

Sindilub

A Revista do Mercado de Lubrificantes

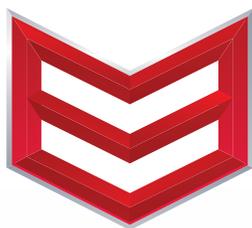
ANP facilita identificação de lubrificantes com registro

**#juntos
pela
qualidade**



Programa Mover deve
demandar a evolução
dos lubrificantes

Contribuição
do setor atacadista
para o rerrefino



EVORA
Lubrificantes



Performance das Pistas

PARA SUA MOTO



Conheça nossa linha completa de óleos e graxas lubrificantes.

19 3397-4800
evoralub.com.br

Quando a editora de redação da SindilubPress enviou-me o conteúdo desta primeira edição do ano para que eu lesse as matérias e preparasse esse singelo editorial, percebi que lá se foi o primeiro trimestre do ano.

Entramos no outono e já festejamos a Páscoa. Temos doze ótimas matérias para leitura nesta primeira edição do ano de 2024.

Mas antes registro que no final do mês de março realizamos todas as assembleias oficiais obrigatórias do Sindilub, e junto com a prestação de contas do exercício findo, discutimos os números do orçamento para este ano.

Mãos à obra, e peço a colaboração de todos para que consigamos atingir as metas propostas.

Há muito trabalho pela frente, difíceis, mas instigantes, o que nos dá a injeção de ânimo necessária para suplantar os desafios.

Notei que à exceção da interessante matéria sobre a privacidade de dados, as outras que a antecedem tratam especificamente do nosso negócio, o lubrificante. E são interligadas, na medida em que noticiam e comentam o aumento do consumo dos lubrificantes em decorrência do aumento nas vendas de veículos leves, incentivos governamentais para a indústria automobilística e, como não poderia passar em branco nessa edição, o meio ambiente, com a coleta do oluc e o rerrefino.

O meio ambiente sempre foi, é e será sempre pauta obrigatória nos trabalhos do Sindilub.



Destaque também para a comemoração de 50 anos da FUCHS, que destacou a importância do mercado brasileiro para a produtora, situando-o entre os dez maiores mercados da empresa no mundo.

Por ora, é só.

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

Programa Mover deve demandar a evolução dos lubrificantes	5
Boa notícia para o mercado de carros... e de lubrificantes também	6
ABNT define normas para o mercado de lubrificantes	8
ANP facilita identificação de lubrificantes com registro	10
Privacidade de dados: desafios enfrentados pelo setor de lubrificantes	12
Gulf Oil International Limited expande presença na América Latina com subsidiária no Brasil	14
Contribuição do setor atacadista para o rerrefino	16
Lucas Oil - VT Power fecham parceria inédita no país	18
ANP faz apreensão superior a 230 mil litros em 2023	20
Brasil é mercado TOP 10 para a FUCHS	22
Técnicos e analistas com certificação internacional	24
Líder no mercado apresenta mascotes	26

EXPEDIENTE

Abril - 2024, edição nº 160

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: 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.

PROGRAMA MOVER DEVE DEMANDAR A EVOLUÇÃO DOS LUBRIFICANTES

TECNOLOGIA

Por Renato Vaisbih

O Programa Mover – Mobilidade Verde e Inovação, anunciado pelo Governo Federal no final de 2023, deve ter impacto também na indústria de lubrificantes, uma vez que as montadoras de veículos terão de desenvolver novos tipos de motores, com maior eficiência e menor emissão de poluentes, exigindo uma adaptação dos óleos, aditivos e fluidos oferecidos no mercado nacional.

Essa mesma lógica já provocou transformações nos lubrificantes por ocasião dos dois programas de incentivos da administração federal anteriores, o Inovar-Auto, que estabeleceu metas até 2020, e o Rota 2030, que chegou ao fim na virada do ano, tendo sido substituído pelo Programa Mover, cuja Medida Provisória 1.205/2023 foi publicada no Diário Oficial da União dia 30 de dezembro de 2023.

Apesar de ainda ser necessária a aprovação da MP – para que seja transformada em lei – e a regulamentação de pontos importantes, já se sabe que os principais objetivos são apoiar a descarbonização dos veículos brasileiros, o desenvolvimento tecnológico e a competitividade dos produtos nacionais no cenário global.

Os incentivos fiscais serão prioritários às empresas do setor automotivo que investirem em projetos de sustentabilidade.

De acordo com a Agência Senado, “os incentivos durarão cinco anos, em que cada período terá um valor limite de créditos autorizados. Os valores deverão ser previstos no Projeto de Lei Orçamentária Anual e o total dos créditos financeiros não poderá ultrapassar R\$ 3,5 bilhões em 2024, R\$ 3,8 bilhões em 2025, R\$ 3,9 bilhões em 2026, R\$ 4 bilhões em 2027 e R\$ 4,1 bilhões em 2028”.

Assim, o total de incentivos previsto para o Programa Mover é superior a R\$ 19 bilhões, ultrapassando a média anual do extinto Rota 2030, que foi de R\$ 1,7 bilhão.

A proposta ainda define novas exigências para que o impacto ambiental das atividades das montadoras seja reduzido. Serão criadas, segundo a Agência Senado, “metas e requisitos relacionados a eficiência energética, emissão de dióxido de carbono, reciclagem veicular, tecnologias assistivas à direção, entre outros. O não cumprimento dos requisitos sujeitará o infrator a multas calculadas, entre outros aspectos, pela emissão de dióxido de carbono. A partir de 2027, ainda haverá novos requisitos relacionados à pegada de carbono (que mede as emissões de gases de efeito estufa) do produto no ciclo ‘do berço ao túmulo’, ou seja, da fase de extração da matéria-prima até o descarte do automóvel”. ■

CONHEÇA O DEITON ORION EURO PLUS 10W30

HOMOLOGADO PELA MERCEDES-BENZ

DTFR-APPROVAL 15C100 (228.31)

Lubrificante semissintético multiviscoso de alta performance, homologado pela Mercedes-Benz para atender as recentes especificações de motores a diesel com ou sem sistema de tratamento dos gases de escape, EGR (Sistema de Recirculação de Gases) e/ou SCR (Redução Catalítica Seletiva), inclusive os equipados com sistema DPF (Filtro de Particulados de Diesel). Aprovado para uso em motores Mercedes-Benz, cumprindo os requisitos de emissões das normas EURO V e EURO VI.

DEITON
Lubrificantes

deiton.com.br
(11) 2732-8020
@deitonlubrificantes
/deitonlubrificantes

APONTE A CÂMERA DO SEU CELULAR E SAIBA MAIS

A correlação com o mercado de veículos automotores costuma ser um importante termômetro para medir a temperatura do consumo de óleos lubrificantes em todo o mundo. Seguindo essa premissa, as perspectivas são boas para o setor de lubrificantes no cenário brasileiro, que teve bom resultado em 2023 e projeções otimistas para 2024, segundo a Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave).

Segundo a entidade, o ano passado fechou com alta de 12%, na comparação com 2022, com destaque para os segmentos de motocicletas (+16,1%) e automóveis e comerciais leves (+11,3%). Foi, inclusive, a primeira vez desde 2019 que o país registrou mais de dois milhões de automóveis e comerciais leves emplacados no ano.

