primeira vez. A queda no volume total foi de 44,84%, ante 45,17% registrado na semana anterior.

A situação já se mostrava um pouco mais confortável para as cargas fracionadas, com pequenos volumes, que corresponde a entregas para pessoas físicas, distribuidores, lojas de rua e de shoppings, supermercados e outros estabelecimentos.

No entanto, a retração ainda era grande para cargas lotação ou fechadas, que ocupam toda a capacidade dos veículos, confirmando

o fraco desempenho do comércio em geral, indústria automobilística, eletrônica, linha branca, dentre outros segmentos.

“Pela primeira vez, após seis semanas de acompanhamento diário do impacto desta pandemia no setor, conseguimos ver uma pequena retração e acredito que a tendência é estabilizar e começar a melhorar. Não podemos deixar de lado que, para alguns segmentos, será mais difícil a recuperação, mas com a retomada das atividades e com os devidos cuidados para mantermos a saúde de todos, conseguiremos sair o mais rápido possível desta crise”, avaliou Pelucio.

POSTOS CACIQUE DESAFIOS AINDA MAIORES

Bruno Almeida, diretor geral dos Postos Cacique, empresa de logística que tem operações no Ceará, Maranhão e Piauí, enfrenta desafios constantes. Agora, diante da pandemia de coronavírus, a situação ficou ainda mais complicada.

“O momento é de se reinventar e nos preparar para um mercado muito desafiador. Entendemos que esta pandemia servirá como um aditivo para as mudanças que já aconteceriam em menor velocidade. O grande desafio do momento é entendermos o nosso papel neste processo. Entender o momento certo de defender o caixa, se organizar e preparar para a retomada é crucial”, analisa Almeida.

Normalmente, a empresa já enfrenta um cenário que exige muito planejamento, com “a definição de metas da empresa e cálculos de viabilidade de cada rota sejam previamente estabelecidos, pois ao atuarmos em estados com cidades muito distantes e com movimento econômico pequeno, onde muitas vezes não conseguimos viabilizar o atendimento logístico naquela região. Para estes casos, a parceria



ENEOS

JAPAN'S NO.1 OIL COMPANY



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





com atacadistas de diversos segmentos nos ajuda na capilaridade”. O diretor geral da Postos Cacique reconhece a importância do setor logístico como elo entre a indústria e os distribuidores de lubrificantes. Segundo ele, “atuamos em um segmento altamente competitivo do mundo automotivo, com algumas oportunidades de vendas mais consultivas e, com isso, melhores margens, por exemplo, no abastecimento de indústrias, usinas, siderurgias, áreas agrícolas, postos de combustíveis, varejos e trocas especializadas. Somos o elo que garante a manutenção e o abastecimento de vários negócios que permeiam a movimentação de cargas e a disposição produtiva do país”.

Para atender a demanda dos clientes, a Postos Cacique realiza uma logística adaptada para cada perfil, considerando o custo operacional que suportam. Assim, existem entregas que são feitas de moto, em 2h, nas capitais e regiões metropolitanas e outras, que demoram até 7 dias úteis, distantes há mais de 900 km de cada uma das três bases da empresa.

Na busca constante pela melhoria do atendimento aos clientes, Almeida conta que “os consumidores estão cada vez mais exigentes e temos de atuar com

prazos mais justos, com entregas sem avarias e redução de custos nos fretes, re-entrega, devolução, reposição de produtos avariado, perda de tempo e visibilidade de marca. São análises e cuidados constantes que devemos ter”.

AQUARIUS A IMPORTÂNCIA DO FLUXO DE CAIXA

Adriano Luiz Castro Silva, sócio proprietário da Aquarius, revenda atacadista que atua em São João da Boa Vista (SP) desde de 1979, resume a atual situação em uma única palavra: “sobreviver, uma simples palavra, mas que enseja para todos nós uma triste realidade”.

Atualmente distribuidor exclusivo de lubrificantes Texaco e mantendo parcerias com diversas outras marcas de produtos automotivos, como filtros, desodorizantes, pneus, autopeças e peças industriais, Castro Silva admite que “não existe uma fórmula mágica para garantir a sobrevivência na situação atual, mas uma coisa é clara, estamos vivenciando tempos onde mais do que nunca o fluxo de caixa da empresa e a capacidade de adaptação às mudanças no comportamento do mercado, devem ser conduzidas com prudência e um bocado de genialidade”.

