

# Sindilub

Julho de 2022 - Nº 154

PRESS

*A Revista do Mercado de Lubrificantes*

## LIVRE MERCADO

Autosserviço e o impacto  
na revenda de lubrificantes



**Mundo em recessão  
e Brasil melhor?!**

**Operação-padrão da Receita  
Federal e os prejuízos  
causados às empresas**

# Lançamento Linha TITAN SYN



Fácil de escolher



Fácil de usar



Sustentável para  
o meio ambiente

Desenvolvidos especialmente para o atendimento dos motores de última geração, os novos produtos TITAN SYN contam com as modernas especificações API SP e ILSACG GF-6 garantindo para seu veículo maior proteção contra desgaste e economia de combustível.



## Feliz 2º semestre!

O mercado brasileiro em geral fica de sobrelavio a cada quatro anos por causa de dois grandes eventos que têm repercussões inegáveis na vida de todos nós: as eleições presidenciais e a Copa do Mundo. Neste ano, não vai ser diferente.

Na verdade, vai ser um pouco diferente. E ficou muita coisa para este segundo semestre que está começando. Ao que tudo indica, as eleições vão ocorrer em um clima de polarização que vem se estendendo já há algum tempo e sempre podem sobrar respingos para a economia.

Quanto à Copa do Mundo de Futebol, que geralmente rende bons negócios em vários setores no meio do ano, terá início apenas em novembro, no Catar, quase emendando com as festas de Natal e Réveillon, o que pode ser melhor ainda!

Comícios políticos, encontros para assistir aos jogos e as festas de final de ano reúnem bastante gente. Na expectativa para isso tudo, a boa notícia é justamente a retomada dos eventos presenciais depois de dois anos bem difíceis por causa da pandemia do coronavírus.

Por falar na volta dos eventos, neste mês de julho, o Sindilub estará presente na 15ª edição da Expo-Postos & Conveniência, junto ao estande da Fecombustíveis. Também já confirmamos participação em um painel sobre a qualidade dos lubrificantes que fará parte da programação na Arena do Conhecimento e será realizado simultaneamente à feira.

Para se ter um a ideia da importância dos eventos, nesta edição da Sindilub Press você vai encontrar uma reportagem sobre a participação de fabricantes e fornecedores do segmento de lubrificação na Agrishow 2022, que movimentou quase R\$ 11,25 bilhões.

Além da presença das grandes empresas do nosso setor nas feiras de negócios, outras notícias positivas que estão nas próximas páginas são sobre novos investimentos, como a aquisição da Fenix Soluções Ambientais pela Lwart e a conclusão do processo em que a Raízen assumiu o controle da divisão de lubrificantes no Brasil.

Estamos na torcida para que daqui até o final do ano a gente tenha muitas outras novidades boas



e motivos para comemorações no nosso setor, na economia, no futebol, com saúde e com alegrias na vida de cada um de vocês!

Espero que você aproveite a leitura!

Feliz 2º semestre!

**Victor Capelo**

Presidente do Sindilub

**SOLUÇÕES COMPLETAS EM UNIDADES DE FILTRAGEM**

MÓVEL 360°    ELÉTRICO    PROTEÇÃO IP55    FILTRO β 2.000    BOMBA ENGRANAGEM

SOLICITE SEU ORÇAMENTO  
WWW.LUBMIX.COM.BR  
(11) 99792-7343    (11) 3225-5110

Lubmix

2 ANOS DE GARANTIA

# ÍNDICE

Mundo em recessão e Brasil melhor?!	5
Lwart faz aquisição e avança na liderança do market share de coleta e rerrefino de oluc	6
Livre mercado - Autosserviço e o impacto na revenda de lubrificantes	8
Operação-padrão da Receita Federal e os prejuízos causados às empresas	12
Por que o consumidor prefere lubrificante mais barato?	14
Chega ao mercado a Raízen Lubrificantes	16
Relevância global na redução de emissões	18
Índice de Qualidade do PML tem pouca variação	20
Perguntas frequentes sobre a LGPD	22
A pujança do Agro também tem espaço para os lubrificantes	24
Sindilub faz parte da nova Diretoria da Fecombustíveis	26

## EXPEDIENTE

Julho - 2022, edição nº 154

**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:** José Victor Cordeiro Capelo  
**Vice-presidente:** Adriano Luiz de Castro Silva  
**Diretor secretário:** Luiz Leme Júnior  
**Diretor tesoureiro:** Mario Sergio Seixas Rieg  
**Diretor social:** Alcides Marcondes da Silva Júnior

**Diretores:** Fabiano Grassi, André Roberto Cillo, Bruno Rafael de Almeida, Elaine Silvana de Souza Porto Marques, Fabio Henrique Sgobi.

**Conselho Fiscal:** Marcio Seccato, Wilson Carlos Iglesias Motta, Valeria Davanzo Aguado, Luis Alberto Diogenes Pinheiro Júnior, Roberto Bueno de Camargo Júnior, Helio Brid Fraife Filho,

**Editora:** Ana Leme - MTB 84.275 - sindilub@sindilub.org.br  
**Jornalista responsável:** Thiago Castilha - MTB 66.498 - imprensa@sindilub.org.br

**Jornalista:** Renato Vaisbih - MTB 23.605  
**Arte e design:** Rogério Weikersheimer  
**Impressão:** Lince Gráfica e Editora  
**Publicidade:** comercial@sindilub.org.br  
**Capa:** Shutterstock

[www.sindilub.org.br](http://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.



RICARDO AMORIM

# MUNDO EM RECESSÃO E BRASIL MELHOR?!

Nos últimos anos, muita coisa estranha aconteceu na economia no Brasil e no mundo. Aqui, juros de 2% ao ano; lá, juros negativos. Em meio à mais aguda recessão global já registrada, Bolsas batendo seguidos recordes em todo o mundo. Há dois anos, o preço futuro do petróleo era negativo; hoje, é recorde. Mesmo com as maiores sanções econômicas já adotadas, a moeda que mais se apreciou neste ano foi o rublo russo...

No entanto, as regras de funcionamento da economia não caducaram. A conta da injeção recorde de liquidez no mundo chegou e a inflação começou a galopar em todo o mundo.

Se não bastasse a demanda agregada superaquecida, a oferta agregada está de joelhos. O lockdown na China para conter a variante ômicron quebrou cadeias de suprimentos globais que já estavam em frangalho. Navios que não conseguem desembarcar suas mercadorias ficam parados próximos à costa chinesa, levando os preços dos fretes às alturas. A guerra entre Rússia e Ucrânia derruba a oferta de alimentos, fertilizantes e energia, alimentando ainda mais a alta de preço das commodities, que por sua vez, joga ainda mais gasolina no fogo da inflação mundial.

Com tudo isso, a persistência da alta da inflação, que a maioria dos especialistas caracterizava como tem-

porária, não para de surpreendê-los. A inflação bate seguidos recordes, fazendo os juros subirem mais e mais mundo afora, o que causa uma reprecificação para baixo de todos os ativos e, em particular, de ações de empresas americanas com grande expectativa de crescimento de lucros e criptoativos.

Neste cenário, o risco de uma nova recessão global é cada vez maior. Nas últimas décadas, sempre que a economia mundial pegou um resfriado, a brasileira pegou uma pneumonia. Com dependência de capital externo e contas públicas frágeis, tradicionalmente, o Brasil é um dos países que mais sofre quando a economia mundial piora e o grau de aversão a risco de investidores sobe.

É aí que, talvez, tenhamos mais uma grande surpresa, em breve. Se a recessão global de fato se materializar – puxada por retrações econômicas nos EUA e Europa – mas for branda e não vier acompanhada de uma nova crise financeira global, é possível que, desta vez, o Brasil esteja entre os países que menos sofrerão, ao invés de puxar a fila dos piores desempenhos, como acontece geralmente. O combate à pressão inflacionária – a doença econômica cujo tratamento terá o efeito colateral de jogar o mundo em recessão – aqui está muito mais adiantado do que no resto do mundo. No

Brasil – muito ao contrário do resto do mundo – a taxa básica de juros já supera a inflação acumulada em 12 meses. Além disso, a taxa de desemprego aqui ainda é muito elevada, não alimentando a inflação de custos, como na maior parte do resto do mundo. A maior parte dos ativos financeiros brasileiros não teve altas similares às do resto do mundo nos últimos dois anos. Por isso, recentemente, tem caído menos. Por fim, com a China controlando a pandemia, o lockdown deve terminar. A reativação de sua economia manterá a demanda por commodities mais forte do que seria normal em um cenário de recessão global, o que favorecerá as exportações brasileiras e o Real, ajudando a limitar a pressão inflacionária aqui.

No 1º trimestre, o PIB brasileiro surpreendeu e cresceu mais do que o da maioria das outras grandes economias. É possível que isso se repita no 2º trimestre e, eventualmente, no 2º semestre e no ano que vem, em particular se junto com o fim da incerteza eleitoral, também ficarem para trás medidas e propostas eleitorais que os dois candidatos que lideram as pesquisas eleitorais têm defendido nos últimos meses.

