

Agosto de 2020 - Nº 144

Sindilub PRESS

A Revista do Mercado de Lubrificantes



CONEXÃO VAREJO

**Nova plataforma
para conectar
você ao mercado**

**10 Anos da PNRS:
Lubrificantes
na Vanguarda**



PENTOSIN → **TITAN**



Pentosin agora é TITAN

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

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

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

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

É impressionante como retiramos energia das dificuldades, simplificamos o difícil, nos redobramos para buscar as metas traçadas, alcançar nossos objetivos.

Tenho acompanhado o trabalho desenvolvido pela Equipe do Sindilub – observem que grafei equipe com E maiúsculo – com a criação da “Conexão Varejo”, lives transmitidas no YouTube.

Penso que se vivêssemos tempos “normais”, digamos assim, não teria ocorrido essa inovação, e buscaríamos oferecer para o segmento de lubrificantes, não só para os associados, mas também para todos aqueles que atuam

neste setor, representantes da iniciativa privada e agentes públicos, a discussão de temas voltados ao mercado, transmitindo valiosas informações, alternativas, enfim enriquecendo o conhecimento sobre matérias de real importância.

Mas tenho certeza que não alcançaríamos o público que o Sindilub pretende alcançar, e que vem alcançando e cativando paulatinamente a cada live, valendo-se dessa tecnologia.

Sinceramente, devo confessar: não me imaginava participando de reuniões e mais reuniões em trabalho remoto, o já popular home office.



São outros tempos, e esta crise, que nos forçou a adaptar a forma de trabalho, na maioria das vezes solitariamente, comprovou o quanto nos adaptamos.

É uma realidade que existia, sem dúvida, mas para determinados segmentos e profissões. E agora com a pandemia forçou a todos, quer queira ou não, utilizá-la.

Portanto, não concordo – e não gosto – dessa expressão “novo normal”.

Continuamos, sem solução de continuidade, no incessante trabalho em prol da revenda atacadista de lubrificantes.

E prova maior vocês têm com a leitura deste número da querida SindiLub Press, que elaboramos com mais afinho e carinho a cada edição.

Nesta edição destaco a importante matéria sobre os dez anos da implantação do Plano Nacional de Resíduos Sólidos, e a contribuição da Revenda Atacadista em sua evolução na questão dos lubrificantes.

E também chamo a atenção para a leitura da matéria a respeito do resultado do Programa de Monitoramento de Lubrificantes, divulgado pela ANP destacando os produtores e as marcas de lubrificantes nas quais se registrou ausência de aditivos.

Como iniciei este singelo editorial, concluo, sobre as mudanças nos hábitos, no comportamento, que experimentamos ao longo desses últimos meses, valendo-me das palavras do poeta latino Ovídio:

“E amanhã não seremos o que fomos / nem o que somos.”

Muito obrigado e boa leitura.

Laercio Kalaukas

Presidente do Sindilub

ÍNDICE

Conexão Varejo – Nova plataforma para conectar você ao mercado	5
ANP alerta mercado sobre óleos sem aditivação	10
Aroma de bons negócios	12
Cavalos de potência	14
10 anos da PNRs: lubrificantes na vanguarda!	17
Campanha tira dúvidas dos consumidores	23
Trajatória profissional dedicada aos lubrificantes	24
Homenagem a Valter Burri	26

EXPEDIENTE

Agosto - 2020, edição nº 144

Sindilub Press: Veículo de divulgação oficial do Sindicato Interestadual do Comércio de Lubrificantes - SINDILUB.

Endereço: Rua Tripoli, 92 Cj. 82
Vila Leopoldina
05303-020 - São Paulo - SP
Telefone: (11) 3644-3440

Presidente: Laercio dos Santos Kalauskas

Vice-presidente: José Victor Cordeiro Capelo

Diretor secretário: Adriano Luiz de Castro Silva

Diretor tesoureiro: Fabio Henrique Sgobi

Diretor social: Alcides Marcondes da Silva Júnior

Diretores: Luiz Leme Júnior, Christian Meyer, Fabiano Grassi, José Alves da Cruz, Antonio da Silva Dourado.

Conselho Fiscal: Marcio Seccato, Wilson Carlos Iglesias Motta, Francisco Gonzales Frontana, Luis Alberto Diogenes Pinheiro Júnior, Gabriel Abou Rejali.

Editora: Ana Leme - MTB 84.275 - sindilub@sindilub.org.br

Jornalista responsável: Thiago Castilha - MTB 66.498 - imprensa@sindilub.org.br

Jornalista: Renato Vaisböh - MTB 23.605

Arte e design: Rogério Weikersheimer

Impressão: Lince Gráfica e Editora
Publicidade: comercial@sindilub.org.br
Capa: Shutterstock

www.sindilub.org.br

As matérias são de responsabilidade dos autores e não representam necessariamente a opinião da entidade. Não nos responsabilizamos pelos conteúdos dos anúncios publicados. É proibida a reprodução, total ou parcial, dos textos ou imagens sem prévia autorização do Sindilub.