O empresário insiste na importância do fortalecimento do caixa, mesmo que para isso seja necessário recorrer ao mercado, com muito cuidado, “para não deixar o pânico dominar a nossa racionalidade”.

Na opinião do sócio proprietário da Aquarius, “todos devemos ter em mente que a falta de investimento não quebra empresa, o que quebra é a falta de capital de giro, a falta de um fluxo positivo e um caixa

equalizado. No momento, toda empresa deve, por uma simples questão de sobrevivência, se reestruturar, analisar minuciosamente suas operações de forma a garantir que a saída de dinheiro diminua e se alongue no fluxo de caixa, buscando a renegociação de operações, prorrogação de dívidas e outras soluções. É preciso evitar a curva tendencialmente negativa que, em um cenário de escassez de liquidez, certamente significará a morte”.

Ele alerta, porém, que não basta cortar custos e sugere que os empresários tenham criatividade para pensar em novas áreas de atuação no comércio, utilização de novas tecnologias e outras saídas. “Vai ter muita oportunidade para quem agir rápido e com certeza teremos um mundo novo depois que a tempestade passar. Ninguém sabe exatamente como será, mas devemos estar preparados para nos adaptar com agilidade, uma vez que os mercados e seus hábitos estão se modificando radicalmente nessa crise.

Nossa forma de fazer negócio, de se socializar, de se divertir, de trabalhar, tudo está ficando cada vez mais impessoal e individual, o consumo vem sendo forçado a migrar para um mundo digital, sem contato, sem os rostos conhecidos dos grandes vendedores”, finaliza. ■



C O N E X Ã O V A R E J O

Conexão Varejo é uma iniciativa do novo
Núcleo de Varejo do Sindilub.

O Programa vai conectar fornecedores dos segmentos de lubrificantes, combustíveis, produtos aftermarketing, autopeças, entre outros, com o varejo de lubrificantes, o varejo de combustíveis e o setor de reparação automotiva.

 **YouTube** / **SindiLub**



Siga o canal do Sindilub no YouTube:
www.youtube.com/sindiluboficial

Faça sua assinatura!

Ative as suas notificações para não perder nenhum conteúdo do Conexão Varejo.



OPÇÕES PARA DIVERSIFICAR MIX DE PRODUTOS DOS ATACADISTAS

Tradicional fabricante de produtos para lubrificação e abastecimento oferece catálogo com mais de 4 mil itens de alto valor agregado

OPORTUNIDADE

Por Renato Vaisbih

Carrinhos de lubrificação com propulsora pneumática; coletores de óleo; medidor de óleo digital e analógico; carretéis de óleo, ar e água; chaves sacas filtros; unidade para troca de óleo a vácuo; carrinho de escoamento de filtros; itens de adequação ambiental como bacias; e kits de contenção são apenas alguns dos exemplos de produtos que podem complementar o mix de revendedores atacadistas de lubrificantes.

Com essas alternativas em seu portfólio, as vendas poderão ter a oportunidade de aumentar o ticket médio de suas vendas e oferecer soluções de maior valor agregado aos seus clientes, como oficinas mecânicas, autocenters, concessionárias e trocas de óleo.

Quem faz essa sugestão é Mario Pannelli Filho, diretor da Lupus Equipamentos, empresa com quase sessenta anos de experiência. Segundo ele, “os atacadistas de óleo podem explorar melhor o catálogo da Lupus e complementar vendas. Nosso catálogo é o mais completo do mercado com mais de 4 mil itens”.

Ele também destaca que tem grande procura a de estética automotiva. “Lançamos uma linha premium que está tendo uma boa aceitação do mercado de revenda, porque são



produtos de compra recorrente dos clientes. A linha de estética automotiva da Lupus é bem completa, com luvas, microfibras, rodos, esfregões, pulverizadores e shampo-rizadores, tendo opções manuais e pressurizadas”, explica.

Com relação aos postos de combustíveis, alguns equipamentos da Lupus disponíveis no mercado de consumo frequente são as mangueiras de abastecimento, bicos de abastecimento e aferidores. O diretor da Lupus afirma que são itens básicos e que também podem compor o mix dos atacadistas para complementar as vendas.