*Ricardo Amorim, economista mais influente do Brasil segundo a Forbes e Influenciador nº 1 no LinkedIn. ■*

# LWART FAZ AQUISIÇÃO E AVANÇA NA LIDERANÇA DO MARKET SHARE DE COLETA E RERREFINO DE OLUC

## MEIO AMBIENTE

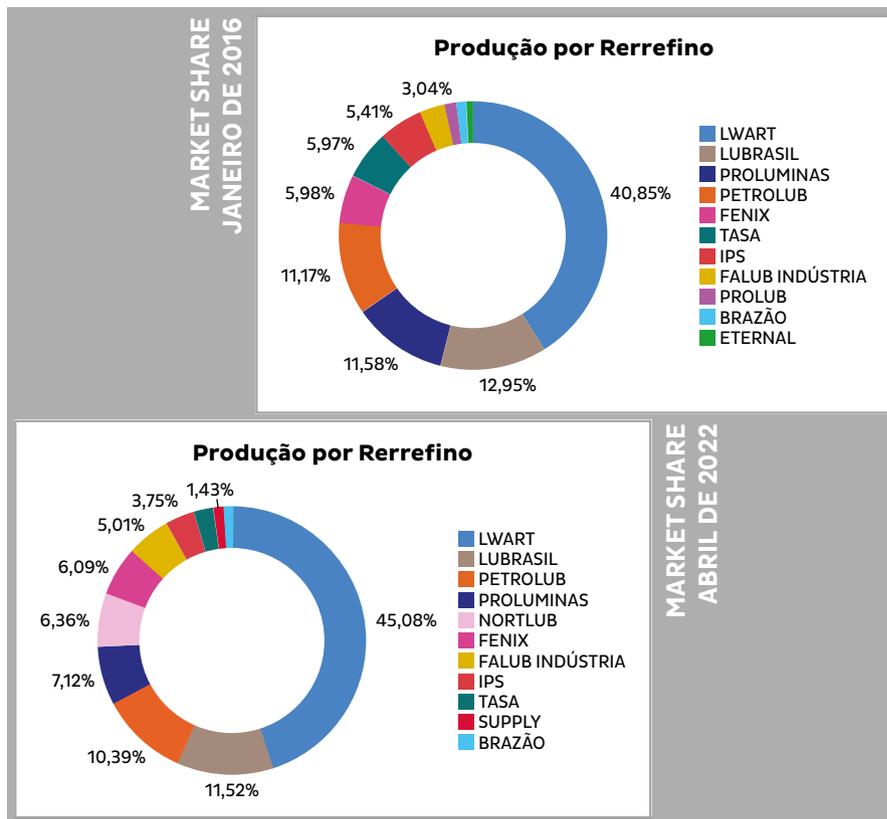
Por Renato Vaisbih

A Lwart Soluções Ambientais divulgou no início de maio a aquisição da Fenix Soluções Ambientais, como “parte dos investimentos da empresa na expansão da área de gestão de resíduos industriais, comerciais e pós consumo”.

De acordo com o diretor de Gestão de Resíduos da Lwart Soluções Ambientais, Thiago Fernandes, desde 2021 a Lwart tem procurado ampliar a presença no mercado de gestão de resíduos sólidos, com a estruturação de equipes e a realização de investimentos na área tecnológica.

A respeito da incorporação da nova empresa, ele explica que “o objetivo principal é continuar o ótimo desempenho já realizado pela Fenix ao longo do tempo, incrementando o nosso DNA, que inclui pesquisa e desenvolvimento, inovação e nosso olhar de transformação e circularidade. Vamos atuar com a manutenção de todos os contratos existentes entre clientes e fornecedores, pois entendemos que as relações estabelecidas são importantes para a continuidade. A operação realizada pela Fenix será mantida em sua totalidade, o que inclui também os colaboradores e prestadores de serviços”.

A área de Gestão de Resíduos da Lwart possui cerca de 600 clientes e tem a expectativa de gerenciar mais de 200 mil toneladas de resíduos em 2022. A empresa atua na prestação de serviços de coleta, transporte e destinação de resíduos e também com operações dentro das instalações dos geradores de resíduos.



## MARKET SHARE

A Lwart já conquistou espaço de destaque no cenário internacional, sendo a única rerrefinadora de oluc da América Latina a produzir óleos básicos do Grupo II de alta performance.

A empresa figura na liderança do ranking de market share divulgado pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) desde que ele foi instituído, em janeiro de 2016, com 40,8% do mercado nacional. (veja gráfico I)

Em abril de 2022, a participação da Lwart chegou a 45,08%. (veja gráfico II). Entre as duas datas, a empresa teve participação variável, mas sempre ficou em primeiro lugar, chegan-

do em algumas ocasiões a possuir mais de 50% de market share.

Ainda de acordo com os dados do SIMP/ANP de abril, a Lwart recebeu 20,34 mil m<sup>3</sup> de oluc e produziu 2,16 mil m<sup>3</sup> de básico GI e 11,79 mil m<sup>3</sup> de básico GII.

A Fenix, agora adquirida pela Lwart, também sempre esteve entre as maiores empresas de rerrefino, ocupando em 2016 a quinta colocação no ranking e, no levantamento do último mês de abril, a sexta posição.

Completaram os cinco primeiros lugares do ranking de market share em abril de 2022, pela ordem da 2<sup>a</sup> à 5<sup>a</sup> colocação, as empresas Lubrasil (11,52%); Petrolub (10,39%); Proluminas (7,12%); e Nortlub (6,36%). ■



# EVORA

## SYNTHETIC DX1 SP



EVORA SYNTHETIC DX1 SP é uma família de óleos lubrificantes 100% sintético, multiviscoso de última geração e elevada performance, desenvolvido para modernos motores automotivos movidos a gasolina, etanol, flex ou GNV. Possui atendimento aos recentes níveis de desempenhos desenvolvidos pela API, ILSAC e GM (Dexos). Formulado especialmente para motores de injeção direta e/ou turbo alimentados, indicado também para veículos híbridos.

[www.evoralub.com.br](http://www.evoralub.com.br)

# LIVRE MERCADO

## AUTOSSERVIÇO E O IMPACTO NA REVENDA DE LUBRIFICANTES

### CENA 1:

Uma moça entra na agência bancária e se dirige ao caixa eletrônico. Retira da bolsa alguns boletos impressos e o cartão do banco. Em seguida, digita seus dados no teclado à sua frente, posiciona os papeis no feixe de luz infravermelho, conclui os pagamentos, guarda tudo na bolsa e vai embora sem falar com ninguém.

### CENA 2:

O jovem vai até uma estação onde estão enfileiradas uma dezena de bicicletas. Ele retira o smartphone do bolso da bermuda, abre o aplicativo, digita seus dados e desbloqueia a trava de uma das bikes. Ajusta a altura do assento, sobe e sai pedalando. Percorre cerca de 4 km até outra estação, onde deixa a bicicleta travada e vai embora sem falar com ninguém.

### CENA 3:

A senhora circula pelos corredores do supermercado e busca alimentos saudáveis: frutas, verduras e legumes. Como se fosse um pecado, coloca um chocolate no carrinho. No caixa, ela mesma passa os códigos de barras dos produtos no leitor, passa o cartão na maquininha, guarda as compras na sacola e vai embora sem falar com ninguém.

### CENA 4:

A família chega ao aeroporto para embarcar na viagem de férias. Nem o pai e nem a mãe tiveram tempo de fazer o check-in antecipado. Com os três filhos, vão até um totem da companhia aérea, digitam os dados dos cinco passageiros, escolhem os assentos, colocam a bagagem em uma esteira e vão para o portão de embarque sem falar com ninguém.

### CENA 5:

O motorista estaciona no posto. Desce, digita no equipamento a quantidade de combustível ou o valor que deseja na bomba. Retira a mangueira do suporte, coloca no carro e aciona o dispositivo que dá início ao abastecimento. Ao final, recoloca a mangueira no lugar, retorna ao seu veículo e vai embora sem falar com ninguém.

## CENAS COTIDIANAS

As cenas descritas acima fazem parte do dia a dia de milhões de pessoas em cidades de todo o mundo, inclusive do Brasil, sem causar qualquer estranhamento. Quer dizer, a cena 5 ainda não faz parte da rotina dos brasileiros, mas é comum em outros países, principalmente nos Estados Unidos e grandes agentes econômicos da Europa.

Por aqui, no entanto, não há autorização para que os postos de combustíveis funcionem sem a presença de frentistas por força da legislação federal nº 9.956/2000. Desde a entrada em vigor da lei, oito propostas para que fosse alterada já foram apresentadas, sem sucesso, no Congresso Nacional.

A discussão sobre a implementação dos postos autosserviço ganhou um novo – e importante – capítulo nos últimos meses por causa de uma ação judicial da Rede Mime, que atua há 45 anos em Santa Catarina.

A empresa tem 55 postos em diversas cidades e outros negócios, por meio da marca Agricopel, gerando cerca de dois mil empregos diretos. O grupo foi um dos pioneiros em lojas de conveniência no país e iniciou a comercialização de GNV no estado.

A Rede Mime obteve liminar favorável no final de abril para implementar, no formato de testes, o sistema de autosserviço em postos de combustíveis na cidade catarinense Jaraguá do Sul. A decisão foi do juiz federal Joseano Maciel Cordeiro, da 1ª Vara Federal no município.

A solicitação dos advogados da Rede Mime apresentou quatro argumentos prioritários:

PARTICIPAÇÃO ESPECIAL:  
MAIS VENDAS DE LUBRIFICANTES

O diretor de varejo da Rede Mime, Gabriel Wulff, disse com exclusividade à Sindilub Press que acredita em um sistema híbrido para os postos de combustíveis, “em que os atuais frentistas terão mais tempo para vender até o dobro de lubrificantes e acessórios na pista, por ser um profissional dedicado para vendas e não abastecimento”.

