

Setembro de 2023 - Nº 158

Sindilub PRESS

A Revista do Mercado de Lubrificantes

**LUBRIFICANTES
LIDERAM
APREENSÕES
DA ANP**

**PARCERIA PARA
FOMENTAR NEGÓCIOS**

**PELO INTERESSE
DO VAREJO**



EVORA
Lubrificantes

O CUIDADO

**QUE SUA MOTOSSERRA
PRECISA**



**ÓLEO PARA
CORRENTE**

**ÓLEO PARA
MOTOR**



19 3397-4800
evoralub.com.br

Leio na prova definitiva que será publicada nesta edição da SindilubPress seis artigos de fôlego, e o que me chamou a atenção foi a diversidade dos assuntos abordados.

Especificamente em relação aos lubrificantes, um artigo preocupante revelando que a fiscalização da ANP apreendeu grande quantidade de lubrificantes irregulares. Se por um lado, é lamentável a prática desse tipo de crime lesando o consumidor, assim como a sociedade como um todo na sonegação de impostos, por outro lado é um alerta para que todos nós, e principalmente, nós, do Sindilub, continuemos a combater essas irregularidades.

Mas continuem a leitura, porque nesta edição virão a seguir notícias boas. Começo destacando o trabalho que pouco a pouco vem sendo desenvolvido pela equipe do Sindilub com os comerciantes varejistas de lubrificantes, segmento importante que sob o nos-

so guarda-chuva seus integrantes poderão se beneficiar dos projetos desenvolvidos para as associadas atacadistas, a exemplo da recente parceria celebrada com a Credisan.

Cada dia que passa nossa preocupação aumenta em relação ao meio ambiente, com o desenvolvimento de projetos e a adoção de ações de sustentabilidade, e nos perguntamos: qual será o futuro dos combustíveis fósseis, dos lubrificantes? Sem dúvida que num futuro distante serão substituídos por fontes renováveis, energia limpa, elétrica, eólica, solar, mas até lá ainda seremos dependentes das atuais fontes de energia. Leiam o interessante artigo sobre esse assunto nesta edição.

Já tomaram os cuidados na implementação da LGPD? Não? Cuidado, pois a Autoridade Nacional de Proteção de Dados está vigilante quanto à eventual prática de infrações.



E por último, um assunto que às vezes o revendedor pensa, sabe ser importante, quer implementar, mas vai protelando, é o planejamento tributário, cuidar da sucessão de seus negócios. Leia com atenção, procure se informar com especialistas.

E boa leitura!

Muito obrigado,
Adriano Luiz de Castro Silva
Presidente do Sindilub

Esteja conosco em nosso site e também em nossas redes sociais!

Estamos sempre postando novidades sobre o setor de lubrificantes para você.



sindilub.org.br



[instagram.com/sindilub](https://www.instagram.com/sindilub)



[facebook.com/sindilub](https://www.facebook.com/sindilub)



[linkedin.com/company/sindilub](https://www.linkedin.com/company/sindilub)



ÍNDICE

Lubrificantes têm futuro mesmo com eletrificação	5
Criar uma holding pode ser vantajoso para revenda de lubrificantes	8
Parceria para fomentar negócios	10
Lubrificantes lideram apreensões da ANP	12
Há 3 anos, Brasil cresce mais do que os economistas projetam. Você sabe por quê?	14
Primeiras multas aplicadas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados	16
Pelo interesse do varejo	19
Atenção ao mercado	22
Podcast destaca qualidade dos lubrificantes	26

EXPEDIENTE

Setembro - 2023, edição nº 158

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 e 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: 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.

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

Capa: Shutterstock

Impressão: Lince Gráfica e Editora

Publicidade: comercial@sindilub.org.br

Fotos nos depoimentos: Divulgação

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.

LUBRIFICANTES TÊM FUTURO MESMO COM ELETRIFICAÇÃO

ENTREVISTA

Por Renato Vaisbih

Flavio Vasques, consultor e sócio-diretor da VC One, empresa especializada em soluções para diversos tipos de negócios, com destaque para a indústria automobilística, faz uma análise das perspectivas do futuro do mercado brasileiro de lubrificantes, com a eletrificação.

Na opinião dele, o Brasil ainda tem grandes oportunidades para os empresários do setor por causa do envelhecimento da frota circulante de carros.

Confira a entrevista a seguir:

Sindilub Press: Existe futuro para a indústria de lubrificantes automotivo no Brasil mesmo com a eletrificação da frota?

Flavio Vasques: *Existe um futuro promissor, pois o impacto dos veículos elétricos nos lubrificantes automotivos, atualmente, tem uma participação modesta e lenta de 2% no mercado global e, no Brasil, somente de 1%. O crescimento desse mercado depende de vários pilares, tendências e drivers que influenciam a adoção de veículos elétricos por uma pequena porção de clientes, seletiva, informada e capitalizada. Então, as perspectivas de demanda de lubrificantes e outros fluidos nessa transição para os veículos elétricos depende muito dos*

investimentos, desenvolvimento e manutenção na infraestrutura e das fontes de produção de energia. Isenção de impostos e mídia de estímulo podem acelerar o número de unidades de carros, veículos pesados, motocicletas e maquinários elétricos, gerando impacto no mercado de lubrificantes, mas para isso teríamos de dividir o País em cenários regionais, bem como possíveis barreiras geográficas e financeiras.

Sindilub Press: O que é possível falar sobre o envelhecimento da frota nacional? O senhor pode apresentar números?

Flavio Vasques: *O envelhecimento da frota nacional vem crescendo desde 2018 em quase 1% ao ano e,*

RECIPIENTE GRADUADO PARA ABASTECIMENTO HERMÉTICO

EM POLIETILENO, SEMITRANSARENTE, COM GRADUAÇÃO LATERAL. PARA ARMAZENAMENTO DE TRANSFERÊNCIA DE ÓLEO LUBRIFICANTE

CAPACIDADE: 3, 5 e 10 LITROS

TAMPAS:

EM POLIETILENO, COM ANEL DE VEDAÇÃO BRUNA-N ANTICONTAMINAÇÃO, DESIGN GIRATÓRIO EM 180° E ETIQUETA DE IDENTIFICAÇÃO.

CORES: 

BICO GRANDE: Para aplicações que exigem maior precisão no abastecimento, até ISO VG 220.

BICO MÉDIO: Para abastecimento superior de óleo motor e outras aplicações onde se exige maior vazão.

BICO MINI: Para filtro de óleo e pequenos reservatórios.

MULTIUSO: Para utilização com a bomba manual de pistão - Cód.:9009-0.



ACESSE NOSSO SITE PELO QR CODE OU DIGITE
WWW.LUPUSLUBRIFICACAO.COM.BR

após a pandemia, atingimos quase 2%. A idade média para carros licenciados é de 11 anos. O Brasil, com certeza, está na mão de direção contrária, aumentando veículos a combustão, poluindo mais e contribuindo com engarrafamentos e acidentes. Somados à Covid, as sequelas econômicas e o enfraquecimento no poder de compra da população, esse crescimento se tornou constante. Existem dois demonstrativos sobre o total da frota brasileira: do Sindipeças, que considera carros, caminhões e ônibus, totalizando 53 milhões; e o do Ministério dos Transportes, que considera a produção e importação de todos os tipos de veículos em solo nacional, chegando a 116 milhões para veículos e 30 milhões para motos e motonetas.