CONEXÃO VAREJO

NOVA PLATAFORMA PARA CONECTAR VOCÊ AO MERCADO

CAPA

Por Renato Vaisbih

O Sindilub deu início em junho ao Conexão Varejo, com a transmissão de lives no canal oficial do sindicato no YouTube, sempre com convidados especiais para tratar de assuntos de interesse do setor relacionados ao varejo, comércio atacadista, marcas, legislação e demais temas relevantes.

O presidente do Sindilub, Laercio Kalaszkas, explica que a ideia de criar o núcleo de varejo do Sindilub já vinha sendo amadurecida e a possibilidade de fazer os encontros virtuais durante a pandemia do coronavírus foi a melhor solução para levar mensagens atuais e relevantes ao maior número de pessoas.

“O núcleo de varejo é uma iniciativa para aprimorar o setor, gerar negócios, dar orientações sobre os produtos e até mesmo algumas dicas de treinamento para operar máquinas ou incrementar as vendas. Também pretendemos aproximar as mar-

cas dos revendedores, colocar, por exemplo, os executivos da área comercial para falar com os comerciantes de todo o Brasil, que muitas vezes não têm acesso a esses profissionais. Por causa da grande extensão territorial nosso país, geralmente eles acabam só tendo contato direto com os vendedores regionais, com os distribuidores”, afirma Kalaszkas.

Em seu primeiro mês de atividades, o Conexão Varejo, com a mediação dos jornalistas Renato Vaisbih e Thiago Castilha, realizou quatro lives com convidados dos produtores Evora e Castrol e ainda discutiu assuntos técnicos e de mercado do segmento de lubrificantes para câmbio automático. Outro tema abordado que atraiu a atenção de bastante gente para o canal do sindicato no YouTube foi o debate sobre a qualidade dos lubrificantes.

Em todas as lives são feitos sorteios de brindes para os participantes que realizam pré-inscrição por meio de cadastro no formulário disponibilizado no material de divulgação do Sindilub nas redes sociais e no site. (Veja Box).



Em algumas ocasiões, as empresas representadas oferecem brindes. No encontro em que foi discutida a qualidade dos lubrificantes, por exemplo, o engenheiro Marcelo Beltran, parceiro do Sindilub, deu como cortesia três exemplares do livro Trilogia da Tribologia – Lubrificação Automotiva Vol. II, com prefácio assinado pelo presidente do sindicato, Laercio Kalaszkas.

ALTO DESEMPENHO?
CONFIRA AS NOSSAS NOVIDADES

LINHA MOTOCICLETA
STATERA MINERAL SAE 20W50 4T
TECNOLOGIA ENVASADA PARA GARANTIR O EQUILÍBRIO DE SUA MOTOCICLETA

LINHA DIESEL LEVE
MAGNUS SINTÉTICO C3 SAE 5W30
TECNOLOGIA ENVASADA, PARA PROPORCIONAR MÁXIMO DESEMPENHO EM MOTORES DIESEL LEVE

ROYAL
LUBRIFICANTES

(11) 2446-2140 | [lubrificantesroyal.com.br](https://www.lubrificantesroyal.com.br)

A obra apresenta, de maneira didática, o universo dos lubrificantes, dividido em 16 capítulos: Mercado Automotivo, Conceitos e Tendências, Veículos Leves, PCMO, Veículos Pesados, HDMO, Trator e Off Road, Moto, Transmissão, Óleo de Amortecedor, Fluido de Direção Hidráulica, Graxas e Pastas Automotivas, Fluido de Freio, Fluido de Arrefecimento, Competição e Dúvidas mais comuns.

ELO ENTRE O FABRICANTE E O VAREJO

Na estreia do Conexão Varejo, os entrevistados foram profissionais da Evora, fabricante nacional que atua há 40 anos no país e já conquistou espaço no Uruguai, Paraguai e Bolívia, produzindo lubrificantes, graxas e embalagens plásticas.

Ao comentar a crise da Covid-19, o diretor de marketing e comércio exterior da Evora, Carlos Augusto Diógenes reiterou que “o mercado de lubrificantes é importante demais para o funcionamento de outros setores. Em momento algum a Evora parou ou fechou alguma de suas fábricas, avaliando as possibilidades que temos para minimizar os impactos negativos causados pelas restrições que momentaneamente vivemos”.