Segundo ele, “a partir do momento que você diminui a necessidade de ter frentistas para atender 100% dos clientes, vai ter a oportunidade de melhorar a mão de obra, de aperfeiçoar, treinar para desenvolver a troca de óleo”.

Wulff conta que a Agricopel, da qual a Rede Mime faz parte, montou um grupo de trabalho para analisar diversos aspectos relacionados às adaptações dos postos de combustíveis para o sistema autosserviço, como tecnologia, segurança, treinamento de pessoal e um dos escopos principais é alavancar a venda de lubrificantes automotivos.

Seguindo o raciocínio dele, o autosserviço trará ganhos para os distribuidores de lubrificantes. “A Agricopel é distribuidora de lubrificantes, respondendo por um percentual relevante dos negócios do grupo e, inclusive, tendo os postos da Rede Mime como seus maiores clientes. É evidente que temos interesse em potencializar essa distribuição de lubrificantes”, afirma.

Ainda sobre o que classifica como “sistema híbrido”, Wulff explica que “entende que o Brasil é muito grande, com diferenças regionais e que o mesmo remédio não serve para toda revenda. Alguns postos que poderão adotar o self-service não vão querer; vão ter postos em regiões competitivas que vão pensar na sobrevivência do negócio; e um modelo que é o que eu acredito, de acordo com a oferta de valor que a gente quer entregar para os nossos clientes, que é híbrido, onde eu posso usar o capital humano para capturar as vendas adicionais”.

A respeito da autorização para a implementação do sistema autosserviço nos

postos, o diretor da Rede Mime reforça que outras empresas entraram com ações e que a liminar concedida à empresa em Jaraguá do Sul foi a primeira do país, mas outras devem surgir em breve.

Para ele, “o mais seguro e o melhor para o setor é que se faça uma alteração na lei, permitindo uma liberdade de escolha, tanto para o consumidor quanto para o revendedor”.

## “Vendedores de pista”

Ricardo Pires, revendedor e também CEO do ClubPetro, que fornece soluções para postos de combustíveis, compactua com a percepção de que o autosserviço será benéfico para incremento das vendas de lubrificantes, aditivos e outros produtos agregados aos negócios dos postos de combustíveis.

“Serão raríssimos os casos de postos sem nenhum frentista, porque culturalmente o layout dos postos brasileiros foi desenvolvido para ter o atendimento, já que são postos mais apertados. Nos Estados Unidos, que há mais de 60 anos existem os postos sem frentista, o layout foi adequado para isso, onde um carro não atrapalha o outro se demorar muito tempo na pista. No Brasil, o layout foi pensado para que o frentista libere o atendimento e dê uma agilidade maior na pista. Por isso, acho que teremos postos híbridos”, diz Pires.

Para ele, a expectativa é de o “revendedor deixar a mão de obra mais disponível para a venda de outros serviços e agregados. Daí, o frentista vai ter um tempo maior de abordagem, porque alguns motoristas vão preferir o auto-atendimento. E, se a gente vende commodities e também não tem o atendimento, a tendência é de ter baixas margens. O revendedor vai precisar ter um olhar mais apurado para produtos para potencializar uma maior rentabilidade. Então, teremos vendedores de pistas e não mais frentistas. Eu acredito que a venda de lubrificantes, aditivos e outros produtos agregados terão uma oportunidade maior”.

- o princípio à livre iniciativa e à liberdade econômica;
- incentivo à inovação e ao desenvolvimento tecnológico;
- isonomia em relação aos proprietários de veículos elétricos, que podem utilizar autosserviço;
- dificuldades para contratação de mão de obra na região, por falta de interessados.

## IDAS E VINDAS

Menos de um mês depois da autorização da Justiça em Jaraguá do Sul, a autorização foi suspensa, a pedido da União, pelo Tribunal Regional Federal da 4ª Região (TRF4), em Porto Alegre.

O desembargador Rogério Favretto alegou que “como a atividade de abastecimento de combustíveis envolve o manuseio de material inflamável, com potencial risco, eventual permissão de autosserviço deve ser acompanhada de uma regulamentação em proteção aos consumidores, fato que milita em favor do pedido defendido pela União”.

Considerando que a 1ª Vara Federal de Jaraguá do Sul é a primeira instância e o TRF4 a segunda, a Rede Mime entrou com recurso para re-

verter a decisão no próprio TRF4. A empresa, porém, não descarta a possibilidade de levar o tema a tribunais superiores. Em último caso, a ação pode chegar ao Supremo Tribunal Federal (STF).

Em comunicado, a Mime reiterou que “a iniciativa da implantação do sistema de autosserviço nos postos é uma forma de estimular a inovação, e que, a figura do frentista seguirá sendo de extrema importância para o negócio. A mudança proporcionará ainda uma maior qualidade de vida aos colaboradores, pois será possível estabelecer jornadas de trabalho mais flexíveis. Com o novo formato, alguns postos poderão também ter o horário de funcionamento estendido, oferecendo mais comodidade para o cliente”.

## CONVENIÊNCIA AUTÔNOMA

O jornalista Bruno Rosa, da coluna *Pen-se Grande*, no jornal *O Globo*, publicou no final de maio uma reportagem com Natália Cid, CEO da VEM Conveniência, joint-venture entre Vibra e Americanas, anunciando um novo modelo de loja de conveniência autônoma nos postos de combustíveis.

A ideia é que sejam montadas estruturas menores, com apenas

20 m<sup>2</sup> que serão chamadas de *Clic BR Mania*, como um braço da rede de franquias *BR Mania*, funcionando somente com vending machines operadas pelos próprios consumidores.

Para demonstrar o potencial do negócio, a reportagem informa que, dos 8 mil postos BR, apenas 1,2 mil possuem loja de conveniência.

A empresa alega ainda que, com o autosserviço, será possível oferecer combustível mais barato aos consumidores e que isso terá impacto nos preços, para baixo, também em outras cadeias produtivas que utilizam o transporte rodoviário, como o setor alimentício, por exemplo.

Os trabalhadores, por meio da Federação Nacional dos Empregados em Postos de Combustíveis e Derivados de Petróleo, que reúne mais de 60 sindicatos da categoria no país, recorreu contra a liminar concedida à Mime.

Com as idas e vindas de ações judiciais, ainda vai ser preciso aguardar mais um pouco para saber o final da novela. Não perca os próximos capítulos! ■

Quer saber como se preparar para alcançar os melhores resultados em 2022?

O Ricardo Amorim pode te ajudar.

Acesse: [www.ricamconsultoria.com.br](http://www.ricamconsultoria.com.br)

**RICAM**

 [www.petrol.com.br](http://www.petrol.com.br)

 [petrol Lubrificantes](https://www.facebook.com/petrol Lubrificantes)

 [petrol Lubrificantes](https://www.instagram.com/petrol Lubrificantes)

 +55 16 2111-9500

 **Petrol**

# **AUTOP** MOTORES 2022 **AQUECIDOS!**

Venha nos encontrar na  
Autop 2022 em Fortaleza.  
De 17 a 20 de agosto.  
Estamos no estande 82.



MOTOR OIL SINCE 1967



ALESSANDRA OKUMA

## OPERAÇÃO-PADRÃO DA RECEITA FEDERAL E OS PREJUÍZOS CAUSADOS ÀS EMPRESAS

Desde dezembro de 2021, exportadores e importadores têm passado por inúmeras dificuldades tendo em vista a operação-padrão adotada pela Receita Federal.

A Receita Federal do Brasil é responsável por fiscalizar todas as cargas que entram e saem do país em aeroportos, portos, fronteiras terrestres, portos secos, centros logísticos industriais aduaneiros, centros de distribuição de remessas postais internacionais e polos de processamento de remessa expressas. Além disso, é responsável pela cobrança de tributos que custeiam o Estado, a fim de combater a sonegação fiscal e orientar os contribuintes.

Por sua vez, seus auditores são as autoridades públicas que garantem a segurança nacional e o cumprimento das leis, impedindo o contrabando, descaminho, contrafação, pirataria, tráfico ilícito de entorpecentes, tráfico internacional de armas de fogo e munições, lavagem de dinheiro e outros ilícitos.

O orçamento desse setor foi reduzido em 50% em 2022, o que resultou na paralisação parcial das atividades dos auditores fiscais e, conseqüentemente, em prejuízos graves à economia nacional.

A Confederação Nacional das Indústrias – CNI expôs dados alarmantes: 96% das empresas importadoras e exportadoras foram afetadas pela paralisação parcial dos auditores da alfândega.

Por parte dos exportadores, os ônus foram: atraso no desembarço das mercadorias; demora na inspeção das cargas; custos adicionais de armazenagem e demurrage (taxa de estadia); e atrasos na entrega de mercadorias.

Os importadores, além da lentidão no desembarço e os custos adicionais de armazenagem e demurrage, sofreram a demora na inspeção das cargas. Para ambos, em certos casos, foi necessário interromper a produção e cancelar contratos.

Além de causar diversos prejuízos financeiros aos importadores, a demora na conclusão do despacho aduaneiro contraria o disposto no Decreto 70.235/72, que rege o processo administrativo fiscal federal.