Nós atualizamos os dados do Sindipeças e chegamos aos seguintes dados, considerando 40 milhões de carros de passeio:

- idade média de 5 anos: 10 milhões, com queda de 1%;
- idade média entre 6 e 15 anos: 25 milhões, com queda de 1%;
- idade média acima de 16 anos: 15 milhões, com crescimento anual de 2,5%;
- carros antigos acima de 30 anos: 3 milhões, com crescimento de 2%.
- por combustível, a frota está dividida da seguinte maneira:
 - gasolina: 9 milhões;
 - flex: 37 milhões;
 - diesel: 7 milhões;
 - híbridos e elétricos: 100 mil.

Sindilub Press: Certamente esses números revelam diversos cenários. O que pode ser destacado.

Flavio Vasques: Temos alguns insights importantes:

- nos últimos dez anos, a frota de veículos com mais de 20 anos mais que dobrou;
- em 2022 batemos o recorde de 1995 na idade média atingindo 10 anos e três meses;
- de 2020 para 2021, veículos com



FLAVIO VASQUES

mais de 20 anos passaram de 2,5 milhões para 3,6 milhões; em 2014 eram 1,7 milhão;

- de 2021 para 2022, veículos com mais de 20 anos passaram de 3,6 milhões para 4,7 milhões;
- para cada carro elétrico no mercado, temos dez carros antigos a combustão.

Sindilub Press: O envelhecimento da frota é paradoxal, uma vez que são carros mais antigos ou, mesmo novos saindo da montadora, com tecnologia de motor a combustão. Por outro lado, dá esperanças de que o setor de lubrificantes pode continuar crescendo. Isso é verdade?

Flavio Vasques: Ao longo dos últimos trinta anos, quando a importação foi liberada e surgiram novos players com suas fábricas no Brasil, assistimos a vários acontecimentos:

- quatro marcas que até 1992 possuíam 100% do mercado, em 2022 estavam com 50%;
- foram realizados três programas governamentais sem sucesso;
- houve uma fuga dos bancos, do crédito e o empobrecimento da população;
- aumento da venda direta e diminuição do varejo;
- fechamento de fábricas e diminuição da gama de produtos;
- chegada das marcas chinesas com eletrificação.

Essas observações demonstram que a cultura da indústria automobilística é rica em memórias que

nos fazem sugerir com mais assertividade tendências futuras. Fazendo uma junção dos cenários político e econômico com a personalidade do brasileiro, suponho que a frota velha continuará crescendo e o empresário do setor de lubrificantes, mais do que nunca, continuará a crescer na comercialização, devendo propor novas soluções de inclusão de produtos em pontos específicos para serviços automotivos, ampliando sua oferta, como acontece na Europa e Estados Unidos. O aumento da frota do carro velho é uma grande oportunidade para o setor de lubrificantes.

Sindilub Press: Diante de tudo que o senhor apresentou, é possível traçar mais perspectivas para o mercado de lubrificantes em geral?

Flavio Vasques: O mercado de lubrificantes no mundo não vem caindo e continuará liderado pela indústria automobilística. A maratona pela mobilidade elétrica só começou. Os desafios atuais em eficiência energética e gerenciamento térmico apresentam espaço para inovação em fluidos para carros elétricos, criando os chamados lubrificantes especiais. Temos oportunidades e demanda de novos produtos para os carros elétricos, como para redução de atrito, eficiência energética, resistência à temperatura, condutividade, durabilidade e outras aplicações. Estamos na transição de um mercado que apresenta uma forte resistência à eletrificação, mudança de hábitos, preços altos e falta de infraestrutura para longas distâncias. Um mercado para carros eletrificados precisa de um grande debate e compromissos oficializados. O dinamismo de políticas governamentais direcionadas à infraestrutura e geração de eletricidade é necessário e levará muitos anos. Se o Brasil, que nós intitulamos de “pai do Proálcool”, não conseguiu liderança mundial após 50 anos, com certeza não será na eletrificação que terá esse posicionamento. ■

**LUBRIFICANTE PREMIUM É FUCHS!
A MELHOR TECNOLOGIA ALEMÃ PARA OS MOTORES.
INDICADO PELO CÉSAR URNHANI, APROVADO E
RECOMENDADO PELAS GRANDES MONTADORAS.**

César Urnhani, embaixador da marca Fuchs, piloto, apresentador de TV e comentarista automobilístico.

MOVING YOUR WORLD



**TREINA
TROCA
CERTA
ACELERA!**



www.fuchs.com/br
[fuchslubrificantes](#)
[FUCHSLUBRIFICANTES](#)

As revendas atacadistas e varejistas de lubrificantes podem encontrar na formação de um holding a solução para problemas diversos, especialmente com relação ao planejamento tributário ou para organização patrimonial tendo em vista os processos sucessórios dos negócios.

O advogado Alexandre de Lima Pires, sócio do escritório Pires e Castro Advocacia, com atuação na área Cível, Comercial, Empresarial, Sucessões e Trabalhista, explica que “existem várias classificações de holding, como a pura, mista, familiar, imobiliária, de controle, de participação, de administração, entre outras. A holding deve ser criada e desenvolvida com base na estrutura e nos interesses do empresário, ou seja, sob medida. Para as empresas que atuam na revenda de lubrificantes, a holding de participações e a holding familiar seriam as de maior interesse”.

A palavra “holding”origina-se do verbo em inglês “to hold”, que significa “controlar, manter ou guardar”. Dessa forma, complementa Pires, “a holding é uma empresa de participação societária ou gestora de participações ou até mesmo de administração, podendo também servir para organização patrimonial para fins de planejamento sucessório e tributário na administração de bens próprios dos sócios”.

No Brasil, o surgimento da holding se deu com o advento da Lei 6.404/76, a chamada Lei das Sociedades Anônimas, onde consta, no parágrafo 3º, que “A companhia pode ter por objeto participar de outras sociedades; ainda que não prevista no estatuto, a participação é facultada como meio de realizar o objeto social, ou para beneficiar-se de incentivos fiscais”.

CRIAR UMA HOLDING PODE SER VANTAJOSO PARA REVENDA DE LUBRIFICANTES

Especialista esclarece que iniciativa tem como objetivo o planejamento tributário e o controle sucessório das empresas, independente do seu tamanho ou patrimônio



De acordo com Pires, “qualquer empresário pode constituir uma holding ou mais de uma holding, dependendo dos seus interesses e da sua estrutura empresarial e familiar, de forma que necessitará contratar um advogado especialista para fazer um estudo de viabilidade e necessidade, para depois definir essa constituição. Isso não afetará em nada os negócios já em andamento e apenas trará benefícios, quer seja tributário, quer seja sucessório ou até mesmo para fins

de blindagem patrimonial, que é uma consequência da própria existência da holding”.

O advogado diz ainda que “o tamanho das empresas, o tamanho do patrimônio, a quantidade de empresas ou mesmo a quantidade de patrimônio não é causa impeditiva de criação de uma holding, onde o que se analisa é a viabilidade econômica e a necessidade da constituição. Assim, engana-se quem acha que holding serve apenas a grandes empresas, já que a necessidade ou viabilidade de sua constituição é determinada por outros fatores, como por exemplo, planejamento tributário e sucessório”.

Empresas de pequeno e médio porte podem, portanto, ser administradas por uma holding de participações, onde o empresário passa a ser titular de uma holding que tem participações em outras empresas – quer sejam de pequeno, médio ou grande porte – e essas passam a distribuir lucros para a holding de acordo com a participação societária, enquanto, por sua vez, a holding faz a distribuição de lucro para o sócio ou sócios.