PROJETOS

Panelli Filho destaca ainda que a Lupus possui equipes especializadas para o desenvolvimento de projetos de lubrificação automotiva e instalações industriais.

Para os projetos de lubrificação automotiva, o cliente recebe tudo pronto para que a operação seja iniciada, ou seja, a Lupus atua no chamado modelo Turn Key. “Com equipamentos para manuseio de óleo lubrificantes homologados em diversas montadoras, juntamente com o sistema de automação para lubrificação Nex-U, exclusivo da Lupus no Brasil, nossas soluções proporcionam uma troca de óleo mais rápida, eficiente e sem desperdícios, aumentando a produtividade, o controle de inventário, o lead time do serviço realizado e reduzindo consequentemente o impacto ambiental”, explica o diretor da empresa.

Já para os projetos de instalações industriais, a Lupus atua em parceria com os clientes para oferecer soluções integradas, inclusive com o desenvolvimento de propostas em softwares com tecnologia 3D. Entre os itens de maior procura estão itens de contenção, sala de lubrificação, misturadores, carinhos para transporte e reservatórios herméticos. ■



NEX-U SISTEMA DE GESTÃO E AUTOMAÇÃO DE LUBRIFICAÇÃO AUTOMOTIVA



FOTOS: DIVULGAÇÃO

SOLUÇÕES PARA LUBRIFICAÇÃO E ABASTECIMENTO AGRO



CARRETEIS AUTOMÁTICOS

LUBRIFICANTES FOOD GRADE NA PANDEMIA

MERCADO

Por Renato Vaisbih

Lílian Miakawa, especialista de produtos Food Grade da fabricante de lubrificantes FUCHS, afirma que a contribuição do setor para a indústria alimentícia durante a pandemia de Covid-19 é fundamental. “É preciso ter em mente a importância dos fluídos de alto desempenho, capazes de garantir maior disponibilidade dos equipamentos através da extensão dos períodos de lubrificação reduzindo o tempo de parada dos equipamentos, das plantas para a realização da manutenção, especialmente em um período é necessário buscar alternativas para reduzir a exposição da mão de obra utilizada nas fábricas”, afirma.

Ela lembra que, neste momento, a indústria de alimentos é um serviço essencial à população, que “precisa continuar operando, com as devidas restrições para evitar o contágio entre os próprios funcionários, a fim de abastecer a sociedade, mantendo os níveis de produtividade, eficiência de suas linhas de produção e com níveis de segurança em um rigor ainda maior com relação aos aspectos de higiene em seus processos”.

A especialista da FUCHS argumenta ainda que, neste cenário, “tudo o que puder agregar de forma positiva dentro dos processos produtivos das indústrias é bem-vindo” e cita como exemplo os lubrificantes com certificação food grade.

“O ecossistema alimentício precisa atentar-se a sua cadeia de fornecedores. Os lubrificantes food grade de alto desempenho, respaldados pelo nível de certificação oferecido pelos seus fabricantes podem trazer maior segurança e contribuição significativa para o setor neste momento onde se busca garantir ní-



veis de produção com altos requerimentos de higiene nos processos produtivos”, completa.

CERTIFICAÇÕES E SEGURANÇA ALIMENTAR

Lílian ressalta que a indústria alimentícia é um dos setores que mais cresce no mundo inteiro. Segundo a ABIA - Associação Brasileira da Indústria de Alimentos -, o segmento de alimentos e bebidas cresceu 6,7% em 2019, comparado ao ano de 2018. Em termos de faturamento, 2019 atingiu R\$ 699,9 bilhões, tendo registrado no ano anterior a marca de R\$ 656 bilhões. O relatório ainda revela que a indústria de alimentos é responsável por 9,6% do PIB brasileiro.

A representante da FUCHS explica que, “com tamanha expressão, trata-se de um setor importante e que requer práticas adequadas de produção e manutenção, entre elas, as relacionadas à lubrificação de equipamentos que compõem as plantas industriais voltadas aos alimentos e bebidas”.