O referido Decreto determina que o procedimento fiscal tem início com o começo do despacho aduaneiro da mercadoria

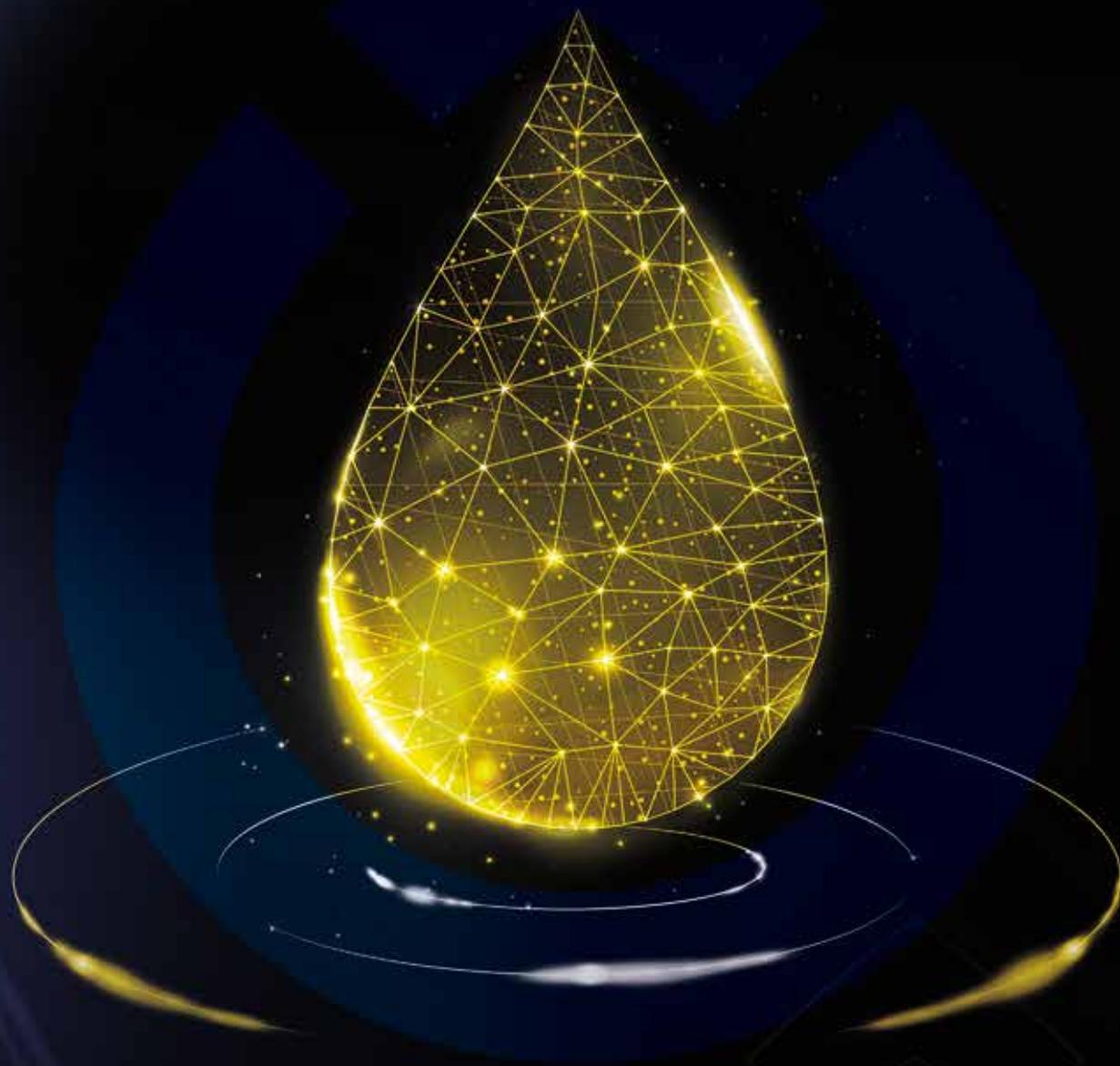
importada, ou seja, com o registro da Declaração de Importação no SISCOMEX (Sistema Integrado de Comércio Exterior, criado em 1992, que permitiu a informatização dos controles), e que o servidor deve executar os atos processuais no prazo de oito dias, a fim de não prejudicar o livre exercício à atividade econômica.

Desta forma, entende-se que o movimento paredista não pode prejudicar a liberação de mercadorias importadas, interrompendo um serviço considerado essencial para a economia do país e, conseqüentemente, afetando o princípio constitucional da eficiência.

A jurisprudência dos Tribunais Regionais Federais confirma o entendimento e impede que os importadores fiquem desamparados, com a paralisação indevida da carga na alfândega.

Com base nos argumentos antes expostos, importadores e exportadores que estão na iminência de sofrer prejuízos financeiros, em decorrência dos atrasos no despacho aduaneiro, devem socorrer-se do Poder Judiciário. ■

**HÁ DUAS DÉCADAS**  
**DESENVOLVENDO PRODUTOS**  
**COM TECNOLOGIA E QUALIDADE**



 **ULTRAX**  
LUBRIFICANTES

SOLUÇÃO É A NOSSA FÓRMULA

**20** ANOS

 @ultraxbrasil

[www.ultraxbrasil.com.br](http://www.ultraxbrasil.com.br)

# POR QUE O CONSUMIDOR PREFERE LUBRIFICANTE MAIS BARATO?

**Motoristas não enxergam valor imediato na troca de óleo**

Se compararmos a troca de óleo com as obras de saneamento básico, vamos verificar que são semelhantes quando se trata de não serem bem vistas por quem usufrui delas. Assim como dizem que as obras de saneamento não geram votos por ficarem escondidas dos olhos dos eleitores, acontece algo semelhante com a troca de óleo do automóvel. O indivíduo tem os transtornos causados durante a sua execução, que geram desconforto e cujo sentimento é semelhante ao que acontece com a troca de óleo do carro.

O consumidor precisa parar um tempo, gastar dinheiro em algo que ele não vê, não sente... Pode-se dizer que o consumo de óleo lubrificante está catalogado como consumo secundário, aquele que o consumidor não quer, não enxerga valor, não sente prazer, mas tem que fazer. As consequências do não fazer podem ser amargas demais.

Assim como o saneamento básico que precisa ser bem feito, se a troca de óleo não for realizada com o mínimo de segurança, os produtos colocados não forem bons, os prejuízos podem ser enormes ao consumidor. Por isso, tanta semelhança nessa comparação.

O corpo técnico mecânico, disponível no mercado de oficinas, não tem capacitação ou equipamentos suficientes para identificar exatamente quais pontos do lubrificante usado geraram o problema ao veículo. Assim, muitas oficinas agem por tentativa de acerto/erro. Mas a verdade é que utilizar produtos fora de especificação, os ditos produtos “mais baratos”, pode sair muito mais caro no bolso do proprietário de veículo automotor.

**O que o preço tem a ver com qualidade?**

Simplemente tudo. Como se faz lubrificante bom e barato? Não tem como. Assim como os combustíveis, o mercado supridor de insumos de lubrificantes no Brasil é complicado, monopolista e praticamente sem concorrência. Com isso, os produtos bons são caros. Importante ressaltar também que um bom atendimento custa caro, porque você tem que pagar bem a quem vai atender o cliente, fazer treinamentos, entre outros investimentos.

Um atendimento de troca de óleo dura de 25 a 45 minutos, não é a mesma coisa que um abastecimento de 3 ou 5 minutos. São necessários equipamentos específicos, escritório, sala de espera, mimos para os clientes, ... Não se consegue tudo isso vendendo óleo barato.

Não adianta criar uma fachada de McDonald's para vender churrasquinho de gato. O consumidor não vai pagar mais caro por fachada, se ele não enxergar valor no produto. Ou seja, não cola.

Os consumidores são tão preocupados com a qualidade do lubrificante quanto a movimentação das estrelas. Eis uma verdade! Mas o despertar vem quando o veículo começa a dar problemas. É ainda pior quando tem seu consumo de combustível aumentado e o motorista nem consegue saber o porquê disso, de modo que acaba culpando a gasolina.

O preço sempre terá uma relação complicada quando se tratar de consumo secundário, mas é relevante destacar que mais que vender lubrificante, a troca de óleo e sua equipe precisam estar aptos para consultar, aconselhar e tirar dúvidas do consumidor. Vocês são os especialistas e com isso precisam alertar sobre os males dos óleos mais baratos.

A conta é simples. O consumidor quer um óleo lubrificante mais barato para economizar. Com isso ele corre o risco de ter problemas mecânicos graves, além do aumento de consumo do combustível. Onde está a economia aí? O consumidor não consegue enxergar à frente, apenas no desembolso imediato. O risco é muito grande e, como consultor especializado, você e seus funcionários têm a obrigação de alertar o cliente.

**“Mas você só quer me vender e ganhar!” – disse o consumidor**

Claro que o vendedor quer ganhar. Alguém sai de casa para trabalhar sem receber nada em troca? Pouquíssimas pessoas e posso dizer, quase nenhuma delas, troca o óleo do seu carro de graça. A troca de óleo, assim como toda empresa brasileira, precisa lutar contra o estigma de que ganhar dinheiro é pecado.

- Sim senhor(a), meu objetivo é vender, mas vender o que há de melhor para que fique satisfeito e sempre volte.

Esta é a resposta correta. Vendemos e cobramos caro porque o produto é bom. Vai fazer o cliente economizar combustível com o motor rodando direitinho. Vai evitar de gastar dinheiro em oficinas mecânicas e perder peças do motor em virtude de desgaste desnecessário. Tudo isso tem um custo e você precisa passar isso para o consumidor.