O advogado alerta, porém, que “é importante mencionar que isso elimina o pró-labore, já que a PJ – Pessoa Jurídica –, ou seja a hol-

ding, não tem direito a pró-labore das empresas em que participa no quadro societário. O empresário pode, por outro lado, instituir pró-labore da holding para a PF – Pessoa Física – do sócio, caso seja de interesse, ou somente trabalhar com a distribuição de lucro, livre de impostos”.

BLINDAGEM

A respeito da composição da holding, Pires afirma que “não é incomum uma holding participar apenas em uma empresa, ou mesmo existirem duas ou mais holdings sendo sócias da mesma empresa, sendo que isso elimina questões sucessórias dentro da empresa controlada, elimina inventário das cotas sociais, onde o Fisco Estadual exige o faturamento para apuração do imposto de transmissão. As questões su-

cessórias dos sócios ficam adstritas na holding que cada sócio constituiu, não afetando a empresa controlada e geradora da renda, de forma que as cotas da empresa controlada não serão arroladas em inventário, ou mesmo em dívidas de algum dos sócios, ou mesmo em uma batalha judicial decorrente de divórcio, por exemplo. Assim, a constituição de um holding cria uma espécie de blindagem da empresa geradora de renda ou de bens, de forma que esse planejamento é que vai definir a viabilidade de constituição da holding e não o tamanho ou quantidade de empresas que serão controladas”.

Já a holding familiar pode ser criada para receber o patrimônio imobiliário do empresário, gerando uma situação onde todos os imóveis que estão em nome da Pessoa Física do empresário serão transferidos para a holding em integralização do capital social na criação

dessa holding. Após o registro da holding na Junta Comercial, basta apresentar o contrato social no Cartório de Registro de Imóveis e fazer as alterações nas escrituras dos imóveis, eliminando o pagamento do ITBI, imposto cobrado para a transferência de imóveis.

“Essa holding familiar passará a gerir eventuais locações, gerando um ganho no pagamento de impostos, já que migraria dos 27,5% da pessoa física para aproximadamente 11% na pessoa jurídica, sendo certo que eliminará também o inventário dos imóveis em caso de falecimento do empresário, além de gerar uma blindagem contra os riscos da atividade do empresário. Também é possível, na holding familiar, definir se haverá comunicação dos bens com o cônjuge, além de impedir a participação de pessoas que não são consideradas sucessores do empresário, também gerando uma blindagem patrimonial”, diz Pires. ■



LANÇAMENTO

LINHA COMPLETA PARA BORRACHARIA

ACESSE E SAIBA MAIS



www.lapek.com.br



@lapek



17 3525-5120

PARCERIA PARA FOMENTAR NEGÓCIOS

PARCERIA

Por Renato Vaisbih

Estimular o crescimento dos empresários, alavancar a economia e fortalecer negócios são os pilares da parceria entre o Sindilub e Credisan Cooperativa de Crédito. A parceria envolve apoio mútuo e a Credisan oferecerá soluções financeiras personalizadas e excelência no atendimento para membros da entidade.

O presidente do Sindilub, Adriano Luiz de Castro Silva, destacou a relevância e celebrou a parceria que, para ele, agrega grande valor para todo ecossistema de negócios: Sindilub, empresários e Credisan. “É a soma de esforços entre o trabalho que já realizamos com o poder do cooperativismo e de geração de negócios que a Credisan possui junto a seus mais de 20 mil cooperados”, ressalta.

Segundo Valéria Maciel Pavim de Biazzi e Marcelo Augusto Urbano, diretores da Credisan, trabalhar para desenvolver a classe empre-

sarial, fomentar negócios e ter parcerias é fundamental para que a Credisan cumpra seu papel cooperativista de agente transformador da sociedade. “A Credisan se alia a uma entidade nacional para disponibilizar soluções financeiras que realmente fazem a diferença para o empresário. Temos condições de oferecer oportunidades vantajosas e estamos certos de que, por meio da força do cooperativismo, vamos contribuir para alavancar a economia e trazer prosperidade para a classe”, destaca Valéria, diretora Administrativa da Credisan.

BENEFÍCIOS PARA A CLASSE

Por meio da parceria, as empresas que compõem o Sindilub terão acesso a condições especiais de produtos e serviços com taxas e tarifas diferenciadas da média de mercado, tornando a estruturação e expansão dos negócios mais sustentáveis economicamente, trazendo diversos benefícios para a classe.

“O Sindilub trabalha para fortalecer a economia e nada melhor que buscar parceiros que possam ajudar a obter esse resultado. Na Credisan, enxergamos exatamente isso, é parceria para todas as horas!”, comenta Adriano, presidente do Sindilub.

JEITO DE SER DA CREDISAN

A Credisan é uma Cooperativa de Crédito que há mais de 30 anos entende a sua missão como fator transformador para a sociedade e para seus Cooperados. Por meio da entrega de serviços personalizados, as melhores condições e uma equipe comprometida no atendimento de excelência, a Credisan pode oferecer oportunidades muito além de números: sonhos realizados e experiências únicas para sua vida pessoal e para sua empresa.

“Convidamos todos os membros do Sindilub para conhecer o jeito de ser da Credisan e se surpreenderem ao enten-

der que nenhuma tecnologia pode superar a forma humana como a Cooperativa se relaciona com os Cooperados”, finaliza Marcelo, Diretor Operacional da Credisan.

Conheça as vantagens exclusivas:

Para conhecer as oportunidades especiais que a Credisan oferece para os empresários membros do Sindilub acesse: <https://portal.credisan.com.br/simulacao/> e escolha a opção Produtos e Serviços Exclusivos - Parceria SindiLub. ■

BENEFÍCIOS EXCLUSIVOS NA CREDISAN!



LEIA O QR
CODE E ACESSE
NOSSO SITE!

 /credisanoficial

 @credisanoficial



- Vantagens imperdíveis em antecipação de recebíveis;
- Emissão de boletos com tarifas especiais a partir de R\$ 0,90.

LUBRIFICANTES LIDERAM APREENSÕES DA ANP

Balanço do primeiro semestre de 2023 revela apreensão de quase 138 mil litros, maior volume por tipo de produtos

CAPA

Por Renato Vaisbih

A Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) divulgou a apreensão de 137.984 litros de lubrificantes irregulares nos primeiros seis meses do ano. No detalhamento segmentado por tipo de produtos, o volume está à frente do óleo diesel marítimo, gasolina C comum, etanol hidratado combustível, óleo diesel S-10, óleo diesel S-500, gasolina C aditivada e graxas. (Veja imagem)

Segundo Francisco Nelson Castro Neves, Superintendente de Fiscalização do Abastecimento da ANP, “a Agência vem mantendo desde 2022 uma atenção grande com o mercado e obtido êxito no sentido de encontrar e coibir as irregularidades. Os principais problemas encontrados são de produtos comercializados por empresas não autorizadas, além de irregularidades nos rótulos e nas análises químicas. É importante ressaltar que são produtos impróprios para consumo”.

O representante da ANP também reforçou a necessidade de tor-

nar público o canal de denúncia: “Esse é um vetor importante do nosso trabalho. Os comerciantes e outros agentes que perceberem a circulação no mercado de produtos ou a oferta de produtos inconvenientes, inadequados, devem informar a ANP”.