Ela alerta que “fábricas alimentícias utilizam diversas máquinas e equipamentos para produzir ou manusear os produtos, e os lubrificantes são utilizados exatamente na lubrificação desses maquinários ou em elementos de máquina para garantir o funcionamento adequado dos mesmos no processo de produção. A questão é que durante o processo produtivo existe a possibilidade



de ocorrer contato incidental entre o lubrificante e o alimento, podendo ocasionar consequências graves à saúde do consumidor final”.

Portanto, continua Lílian, “é imperativo que os chamados lubrificantes de grau alimentício, Food Grade, sejam certificados de acordo com as normas de higiene exigidas pelos órgãos reguladores, como a ANP - Agência Nacional de Petróleo, que determinou em dezembro de 2019 como mandatório para o mercado brasileiro a Certificação ISO 21469.

Essa certificação assegura que o processo de produção esteja de acordo com os requisitos de higiene e segurança da indústria de alimentos. Além dessa certificação, existem ainda outros requerimentos exigidos atualmente pelo setor de alimentos, como as certificações religiosas Kosher e Halal dos lubrificantes food grade que determinam que os produtos obedeçam a normas específicas das dietas judaica e muçulmana, respectivamente. ■

CÂMBIO AUTOMÁTICO DEIXA DE SER TENDÊNCIA E VIRA REALIDADE

Castrol lança lubrificante para atender contínuo crescimento do mercado de carros com transmissão CVT no Brasil

MERCADO

Por Renato Vaisbih

A consultoria Bright Consulting aposta que 2020 será o ano da virada no que diz respeito à comercialização de veículos com câmbio automatizado ou automático no Brasil diante dos câmbios manuais.

Os especialistas acompanham o mercado nacional desde 2010 e indicam as mudanças de paradigmas em uma década, com os consumidores buscando principalmente mais conforto na hora de dirigir. Naquele ano, 88% dos carros emplacados tinham câmbio manual. Em 2019, essa porcentagem caiu para 51%.

Os estudos da Bright Consulting mostram, portanto, que as transmissões automatizadas ou automáticas já são uma realidade para os brasileiros. Neste ano, a venda desses modelos deve superar a metade dos veículos a serem comercializados. Em breve, o câmbio manual deverá ser cada vez mais raro, restrito apenas aos carros populares, com preços mais baixos.

TRANSMISSÃO CVT

Dos diversos tipos de embreagem sem pedal – as automatizadas ou automáticas – a mais comum é a

CVT, abreviação de Continuously Variable Transmission – em português, Transmissão Continuamente Variável. A estimativa é que os carros com transmissão CVT representem 40% do mercado brasileiro.

Com origem nos anos 1950, a transmissão CVT se resumia a duas polias independentes unidas por uma correia de aço. O sistema foi aprimorado para reduzir a energia consumida ao manter o torque na correia e, atualmente, graças aos controles inteligentes, atua especialmente bem em condições de velocidade variável – daí a sigla dada a essas transmissões.

Um aspecto essencial que deve ser ressaltado é o controle de fricção para evitar alguns problemas. Um deles é o deslizamento – a “patinação” – da correia, nos casos de baixa patinação. O outro é o rompimento da correia, por fricção excessiva. Esse controle da fricção depende do uso de um bom óleo lubrificante para o câmbio.

PRODUTO EXCLUSIVO

Nesse cenário, chegou ao mercado brasileiro, recentemente, o Castrol Transmax CVT, lubrificante 100% sintético para transmissões CVT. De acordo com o fabricante, o produto tem tecnologia Smooth Drive Technology™, que garante uma troca de marcha mais suave por

duas vezes mais tempo, protegendo o sistema contra a trepidação, e mantendo a correta fricção no sistema. Como resultado, promove o aproveitamento ao máximo da potência do conjunto e contribui para a economia de combustível.

A empresa informa também que o produto possui resistência à oxidação cinco vezes maior comparada ao lubrificante genuíno, com menor variação de viscosidade e maior proteção contra o desgaste do conjunto correia/polia.

Haydeu Queiroz, diretor técnico da Castrol, diz que é importante observar o período de troca do fluido de transmissão e que este deve seguir a recomendação informada na maioria dos manuais dos veículos com câmbio CVT. “O uso de lubrificantes não adequados pode levar à perda de rendimento, falhas e redução da vida útil do sistema”, alerta.