O presidente da Fenabrave, José Andreta Jr., considera que o resultado deve ser comemorado, apesar de ainda ser distante do recorde histórico de 2012, quando foram 3,6 milhões de unidades emplacadas.

Na avaliação dele, “automóveis e comerciais leves tiveram um primeiro semestre desafiador, mas houve reaquecimento do mercado com os incentivos temporários do Governo Federal e com mais disponibilidade de crédito no último trimestre. O mês de dezembro, principalmente, teve um comportamento ainda melhor, em função das vendas corporativas. Agora, é preciso buscar alternativas para trabalhar o aumento de escala e o maior acesso ao crédito desses segmentos”.

O segmento de automóveis e leves elétricos teve a maior alta, com crescimento de 128,32%, com 19.332 unidades, contra 8.467 em 2022. Para a Fenabrave, o resul-

BOA NOTÍCIA PARA O MERCADO DE CARROS... E DE LUBRIFICANTES TAMBÉM

*Venda de veículos teve
alta de 12% em 2023,
beneficiando outros setores*

tado se deu por conta de redução de preços, mas o volume ainda é muito baixo.

O pior desempenho foi do segmento de caminhões, tendo sido o único com queda (-16,39%) ante 2022, justificada pelo custo da mudança de tecnologia exigida para o segmento, na análise da Fenabrave.

O resultado do segmento de tratores e máquinas agrícolas também deve fechar com queda, mas os números demoram um pouco mais para serem consolidados, uma vez que esses veículos não são emplacados e a Fenabrave depende de informações encaminhadas pelos fabricantes para medir os resultados.

Para 2024, a entidade projeta crescimento de 13,54%, com boas perspectivas para os automóveis e co-

merciais leves, podendo chegar a alta de 12%, com mais de 4,5 milhões de unidades emplacadas.

De acordo com Andreta Jr., “estamos prevendo uma possível melhoria na oferta do crédito, assim como um ambiente positivo na indústria, que terá mais incentivos para o desenvolvimento de novos produtos, a partir do Programa MOVER, recém-anunciado pelo governo”.

A melhor projeção é para o segmento de ônibus, que promete apresentar crescimento de 20%. “Este comportamento se deve a alguns fatores: Programa Caminho da Escola, que terá 16 mil novas unidades este ano; aumento do transporte rodoviário, em função da elevação dos custos das passagens aéreas; e à renovação de frota de ônibus urbanos”, finaliza o presidente da Fenabrave. ■

MOVING YOUR WORLD

By striving for perfection and unconditional reliability.



A FUCHS está em constante evolução, oferecendo soluções eficientes em lubrificantes para todos os segmentos, de maneira incondicionalmente confiável. E é exatamente assim que continuamos movimentando o mundo dos nossos clientes.

É isso que nos diferencia.

E essa é a base do nosso novo slogan: **MOVING YOUR WORLD.**



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

ABNT DEFINE NORMAS PARA O MERCADO DE LUBRIFICANTES

Vocabulário e requisitos para operações de troca de óleo são estabelecidos em documentos já publicados; qualificação dos profissionais do setor ainda está em debate

VAREJO

Por Renato Vaisbih

A Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) publicou duas novas normas técnicas relacionadas à troca de óleo lubrificante e ainda está elaborando um terceiro documento complementar.

Segundo José Luiz Albertin, chefe de Secretaria do Comitê Brasileiro Automotivo (ABNT/CB-005) - mantido pelos setores econômicos ligados ao seu escopo, que é "Veículos Rodoviários" -, as três normas técnicas fazem parte de um planejamento que verificou algumas necessidades do mercado.

"A primeira norma estabelece um vocabulário padronizado e a segunda, requisitos técnicos na operação da troca de óleo. A terceira norma, que ainda está em desenvolvimento, será sobre as competências do profissional que faz a troca de óleo", antecipa Albertin.

Para ele, "a norma sobre o vocabulário é muito importante porque permite uma comunicação clara e estabelece os limites do que é uma troca de óleo. No senso comum, quando se fala em troca de óleo, as pessoas pensam em postos de combustíveis. É muito comum envolver na troca de óleo atividades que não são inerentes a ela, como, por exemplo, o descarte de embalagens. Existe uma norma sobre o descarte de embalagens. Não é responsabilidade do

CONFIRA AS DUAS NORMAS TÉCNICAS JÁ PUBLICADAS PELA ABNT:

ABNT NBR 17159-1:2024

Veículos rodoviários automotores – Troca do óleo de motor

Parte 1: Terminologia

Data de Publicação: 28/02/2024

Esta Norma define os termos utilizados para a troca do óleo de motor em motores alternativos de combustão interna, de ciclo Otto ou diesel, de veículos rodoviários.

ABNT NBR 17159-2:2024

Veículos rodoviários automotores – Troca do óleo de motor

Parte 2: Requisitos

Esta Norma estabelece os requisitos para a troca do óleo de motor em motores alternativos de combustão interna, de ciclo Otto ou diesel, de veículos rodoviários.

trocador de óleo, mas é do posto de combustíveis".

O representante da ABNT complementa que, "com o vocabulário estabelecido, foi possível fazer a norma seguinte, que é de requisitos para a troca de óleo, que enumera várias condições técnicas que precisam ser atendidas".

Alguns exemplos de requisitos são a necessidade de deixar o carro nivelado, com o motor desligado pelo menos dez minutos antes de iniciar o serviço de troca de óleo e que sejam verificadas as recomendações do fabricante no manual do veículo.

O consultor Ruy Ricci, que representava o Sindilub à época em que as normas começaram a ser elaboradas e acompanhou todo o processo até o fim, afirma que "a normatização das operações de troca de óleo tem por objetivo assegurar a execução desses serviços de maneira padronizada, produtiva e segura, através de profissionais tecnicamente qualificados".

Na opinião dele, "a ideia da terceira norma vai valorizar os profissionais que executam esse serviço. Isso reforça a necessidade de o mercado dispor de profissionais que atendam as novas demandas de padrão de qualidade". ■



**A número 1 em alta performance,
agora no Brasil, com o melhor
custo benefício.**



Produzido por:
ULTRAX
LUBRIFICANTES



(14) 3283-8070

falecom@ultraxbrasil.com.br

www.ultraxbrasil.com.br

ANP FACILITA IDENTIFICAÇÃO DE LUBRIFICANTES COM REGISTRO

Novo Painel Dinâmico permite pesquisa de dados a partir do número de registro ou da marca comercial

CAPA

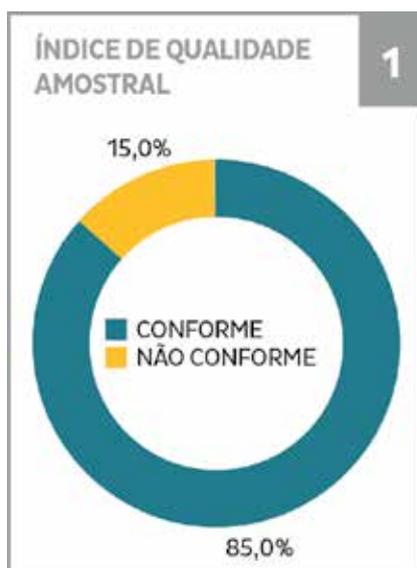
Por Renato Vaisbih

A comercialização de lubrificantes e graxas sem registro na Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) é um dos principais problemas enfrentados no mercado, sendo alvo de ações de fiscalização e um dos temas abordados pela iniciativa #JuntosPelaQualidade, lançada pelo Sindilub.