Neste momento, ele vê “uma grande oportunidade de crescimento profissional e pessoal. Boas atitudes nos negócios. Como seres humanos, seremos mais sensíveis, vamos aprender a valorizar as pequenas coisas da vida”.

O gerente nacional de vendas da empresa, Ronaldo Pereira dos Santos ressaltou que os distribuidores são o elo entre a Evora e o varejo. Durante a live, ele fez questão de apresentar vídeos gravados previamente com revendedores atacadistas, varejistas e aplicadores para darem depoimentos sobre os dife-



renciais dos produtos Evora. “Nós temos uma preocupação de que a marca tenha visibilidade no varejo”, concluiu Santos.

O coordenador de laboratório da Evora, Guilherme Henrique Alves da Silva, apresentou a estrutura da empresa e o portfólio de produtos, além de adiantar algumas novidades que estão sendo desenvolvidas. Ele também destacou os investimentos na qualidade dos produtos, em inovação tecnológica e nos programas de logística reversa.

PREVENIR É O MELHOR REMÉDIO

A segunda live apresentou números do mercado de transmissão automática, oportunidades e demandas para o setor, principalmente com o crescimento da comercialização de veículos com esse tipo de câmbio no Brasil e a demanda pela manutenção preventiva.

O piloto de testes César Urnhani lembrou de uma série de pales-

tras que fez há cerca de seis anos por todo o Brasil para plateias de até 500 profissionais do setor automotivo em algumas cidades e, quando perguntava quem trabalhava com transmissão automática, apenas uma ou duas pessoas levantavam o braço.

“Eu perguntava porque pouca gente trabalhava com câmbio automático e respondiam que era um abacaxi. Eu tentava demover as pessoas dessas ideias. Naquela época, algumas montadoras até diziam que não era preciso colocar óleo na transmissão automática, mas o mercado provou que, em função das quebras, a substituição de fluido é extremamente importante. Então, é justamente aí que temos uma grande oportunidade ainda hoje. Poucas oficinas sabem trabalhar com o reparo da transmissão automática. Os próprios reparadores precisam mudar de comportamento”, argumentou Urnhani.

O reparador mecânico especialista em câmbio automático há vinte anos Gustavo Cintra confirmou que, nos últimos tempos, vem sen-

do muito requisitado para dar treinamentos para outros profissionais.

Segundo ele, “as novas transmissões automáticas são sistemas eletroeletrônicos e os problemas são normais como os que aparecem em outros sistemas. A partir do momento que você busca conhecimento, não é um bicho de sete cabeças”.

Cintra explicou que, dentro de uma troca de óleo, a oferta de serviços de prevenção em transmissões automáticas – e não em correção – são uma boa solução para o aumento do tíquete médio. “Se ficar no negócio da troca de óleo de motor, filtro de motor e filtro de ar, o tíquete médio fica entre R\$ 350 e R\$ 500. Se o profissional souber oferecer e mostrar para o cliente a real necessidade da troca de fluidos da transmissão automática, o valor do tíquete médio pode triplicar. Para isso, existe todo um processo que vai desde uma entrevista com o cliente até uma análise de uma pequena amostra do fluido da caixa de câmbio do veículo. Se a pessoa fizer a prevenção, chega a rodar 350 mil Km. Sem a prevenção, isso fica entre 80 mil e 70 mil Km, ou até menos”, afirmou.

Vinicius Leone, diretor comercial da Waltri, que produz a linha de equipamentos Mahovi, fez uma apresentação das máquinas disponíveis no mercado utilizadas para auxiliar os reparadores na troca de fluí-

dos das transmissões automáticas. “Nós vestimos a camisa do câmbio automático e, a partir daí, nosso objetivo foi trazer para o mercado equipamentos profissionais para que os reparadores pudessem se preocupar somente com os aspectos técnicos envolvidos na troca de óleo”, concluiu.

MELHOR DESEMPENHO

A Castrol foi representada no Conexão Varejo pelo diretor comercial Leandro Nannini e pelo engenheiro técnico Anderson Cerca. Também participou do bate-papo o influenciador Thales Domingues, do canal Doutor Carro no YouTube, com mais de dez anos e 900 mil inscritos.

De acordo com Nannini, “a Castrol, desde o princípio, entendeu que precisava cuidar da saúde das pessoas, colocando parte da equipe em home office e providenciando vacinação contra a gripe para os funcionários e seus familiares. Distribuímos 7 mil unidades do Kit Castrol Protege, com máscaras, álcool gel e material educativo para os revendedores colocarem nos seus estabelecimentos. Em parceria com a revista Duas Rodas e o aplicativo Rappi, distribuímos 12 mil máscaras para motoboys no Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Fortaleza”.