A Castrol faz parte do Grupo BP, do segmento global de energia. A marca, fundada na Inglaterra, acompanhou o nascimento da indústria automobilística e está há mais de 100 anos no mercado de lubrificantes, sendo que chegou ao Brasil em 1957. No Brasil, a BP também atua na comercialização e distribuição de combustíveis marítimos e de aviação; exploração e produção de petróleo e gás natural; e no segmento de biocombustíveis, bioenergia e energia solar, via joint-ventures. ■

A Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) divulgou em abril a primeira edição de 2020 do boletim do Programa de Monitoramento de Lubrificantes (PML), que tem por objetivo, de acordo com a própria Agência, “acompanhar sistematicamente a qualidade dos óleos lubrificantes comercializados no país, bem como proporcionar uma ferramenta importante para o direcionamento das ações da fiscalização”.

Previsto para ser divulgado bimestralmente, o documento nem sempre costuma ser publicado no prazo. A edição anterior a esta havia sido disponibilizada no site da ANP em dezembro de 2019. As análises são feitas por laboratórios inscritos para o Programa em amostras coletadas em revendas atacadistas, postos revendedores, supermercados, lojas de autopeças, oficinas mecânicas e concessionárias.

Apesar de não conseguir manter a frequência da apresentação dos dados do PML, o novo boletim traz informações relevantes sobre o Índice de Qualidade Ponderado (IQP), que passou a ser medido em 2017 e faz cruzamentos entre as amostras analisadas em cada fase do PML com os dados do mercado atualizados pelas próprias companhias produtoras no Sistema de Informações de Movimentações de Produtos (SIMP), da ANP.

Assim, argumenta a Agência, “mesmo em um cenário no qual o atual sistema de amostragem não seja o ideal, pois não representa a presença de mercado de cada empresa, o cálculo realizado pelo IQP constitui uma ótima alternativa para tornar o indicador de qualidade do PML mais próximo da realidade do mercado de óleos lubrificantes automotivos”.

O IQP, considerando o percentual de conformidades, registrado no boletim divulgado em abril de 2020 foi de 97,21%, ante 97,08% no documento

QUALIDADE DOS LUBRIFICANTES SE MANTÉM ESTÁVEL

FIGURA 1



de dezembro de 2019, mantendo-se praticamente estável. A variação foi superior na comparação com o boletim de novembro de 2019, quando o IQP havia sido de 96,49%.

Os menores e maiores percentuais já registrados foram, respectivamente, nos meses de junho (94,9%) e agosto (99,3%) de 2017. (VEJA FIGURA 1)

REGISTRO E QUALIDADE

Além do IQP, o boletim do PML traz análises feitas nas amostras coletadas com relação a dois aspectos: registro e qualidade. Segundo o texto, “com relação ao registro, verifica-se a existência de cadastro na ANP tanto da empresa como do produto. No que tange ao último quesito, avalia-se a qualidade da amostra em consonância com os dados declarados e aprovados na ocasião do registro do produto na ANP”.

Para esta etapa do Programa, foram coletadas 281 amostras em Alagoas, Amapá, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Pará, Paraíba, Per-

nambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe.

A ANP explica que “o procedimento de coleta seleciona amostras de forma a não repetir marcas comerciais, atingindo, com isso, um maior número de produtos disponíveis no mercado”.

O material foi encaminhado para os laboratórios participantes do PML em doze instituições. (VEJA FIGURA 2)

FIGURA 2

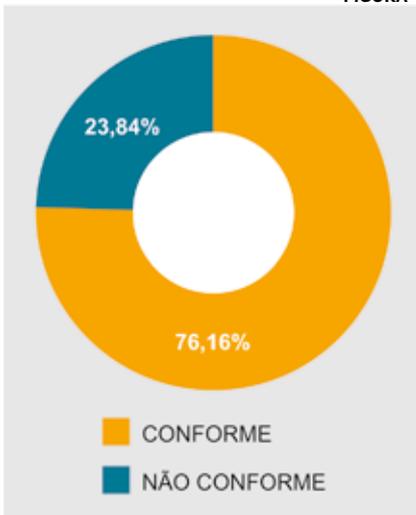
- **IBTR** - INSTITUTO BRASILEIRO DE TECNOLOGIA E REGULAÇÃO
- **IPT** - INSTITUTO DE PESQUISAS TECNOLÓGICAS - SÃO PAULO
- **SENAI** - SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL/MG
- **UFC** - UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
- **UFG** - UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
- **UFMA** - UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
- **UFPA** - UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
- **UFPE** - UNIVERSIDADE FEDERAL DO PERNAMBUCO
- **UFRGS** - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
- **URJ** - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
- **UFRN** - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
- **UNESP** - UNIVERSIDADE ESTADUAL DE SÃO PAULO