Com o objetivo de facilitar a consulta por parte de empresas, órgãos do governo, universidades e sociedade em geral, a ANP colocou no ar em janeiro o Painel Dinâmico de Registro de Graxas e Lubrificantes.

De acordo com a apresentação feita pela Agência, “o novo painel permite a pesquisa de dados a partir do número de registro ou da marca comercial, bem como na lista de todos os lubrificantes registrados. Há ainda seções de informações gerais sobre graxas e óleos lubrificantes e de perguntas e respostas mais frequentes sobre o tema. A atualização dos dados será semanal, conforme publicação de novos registros”.

O texto ainda enfatiza que graxas e óleos lubrificantes precisam obter registro na ANP para serem



comercializados no mercado brasileiro. Os critérios para obtenção do registro – incluindo as obrigações que devem ser observadas pelos detentores, produtores e importadores – são estabelecidas pela Resolução ANP nº 804/2019.

Também segundo a ANP, “o registro de óleos e graxas lubrificantes é atividade criteriosa, que envolve a análise de uma série de documentos e parâmetros fisi-

co-químicos nos laboratórios do Centro de Pesquisa e Análises Tecnológicas (CPT), em Brasília, e constitui a especificação dos óleos lubrificantes. Com o registro, a ANP cria um ambiente regulatório de fácil fiscalização e auditoria, permitindo ações céleres”.

As informações sobre os registros de produtos já eram divulgadas pela ANP, mas a Agência assegura que, com o novo painel,

a pesquisa será mais intuitiva, permitindo que os diferentes agentes econômicos e até mesmo os consumidores auxiliem na verificação dos produtos registrados.

O Painel Dinâmico de Registro de Graxas e Lubrificantes pode ser acessado pelo link <https://www.gov.br/anp/pt-br/centrais-de-conteudo/paineis-dinamicos-da-anp/painel-dinamico-de-registro-de-oleos-e-graxas-lubrificantes>.

QUALIDADE

A ANP ressalta que outras informações sobre graxas e óleos lubrificantes também são disponibilizadas no Painel Dinâmico da Qualidade dos Lubrificantes, que apresenta dados do Programa de Monitoramento dos Lubrificantes (PML).

A última edição de 2023 do Boletim do PML, publicada em 26 de dezembro, destacou a recomen-

dação de não comercialização de lubrificantes com aditivação insuficiente ou ausente e ainda dos produtos sem registro. A relação desses produtos está disponível no site da ANP.

O boletim trouxe o resultado da avaliação de 326 amostras, coletadas entre setembro de 2023 e outubro de 2023, em 249 municípios de 16 estados: Alagoas, Amapá, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Pernambuco, Paraná, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe.

Do total, 277 amostras (85,0%) estavam conformes em todos os quesitos analisados e 49 (15,0%) apresentaram ao menos um parâmetro fora de conformidade. **(VEJA FIGURA 1)**

Quanto à regularização do registro do produto na ANP, 316 amostras (96,9%) estavam conforme e 10 (3,1%) apresentaram ao menos uma irregularidade. **(VEJA FIGURA 2)**

A Agência destaca que a avaliação da qualidade foi realizada apenas nas amostras conformes em relação ao registro. Dentro dos parâmetros de qualidade, a aditivação foi avaliada por meio de análises dos elementos químicos cálcio, magnésio, fósforo, zinco, molibdênio e enxofre.

Os teores dos elementos químicos avaliados estavam de acordo com os valores declarados no registro na ANP em 294 amostras (93,0%) que, portanto, tiveram resultados conformes, enquanto 22 amostras (7,0%) apresentaram aditivação fora de especificação. **(VEJA FIGURA 3)**

Com as informações do PML e de participação das empresas no mercado, com informações encaminhadas por elas próprias ao Sistema de Informações de Movimentação de Produtos (SIMP), a ANP chega ao Indicador de Qualidade do PML, que foi de 96,99%. **(VEJA FIGURA 4)** ■



FONTE DOS GRÁFICOS: ANP



Link para Painel Dinâmico de Registro de Graxas e Lubrificantes:



PRIVACIDADE DE DADOS: DESAFIOS ENFRENTADOS PELO SETOR DE LUBRIFICANTES

JURÍDICO-LGPD

Por Lília Loffredo

Negócios são movidos por dados pessoais. Nesse contexto, uma série de desafios se apresenta ao setor de lubrificantes, à medida que as empresas buscam se adaptar a um rigoroso ambiente regulatório e às crescentes expectativas dos clientes – titulares de dados pessoais – em relação à privacidade.

Em primeiro lugar, convém enfatizar que as empresas do setor de lubrificantes manejam um grande volume de dados pessoais, desde o registro de clientes, transações de vendas, até dados de manutenção de equipamentos e cadeia de suprimentos.

Esses dados englobam uma variedade de informações pessoais cujos “donos”, titulares, são pessoas físicas, sejam clientes ou parceiros comerciais. Proteger o nome do cliente, seu endereço, seu número de telefone e as informações referentes ao pagamento é fundamental para manter a confiança deles e, portanto, para a saúde financeira do negócio.

Além disso, o setor de lubrificantes é composto por uma gama enorme de parceiros, fornecedores e prestadores de serviços terceirizados que a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) chama de “agentes de tratamento”. Assim, a cada operação que é feita com o dado pessoal, o risco de exposição das informações manejadas aumenta.



Nesse cenário, atividades como a coleta, o armazenamento, o compartilhamento, a alteração, a análise, a classificação, a avaliação ou o controle dessa informação, dentre outras operações feitas até que ocorra a efetiva exclusão ou anonimização dos dados, são consideradas operações de tratamento e devem ser claramente explicadas aos titulares dos dados pessoais.

Por excelência, o Aviso de Privacidade é o documento público, destinado aos titulares dos dados pessoais, que se presta a dar a eles a transparência necessária sobre quais dados são tratados, para qual finalidade, por quanto tempo, com quem serão compartilhados e como serão protegidos enquanto estiverem sob a custódia do agente de tratamento. Isso independe do porte do negócio e se aplica à toda a cadeia de suprimentos.

Por isso, recomenda-se que o Aviso esteja explícito no site e/ou no ambiente físico, a evidenciar a preocupação do agente de tratamento com a conformidade em relação à Legislação de Privacidade – LGPD e norma baixadas pela Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) – perante os titulares dos dados pessoais, que são os usuários dos serviços prestados ou os adquirentes dos produtos comercializados, e às autoridades fiscalizadoras.

Manter-se atualizado e em conformidade com as regulamentações específicas e complexas inerentes ao setor aumenta o desafio tanto quanto a progressiva digitalização de processos e sistemas expõe os envolvidos a constantes riscos e ameaças cibernéticas, incluindo ataques de hackers, ransomware e phishing.

Daí a importância de conscientizar os colaboradores dentro das organizações sobre o emprego de medidas de segurança da informação na rotina diária, proporcionais ao volume e à natureza do dado pessoal “tratado”.