Nem sempre desembolsar mais dinheiro significa gastar mais, assim como na maioria das vezes desembolsar menos não significa economizar. O desafio é grande e ninguém quer ser conhecido como “careiro”, mas a verdade deve ser dita. A economia é muito maior quando se usa óleo bom, serviço diferencia-

do, técnicos especializados. Isso tudo tem um custo.

A comunicação com seu cliente deve ser mais técnica e voltada a reconhecer suas dúvidas e assim poder chegar ao ponto certo. O tratamento deve ser personalizado e, por isso, as trocas de óleo precisam investir. Foque na jornada de alcançar o consumidor e não no produto em si.

Se você focar no serviço, for reconhecido pelo seu cliente, não importa a chegada do carro elétrico, a vento, ou seja, lá o que vier. Você sempre será lembrado. Basta trocar o produto e continuar a focar no serviço de consultoria. Se focar no produto, quando ele for obsoleto seu negócio acaba. ■

# BOMBA MANUAL PARA GRAXA



ACESSE NOSSO SITE PELO QR CODE  
OU SE PREFERIR DIGITE  
[WWW.LUPUSLUBRIFICACAO.COM.BR](http://WWW.LUPUSLUBRIFICACAO.COM.BR)



2015



CAPACIDADE 0,5 KG | GRAXA ATÉ NLGI2 | ACIONAMENTO ALAVANCA | 10.000 PSI | ACOMPANHA EXTENSÃO RÍGIDA + ACOPLADOR

PESO: 1,3KG | MEDIDAS: (A) 700MM X (Ø) 120MM

2015 - GC



CAPACIDADE 1KG | GRAXA ATÉ NLGI2 | ACIONAMENTO ALAVANCA | PRESSÃO DE TRABALHO 6000 PSI | ACOMPANHA EXTENSÃO RÍGIDA + ACOPLADOR

PESO: 1,5KG | MEDIDAS: (A) 700MM X (Ø) 120MM

7003



EM CHAPA DE AÇO, ALTA PRESSÃO. CAPACIDADE: 4KG | GRAXA ATÉ NLGI2 | ACIONAMENTO: ALAVANCA | PRESSÃO DE TRABALHO: 4.000PSI | ACOMPANHA: MANGUEIRA Ø 1/4", COMPRIMENTO 1.3M / EXTENSÃO RÍGIDA / ACOPLADOR / COMPACTADOR COM MOLA

PESO: 4KG  
MEDIDAS: (A) 385MM X (Ø) 230MM

7000



EM CHAPA DE AÇO, ALTA PRESSÃO. CAPACIDADE: 7KG | GRAXA ATÉ NLGI2 | ACIONAMENTO: ALAVANCA | PRESSÃO DE TRABALHO: 3.000PSI | ACOMPANHA: MANGUEIRA Ø 1/4", COMPRIMENTO 1.3M / EXTENSÃO RÍGIDA / ACOPLADOR / COMPACTADOR COM MOLA

PESO: 7KG  
MEDIDAS: (A) 400MM X (Ø) 230MM

7002



EM CHAPA DE AÇO, ALTA PRESSÃO. CAPACIDADE: 15KG | GRAXA ATÉ NLGI2 | ACIONAMENTO: ALAVANCA | PRESSÃO DE TRABALHO: 4.000PSI | ACOMPANHA: MANGUEIRA Ø 1/4", COMPRIMENTO 1.3M / EXTENSÃO RÍGIDA / ACOPLADOR / COMPACTADOR COM MOLA

PESO: 6KG  
MEDIDAS: (A) 3620MM X (Ø) 230MM

# CHEGA AO MERCADO A RAÍZEN LUBRIFICANTES

*Empresa assumiu os negócios da Shell após aprovação dos órgãos regulatórios brasileiros*

## MERCADO

Por Renato Vaisbih

Desde o início de maio, a Raízen S.A. assumiu o controle da divisão de lubrificantes da Shell no Brasil, incluindo a planta de lubrificantes na Ilha do Governador, no Rio de Janeiro, a base de óleos em Campos Elíseos, em Duque de Caxias (RJ), a divisão de lubrificantes para navios Shell Marine e os negócios de oferta e distribuição de lubrificantes no país.

O negócio, anunciado em junho de 2021, foi sacramentado após a aprovação definitiva dos órgãos regulatórios brasileiros. Por meio de um acordo de licenciamento com a Raízen, a marca Shell continuará no mercado, com a oferta de produtos e serviços.

De acordo com o Painel Dinâmico do Mercado de Lubrificantes, mantido pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), a Shell Brasil Petróleo figurava em abril de 2022 na quarta posição do ranking de market share nacional, com uma fatia de 11,39%. À frente dela estavam Vibra Energia (3º; com 14,92%); Cosan (2º, com 15,01%); e Iconic (1º, com 16,94%).

A companhia adotou o nome Raízen Lubrificantes e anuncia atuação em diversos segmentos: açú-

car e etanol; agricultura; carros; construção; energia; ferrovia; indústria e manufatura; marítimo; mineração; montadoras; motos; papel e celulose; siderurgia; transporte de carga; e transporte de passageiros.

A Raízen completou dez anos em 2021 e foi criada como uma joint-venture da Shell e da Cosan (que era detentora da marca Esso). Antes de assumir o negócio de lubrificantes da Shell, a Raízen já respondia pelas operações da marca na distribuição de combustíveis, no varejo e de aviação.

A empresa declara ter uma rede com mais de 7,3 mil postos de combustíveis, 1,3 mil lojas de conveniência com a bandeira Select e mais de 4 mil clientes comerciais no Brasil, Argentina e Paraguai.

Além disso, possui 35 unidades de produção de cana de açúcar, etanol e bioenergia, ocupando 1,3 milhão de hectares de terra agrícola cultivada.

## ESG

A Raízen Lubrificantes assegura ser uma marca que tem ESG como estratégia em todas suas ações, referindo-se à sigla em inglês para “ambiental, social e governança” e que tem sido utilizada no mundo corporativo como sinônimo de sustentabilidade.

Segundo a empresa, estão presentes em seus processos e portfólio “lubrificantes biodegradáveis, pegada de carbono reduzida, evitada e neutralizada, embalagens sustentáveis, coleta e reutilização de resíduos, ges-

tão eficiente de recursos hídricos, maquinário otimizado, uso de ferrovia e caminhões elétricos, uso de painéis solares, lâmpadas de LED e muito mais”.

Ainda foram mantidas outras iniciativas, como o app Shell Lubematch; o Shell Lubeanalyst; o Shell Lubecoach; e o Shell Lubeexpert.

O Shell Lubematch é um aplicativo em que os proprietários de veículos podem encontrar o lubrificante ideal para seu carro, moto, caminhão, trator e até mesmo máquinas industriais. Antes de fazer a busca, o usuário recebe uma mensagem ressaltando que as informações ou recomendações fornecidas se baseiam na precisão dos dados fornecidos e destaca a importância de se consultar o manual do fabricante para confirmar se o óleo é adequado.

O Shell Lubeanalyst é um serviço que viabiliza a manutenção preditiva, com o objetivo de antecipar eventuais problemas, por meio do diagnóstico de amostras de óleo, além do monitoramento das condições do lubrificante utilizados em máquinas e equipamentos.

O Shell Lubecoach oferece programas de treinamento personalizados para diferentes tipos de negócios, destacando não apenas os tipos de produtos oferecidos pela companhia, mas também temas relacionados às questões ambientais e à segurança.

Já o Shell Lubeexpert, oferece técnicas de inspeção e monitoramento de equipamentos para os setores de Mineração, Construção, Cimento e Metais. ■

# Lubrificantes Repsol Elite



**REPSOL**

*Inventemos o futuro*

A tecnologia mais avançada  
testada em alta competição

- Produtos de vanguarda em proteção e eficiência para o cuidado e duração do motor
- Homologados pelos principais fabricantes



[www.repsol.com.br](http://www.repsol.com.br)

Para mais informações contate:

[sac.rlesa@repsol.com](mailto:sac.rlesa@repsol.com)

Tudo o que aprendemos em alta competição  
aplicamos aos nossos produtos



# RELEVÂNCIA GLOBAL NA REDUÇÃO DE EMISSÕES

*Webinar do IBP celebra Mês do Meio Ambiente com debate sobre créditos de carbono no mercado de Óleo & Gás*



## WEBINAR/MEIO AMBIENTE

*Por Renato Vaisbih*

O Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP) realizou no dia 7 de junho o webinar “Tudo o que você sempre quis saber sobre o mercado de carbono, mas tinha medo de perguntar”, como parte da programação do mês do Meio Ambiente.

Agentes do segmento de combustíveis e lubrificantes costumam ter muitas dúvidas sobre o tema, que vão desde o entendimento sobre os créditos de carbono até como essa prática sustentável pode ser aplicada ao seu tipo de negócio.

O encontro teve mediação de Fernanda Delgado, diretora-executiva corporativa do IBP, e contou com a participação de Ronaldo Seroa da Motta, professor de Economia na Universidade Estadual do Rio de Janeiro (UERJ); Monique Gonçalves, gerente sênior de Relações Corporativas e Regulatório da Shell Brasil; Maria Izabel Ramos, gerente de Mercado de Carbono da Petrobras; e Lígia Camargo, gerente de Sustentabilidade, Impacto Social e ESG do Grupo Ultra.

Um dos pontos mais relevantes do debate foi o decreto do governo federal nº 11.075, de 19 de maio de 2022, que estabeleceu procedimentos para a elaboração dos Pla-

nos Setoriais de Redução de Emissões de Gases de Efeito Estufa, dando origem a um mercado regulado de carbono, sendo que o Brasil até então possuía exclusivamente ações voluntárias de compensações das emissões.