FIGURA 3

- TEOR DE ELEMENTOS: CÁLCIO - CA, MAGNÉSIO - MG, ZINCO - ZN, FÓSFORO - P E MOLIBDÊNIO - MO;
- VISCOSIDADE CINEMÁTICA A 100°C;
- VISCOSIDADE CINEMÁTICA A 40°C;
- ÍNDICE DE VISCOSIDADE;
- VISCOSIDADE DINÂMICA À BAIXA TEMPERATURA - CCS;
- PONTO DE FULGOR;
- PERDA POR EVAPORAÇÃO - NOACK;
- VISCOSIDADE A ALTA TEMPERATURA E ALTO CISALHAMENTO - HTHS;
- CORROSIVIDADE AO COBRE;
- ÍNDICE DE BASICIDADE - TBN;
- ESPUMA - SEQUÊNCIA II;
- ESPECTROSCOPIA DE INFRAVERMELHO.

Foram verificadas doze características diferentes (VEJA FIGURA 3) e, do total analisado, 214 amostras (76,16%) estavam conformes em todos os quesitos e 67 (23,84%) apresentaram ao menos um parâmetro fora de conforme. (VEJA FIGURA 4)

FIGURA 4



Com relação aos registros dos produtos na ANP, 265 amostras (94,31%) não apresentaram problemas e 16 (5,69%) tiveram pelo menos uma irregularidade. (VEJA FIGURA 5)

FIGURA 5

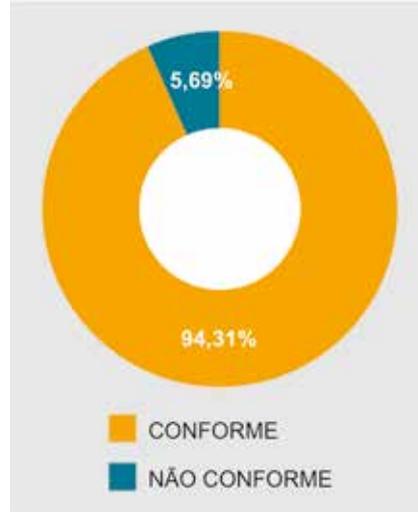
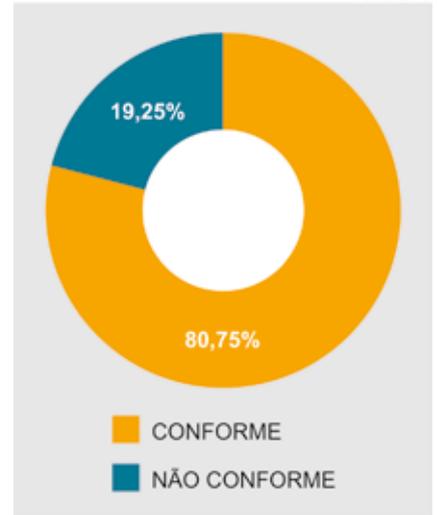


FIGURA 6

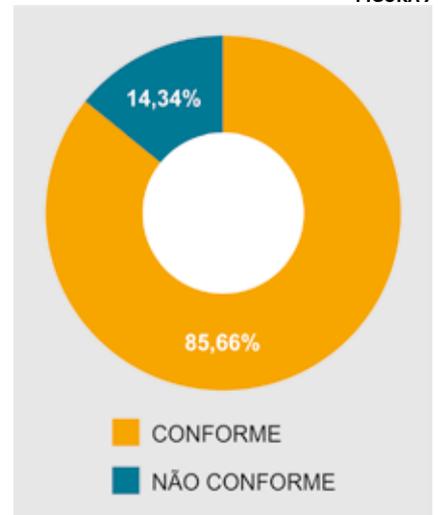


A aditivação foi avaliada por meio da determinação dos elementos químicos Cálcio, Magnésio, Fósforo, Zinco e Molibdênio. Não foram encontrados problemas em 227 (85,66%) amostras, enquanto 38 (14,34%) tiveram aditivação ausente ou insuficiente. (VEJA FIGURA 7) ■

As análises para verificação da qualidade dos lubrificantes foram realizadas somente nas amostras que estavam com os registros regularizados. Isso significa que o universo de amostras analisadas diminuiu para 265. A avaliação da qualidade também foi subdividida em dois grupos, separando as características relacionadas à aditivação.