As dificuldades expostas acima convidam as empresas do setor a olharem para seus negócios e a adotarem uma abordagem proativa e assertiva para lidar com dados pessoais em seus processos de negócios e políticas. ■

** Advogada formada pelo Mackenzie, é Data Protection Officer - DPO (Encarregada de Proteção de Dados – certificada pelo EXIN) e atua como consultora jurídica na DPO EXPERT.*

**VISITE NOSSO
ESTANDE**



Visite nosso estande na Autopar e descubra como estamos elevando os padrões da indústria, oferecendo produtos de alta performance e serviços personalizados.

 **Petrol**[®]

DRAFT[®]
HIGH PERFORMANCE



 @petrollubrificantes

APONTE A CÂMERA
DO SEU CELULAR E
ACESSE NOSSO SITE

MERCADO

Por Renato Vaisbih

A operação que começou a ser estruturada em 2023, envolveu a aquisição de fábrica de lubrificantes, seleção de parceiro licenciador para a bandeira da marca, em postos de combustíveis, e a definição das metas expansão de curto prazo em segmentos como agro.

Sob a liderança de Ramiro Ferrari, General Manager da Gulf Oil Brasil, um time de profissionais - com larga experiência no mercado de petróleo - implementou o planejamento desenhado, pela matriz da marca, para o Brasil, perfeitamente alinhado ao cronograma proposto, de modo a iniciar 2024 com a operação consolidada e plenamente ativa.

Lubrificantes - Para a produção dos lubrificantes Gulf destinados aos segmentos automotivo, industrial e agrícola, foi adquirida planta em Iperó - SP. A fábrica com capacidade de produção de 3.000.000 litros/mês em um turno, conta com 12 linhas de envase, 47 tanques de armazenagem de óleos básicos e mais de 4800 posições de paletes de armazenagem, para produto acabado.

A meta da empresa é ampliar a produção para 4.500.000 litros/mês, nos próximos meses para fazer face ao seu planejamento de expansão no mercado.

"Nosso principal foco, além dos aspectos de conformidade para produção de lubrificantes Premium da linha automotiva como Gulf Formula, Gulf Ultrasynth e Gulf Pride, apenas para mencionar alguns, reconhecidos e aceitos pelo mercado brasileiro, foi assegurar a manutenção da operação e garantir o engajamento dos colaboradores, por meio de amplo compartilhamento dos valores e tradição da marca Gulf", conta Ramiro

GULF OIL INTERNATIONAL LIMITED EXPANDE PRESENCIA NA AMÉRICA LATINA COM SUBSIDIÁRIA NO BRASIL

A marca global do setor de energia e lubrificantes, consolida o estabelecimento de sua subsidiária no Brasil - Gulf Oil Brasil -, iniciando as operações com a fabricação e distribuição de seus lubrificantes, em planta própria, e o licenciamento de sua bandeira para postos de combustíveis.

A iniciativa reforça o compromisso da Gulf com a região latino-americana e marca o início de um ciclo de crescimento e colaboração no país.



RAMIRO FERRARI

FOTO: DIVULGAÇÃO

A oferta de produtos – anteriormente, disponibilizados por distribuidor no Brasil – segue a mesma, devendo receber acréscimos, alinhados com o portfólio global da marca, ampliando a gama de lubrificantes, especificações e aplicações.

Postos de combustíveis – Marca pioneira, responsável pelo primeiro posto de combustíveis de varejo do mundo, em 1913, a Gulf estabeleceu legado de liderança e inovação contínua no segmento, atestada pela presença da bandeira em mais 1400 postos, em 26 países.

Em parceria com a Fit Combustíveis, licenciadora da marca para postos no Brasil, a meta da empresa é inaugurar 200 estabelecimentos com a bandeira Gulf até o final deste ano. O trabalho já foi iniciado e, até o momento, já são 20 postos de combustíveis

operando sob a bandeira Gulf, nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo, agregando todos os benefícios da tradição da marca.

Legado – O pioneirismo marca a história da Gulf em cada etapa de sua trajetória iniciada em 1901. Foi a primeira empresa a iniciar operação de perfuração de água, em 1910, e a primeira petroleira a registrar suas cores – a icônica combinação azul e laranja – em seus carros de corrida.

Presença constante nas pistas de competição, a Gulf coleciona dezenas de vitórias no automobilismo, em diversas categorias, há quase 90 anos. Pelo segundo ano consecutivo, parceira da equipe Williams no Campeonato Mundial de Fórmula 1, a marca tem expectativas otimistas para a temporada de 2024.

Parcerias que compartilham o DNA da Gulf – inovação e trabalho conjunto – são parte essencial da trajetória da marca. Destaca-se, também, a associação com a McLaren Automotive para a qual foi desenvolvido o lubrificante de primeiro enchimento e que é recomendado pela montadora.

Mike Jones, CEO mundial da Gulf Oil, comenta as expectativas da expansão da marca no mercado latino-americano, particularmente no Brasil, “A Gulf opera em todos os continentes do mundo, mas estamos realmente focando muito na região da América do Sul e, em particular, no Brasil. O Brasil é o maior mercado de lubrificantes da América do Sul e tem um potencial real para uma marca como a Gulf se destacar. Estamos buscando crescer rapidamente. Queremos investir muito na busca deste objetivo.” ■



SINDILUB EM AÇÃO

Por Renato Vaisbih

A primeira Matinal Sindilub de 2024, realizada em fevereiro, teve como convidado o empresário Thiago Trecenti, CEO da Lwart Soluções Ambientais, para falar sobre sua experiência, especialmente sobre governança e sucessão nas empresas, o mercado de rerrefino, coleta de resíduos - com destaque para o oluc. No final do bate-papo ainda se colocou à disposição para futuras discussões a respeito de como o setor atacadista de lubrificantes pode contribuir para a coleta de resíduos e a valorização do processo de rerrefino.

A Lwart Soluções Ambientais é referência na produção de óleo básico do Grupo II na América Latina. Recentemente, anunciou investimento de R\$ 1 bilhão para expansão do seu parque produtivo, em Lençóis Paulista (SP), com o objetivo de aumentar a produção em 50% a partir de 2025, passando dos atuais 240 milhões de litros/ano para 360 milhões de litros/ano. Com isso, a empresa se tornará a segunda maior rerrefinaria do mundo.

Questionado pelo Diretor Estratégico do Sindilub, Laercio Kalaszkas, sobre os desafios da governança corporativa e da sucessão familiar, um problema comum no setor atacadista de lubrificantes, Trecenti confessou que, apesar de estar há vinte anos na empresa, não tinha a pretensão e nem expectativa de assumir esse papel.

“Eu joguei bastante basquete na adolescência e tinha vontade de ser jogador. Meu pai sempre falava que teu tinha que fazer aquilo que ia me fazer feliz. Mas eu também tinha senso crítico e entendi que não ia ser um bom jogador”, conta.