Ele complementa que, além das denúncias, a Agência utiliza as informações do Programa de Monitoramento dos Lubrificantes (PML), “que é um levantamento estatístico para identificar, objetivamente, onde se encontram produtos com probabilidade de estar não-conformes. A partir desses dados, realizamos as ações de fiscalização”.

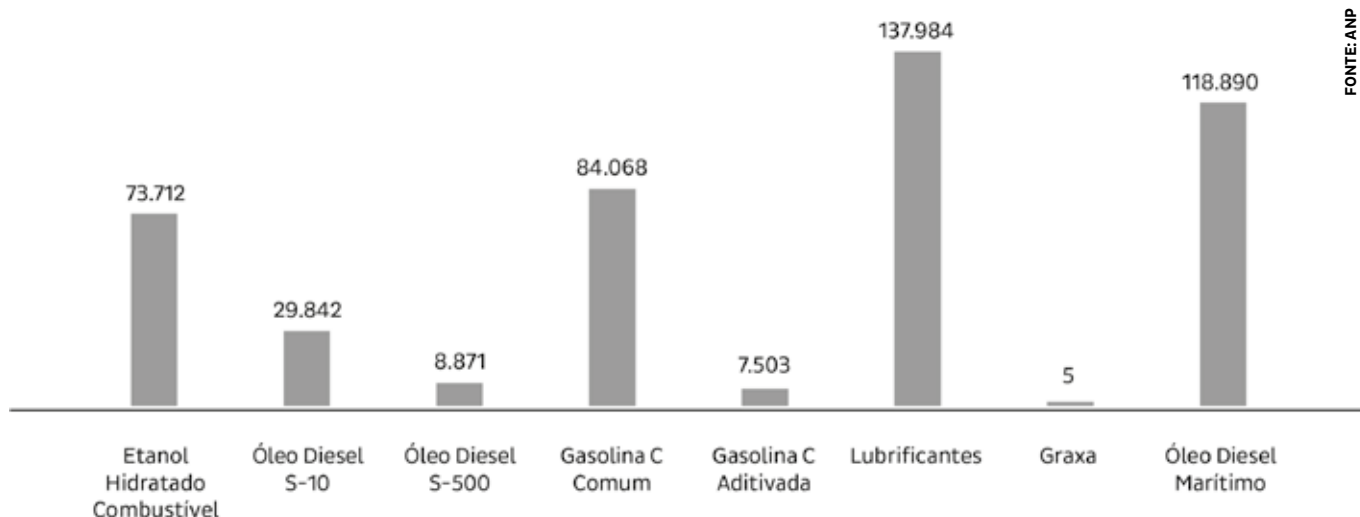
#JuntosPelaQualidade

**LUBRIFICANTE
CLANDESTINO**

É CRIME

DISQUE DENÚNCIA ANP
0800 970 0267





FONTE: ANP

DADOS GERAIS

No geral, foram realizadas 10.768 ações de fiscalização da ANP no mercado de abastecimento em todo o território nacional no primeiro semestre de 2023, chegando a um aumento de 9,67% em relação ao mesmo período do ano anterior.

O relatório da ANP apresenta a divisão das ações por região geográfica e unidade da Federação.

Também são detalhados os segmentos econômicos fiscalizados, incluindo revendas atacadas de lubrificantes, varejistas de lubrificantes, trocas de óleo, produtores, rerrefinadores, coletores e OLuc e outros agentes.

As multas para os estabelecimentos autuados podem variar de R\$ 5 mil a R\$ 5 milhões. Também podem ocorrer interdições e apreensões de produtos, como medidas cautelares, com o objetivo de impedir a comercialização de produtos irregulares.

Denúncias sobre irregularidades podem ser enviadas à ANP por meio do Fale Conosco, no site https://www.gov.br/anp/pt-br/canais_atendimento/fale-conosco ou do telefone: 0800 970 0267 (ligação gratuita).

A íntegra do Boletim Fiscalização do Abastecimento em Notícias - 1º semestre de 2023 pode ser consultada no endereço eletrônico <https://www.gov.br/anp/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/boletins-anp/boletins/boletim-fiscalizacao-do-abastecimento-em-noticias>. ■

DEITON LUBRIFICANTES

A linha completa de lubrificantes para todos os tipos de veículos e aplicações, com qualidade certificada, alta tecnologia e rendimento superior. Fale com nosso time comercial e ofereça produtos Deiton em sua loja ou oficina.

Deiton Lubrificantes é produzido por



deiton.com.br

(11) 2732-8020

@deitonlubrificantes

/deitonlubrificantes



RICARDO AMORIM

HÁ 3 ANOS, **BRASIL CRESCE** MAIS DO QUE OS ECONOMISTAS PROJETAM. VOCÊ SABE POR QUÊ?

Recentemente, a divulgação do PIB do segundo trimestre superou as expectativas dos economistas, crescendo três vezes mais do que a média das projeções: 0,9%.

No primeiro semestre, o Brasil teve um crescimento acumulado de 3,7%, acelerando uma trajetória sólida de expansão econômica iniciada em 2021.

Aliás, em 2021 e 2022, o Brasil também superou, com folga, as expectativas de crescimento econômico do início do ano. Em ambos os anos, o crescimento foi mais de 1,5 p.p. maior do que a maioria imaginava no início do ano. Neste ano, a diferença positiva será maior ainda.

Antes da divulgação dos dados do PIB do 2º trimestre, as projeções do relatório Focus do Banco Central, que calcula uma média das projeções de todos os

economistas, apontavam para um crescimento de 2,3%. De lá para cá, a expectativa de crescimento vem subindo semana a semana e já atingiu 2,9%. Vai subir mais. O crescimento do PIB nesse ano vai superar os 3% registrados no ano passado, quando a economia brasileira cresceu tanto quanto a China pela primeira vez em mais de 50 anos.

O crescimento do PIB não tem se limitado a um único setor. A indústria liderou o crescimento no 2º trimestre; o setor de serviços vem crescendo de forma sustentada há muito tempo e a agropecuária, que registrou queda do PIB no 2º trimestre, será o setor de mais crescimento no ano, em função de um crescimento espetacular no 1º trimestre: 21,6%.

O Brasil está se beneficiando de fortes exportações de commodities e grande entrada

de investimentos estrangeiros tanto na renda fixa quanto no início de novas operações no país, expansão das operações existentes e compra de empresas brasileiras por empresas estrangeiras. Além disso, a recuperação do emprego e da renda e a aceleração da oferta de crédito que ocorrerá devido à queda dos juros no final desse ano e no ano que vem, também vão impulsionar o desempenho da economia brasileira.

Esses fatores econômicos transcendem a política - já aconteciam no governo anterior e continuam a acontecer no atual - e sinalizam um futuro de crescimento mais forte do que imaginado pela maioria nesse ano e no ano que vem. ■

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



Petrol®

56 anos de sucesso e qualidade.

Comemoramos
56 anos de tradição e excelência!

A marca **Petrol**, ao longo dos anos, tem sido sinônimo de qualidade e resultados comprovados.

Nossa jornada até aqui é motivo de orgulho, mas não vamos parar por aqui. Vamos continuar a **innovar, superar desafios e ir além**, sempre entregando o melhor aos nossos clientes.

Junte-se a nós e faça parte dessa história de sucesso!

#PetrolAlémDosLimites

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



PRIMEIRAS MULTAS APLICADAS PELA AUTORIDADE NACIONAL DE PROTEÇÃO DE DADOS

LGPD

Por Lília Loffredo

A ANPD aplicou sanções contra a empresa Telekall Infoservice, uma microempresa, em julho de 2023. Foram as primeiras ações sancionadoras adotadas pela Autoridade, desde que fora criada.