Também teve destaque a regulação das operações de compra e venda do crédito de carbono no país, com a implementação do Mercado Brasileiro de Redução de Emissões, que está prevista no Projeto de Lei 528/21, em tramitação na Câmara dos Deputados.

Os dois assuntos foram apresentados de forma detalhada pelo professor Motta, que ainda apresen-

tou um panorama histórico no Brasil e no mundo e explicou de como funciona a compensação de créditos de carbono. Pensando no futuro, o acadêmico disse que o país não tem mais a opção de ficar de fora da economia global de baixo carbono.

“A precificação do crédito de carbono é muito importante no Brasil; e precisa ter um instrumento que não será dependente da vontade pessoal do governo do dia. É uma questão de Estado”, defendeu, também destacando a necessidade de que seja estabelecido um cronograma de metas a serem atingidas.

No geral, os especialistas que participaram do encontro, por causa das características de sua matriz energética, com potencial para o uso de fontes renováveis, o Brasil tem no desenvolvimento do mer-

cado de carbono a possibilidade de ganhar relevância no cenário internacional da redução de emissões.

Fernanda destacou que o IBP apoia que “a transição de baixo carbono seja considerada na tomada de decisão de todos os agentes que fazem parte da economia brasileira para, com isso, contribuir com o desenvolvimento robusto dos mercados voluntário e regulado de carbono do país, e que garanta a integridade dos créditos”.

Monique, representante da Shell, celebrou o decreto do governo, o projeto de lei e as boas condições que o país tem de gerar créditos de carbono. “Nós queremos que o crédito gerado no Brasil seja percebido como de altíssima qualidade”, pontuou.

Uma das principais preocupações dos participantes do encontro foi

com relação ao desmatamento ilegal, que deve ser combatido, na opinião de Maria Izabel, da Petrobras, porque “assim, atacaremos um dos maiores problemas do Brasil em relação às emissões, um dos principais compromissos do país, que é zerar o desmatamento ilegal até 2028, o que vai tirar um peso do setor energético. A gente, como empresa, está inserido nessa discussão”.

A respeito dos impactos sociais provocados pelas mudanças climáticas, Lígia, do Grupo Ultra, também ressaltou que é consenso de que as empresas devem fazer intervenções. “Como apoiar as questões de mudança climática cobrindo os impactos indiretos no universo social? Governança é o grande guarda-chuva. Isso significa que o ‘como a gente vai fazer’ é de grande relevância. A questão do ‘se vai fazer’ já é página virada”, afirmou. ■



## NOVA LINHA GT-OIL, TECNOLOGIA E DESEMPENHO AO SEU ALCANCE.

Motores e equipamentos requerem cada vez mais uma maior tecnologia em lubrificação, assim desenvolvemos especialmente para nossos consumidores uma nova linha de lubrificantes.

Aliamos tecnologia e desempenho, atendendo às exigências do mercado a um visual mais moderno e rótulos muito mais informativos.

As inovações não param por aí! Em breve mais novidades de uma das linhas de lubrificantes automotivos e industriais mais completas do mercado!



**LUBRIFICANTES DE ALTA PERFORMANCE.**

[www.gtoil.com.br](http://www.gtoil.com.br) [@gtoillubrificantes](https://www.facebook.com/gtoillubrificantes) [gt.oil](https://www.instagram.com/gt.oil)

+55 (12) 3152-2623 / +55 (12) 3153-1838



# ÍNDICE DE QUALIDADE DO PML TEM POUCA VARIACÃO

*Primeiro boletim publicado pela ANP em 2022 indicou 97,04% de qualidade, considerando amostras e participação de empresas no mercado*

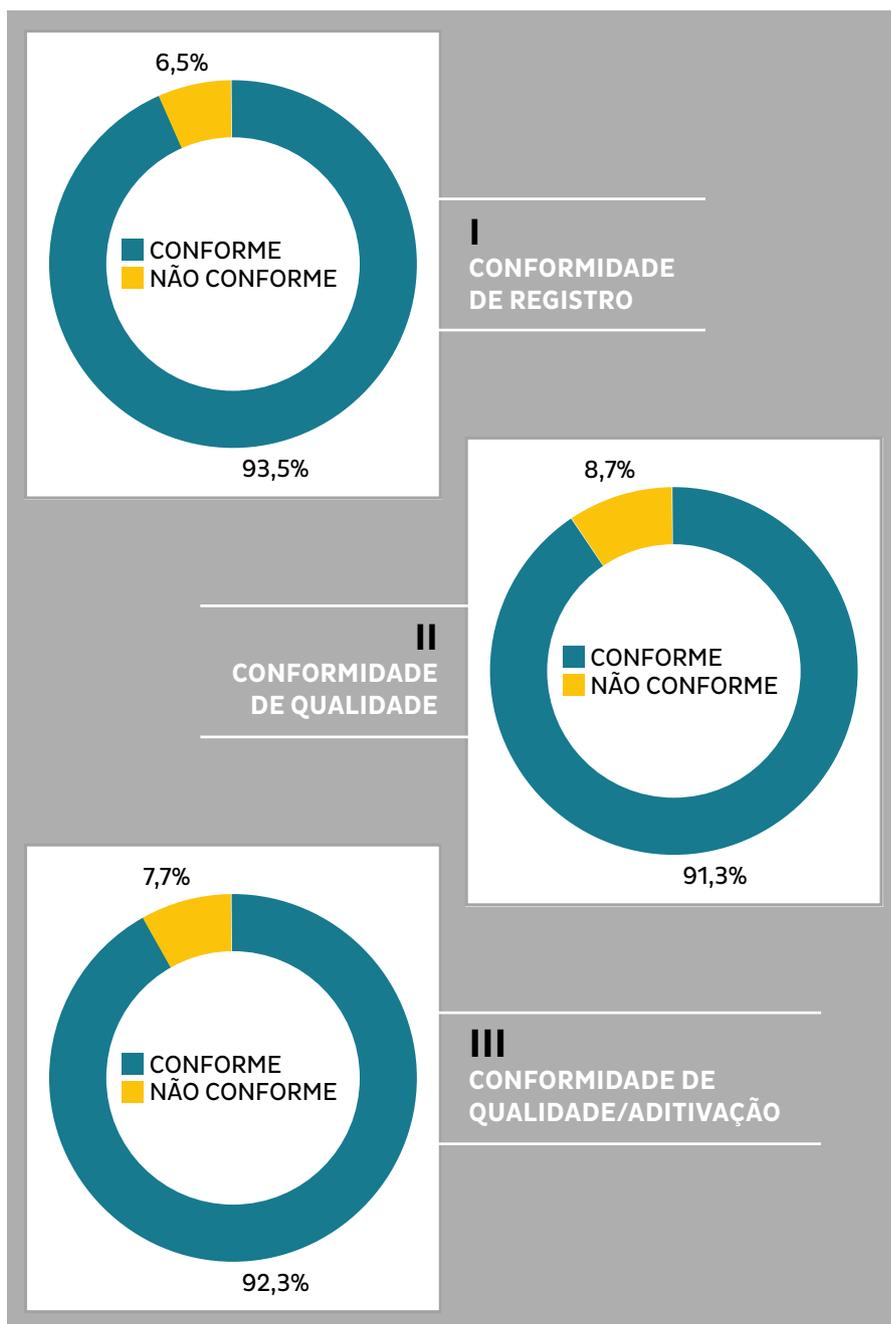
## ANP/QUALIDADE

Por Renato Vaisbih

A primeira edição em 2022 do Boletim do Programa de Monitoramento de Lubrificantes (PML) da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), divulgada em maio, apontou índice de qualidade de 97,04%, demonstrando pouca variação nos resultados, que considera análise de amostras e a participação das empresas no mercado nacional.

Na publicação anterior, de dezembro de 2021, o índice havia sido de 96,79%. No período do ano passado inteiro, o índice foi de 97,1%. Desde que foi criado, em 2017, até o final de 2021, o índice geral foi de 97,2%.

O documento divulgado neste ano apresentou uma lista com 26 produtos não conformes com relação à qualidade. Outros 23 foram identificados com aditivação fora de especificação. E ainda 18 produtos não possuíam informações sobre lote e data de fabricação nas embalagens, sendo que oito desses não tinham sequer registro na ANP e, por isso, não devem ser comercializados, de acordo com recomendações da Agência.



Para a elaboração do boletim, foram coletadas 321 amostras, entre dezembro de 2021 e fevereiro de 2022 em revendedores de combustíveis e pontos de venda nos seguintes estados: Alagoas, Amapá, Bahia, Ceará, Mato Grosso do Sul, Pará, Paraíba, Pernambuco, Paraná, Rio Grande do Norte, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe.

Com relação ao registro do produto junto à ANP, 300 amostras (93,5%) não apresentaram irregularidades, sendo que as outras 21 amostras, com não-conformidades sequer seguiram para as análises laboratoriais de qualidade. (veja gráfico I)

De acordo com o boletim, na avaliação da qualidade, das 300 amostras analisadas, 274 (91,3%) estavam conformes para os ensaios avaliados: Teor

de Elementos, Viscosidade Cinemática a 100°C, Viscosidade Cinemática a 40°C, Índice de Viscosidade, Viscosidade dinâmica à baixa temperatura pelo simulador de partida a frio (CCS), Ponto de Fluidez, Perda por Evaporação (Noack), Viscosidade a alta temperatura e alto cisalhamento (HTHS), Corrosividade ao cobre, Índice de Basicidade (TBN), Cinzas Sulfatadas e Espectroscopia de Infravermelho. (Veja gráfico II)

Mais uma vez o boletim destaca os produtos quanto à aditivação, avaliada por meio da presença – ou não – dos elementos químicos Cálcio, Magnésio, Fósforo, Zinco, Molibdênio e Enxofre.