Trecenti cursou Engenharia Mecânica de Produção e se aproximou dos negócios da família, que

CONTRIBUIÇÃO DO SETOR ATACADISTA PARA O RERREFINO



tinham quatro irmãos como sócios, incluindo seu pai. “Começamos a enxergar que a família cresce mais rápido do que os negócios. E é difícil você encaixar todo mundo. A gente vê o histórico tradicional de empresas familiares em que o pai tem três filhos e aí ele quer encaixar todos os filhos na empresa. Isso fica difícil depois porque a empresa não cresce tão rápido assim, não tem posição para todo mundo. O nosso caso ainda era de quatro irmãos. Cada um teve dois filhos e cada filho, teve mais três filhos ou dois. A família cresceu muito rápido”, avalia.

A Lwart percebeu há cerca de trinta anos, então, que era necessários criar regras para os herdeiros trabalharem na empresa, como ter pelo menos um curso superior, falar uma língua estrangeira e ter uma experiência fora de qualquer negócio da família.

O executivo conta que, “depois que eu me formei, fui para o mercado de trabalho procurar emprego como qualquer outra pessoa, independentemente de ser herdeiro. Fui trabalhar em uma empresa do setor têxtil como engenheiro de produção”.

Um dia, nessa empresa, o motorista da Lwart foi fazer a coleta de óleo usado e reconheceu Trecenti. A notícia de quem era ele se espalhou ao ponto de ser chamado pelo chefe e tomar uma reprimenda: “você está aqui só de passagem?”, questionou o superior. Os dois chegaram a um acordo de que, se fosse para a empresa da família, Trecenti avisaria com antecedência de um ano. Ele acabou ficando cinco anos antes de ir para a Lwart.

Ele foi o primeiro a seguir as regras da sucessão familiar e, mesmo assim, consideraram que era necessário ter uma experiência interna-

cional. “Me arrumaram um estágio em uma empresa de celulose no Canadá. Ai todo mundo fala que é superlegal. Mas ninguém conta que fui morar quase na divisa com Alasca, numa cidade tinha nove meses de inverno, com 30 graus negativos. E eu casei vinte dias. Foi uma bagunça, muita coisa mudou na minha vida”.

PESSOAS

A Matinal Sindilub com o CEO da Lwart Soluções Ambientais também abordou o momento da quebra de paradigmas entre gerações, destacando a introdução de novas tecnologias e renovação de pessoal. Ele revela que, por volta de 2012, a empresa chegou a ter um processo gradativo de mudanças, com pessoas novas chegando e duas equipes de gestão.

“Tudo mundo sabia que depois que a linha nova entrasse em operação a gente ia ter um processo de saída das

pessoas. Talvez porque isso tenha sido bastante comunicado, com antecedência, acabou sendo relativamente tranquilo”, afirma.

Ao falar sobre a formação de equipes, Trecenti complementa que “a primeira coisa que é superimportante, chama amor. Você tem que fazer com que essas pessoas, desde o começo, peguem amor pela empresa. E você precisa ter um ambiente de trabalho que seja mágico, harmônico, onde as pessoas se respeitam. O respeito tem que ser muito grande, é uma condição para a organização funcionar”.

O CEO também aponta a preocupação com a formação, treinamento e desenvolvimento dos profissionais. “A gente gosta de formar pessoas. Nunca trouxemos um engenheiro de fora. Essas pessoas foram todas formadas aqui dentro de casa. É um processo difícil e que custa caro, mas por isso que temos programas de trainee e de estágios”, diz.

TECNOLOGIA

A respeito da produção da Lwart, Trecenti avalia que “a gente tem visto uma evolução, sempre com a valorização, em volumes, do Grupo II. Acho que, nos próximos anos, o Grupo II vai virar o que era o Grupo I alguns anos atrás. Estamos fazendo uma ampliação da produção do Grupo II e muita gente pergunta por que não do Grupo III. É um processo muito custoso, com aprovações junto às montadoras. Além de não ser barato, leva muito tempo. Nossa visão é de que o uso do Grupo II deve durar mais tempo e tem uma vida útil maior do que o Grupo III. Quando a eletrificação crescer, lá na frente, os veículos leves serão os primeiros a serem alterados. E os veículos pesados, com óleo diesel, usam mais Grupo II. Por isso, nessa expansão, a gente vai continuar produzindo o Grupo II. Na nossa visão é a bola da vez” processo do Comperj 2028. ■

A LINHA DUAL TEC CRESCEU, novo produto, novas aplicações e um visual renovado!

A qualidade e a eficiência dos produtos da Linha Dual Tec já são comprovadas. E agora, o **DUAL TEC HYBRIDUS OW16**, **ECO OW20**, e **TURBO 5W30** ganham um novo reforço, o **DUAL TEC K**. Toda a linha foi desenvolvida com o máximo cuidado para atender veículos leves com motores da nova geração.



www.gtoil.com.br



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



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



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

LUCAS OIL - VT POWER FECHAM PARCERIA INÉDITA NO PAÍS

MERCADO

Por Renato Vaisbih

A Lucas Oil, empresa tradicional no mercado de lubrificantes e produtos automotivos nos EUA, chega ao país através de uma parceria inédita com a YPF Brasil.

A subsidiária da petroleira argentina será responsável pela produção da linha completa de lubrificantes da marca americana em território nacional, abastecendo toda a distribuição da América do Sul.

A produção será realizada na planta fabril da YPF Brasil em São Paulo e abastecerá toda a distribuição da marca Lucas Oil no continente. O responsável pela chegada da marca no Brasil é o grupo VT Power, detentor licenciado da marca e distribuição em toda América do Sul, juntamente com a VT Batteries, matriz do grupo na Espanha.

A operação VT Power America do Sul será liderada pelo CEO Giancarlo Carrasco que assinou o contrato junto ao fabricante nacional. “A Lucas Oil desembarca no Brasil para ficar e é com imenso orgulho que estou à frente desta operação trazendo para nosso mercado sul-americano uma das maiores marcas premium de lubrificantes em alta performance”, afirma.

A área comercial da América do Sul será desenvolvida pelo experiente Alex Trassi, que ocupa a cadeira de Diretor Comercial e diz que “a Lucas Oil, marca americana de lubrificantes e aditivos Premium tão aguardada, finalmente chega ao mercado da América do Sul com um mix



de produtos robusto, trazendo as mais variadas soluções automotivas e industriais para os consumidores mais exigentes. Já estamos em processo de seleção da rede de distribuidores exclusivos em todo o Brasil e América Latina, fechando alianças comerciais estratégicas, sólidas e de longo prazo”.

Segundo Fernando Ruano, diretor internacional da VT Power, o plano de expansão da marca Lucas Oil na região sul-americana é grande. “Nosso plano de cobertura será voltado para o continente sul-americano, adentrando nos mais variados mercados locais. O pontapé inicial é no Brasil, e com o apoio, suporte e respaldo de produção da YPF Brasil avançaremos nessa estratégia”, comenta.

Fundada no final da década de 80, com sede em Indianápolis, nos EUA, a Lucas Oil é uma marca de produtos automotivos com as mais variadas funcionalidades, como óleos lubrificantes, aditivos e soluções.

Além disso, a empresa é detentora do naming rights do Lucas Oil Stadium, lar do time de futebol americano Indianápolis Colts.

Para a YPF Brasil, a parceria inédita no Brasil gera novas oportunidades de negócios, fortalecendo a referência de qualidade da empresa e a oportunidade de conexões em outras regiões.