Tudo começou com uma denúncia de que a Telekall ofertava aos seus clientes uma listagem de contatos de WhatsApp de eleitores para fins de veiculação de material de campanha eleitoral, na época das eleições municipais, em Ubatuba/SP.

A partir disso, a ANPD lavrou um Auto de Infração, deflagrando o Processo Administrativo Sancionador, no qual houve amplo exercício do direito de defesa pela empresa investigada.

Contudo, as teses e documentos apresentados pela empresa, durante o processo administrativo, não convenceram a ANPD de que os tratamentos de dados pessoais eram legítimos, à luz da Legislação de Privacidade vigente.



Em razão disso, a ANPD entendeu por bem aplicar as seguintes sanções: i) de advertência, por falta de presença de Encarregado de Proteção de Dados (DPO), já que a microempresa realizava tratamentos de alto risco que impactavam direitos e liberdades individuais dos titulares dos dados pessoais; e ii) multas, por falta de

comprovação de base legal para o tratamento de dados pessoais e de apresentação de documentos essenciais (que toda empresa, não importa o tamanho, deve ter: os registros de operações de tratamento de dados e os relatórios de impacto sobre a proteção de dados pessoais).

Houve desrespeito ao atendimento às requisições da ANPD durante a fiscalização da empresa, razão pela qual as multas se acumularam. Ao final, foram aplicadas multas simples, as quais totalizaram o montante de R\$14.400,00.

É importante explicar que, por ser uma microempresa, o valor para cada infração ficou limitado a 2% do seu faturamento bruto, conforme art. 52, II, da LGPD.

Como a Telekall teve oportunidade, mas não demonstrou qual era o valor de seu faturamento bruto (ficou inerte após ter sido questionada, no curso do processo), a Autoridade considerou o teto estabelecido em R\$ 360.000,00 para microempresas, conforme estabelecido na Lei Complementar 123/2006.

Considerando tais aspectos, como Advogada e DPO, quais as minhas percepções iniciais sobre esta importante notícia no cenário da proteção de dados pessoais?

Enfim como esta decisão da ANPD impacta o setor de lubrificantes, considerando os players deste mercado?

- i. que não apenas a lei pegou, como as sanções estão sendo impostas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados – ANPD, que levou um tempo para se estruturar e exercer todas as funções previstas na LGPD, incluindo a fiscalizatória e a sancionatória;
- ii. que não apenas as grandes organizações serão sancionadas pela ANPD, por descumprimento da Legislação de Privacidade

de vigente (CRFB/88, LGPD e Normas Regulatórias da ANPD). Esta primeira atuação da ANPD, no papel de fiscal da LGPD, por excelência, teve como alvo um pequeno negócio;

- iii. que no ecossistema do mercado de lubrificantes, os distribuidores, atacado e varejo, todas os players, independentemente do porte devem rever e reestruturar suas práticas de coleta e manejo de dados pessoais para estarem em conformidade com a Legislação de Privacidade, evidenciando essas ações por meio de documentos apresentáveis e inteligíveis, independentemente de uma concreta fiscalização e/ou formulação de demanda de titulares de dados pessoais tratados;

iv. que cabe ao agente de tratamento de dados de pequeno porte o ônus da prova de demonstrar que não realiza atividades de alto risco para os titulares dos dados pessoais para que possa se valer da dispensa de contratação de Encarregado de Proteção de Dados (DPO);

v. que, sim, a transparência no tratamento de dados pessoais, a prestação de contas e a responsabilização dos agentes de tratamento de dados pessoais são essenciais para que os controladores e os operadores exerçam suas atividades nos trilhos da Governança corporativa sustentável, ética e responsável (ESG), no panorama do mercado de lubrificantes. ■

Lília Loffredo é advogada, DPO e consultora jurídica na DPO Expert.



areon[®]
QUALITY PERFUMES

areon[®]
QUALITY PERFUME

SEJA UM REVENDEDOR | **SEJA UM DISTRIBUIDOR**
Entre em contato:  (47) 99141-8999 | Entre em contato:  (47) 99173-1837

SindiLub



Você conhece o SindiLub?

A história do SindiLub foi escrita a partir da união de empresários de revenda atacada de lubrificantes e com parceiros importantes (novembro/1992).

O SindiLub criou uma divisão para atender o varejo de lubrificantes, mesmo que em sua essência nunca deixou de defender os interesses do varejo (junho/2023).



Missão Varejo

Promovemos a excelência e a sustentabilidade no setor de lubrificantes, oferecendo suporte, conhecimento e vantagens competitivas aos associados. Nosso objetivo é impulsionar o crescimento e a inovação no varejo automotivo.

- sindilub.org.br
- [instagram.com/sindilub](https://www.instagram.com/sindilub)
- [facebook.com/sindilub](https://www.facebook.com/sindilub)
- [linkedin.com/company/sindilub](https://www.linkedin.com/company/sindilub)



Benefícios aos Associados SindiLub



Assessoria Jurídica Especializada – Consultiva

Direito Trabalhista • Direito Tributário • Direito Civil • Direito Ambiental • Direito Empresarial

Agenda tributária

Oferecemos informações, serviços e suporte aos associados sobre impostos, planejamento tributário e recuperação de créditos.



LGPD – Lei Geral de Proteção de dados Pessoais

Os associados podem desfrutar de desconto no convênio que firmamos com uma empresa especializada em proteção de dados. É essencial compreender os aspectos dessa lei e como ela pode afetar sua estratégia de vendas. Atualmente, a adequação à LGPD é uma realidade que todas as empresas precisam enfrentar.

Convênio com a Plumas Contábil

Os associados recebem um desconto diferenciado nos contratos de serviços contábeis.



Convênio com a GarageHero Sistema

Os associados têm descontos especiais na contratação de serviços de gestão para as lojas e trocas de óleo.



Convênio com a Credisan – Instituição Financeira

Os associados do SindiLub têm condições especiais, as melhores taxas em produtos e serviços.

OLUC / CADRI – Isenção para associado



Os associados em São Paulo são isentos de apresentar um plano de logística reversa de OLUC individual e da emissão do CADRI - Certificado de Movimentação de Resíduos de Interesse Ambiental, conforme o Termo de Compromisso assinado em dezembro de 2022 pelo SindiLub e outras seis entidades com a CETESB - Companhia Ambiental do Estado de São Paulo.

Programa "JuntosPelaQualidade"



O SindiLub lidera o combate à pirataria no mercado de lubrificantes com o movimento "JuntosPelaQualidade", contra a produção e comercialização de lubrificantes clandestinos e irregulares.

Mídias sociais

Nossas redes sociais - Instagram, LinkedIn, Facebook e YouTube - permitem a interação com os associados e diversos parceiros, com conteúdo informativo, divulgação de eventos e ações da entidade. O novo associado tem um post exclusivo da sua empresa.



Revista SindiLub Press

A publicação aborda assuntos do setor, novidades sobre produtos e serviços, além de reportagens sobre economia e política setorial.

O poder das ações invisíveis



Trabalhamos na articulação e representação dos interesses dos empresários junto aos órgãos governamentais, defendendo a posição do setor perante as autoridades administrativas e judiciárias. Chamamos de ações invisíveis porque a maioria dos empresários não tem conhecimento dos resultados positivos que essas ações trazem para todo o setor.