No primeiro grupo de características avaliadas, das 265 amostras, 214 (80,75%) estavam conformes e 51 (19,25%) apresentaram ao menos uma irregularidade. (VEJA FIGURA 6)

FIGURA 7



ALTA PERFORMANCE PARA TRANSMISSÕES AUTOMÁTICAS

Apresentamos os mais avançados óleos para transmissão na exclusiva embalagem ecológica Phoenix Oil*.

- Fluidos 100% sintéticos de alta performance
- Para intervalos de trocas estendidas
- Embalagem ECOLÓGICA Bag-in-Box*

Novidade! Consulte regras e condições para comodato de máquina de troca de fluido de transmissão.

comercial@phoenixoil.com.br | www.phoenixoil.com.br

LIGUE (11) 4246-6393



phoenix oil

Lubrificante automotivo

ATF MULTI-VEHICLE

Para transmissões hidráulicas e eletro-hidráulicas

CVT MULTI-VEHICLE

Para transmissões CVT movidas por correias ou correntes

*Bolsa plástica em caixa de papelão

SINDILUB E INSTITUTO JOGUE LIMPO: PARCERIA PELA SUSTENTABILIDADE

MEIO AMBIENTE

Por Renato Vaisbih

O Instituto Jogue Limpo, atuando desde 2005 na coleta de embalagens plásticas usadas de óleos lubrificantes e fazendo a destinação adequada para reciclagem, completa 15 anos de atuação com motivos de sobra para comemorar. Em 2019, todas as metas foram alcançadas, de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Jogue Limpo em março e os relatórios de desempenho por Estado, disponibilizados publicamente no mês seguinte, com informações detalhadas e que são encaminhadas aos órgãos governamentais.

No documento anexado aos relatórios encaminhados aos responsáveis por acompanhar o sistema de logística reversa das embalagens plásticas de lubrificantes nas unidades da federação intitulado “Ações de comunicação e educação ambiental no ano de 2019”, o Sindilub é citado subitens “Anúncios do Sistema Jogue Limpo”; “Reportagens especiais sobre o Jogue Limpo”; e “Jogue Limpo no website de sindicatos de postos”.

Isso reforça o compromisso do Sindicato com a sustentabilidade e a parceria com o Instituto Jogue Limpo, que vem desde o início de suas atividades. No meio do ano passado, eram 535 revendedores atacatistas de lubrificantes cadastrados no Instituto Jogue Limpo, de acordo com o diretor executivo, Ezio Camillo Antunes.

Em uma entrevista exclusiva à Sindilub Press, publicada na edição 138, disponível no site www.sindilub.org.br, ele apontava as metas para 2019: “o plano é adicionar mais um Estado na operação, ainda a ser definido, e ultrapassar as 4.249 cidades atendidas ano passado. Quanto à desti-

nação ambientalmente correta de plásticos atingimos 4.674 toneladas em 2018 – aproximadamente 1,5% acima do compromisso com o MMA. Para 2019, a meta é atingir 4.705 toneladas. O ano de 2018 foi encerrado com 112 PEVs (pontos de entrega voluntária) em funcionamento, todos localizados em comerciantes do varejo, como oficinas mecânicas, lojas de peças, centros automotivos e postos de serviços. Para 2019, a meta é fechar com 152 PEVs funcionando. Além das metas mencionadas, é um dos desafios do Instituto assumir também a gestão da logística reversa do OLuc em nome dos seus associados”.

RESULTADOS

Durante o ano passado, o Instituto Jogue Limpo iniciou as operações nos Estados do Amazonas e Roraima. Com isso, ampliou sua presença para 19 unidades da federação, chegando a 4.310 municípios atendidos.