Segundo Elaine Quirino, diretora geral de lubrificantes YPF Brasil, a colaboração entre as marcas significa expansão. “A YPF Brasil busca encontrar parceiros que tenham os mesmos valores da empresa. Com a VT Power e a marca Lucas Oil não foi diferente, houve a conexão. Além disso, a parceria abriu uma porta de entrada para a YPF Brasil em países nos quais ainda não temos operação e o grupo VT Power está inserido. Concluindo, essa conexão entre as duas empresas apenas ratifica a qualidade de produção e serviços da YPF Brasil”, finaliza Quirino. ■

OTIMIZE SUA OPERAÇÃO LOGÍSTICA COM SOLUÇÕES FUNCIONAIS

EMPILHADEIRAS PARA TRANSPORTE DE TAMBORES

SOLICITE SEU ORÇAMENTO



 (17) 3525-5110

 (17) 99792-7343

 WWW.LAPEK.COM.BR



ANP FAZ APREENSÃO SUPERIOR A 230 MIL LITROS EM 2023

Lubrificantes lideram o ranking de produtos apreendidos pela Agência em todo o Brasil como já havia ocorrido em 2022

ANP

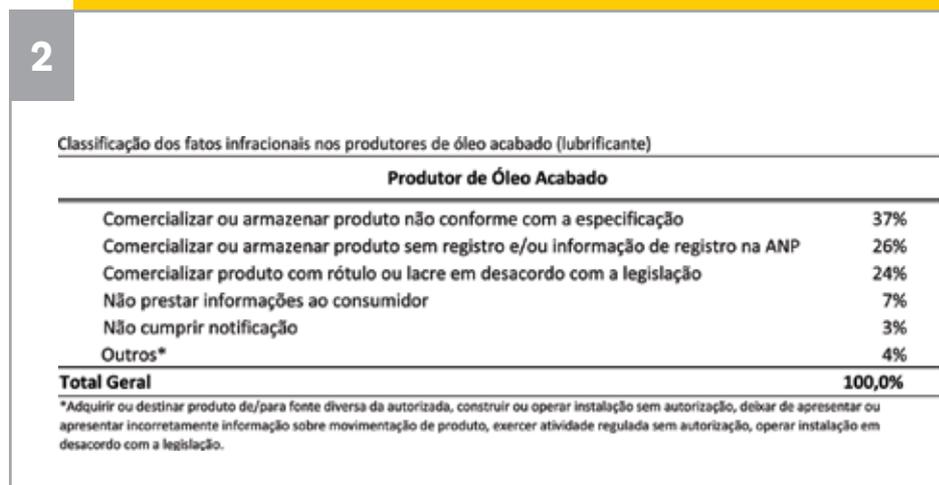
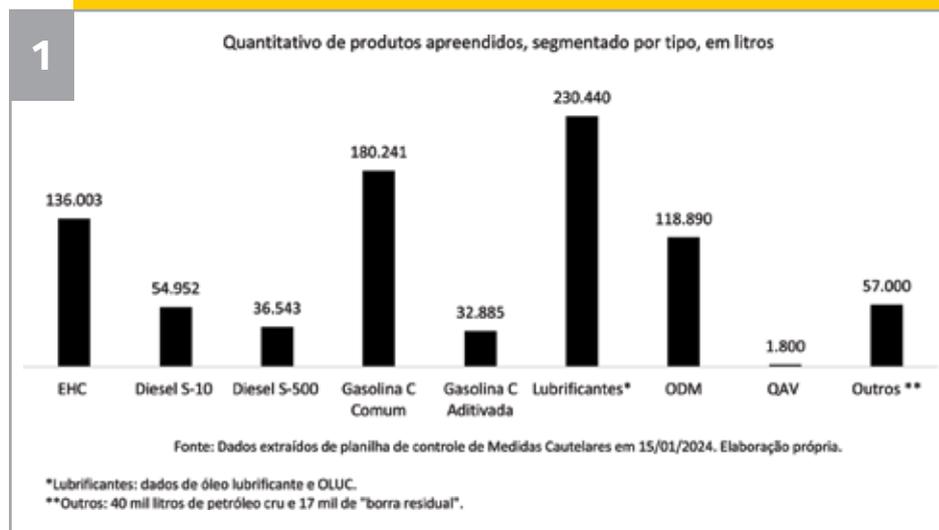
Por Renato Vaisbih

O documento “Fiscalização do Abastecimento em Notícias – Balanço Anual 2023”, divulgado pela Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP) registra a apreensão de 230.440 litros de óleo lubrificantes durante o ano passado, sendo 86.444 litros de óleo acabado e 144 mil litros de oluc.

As apreensões de lubrificante ficaram à frente de outros combustíveis líquidos, como diferentes especificações de gasolina e etanol. O segundo lugar no ranking de apreensões – em litros – foi a gasolina C comum (180 mil litros) e etanol hidratado combustível – EHC (136 mil litros). [VEJA FIGURA 1](#)

Nos produtores de óleo acabado, as infrações registradas foram “comercializar ou armazenar produto não conforme com a especificação; comercializar ou armazenar produto sem registro e/ou informação de registro na ANP; comercializar produto com rótulo ou lacre em desacordo com a legislação; não prestar informações ao consumidor; e não cumprir notificação”. [VEJA FIGURA 2](#)

FONTES DOS GRÁFICOS: ANP



Já nos importadores, foram identificados dois tipos de infrações, em proporções iguais: comercializar produto com rótulo ou lacre em desacordo com a legislação e não prestar informações ao consumidor. **VEJA FIGURA 3**

No total, a ANP realizou 21.249 ações em todo o país, um aumento de 12% em relação a 2022. A fiscalização ocorreu em mais de 20 categorias de agentes regulados e não-regulados, incluindo produtores de óleo lubrificantes, rerrefinadores, importadores, coletores de oluc e revendedores, além de estabelecimentos não autorizados pela ANP que funcionavam de forma irregular.

PML

O boletim anual da ANP também cita o Programa de Monitoramento dos Lubrificantes, com o balanço da qualidade dos produtos comercializados no Brasil.

De acordo com o documento, o mercado de lubrificantes apresentou índice de conformidade de 96,78% em 2023.

O texto indica que, “para as amostras de óleo lubrificante coletadas, foram encontradas 83 irregularidades. A aditivação ausente foi a que teve maior ocorrência, aparecendo em 49 amostras (59% das irregularidades). O segundo maior problema foi com a viscosidade cinemática, em 24 amostras (29%)”. **VEJA FIGURA 4**

DENÚNCIAS

Os estabelecimentos autuados pela ANP estão sujeitos a multas que podem variar de R\$ 5 mil a R\$ 5 milhões.