SindiLub

Associe-se! Juntos somos mais fortes!

Contate o SindiLub, (11) 3644-3440 / contato@sindilub.org.br
Sindicato Interestadual do Comércio de Lubrificantes - SINDILUB
R. Tripoli, 92 - cj. 82 - São Paulo-SP

PELO INTERESSE DO VAREJO

Nova divisão do Sindilub oferece suporte ao comércio varejista de lubrificantes e promove a excelência e sustentabilidade do setor. Faça parte!

SINDILUB EM AÇÃO

Por Renato Vaisbih

O Sindilub criou recentemente uma divisão com o objetivo de ampliar sua atuação no setor de varejo de lubrificantes. Desde a sua criação, em 1992, com a união de empresários da revenda atacadista, a entidade sempre teve em sua essência a defesa de todo o segmento, incluindo em suas pautas o varejo.

Agora, seguindo as tendências de crescimento e inovação no mercado automotivo, o varejo de lubrificantes ganha atenção especial, promovendo a excelência e a sustentabilidade do setor, oferecendo suporte, conhecimento e benefícios aos associados.

BENEFÍCIOS

Confira a seguir algumas das vantagens exclusivas para os associados:

Os empresários contam com assessoria jurídica especializada para tirar dúvidas nas áreas do Direito Trabalho, Direito Tributário, Direito Civil, Direito Ambiental e Direito Empresarial.

Na área tributária, o Sindilub acompanha e compartilha informações sobre decisões judiciais que podem acarretar a recuperação de créditos relacionados a impostos pagos a mais, sempre com o suporte e prestação de serviços.

GT-OIL

OPTIMUM 15W40 API-CK4 AGORA COM HOMOLOGAÇÃO DTFR 15C100 PELA MERCEDES-BENZ

Lubrificante com níveis de desempenho API CK-4, ACEA E7, ACEA E11.

Com formulação premium e alto desempenho, o Optimum foi desenvolvido para a última geração de motores de veículos pesados. Aprovado para uso em motores Mercedes-Benz EURO V e IV que requerem a norma DTFR 15C100*.



Baixe a carta de homologação

HOMOLOGADO:
DTFR 15C100



*Antiga MB 228.31

www.gtoil.com.br

[gtoil](https://www.instagram.com/gtoil)

[@gtoillubrificantes](https://www.facebook.com/gtoillubrificantes)

[linkedin.com/company/gtoil](https://www.linkedin.com/company/gtoil)

Além disso, destaca-se o auxílio para o planejamento tributário, com situações em que a maneira como as informações das empresas é apresentada aos órgãos públicos pode reduzir o valor dos tributos.

CONVÊNIOS

Os associados do Sindilub podem desfrutar de diversas vantagens em convênios da entidade com outras instituições e empresas.

Um exemplo é a parceria com uma empresa especializada em proteção de dados, para que todos os empresários do setor de lubrificantes tenham a oportunidade de adequar seus negócios à LGPD - Lei Geral de Proteção de Dados.

Outro convênio é com a Plumas Contábil, conceituada empresa de serviços contábeis com experiência em negócios relacionados ao segmento automotivo, com descontos especiais.

Com a Garage Hero Sistema, são assegurados descontos para os associados do Sindilub na contratação de serviços para a gestão de estabelecimentos comerciais e trocas de óleo.

A Credisan, instituição financeira, oferece condições exclusivas em produtos e serviços financeiros, com taxas especiais.

REPRESENTATIVIDADE

O Sindilub atua na articulação e representação dos interesses dos empresários do setor de lubrificantes junto aos órgãos governamentais, defendendo os interesses e a posição do conjunto perante autoridades em diversas áreas, como administrativa, judiciária ou ambiental.

Essa representatividade é fundamental, porque, apesar de nem sempre ter resultados imediatos e de grande visibilidade, asseguram um bom ambiente de negócios para todos.

Em 2022, por exemplo, o Sindilub encabeçou o movimento #JuntosPelaQualidade, assumindo a liderança no combate à pirataria no mercado de lubrificantes, contra a produção e comercialização de produtos clandestinos e irregulares.

A iniciativa resultou em mais atenção dos órgãos públicos para o problema, aumento nas ações de fiscalização, autuações, interdições e apreensões de lubrificantes.

A força do Sindilub também se faz presente em diversas outras áreas, como em São Paulo, onde a entidade assinou um Termo de Compromisso no final de 2022, junto com outras instituições e a CETESB – Companhia Ambiental do Estado de São Paulo, garantindo isenção aos associados paulistas de apresentar individualmente um plano de logística reversa de OLUCLUC e da emissão do CADRI – Certificado de Movimentação de Resíduos de Interesse Ambiental.

O Sindilub ainda representa o setor, tornando públicas informações relevantes nas redes sociais Instagram, LinkedIn, Facebook e Youtube, também possibilitando a interação com os associados e parceiros.

Na revista Sindilub Press são abordados assuntos de interesse do setor, novidades sobre produtos e serviços, além de reportagens sobre economia e política setorial.

Varejistas de lubrificantes de todo Brasil estão convidados a fazer parte do Sindilub!

Mais informações podem ser obtidas pelo nosso telefone: (11) 3644-3440 ou pelo e-mail: contato@sindilub.org.br. ■



A man in a grey suit and dark shirt is speaking at a conference. He has his right arm raised and is looking towards the audience. In the background, the word 'FUTURO' is visible in large, white, stylized letters. A large, green, hand-drawn question mark is superimposed over the text.

FUTURO INCERTO?

O futuro econômico do Brasil e do mundo é cheio de incertezas, mas, com a **orientação certa**, você estará mais preparado para enfrentar qualquer desafio.

Uma palestra do **Ricardo Amorim** pode ajudar você e seus clientes.

RICAM

www.ricamconsultoria.com.br

EVENTO

Por Renato Vaisbih

O XIII Encontro Internacional com o Mercado, realizado no final de junho, no Rio de Janeiro, pela Editora Onze que edita o Portal Lubes em Foco, teve público recorde de quase 400 participantes de diversos países e debates sobre os mercados de lubrificantes e óleos básicos, com vinte patrocinadores e nove expositores.

A programação com 21 palestras e dois painéis teve como um dos principais destaques o painel sobre qualidade dos lubrificantes no Brasil, com a participação do diretor estratégico do Sindilub, Laercio Kalaskas; o diretor-executivo do Simepetro, Nilson Morsch; e o gerente de lubrificantes do IBP, Giancarlo Passalacqua.

ATENÇÃO AO MERCADO

Evento internacional destaca preocupação com a qualidade dos lubrificantes e trabalho de entidades, com o Sindilub à frente, contra produtos irregulares

Para o diretor da Editora Onze e coordenador desse painel, Pedro Nelson Belmiro, “foi claramente demonstrado que as entidades estão preocupadas com a qualidade dos produtos e trabalham juntas para minimizar os efeitos nocivos da venda de lubrificantes irregulares e/ou clandestinos”.

Belmiro ainda comemorou que “o Encontro com o Mercado tem se tornado uma referência para a América Latina e tem a missão de trazer o conhecimento tecnológico para a região, facilitar o entendimento das relações de mercado e promover oportunidades para ampliar o networking entre



os participantes. Ficamos muito satisfeitos com o resultado do evento e a grande participação das empresas e entidades ligadas ao universo dos lubrificantes, trazendo uma boa expectativa quanto ao amadurecimento e desenvolvimento do mercado brasileiro de lubrificantes”.