Dentre as 300 amostras analisadas, 277 (92,3%), informa o documento da ANP, “apresentaram resultados conformes, isto é,

os teores dos elementos químicos avaliados estavam de acordo com os valores declarados no registro na ANP, enquanto 23 amostras (7,7%) apresentaram aditivação fora de especificação. (Veja gráfico III)

A ANP publica a relação de 23 produtos com aditivação fora de especificação, por marca comercial. O texto reforça que “a sublubrificação dos motores automotivos ocorre quando são utilizados óleos lubrificantes de baixa qualidade em condições mais severas de compressão, temperatura e rotação, de maneira a não satisfazer às exigências dos novos motores. A sublubrificação de um motor diminui sua vida útil, podendo, em alguns casos, causar sérios danos aos equipamentos, acarretando grande prejuízo econômico ao consumidor”. ■

## A MAIOR E MELHOR LINHA DE AROMATIZANTES AUTOMOTIVOS DO BRASIL

Venda recorrente

Excelente margem de lucro

Qualidade



15 expositores a sua escolha

Presente em 92 países

Variedade

SEJA UM REVENDEDOR | SEJA UM DISTRIBUIDOR

(47) 99141-8999

(47) 99173-1837

**areon**<sup>®</sup>  
QUALITY PERFUMES

## ENTREVISTA

Por Renato Vaisbih

**Sindilub Press** - *Todos os tipos de negócios precisam se adequar à LGPD, independentemente se é varejista ou atacadista, do setor de atividade e tamanho da empresa?*

**Lília Loffredo** - Sim, todas as pessoas físicas e jurídicas que tratam dados pessoais, com finalidade econômica, devem seguir as diretrizes da LGPD, independentemente do porte e do volume de dados pessoais envolvidos no negócio. O objetivo maior da LGPD é o de proteger a privacidade e a segurança das informações de caráter pessoal, em todos os segmentos da sociedade, seja no setor público ou no privado.

**Sindilub Press** - *Existem diferentes figuras de acordo com a LGPD. O titular é o “dono” dos dados pessoais. Ou seja, são dados de pessoas. Para um comerciante, quem são essas pessoas?*

**Lília Loffredo** - O titular é a pessoa física que “titulariza” direitos relacionados à privacidade e à segurança das informações de caráter pessoal que possam identificá-la. Dados pessoais são informações que podem identificar ou tornar identificável uma pessoa natural. Segundo a lei, o titular é a pessoa física a quem se referem os dados pessoais que são objeto de tratamento, encarado pela lei como qualquer operação realizada durante o ciclo de vida de um dado pessoal. Como exemplo, podemos citar as cotidianas atividades de coleta, armazenamento e compartilhamento com parceiros comerciais de dados pessoais de clientes, de empregados ou colaboradores de uma empresa, exemplos de titulares presentes no comércio. Além do titular, a LGPD traz outros atores com papéis bem definidos: o Encarregado (DPO), a Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e os Agentes de Tratamento, que são os Controladores e os Operadores.

# PERGUNTAS FREQUENTES SOBRE A LGPD

**A ADVOGADA LÍLIA LOFFREDO, DPO CERTIFICADA (EXIN) E CONSULTORA JURÍDICA NA DPO EXPERT, RESPONDE ÀS PRINCIPAIS DÚVIDAS DE COMERCIANTES ATACADISTAS E VAREJISTAS DE LUBRIFICANTES A RESPEITO DA LEI GERAL DE PROTEÇÃO DE DADOS (LGPD).**

**Sindilub Press** - *Quais são as obrigações do Controlador?*

**Lília Loffredo** - O Controlador é quem decide para quê e como os dados pessoais serão tratados e pode vir a ser responsabilizado civil e administrativamente caso ocorra uma violação durante o tratamento dos dados pessoais dos titulares. A lei traz uma série de obrigações para o Controlador e, mesmo que a empresa seja de pequeno porte, é importante que conte com o auxílio de um DPO (Encarregado) para cumprir as obrigações legais relacionadas à privacidade, à segurança da informação, além da gestão de riscos envolvidos nas operações.

**Sindilub Press** - *E a figura do Operador? É obrigatória a sua existência?*

**Lília Loffredo** - A figura do Operador está presente quando o Controlador contrata um terceiro para tratar dados pessoais. Na prática, um varejista que coleta dados de seus clientes para avisá-los sobre a necessidade de troca do óleo de seu veículo será o Controlador, devendo zelar pela integridade e segurança dos dados dos titulares (clientes - pessoas físicas).



Já, quando o comerciante deseja prospectar clientes, contrata um Operador para fazer o marketing. Por sua vez, ao contratar um contador para providenciar a folha de pagamento de empregados, surge uma relação com o Operador que lhe presta auxílio para cumprir suas obrigações legais. Nesse cenário, o Operador é a figura que processa dados pessoais em nome do Controlador, agindo em nome e no limite determinado pelo primeiro. Detalhe: ao extrapolar as ordens do Controlador ou violar as regras da LGPD, o Operador assume a posição de Controlador, atraindo para si toda a responsabilidade derivada dessa “transgressão”. Então, é importante fixar responsabilidades jurídicas, por meio de disposições específicas sobre a LGPD, nos mais variados contratos firmados com clientes, parceiros comerciais, fornecedores, prestadores de serviços, representantes comerciais e empregados. Em comum, podemos afirmar que ambas as figuras - Controlador e Operador- são obrigadas, por lei, a adotarem medidas de segurança, técnicas e administrativas suficientes para proteger os dados pessoais de acessos não autorizados e de situações acidentais ou

ilícitas de destruição, perda, alteração, comunicação ou qualquer forma de tratamento inadequado ou ilícito, como um compartilhamento não consentido pelo titular, por exemplo. Sobre a estrutura do dado pessoal, independe: a lei assim considera qualquer informação de caráter pessoal, tanto no meio físico quanto no meio virtual/digital.

**Sindilub Press** - *Por fim, tem-se a figura do Encarregado. O que é?*

**Lília Loffredo** - O Encarregado ou Data Protection Officer (DPO) é a figura indicada pelo Controlador e pelo Operador para auxiliar na gestão da privacidade e segurança da informação das organizações. Serve de “ponte” entre a empresa/entidade e os titulares de dados pessoais bem como dialoga com as autoridades fiscalizadoras, caso haja uma fiscalização ou autuação. O DPO também implementa medidas impostas por sanções ou adota recomendações das autoridades. Além disso, relata incidentes de segurança que possam ser vistos pela ANPD como uma violação de dados pessoais. O Encarregado (DPO) pode ser uma pessoa física ou jurídica, ou seja, a lei permite a contratação do serviço terceirizado de DPO, que tenha capacidade técnica para manejar dados pessoais dentro da organização, ora aconselhando os agentes de tratamento sobre os riscos presentes nas rotinas internas, ora formalizando o registro das operações de tratamento de dados pessoais, em conformidade com a legislação de privacidade, para apresentação em futura fiscalização.

**Sindilub Press** - *Quanto ao Encarregado, existe uma diferenciação para o Microempreendedor Individual (MEI). A legislação atual permite a figura do “Comerciante independente de lubrificantes / Comércio varejista de lubrificantes” como MEI, com limite de faturamento anual, em 2022, até R\$ 130 mil. Qual a diferença para MEIs quanto à LGPD?*

**“Um varejista que coleta dados de seus clientes para avisá-los sobre a necessidade de troca do óleo de seu veículo será o Controlador, devendo zelar pela integridade e segurança dos dados dos titulares (clientes – pessoas físicas).”**

**Lília Loffredo** - De trás para frente, o MEI não está dispensado de seguir as diretrizes legais e regulatórias, assim como não estão as microempresas e as empresas de pequeno porte. Nessa linha, os “pequenos negócios” são compreendidos como as sociedades empresárias, sociedades simples, empresas individuais de responsabilidade limitada e os empresários referidos no artigo 966 do Código Civil. É aí que os microempreendedores individuais – MEIs se encaixam. Recentemente, a ANPD dispensou os agentes de tratamento de pequeno porte de terem um Encarregado. Contudo, a ANPD revela que mesmo flexibilizando a obrigatoriedade da presença constante do DPO nos pequenos negócios, em razão do porte e do volume de dados tratados, a LGPD deve ser cumprida por todos.

**Sindilub Press** - *E quando o cliente, do varejista ou do atacadista, for MEI? Ou seja, quando o comerciante fornecer lubrificantes para motorista de caminhões ou mecânicos, por exemplo, que também podem ser MEIs. Muda alguma coisa?*

**Lília Loffredo** - Seja em que atividade for, aquele que vier a tratar dados pessoais de pessoas físicas deve

seguir as diretrizes legais e regulatórias sobre a matéria. O Controlador, responsável pelo tratamento de informação pessoal, pode ser uma pessoa física ou jurídica. Em ambos os casos, deve seguir as normas vigentes e poderá ser responsabilizado caso as descumpra.