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



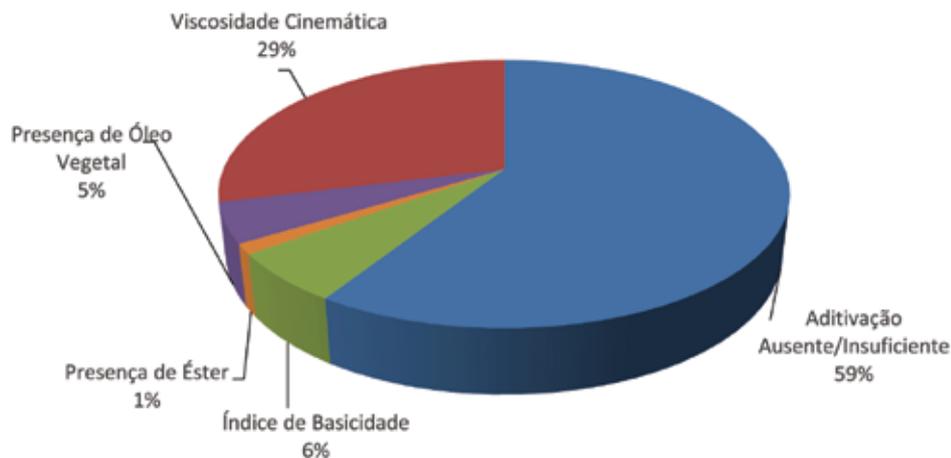
3

Classificação dos fatos infracionais nos importadores de óleo acabado (lubrificantes)

Importador de Óleo Acabado

Comercializar produto com rótulo ou lacre em desacordo com a legislação	50,0%
Não prestar informações ao consumidor	50,0%
Total Geral	100,0%

Distribuição percentual das irregularidades verificadas nas amostras de óleo lubrificante não conformes com a especificação - Brasil



4





BRASIL É MERCADO TOP 10 PARA A FUCHS

Maior fabricante independente de lubrificantes do mundo comemora 50 anos no país com inovação, qualidade e parcerias, inclusive com o Sindilub

MERCADO

Por Renato Vaisbih

A FUCHS Lubrificantes realizou uma série de atividades para comemorar meio século de atividades no Brasil, destacando parcerias de sucesso com distribuidores e entidades do setor, como o Sindilub.

Um dos pontos altos das celebrações foi uma visita do CEO global do Grupo, Stefan Fuchs, que ressaltou a importância do país para a marca: “Nossos três maiores mercados em todo o mundo são Alemanha, pois trata-se de nossa origem, China e Estados Unidos. Entretanto, as próximas regiões são Austrália, Brasil, Índia, México e Polônia. O que coloca o Brasil como um dos dez maiores mercados da FUCHS no mundo”.

O executivo ainda fez uma retrospectiva da presença da FUCHS no mercado brasileiro, lembrando que “demos início às atividades no Brasil atendendo somente o setor industrial. Com o potencial do país e a gestão de excelência exercida neste período, expandimos nossa atuação para outras cinco divisões, que inclui o próprio segmento de indústria, além do automotivo, OEM, especialidades e aftermarket, o que demonstra a relevância do Brasil para a empresa”, explica.

A FUCHS chegou ao país em 1973, como Renolub Lubrificantes – uma sociedade entre a empresa de origem alemã com a HOESCHT – com quatro tipos de óleos industriais e, atualmente, conta com um portfólio com mais de 700 produtos e está presente em todo o território nacional, com uma fábrica própria na cidade de Barueri (SP).

Na busca pela qualidade de excelência, a empresa conquistou no Brasil, durante a década de 1990, os certificados das normas ISO 9001 e ISO 14001, que garantem segurança em todos os processos da companhia. Também apostou na expansão dos negócios com aquisições, a partir dos anos 2000, de marcas como Tributec, Igucima, Gleitmo e Pentosin.

Além disso, foram criadas divisões da empresa, como a Lubritech, para pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e serviços, e a Célula H1, para produtos alimentícios, inclusive com certificações para utilização de lubrificantes em máquinas para fabricação de alimentos kosher e halal, que seguem as regras religiosas de alimentação do judaísmo e islamismo, respectivamente.



FUTURO

Durante a visita ao Brasil, Stefan Fuchs anunciou novos investimentos destacando a construção de uma nova planta em Sorocaba (SP), com uma área quase três vezes maior que a da fábrica atual e previsão de início das operações até 2028.

“Queremos crescer lucrativamente e ainda temos muito potencial. Hoje, o aftermarket tem potencializado nosso desenvolvimento no Brasil e na América Latina. Mas além dele, a mineração e a agricultura, por exemplo, são negócios enormes no Brasil, nos quais ainda não participamos plenamente. Por isso, precisamos de uma planta de maior escala, onde tenhamos potencial para fabricar esses produtos, aumentar o pipeline de projetos, desenvolver novos negócios e, conseqüentemente, aumentar ainda mais nossas vendas”, esclareceu o CEO. ■

“Nossos três maiores mercados em todo o mundo são Alemanha, pois trata-se de nossa origem, China e Estados Unidos. Entretanto, as próximas regiões são Austrália, Brasil, Índia, México e Polônia. O que coloca o Brasil como um dos dez maiores mercados da FUCHS no mundo”.



PRESENÇA GLOBAL

No cenário internacional, a FUCHS é considerada um dos principais fabricantes de lubrificantes independente do mundo, com números surpreendentes:

- Mais de 90 anos de história
- Mais de 60 empresas
- Mais de 5 mil funcionários
- Mais de 10 mil serviços e produtos
- Cerca de 100 mil clientes
- Atuação em diversos setores, como montadoras, fornecedores de peças automotivas, mineração e exploração, metalurgia, agricultura e silvicultura, aeroespacial, geração de energia, engenharia mecânica, construção e transporte, bem como as indústrias siderúrgica, metalúrgica e cimenteira, indústria alimentícia, do setor de produção de vidro e da indústria de fundição e forjamento, entre outras.

TÉCNICOS E ANALISTAS COM CERTIFICAÇÃO INTERNACIONAL

Mercado brasileiro oferece condições para capacitação de profissionais de lubrificação e análises de lubrificantes

CURSOS TÉCNICOS

Por Renato Vaisbih

O International Council of Machinery Lubrication (ICML) é uma organização global sem fins lucrativos dedicada a ajudar profissionais de lubrificação em sua capacitação para o mercado, oferecendo certificações em todo o mundo, em vários idiomas, com uma rede de parceiros independentes.

No Brasil, a Lume é a empresa "Training Partner", responsável por ministrar treinamentos técnicos para a realização dos testes do ICML. "Temos cursos para lubrificadores, onde mostramos as melhores práticas de lubrificação de equipamentos, e para analistas de preditiva, aprimorando os conhecimentos de análises e interpretação de resultados", afirma o fundador e CEO, Luis Stulgys.

Segundo ele, são oferecidos os treinamentos preparatórios para as certificações internacionais MLT I (Técnico de lubrificação de máquinas nível I) e MLA I (Analista de lubrificantes de máquinas nível I, com 98% dos alunos da Lume nos exames de certificação do ICML).

Stulgys possui mais de 35 anos de experiência em treinamentos e



participou diretamente na certificação internacional de mais de 180 profissionais no Brasil e no Exterior, destacando-se nas áreas de lubrificação industrial; análises de lubrificantes; contagens de partículas em óleos hidráulicos e lubrificantes; análises de óleos proativas e preditivas; e filtração de fluidos.

Ele explica ainda que "os objetivos dos cursos é proporcionar os conhecimentos e habilidades necessárias para planejar, gerenciar e executar adequadamente os programas de lubrificação e análises de lubrificantes em equipamentos industriais e automotivos".