ENGAJAMENTO

Kalauskas apresentou as ações do programa #JuntosPelaQualidade, lembrando pontos importantes, como o estímulo a denúncias, campanhas de conscientização, divulgação das apreensões e a utilização da mídia para ampliar a abrangência da comunicação.

“A ANP não vai resolver tudo sozinha e por isso é necessário o engajamento de todos os agentes do setor, como os produtores de óleos básicos, rerrefinadores, fabricantes, importadores, atacadistas, varejistas, os trabalhadores do setor e até o consumidor final. Todos precisam estar envolvidos com a campanha e suprir a ANP de informações. Temos consciência de que o orçamento da Agência não é suficiente para a fiscalização em todo o Brasil. Conhecen-



LAERCIO KALAUSKAS

do as dificuldades, a gente pode contribuir, debatendo o mercado e maneiras de como tornar a fiscalização mais eficiente”, apontou o diretor do Sindilub.

De acordo com ele, “com essa preocupação de difundir informações e combater os produtos clandestinos, o Sindilub deu início a uma agenda voltada para o varejo de lubrificantes, criando uma Câmara Setorial que vai promover um melhor ambiente para os negócios. A não-conformidade não acontece só entre os produtores. Acontece também no varejo, por exemplo, com a venda a granel, onde comercian-

tes pegam uma marca conhecida, com credibilidade, e colocam nas bombonas um produto que não tem uma boa qualidade, que foi produzido clandestinamente”.

DENÚNCIAS

Na apresentação de Morsch, chamaram a atenção as denúncias feitas pelo Simepetro ao Ministério Público de São Paulo contra dezoito produtores de lubrificantes. Segundo ele, a entidade monitora o mercado há anos e, em 2021, decidiu fazer um ofício para

An advertisement for LUBES ACADEMY. The top left features the LUBES ACADEMY logo, which consists of a stylized orange flame or drop shape next to the text "LUBES ACADEMY". Below the logo, the text "TREINAMENTOS IN COMPANY" and "CURSOS EMPRESARIAIS" is written in bold, white, sans-serif font. At the bottom left, "100% ONLINE" is written in white, and "DESCONTO ESPECIAL SINDILUB" is written in white on an orange rounded rectangular background. In the center, there is a 3D rendering of a car engine with yellow oil splashing around it. On the right side, a dark grey box contains the text "CURSOS:" followed by a list of courses: "Iniciação na Lubrificação", "Lubrificação Automotiva", "Lubrificação Industrial", "Técnicas de Negociação", and "Spin Selling - Técnica de Vendas". Below this box, the text "ACESSE:" is followed by the website "lubesacademy.com". At the bottom right, there is a QR code.

a ANP com uma listagem de empresas que não seguiam as regulações definidas pelo órgão.

“Depois da comunicação à Agência, estendemos a ação a um outro patamar, buscando o MP para apresentar os impactos negativos para os consumidores e ao meio ambiente. Com as denúncias, o mercado fica em alerta, gerando mais cuidados com empresas que não querem jogar o jogo de forma correta. Um exemplo disso é que, neste ano, tivemos uma redução considerável de 15% nas empresas que se registraram como agente regulado pela ANP para a produção de lubrificantes, em comparação ao ano passado. Porém, aumentaram as empresas que estão terceirizando suas produções, o que também demanda uma atenção especial”, afirmou o diretor-executivo do Simepetro.

Ele defendeu mudanças na Resolução ANP nº 18/2009, que “estabelece os requisitos necessários à autorização para o exercício da atividade de produção de óleo lubrificante acabado, e a sua regulação”.

“Fizemos sugestões à ANP para atualização da Resolução ANP nº 18, que precisa ser modernizada porque é de 2009 e o nosso mercado já teve vários avanços, tanto para o lado positivo quanto para o negativo. A Resolução, em alguns pontos, precisa ser mais restritiva, minimizando ao máximo as ações de empresas que não querem seguir a regra”, ponderou.

Morsch complementou que “o programa #JuntosPelaQualidade, capitaneado pelo Sindilub de uma forma muito coerente, ajudou que os atores tivessem uma voz única sobre a qualidade dos lubrificantes e fazendo que o agente regular passasse a dar um apoio maior, gerando resultados importantes, como as apreensões. Além disso, precisamos que



outras entidades também participem dessa construção, como a Fecombustíveis, Sindirepa e outras. Vemos que desta forma, unidos, vamos ter resultados muito melhores e consistentes”.

LISTA DE NÃO-CONFORMES

Na opinião de Passalacqua, “tivemos um debate muito proveitoso durante o qual pudemos elencar as principais ações e iniciativas tomadas pelos agentes envolvidos no sentido de coibir as irregularidades que tanto prejudicam o setor e, principalmente, o consumidor.”

O gerente de lubrificantes do IBP ainda ressaltou que “existem várias iniciativas que estão sendo feitas no setor para combater as irregularidades, como a aproximação com as forças policiais e com o poder público de forma geral, instruindo a respeito das características dos lubrificantes”.

Ele ressaltou a importância do Programa de Monitoramento de Qualidade de Lubrificantes (PML),

da ANP, e o site Óleo Certo, iniciativa do IBP com orientações para acessar a lista dos lubrificantes não-conformes divulgada nos boletins do PML, que não devem ser comercializados pelos revendedores.

TEMAS RELEVANTES

Além das iniciativas contra os lubrificantes clandestinos, o XIII Encontro Internacional com o Mercado apresentou temas de destaque a respeito do setor no Brasil, na América Latina e no mundo, como tecnologia, legislação e números de mercado, inclusive com a participação de empresas de outros países da região, dos Estados Unidos, China e Emirados Árabes.

O diretor-presidente da Lwart Soluções Ambientais, Thiago Trentcenti, apresentou as iniciativas da empresa nos últimos dez anos e os planos para a próxima década, na palestra “Soluções ecoeficientes que preservam o planeta”.

O engenheiro Sandro Brito, CEO da Raízen Lubrificantes, partici-



pou do painel “Mercado de Lubrificantes na Visão de Um Grande Produtor”, destacando a transição energética e como questões relacionadas à infraestrutura, hábitos do consumidor e tradições estão travando algumas situações, enquanto Europa, China e EUA estão puxando o processo de eletrificação. Para ele, “a morte do ‘low viscosity’ - lubrificantes de baixa viscosidade - ainda está muito distante, especialmente no cenário nacional”.

A eletrificação também foi tema da palestra de Chris Castanien, que ocupa o cargo de Global Industry Liaison na Chevron Base Oil e é membro da SAE, ASTM e participa como membro líder dos comitês do American Petroleum Institute (API). Com o título “Os veículos elétricos estão vindo. Mas como eles serão recebidos?”, o executivo tratou dos desafios da sociedade internacional, com atenção específica às questões ambientais.

Os óleos destinados aos veículos de passageiros com motores híbridos foram tema da participação de Fabio Araujo, gerente de produtos América Latina para óleos de motor da Lubrizol.

Analista de Estudos Econômicos da FIRJAN (Federação das Indústrias do Rio de Janeiro), a economista Janine Pessanha de Carvalho falou sobre as perspectivas para o Brasil e o mundo, defendendo as reformas tributária e administrativa, “necessárias para viabilizar o equilíbrio fiscal”.