**Sindilub Press** - *Quem faz a fiscalização da LGPD e quais as possíveis sanções?*

**Lília Loffredo** - Qualquer pessoa pode reportar uma infração cometida contra a legislação de proteção de dados pessoais para a Autoridade Nacional de Proteção De Dados (ANPD), além do próprio titular, por meio do site [www.gov.br/anpd](http://www.gov.br/anpd). A ANPD é um órgão da Administração Pública cuja missão é a de zelar, implementar e fiscalizar o cumprimento da LGPD. Também é um órgão consultivo. Convido os leitores para conhecerem cada uma das sanções previstas no artigo 52 da LGPD, as quais descrevo brevemente: advertência; multa simples, de até 2% (dois por cento) do faturamento da pessoa jurídica de direito privado, grupo ou conglomerado no Brasil no seu último exercício, excluídos os tributos, limitada, no total, a R\$ 50 milhões por infração; multa diária; publicidade da infração; bloqueio dos dados pessoais a que se refere a infração até a sua regularização; eliminação dos dados pessoais a que se refere a infração; suspensão parcial ou total do funcionamento do banco de dados; e, por fim, proibição parcial ou total do exercício de atividades relacionadas a tratamento de dados. A multa é a sanção mais temida e conhecida. Mas, o regime geral de sanções administrativas, aplicadas pela ANPD, é extremamente severo e prevê medidas sancionatórias que podem impactar fortemente o negócio, além da multa. Nota-se que o objetivo maior da LGPD é criar um ambiente ético (seja ele físico ou virtual) de respeito à privacidade e à segurança da informação, valorizada como ativo econômico, em uma sociedade cada vez mais conectada. ■



# A PUJANÇA DO **AGRO** TAMBÉM TEM ESPAÇO PARA OS LUBRIFICANTES

## EVENTO

Por Renato Vaisbih

A Agrishow 2022 – 27ª Feira Internacional de Tecnologia Agrícola em Ação, realizada no final de abril, em Ribeirão Preto (SP), bateu recorde no valor de negócios, chegando a quase R\$ 11,25 bilhões, e de número de visitantes, perto de 195 mil pessoas.

Considerada o maior evento do agronegócio na América Latina e entre os principais do mundo, a feira contou com a participação de produtores e distribuidores de lubrificantes para máquinas e veículos agrícolas, além de fornecedores de equipamentos para lubrificação.

A Mobil esteve presente com um dos estandes mais movimentados, em parceria com a distribuidora de combustíveis Ale, onde o público fez fila para tirar fotos ao lado do carro da Stock Car do piloto Rubens Barrichello.

Dentre os produtos da marca em destaque, estavam o Mobil Delvac,

óleo mineral para motores a diesel, incluindo caminhões e máquinas do setor agrícola; e a linha multiuso para tratores Mobilfluid.

A Agrishow foi o ponto alto da programação da Mobil de participar de pelo menos quatro eventos do setor de agronegócio em 2022 no Brasil, de olho no crescimento desse segmento, considerando também a variedade entre os diferentes tipos e tamanhos de possíveis clientes.

A feira no interior paulista também contou com a participação da TotalEnergies Brasil, que aproveitou o evento para apresentar ao mercado o Tractagri HDX 15W-40, um lubrificante feito para motores diesel de maquinário agrícola, formulado para uso em condições severas.

Segundo a diretora de marketing da Total Lubrificantes, Adriana Braçale, a presença na Agrishow faz parte do plano de crescimento da companhia no setor agrícola. “Estamos ampliando a nossa atuação nacionalmente nesse segmento que é estratégico para as nossas atividades e reconhecemos o po-



tencial deste evento que, na última edição presencial, gerou quase R\$ 3 bilhões em negócios. Ficamos animados em mostrar nossos diferenciais para esse segmento”, disse. Além do novo lubrificante, a companhia destacou o Dynatrans MPX, lubrificante de transmissões do tipo UTTO (Universal Tractor Transmission Oil), que pode ser usado em transmissões com freios úmidos, atendendo vários tipos de máquinas agrícolas.

A fabricante de equipamentos para abastecimento e lubrificação Lupus, mostrou na Agrishow a sua linha tradicional, mas também deu destaque para os produtos de combate a incêndio. “Desenvolvemos uma linha inteligente para atender as demandas da agricultura que necessita de bons equipamentos para combate a incêndio agrícola ou florestal. As soluções vão de esguichos manuais a canhão eletrônico que proporciona controle automático remoto monitorado por câmera. Esse equipamento ainda conta com rotação de 360° e inclinação de -55 a 90 graus, agilizando o combate com total segurança”, destacou Mario M. Panelli Filho, diretor da Lupus.

## ORGANIZAÇÃO

A Agrishow é uma iniciativa das principais entidades do agronegócio no País: Abag – Associação Brasileira do Agronegócio, Abimaq – As-

sociação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos, Anda – Associação Nacional para Difusão de Adu-bos, Faesp – Federação da Agricultura e da Pecuária do estado de São Paulo e SRB – Sociedade Rural Brasileira, e é organizada pela Informa Markets, integrante do Grupo Informa, uma das maiores promotoras de feiras, conferências e treinamentos do mundo com capital aberto.

Francisco Matturro, Secretário da Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo e presidente da Agrishow, saudou a volta dos eventos presenciais. Para ele, “a Agrishow trouxe toda a tecnologia do agro enfatizando a confiança de todos para que o Brasil siga crescendo em produtividade, sustentabilidade e como principal fornecedor de alimentos e produtos para o mundo”.

De acordo com o portal Automotive Business, Maturro pontuou a presença de expositores do setor automotivo, com caminhões, caminhonetes, tratores, máquinas agrícolas e implementos, além de aviões para o setor agrícola.

Estão entre os expositores empresas e entidades relacionados ao segmento estavam a Anfavea, Agrale, Ford (Caminho Veículos), DAF, Hon-

da, Jacto, Jaguar Land Rover, John Deere, Komatsu, Mahindra, Massey Ferguson, Mitsubishi Motors, Nissan, Scania, Valtra e Yanmar.

Na opinião do presidente do Conselho de Administração da Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos (ABI-MAQ), João Carlos Marchesan, “essa foi a melhor feira de sua história, onde, inclusive, tivemos a oportunidade de apresentar a pujança do nosso setor e, em decorrência, as necessidades para o próximo Plana Safra. O Brasil precisa crescer e o crescimento está no agro”.

Os organizadores e patrocinadores comemoraram o sucesso do evento e já divulgaram a data da 28ª edição da Agrishow, entre os dias 1 e 5 de maio de 2023. ■



**Soluções em óleos sustentáveis de alta performance**

Os óleos básicos da Lwart Soluções Ambientais são a prova de que é possível cuidar do meio ambiente e garantir alto desempenho ao mesmo tempo. Uma linha de produtos rerrefinados com altíssimo grau de pureza, qualidade e confiabilidade para atender aos mais exigentes requisitos dos diversos mercados onde são aplicados.

**LWART**  
SOLUÇÕES AMBIENTAIS

Conheça nossas soluções em [lwart.com.br](http://lwart.com.br)

# SINDILUB FAZ PARTE DA NOVA DIRETORIA DA FECOMBUSTÍVEIS

*José Victor Capelo toma posse como diretor e Laercio Kalauskas assume como diretor suplente para o período 2022-2026*

---

## FIQUE POR DENTRO

*Por Renato Vaisbih*

---

A Federação Nacional do Comércio de Combustíveis e de Lubrificantes (Fecombustíveis) elegeu sua nova diretoria no último dia 16 de maio, para o período 2022-2026.

James Thorp Neto, que já integrava a Diretoria na gestão de Paulo Miranda e ocupava a presidência do Sindicombustíveis de Alagoas, foi escolhido por unanimidade pelos sindicatos filiados à Fecombustíveis.

O novo presidente agradeceu Miranda, que esteve à frente da Federação por 15 anos, pelo apoio ao fazer a transição na liderança da entidade.

Graduado em Ciências Contábeis, Thorp iniciou a carreira como empresário, revendedor de combustíveis, aos 19 anos, em 1999. Dois anos depois passou a integrar a diretoria do Sindicombustíveis-AL, onde chegou à presidência em 2014.

No discurso de posse, afirmou que “o desafio é grande, a Fecombustíveis representa um dos setores que mais impactam na



economia de todo o país, mas o presidente eleito está comprometido em contribuir para que a revenda de todo país possa ser reconhecida como um mercado leal e justo para todos. Assumo a presidência da Fecombustíveis com o compromisso de fortalecer nosso setor, com a representatividade que necessitamos”.

Para o cargo de 1º vice-presidente, foi eleito Carlos Eduardo Mendes Guimarães Júnior, ex-presidente do Minaspetro. O Sindilub está representado na nova composição da Fecombustíveis pelo seu atual presidente, José Victor Capelo, como diretor, e pelo ex-presidente, Laercio Kalauskas, como diretor suplente. ■



# ENEOS

**JAPAN'S NO.1 OIL COMPANY**



**A Nº 1 EM ÓLEO LUBRIFICANTE DO JAPÃO**

# GRAFFENO<sup>®</sup>

NANOTECNOLOGIA

CONDICIONADOR DE METAIS

SUPERCONCENTRADO

# 200X

MAIS RESISTENTE

QUE O AÇO



**REVOLUCIONÁRIO**  
**NO TAMANHO.**  
**SUPERCONCENTRADO**  
**EM EFICIÊNCIA.**

POWERED BY

**dnk** AUTOMOTIVE<sup>®</sup>

 dnkautomotive

 [www.graffeno.com.br](http://www.graffeno.com.br)





**INGO HOFFMANN**  
Piloto Multicampeão das pistas