Entre os temas abordados no conteúdo programático dos cursos estão "Como a lubrificação afeta a confiabilidade das máquinas"; "Óleos bases e aditivos"; "Lubrificação com graxa"; "Contaminação e degradação dos lubrificantes"; "Amostragem e análises de lubrificantes"; "Controle da contaminação"; "Óleo ou graxa e suas aplicações"; "Manuseio e armazenagem de lubrificantes"; e "Inspeções e análises de campo".

Os interessados podem ter mais detalhes sobre os cursos da Lume no site www.lumelub.com.br ou pelos telefones e WhatsApp (11) 99778-2700 ou (11) 99942-2700. ■



16º FÓRUM INTERNACIONAL DA EXPOPOSTOS & CONVENIÊNCIA

10-12 setembro | SÃO PAULO EXPO

Desperte sua visão de negócio e descubra o futuro do seu posto
no maior Fórum de conteúdo da América Latina!



Prepare-se para uma 
Revolução do seu Negócio:

INOVAÇÃO DISRUPTIVA

O Fórum trará insights sobre tecnologias disruptivas, tendências de consumo que podem revolucionar a forma como você gerencia seu posto.

PERGUNTAS PODEROSAS

O evento será uma oportunidade única para fazer as perguntas certas e obter respostas para os desafios do seu negócio.

REFLEXÃO ESTRATÉGICA

Acesse oportunidades que vão ajudar você a tomar decisões mais alinhadas com o futuro.

ADQUIRA O SEU INGRESSO EM www.expopostos.com.br 

Patrocinador Master



VIBRA

Patrocinador Gold



Petroplus

Patrocinador Silver

99Abastece

Realização



Fecombustíveis

Revista Oficial

COMBUSTÍVEIS

Promoção e Organização

exhibitions

Apoio



Local

SÃO PAULO EXPO

LÍDER NO MERCADO APRESENTA MASCOTES

Vibra, que ocupa 1ª posição no ranking de distribuição de lubrificantes, lança campanha para reforçar marca

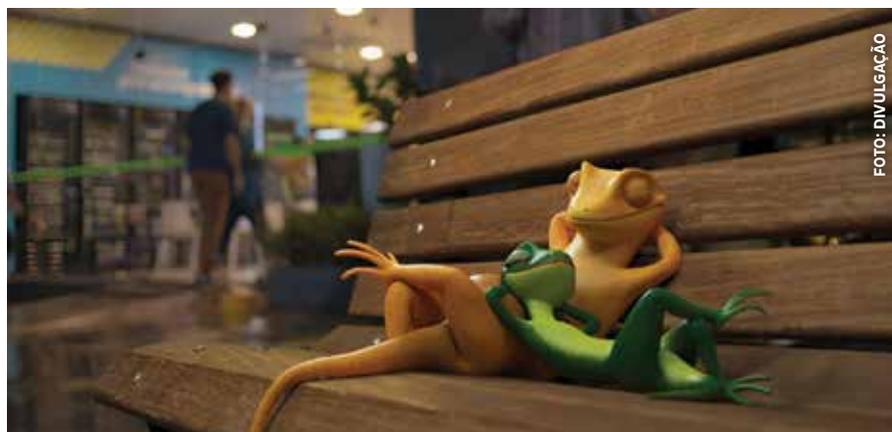
FIQUE POR DENTRO

Por Renato Vaisbih

Lu e Brás foram apresentados como mascotes oficiais dos Postos Petrobras, que comercializa a marca Lubrax de lubrificantes, com aparições no programa Fantástico e participação na corrida de Stock Car em São Paulo.

O casal de calangos também surge em vídeos na TV e nas redes sociais ao som de uma paródia da música “Banco da Praça”, da dupla Bruno e Marrone. “Essa homenagem divertida e criativa é inspirada pela riqueza cultural e espírito irreverente do nosso país, como uma maneira de celebrar a brasilidade e a energia que todos, incluindo Lu e Brás, carregam”, afirma Vanessa Gordilho, vice-presidente de Negócios, Produtos e Marketing da Vibra.

No Fantástico, para marcar o lançamento da campanha, a dupla surgiu ao lado dos famosos cavaleiros que protagonizam o quadro de futebol no final do programa, contracenando com o apresentador Alex Escobar ao anunciar o início do Campeonato Brasileiro 2024. Um cavaleiro caracterizado de turista demonstra cansaço e, questionado que estava de férias, diz que estava viajando com Lu e Brás.



STOCK CAR

No automobilismo, Lu e Brás tiveram presença marcante na primeira das três etapas da temporada 2024 da Stock Car que acontecem no Autódromo de Interlagos, em São Paulo.

A corrida realizada no dia 21 de abril celebrou de maneira oficial os 45 anos da categoria e teve bons resultados para o Time Lubrax, patrocinado pela Vibra. A posição dos pilotos assegurou a Julio Campos assumir a liderança do campeonato, o que rendeu comemorações com um boneco de pelúcia da calanga Lu, sua “companheira” nas pistas.

Felipe Massa, também do Time Lubrax, teve problemas na direção hidráulica e conseguiu completar a prova com muito esforço, na companhia do boneco do calango Brás.

A dupla mascotes ainda surgiu em um telão com um vídeo em animação durante a entrega dos prêmios para os vencedores da corrida, gerando grande visibilidade para a marca, especialmente na Band, TV aberta que transmitiu a prova ao vivo.

VIBRA ENERGIA

Sempre que é realizada uma pesquisa sobre as marcas de lubrificantes mais conhecidas, a Lubrax aparece nas primeiras posições, quando não é a campeã na memória dos consumidores brasileiros. Isso é resultado da presença da empresa no mercado nacional há 50 anos, desde a inauguração, em 1973, da maior planta industrial da América Latina no segmento de lubrificantes, localizada em Duque de Caxias (RJ), com produção anual de 300 milhões de litros.

Desde 2021, a marca pertence à Vibra Energia e apresenta um portfólio com mais de 600 produtos para os mais diferentes tipos de motores, atendendo veículos leves, pesados, industriais, ferroviários, marítimos e agrícolas. ■





**A oportunidade é maior
quando quase ninguém
a viu ainda.**

Descubra novos horizontes para sua empresa com Ricardo Amorim, economista mais influente do Brasil de acordo com a revista Forbes.

Descubra como alavancar os resultados da sua empresa e de seus clientes com a queda de juros e as transformações tecnológicas em curso e faça 2024 acontecer.

Oportunidade

RICAM

www.ricamconsultoria.com.br



EQUIPAMENTOS PARA LUBRIFICAÇÃO E ABASTECIMENTO

Solução Granel All in One

Podem ser
personalizados
conforme a marca do
lubrificante

Capacidade de
até 2.000 L

Alças laterais
para facilitar no
transporte vazio

Parede dupla de
contenção

Sistema de abastecimento selado para lubrificantes. Proporciona o controle de contaminação e eficiência na qualidade dos abastecimentos com medidor volumétrico e totalizador, levando ao monitoramento preciso do consumo.

A Lupus é a única empresa que oferece opção de locação de equipamentos.

Saiba mais sobre os benefícios desta modalidade!

A Lupus oferece soluções
completas para Lubrificação
**AUTOMOTIVA E
INDUSTRIAL**

Consulte nossos
vendedores técnicos