Amanda Hay, Editora-Gerente Adjunta para as Américas da I.C.I.S. - Independent Commodity Intelligence Services, abordou destaques do mercado internacional de óleos básicos, como o fato de a Ásia ter despontado no ano passado como um “feroz concorrente” da América Latina; as vantagens logísticas deram aos EUA uma posição privilegiada como fornecedor para a América Latina; e como as sanções

continuam a bloquear o comércio entre a Rússia e países ocidentais.

Gerente-executivo da recém-criada Unidade de Negócios de Base Oil na ICONIC, Marcelo Guimarães também analisou o mercado internacional de óleos básicos, mas com um olhar específico para o posicionamento do Brasil no cenário atual e a localização geográfica estratégica das instalações da ICONIC, com destaque para o Rio de Janeiro.

A importância do litoral fluminense como região relevante para o setor de óleos básicos foi detalhada pelo representante da Petrobras, Ulysses Donadel, gerente de Comércio Interno de Produtos Especiais. De acordo com ele, “a importação de óleos básicos é abastecida por produtos de grandes players internacionais. Mais de 80% do volume importado entra pelo Rio de Janeiro, onde estão instaladas as principais plantas de lubrificantes do país”.

Outra empresa que marcou presença no evento foi a Acelen, subsidiária do grupo Mubadala, que adquiriu a refinaria RLAM da Petrobras, com Angelo Cozzolino, Head de Projetos Especiais para Comercial, Trading & Shipping. “Somos uma empresa de energia que nasceu para participar ativamente da transição energética no Brasil. Investimos mais de R\$ 1 bilhão na Refinaria de Mataripe, a segunda maior do país. Modernizamos as operações, ampliamos a relação com as comunidades e reduzimos o impacto sobre o meio ambiente”, afirmou.

Responsável pelos mercados de lubrificantes na América Latina como cientista associado em pesquisa e

desenvolvimento de produtos para o negócio de Soluções Industriais da Dow, Eduardo Lima fez a apresentação intitulada “A versatilidade dos poliglicóis como lubrificantes em aplicações com desempenho diferenciado”.

Dados do mercado automotivo e de lubrificantes na China foram mostrados por Guan Fei, pesquisador visitante da Northwestern University e gerente de produto da empresa Richful.

A missão de mostrar o cenário na Arábia Saudita ficou à cargo de Karthiben Mahendranathan, gerente Global de Desenvolvimento de Negócios da Kemipex, que desempenha esforços de crescimento e expansão nos mercados internacionais.

Ericsson Silveira, sócio-gerente da Vendas & Valor Assessoria e Representação Comercial Ltda., falou sobre embalagens de lubrificantes; enquanto Alexandre Iodi, sócio-diretor da Maxcor Indústria, apresentou processos relacionados aos rótulos e etiquetas das embalagens.

Rodolfo Ferreira, diretor de vendas Brasil na Afton Chemical, apresentou as evoluções das especificações técnicas dos óleos lubrificantes. Jorge Manes, que ocupa o cargo de Industry Liaison Advisor para a Infineum na América Latina, falou sobre óleo de motor diesel para serviço pesado. Já a evolução técnica dos óleos para composições ferroviárias foi o tema de Renan Ruas, gerente de vendas da América Latina para a linha de aditivos industriais e especialidades da Chevron Oronite do Brasil. ■

FIQUE POR DENTRO

Por Renato Vaisbih

A qualidade dos lubrificantes foi um dos temas principais da participação do diretor de Comunicação e Relações Institucionais do Sindilub, Thiago Castilha, participou do episódio 4 do Motul Cast, podcast da empresa Motul Brasil sobre “o mundo dos lubrificantes e tudo que abrange o assunto”.

Segundo o gerente de Comunicação e Marketing da Motul Brasil, Luan Maria, “a proposta dentro do podcast próprio é utilizar nossa experiência e know-how para desmistificar conceitos do mercado. Queremos compartilhar informações relevantes e de qualidade para aqueles que já acompanham o nosso trabalho e para uma nova audiência que busca se atualizar sobre tendências e inovações, além de procurar insights exclusivos e uma fonte confiável e acessível para se manter informada a respeito das novidades e transformações do setor. Esperamos que, por conta do alto nível dos nossos primeiros convidados, a imagem da Motul conquiste até mesmo uma projeção internacional”.

No episódio “Por trás dos óleos lubrificantes do mercado”, Castilha enfatizou que “realmente temos um tema polêmico para tratar. Virou uma doença nacional o problema do lubrificante clandestino ou falsificado. Isso está maltratando o consumidor, que nem vai perceber isso agora”.

O diretor do Sindilub lembrou do envolvimento da entidade no combate aos produtos irregulares desde 2007 e explicou a criação da campanha #JuntosPelaQualidade, com o objetivo de unir forças de toda a cadeia de lubrificantes.

“Existem no Brasil produtores muito bons, assim como excelentes mar-

PODCAST DESTACA QUALIDADE DOS LUBRIFICANTES



cas internacionais. Porém, como em qualquer setor, a gente tem uma parcela que vive no vício da qualidade, que trabalha de maneira para lucrar mais do que é justo e se aproveita da falta de conhecimento do consumidor. Para o consumidor identificar possíveis problemas, o primeiro ponto básico a observar é o preço”, afirmou Castilha.

O apresentador do podcast, Casio Cortes, jornalista, piloto e oficial driver da marca, apontou que a Motul, depois que passou a ter fabricação nacional, com grandes volumes e produtos voltados para carros e motos de entrada, a situação dos óleos clandestinos ou falsificados “se tornou uma pedra no sapato”, tornando necessário um trabalho de esclarecimento de

informações nos pontos de venda. “Quando a gente tem tantos atores mal-intencionados, acaba gerando a grande doença dos tempos modernos, que é a desinformação, que às vezes respinga nos players sérios”.

Rafael Recio, gerente de produtos da Motul, que também participou do programa, complementou que “grande parte do nosso trabalho é trazer informação para o mercado. A gente vem fazendo um forte movimento de mostrar que a Motul não é só uma marca francesa, mas uma marca brasileira, cada vez mais presente, pensada para o público brasileiro”.

A primeira temporada do Motul Cast teve 12 episódios no total, até o início de setembro de 2023. ■

Acesse:

Motul Cast ep. 4 - “Por trás dos óleos lubrificantes do mercado”

<https://www.youtube.com/watch?v=Hx65Btkgrvo>

<https://open.spotify.com/episode/7mqp5nSYg0HFxdMxnycoHX>

Motul Cast:

<https://www.youtube.com/@motulbr>

<https://open.spotify.com/show/4DPGcPscWoLcETc6YwtFFN>

Instagram Motul - @motulbr

TOP 1 OIL
PRODUCTS COMPANY

AGORA NO BRASIL



top1br.com.br



A número 1 em alto desempenho

Para quem procura o melhor desempenho e economia, a **tecnologia TOP1 é a escolha certa**. Todos os nossos produtos são desenvolvidos a partir de rigorosos padrões de qualidade e critérios técnicos que asseguram resultados eficazes em todas as aplicações.

A **qualidade e inovação TOP 1, é reconhecida** por fabricantes de equipamentos originais (OEMs) automotivos e pela Fédération Internationale de Motocyclisme (FIM).



Produzido por:



No Brasil os lubrificantes TOP 1 são produzidos pela Ultrax
www.ultraxbrasil.com.br • (14) 3283-8070 • sac@ultraxbrasil.com.br



Escolha viver. Decida pelo trânsito seguro.

*A segurança
começa com
a escolha certa.*



Fluido de freios
PARAFLU®