No total, 4,79 toneladas de plástico foram recolhidas, das quais 98,5% encaminhadas para reciclagem. São seis operadores logísticos – que geram mais de 180 empregos diretos –, utilizando 74 caminhões para levar as embalagens usadas para 23 centrais de recebimento. Nas estradas, foram mais de 3 milhões de Km rodados, o suficiente para dar mais de sete voltas e meia ao redor da Terra.

O Instituto Jogue Limpo é mantido e financiado por cerca de 40 fabricantes e importadores de lubrificantes associados que, em 2019, investiram mais de R\$ 32 milhões na sua operação.

Para dar capilaridade à coleta das embalagens usadas, o sistema começou a operar há cerca de três anos os Pontos de Entrega Voluntária (PEVs). Até dezembro de 2019, já haviam 117 PEVs em ope-

ração, sendo 65 deles inaugurados no ano passado, período em que esse tipo de coleta recebeu 105 toneladas de plástico.

De acordo com o relatório do Instituto Jogue Limpo, os PEVs se encontram “estrategicamente localizados em 13 das 19 unidades da federação onde o sistema atua. O esperado com essa expansão, é um maior nível de conscientização ambiental envolvendo todos os segmentos do varejo que comercializam óleo lubrificante, tais como: supertrocas, centros automotivos, oficinas, trocas de óleo, lojas de peças, supermercados, pequenos geradores e outros”.

O ano de 2019 ainda foi marcado por mais duas importantes novidades no Instituto Jogue Limpo: a iniciativa “Coleta por Campanha” e o início da coleta de OLuc gerenciada pela instituição.

A “Coleta por Campanha” busca fazer parcerias com prefeituras de municípios com menos de 20 mil habitantes para ações pontuais onde o caminhão do Jogue Limpo fica disponível em um local de grande fluxo de pessoas na cidade para receber as embalagens plásticas usadas.

Em 2019, a novidade chegou aos municípios de Morro Redondo (RS), Capi-nópolis (MG), Quitandinha (SC), Carmo (RJ), Icapuí (CE) e Águas Mornas (SC).

Em agosto do ano passado, o Instituto Jogue Limpo formalizou com a empresa Eternal a operação da logística reversa do OLuc na região norte do país em conjunto com o Jogue Limpo. A empresa é credenciada pela Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis para realizar as atividades de Coletor, Rerrefinador, Produtor e Importador e certificada pela ISO 9.001/2015 (qualidade de gestão) e 14.001/2015 (gestão ambiental). ■



PENTOSIN → **TITAN**



Pentosin agora é TITAN

Desde a aquisição da Pentosin, a FUCHS trabalhou na integração das operações e na migração dos produtos para um portfólio único.

A linha CHF permanece oferecendo os mesmos atributos e performance premium:

- ✓ Qualidade de formulação comprovada;
- ✓ Características únicas de desempenho;
- ✓ Aprovações exclusivas das montadoras.

Fluidos FUCHS TITAN, fiéis a nós mesmos - e a você.

PARAFLU[®]

FORNITORE: CINAU
GRUPO OFICINA BRASIL

A MARCA NÚMERO 1 EM ADITIVOS PARA RADIADORES



MONTADORA CÓD. 10-3010

MONTADORAS E NORMAS

GM CHEVROLET	GM 6Z77M (+8040 1065) / QL 130100
FORD	WSS-M97B44-D
MERCEDES-BENZ	325.3
AUDI / SEAT / SKODA / VW	TL-774 D/FF (6 12/ 6 12+) / 61-0-0257
VOLVO	128 6083/002
MACK	014 GS 17009
ADE	-
ASTON MARTIN	-
BEHR	-
CATERPILLAR	AA.05.09.01
CUMMINS	IS SERIES 6 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 / -- \$ TYPE D
SUZUKI	-
THERMO KING	-
ULSTEIN BERGEN	2.13.01
WÄRTSILÄ	DLP799861 / 32-9011
WAIKESHA	-
YANMAR	-

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

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

**O NOSSO MUITO OBRIGADO A VOCÊ QUE
FAZ PARTE DESTA CONQUISTA.**



www.paraflu.ind.br

Avenida Edmundo Klein, 120
São Sebastião do Caf / RS

+55 51 3635-1837
+55 51 9.83030808

PARAFLU[®]