O diretor comercial ainda destacou a presença global da marca, em 150

países, e a possibilidade de acompanhar as decisões diante da pandemia em outras regiões que passaram por dificuldades antes do Brasil, como China, Índia e Europa. “Podemos abandonar algumas coisas que estavam no planejamento e mudar os rumos com antecedência, pensando na parte da saúde e nos números. Nossos clientes que receberam o suporte, estão conseguindo superar a crise um pouco melhor”, ponderou Nannini.

O diálogo com representantes da Castrol em outros países e também com a indústria automobilística também foi tema da fala de Anderson Cerca, que tratou de questões técnicas. “Isso que diferencia os produtos da Castrol para atender as especificações das montadoras e desenvolver o óleo que vai ter o melhor desempenho”, apontou.

Melhor desempenho, mas nas vendas, foi o que Domingues, também chamado de “Doutor Carro” por causa do canal no YouTube, abordou na live. Para agregar valor na troca de óleo, já sabendo que vai entregar o lubrificante correto para o motor do veículo do consumidor na oficina, ele argumentou que o profissional “tem o direito – e a obrigação – de passar o que mais aquele carro precisa. Tem consumidor que é leigo e, por exemplo, nunca viu um filtro de óleo na vida. Ele diz que troca o filtro uma vez sim, uma não. Para a gente, isso pode parecer simplista,



**QUALIDADE,
PERFORMANCE E
PROTEÇÃO**
para transmissões automáticas!

EVORA FULL CVT

- 100% Sintético
- Desenvolvido com aditivos de última geração que proporcionam uma condução mais suave, economia de combustível e desempenho superior para a transmissão automática do seu veículo!
- Para carros com câmbios automáticos CVT (Transmissão Continuamente Variável). Exceto para unidades híbridas CVT (Toyota e Ford).

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

 **EVORA**
LUBRIFICANTES

mas a gente pode pegar um copo de óleo velho e mostrar que vai jogar no óleo novo antes de colocar no carro dele. O consumidor, mesmo leigo, vai pular pra trás e questionar como você ia misturar o óleo velho com o óleo novo dele. Essa é uma forma bem didática de mostrar que no filtro de óleo sempre ficam uns 100ml ou 200ml de óleo velho que serão misturados ao óleo novo que ele vai colocar no carro. No atendimento, você vai mostrar que é bem diferente do que somente falar. E o filtro de ar-condicionado? Se eu tirar e mostrar que tem uma perna de barata grudada lá, ele vai querer trocar”, brincou, mas também falando sério.

QUALIDADE DOS LUBRIFICANTES

Francisco Nelson Castro Neves, superintendente de Fiscalização do Abastecimento da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP); o advogado Irineu Galeski Jr., que representa o Sindicato Interestadual das Indústrias Misturadoras e Envasilhadoras de Produtos Derivados de Petróleo (Simepetro); e Pedro Nelson Belmiro, editor da revista Lubes em Foco e conselheiro do Instituto Brasileiro do Petróleo, Gás e Biocombustíveis (IBP) participaram da live que discutiu a qualidade dos lubrificantes.

Durante a conversa, foi destacado o fato de que o Sindilub participa dos debates sobre o tema desde 2007, quando a ANP deu início à publicação do boletim do Programa de Monitoramento de Lubrificantes (PML), sendo que a última edição do documento havia sido publicada em maio, alguns dias antes do encontro virtual.

De acordo com os dados mais recentes até a ocasião, Castro Neves afirmou que “temos cenários positivos, com a grande maioria dos

produtos comercializados no Brasil sendo de boa qualidade. Se pegarmos os índices ponderados, temos o percentual de 97,7% de boa qualidade. Os outros 2,3% de qualidade ruim, a gente passa a divulgar a relação das empresas envolvidas no boletim do PML”.

Justamente pelo fato de terem os nomes divulgados, Belmiro chamou a atenção para alguns nomes que aparecem de maneira recorrente na lista, principalmente nos casos de aditivação insuficiente ou não aditivação.

Segundo o editor da Lubes em Foco, a ANP teve um grau de transparência maior no boletim divulgado em maio, porque “cita nominalmente as empresas e os óleos sem aditivos, dizendo que se colocarem esses produtos nos seus veículos ou equipamentos, podem ter problemas. Isso se torna um instrumento para o mercado poderosíssimo”.

Ele ainda alertou para o fato de não haver uma definição objetiva para o conceito de aditivação insuficiente. “Se a gente não define, e é nisso que a ANP está trabalhando agora, o fabricante que precisava colocar 20% e colocou 16% está insuficiente, mas o que colocou 1% ou 2% também se enquadra na mesma situação e a falta não é tão grave como a falta de aditivos, podemos ter uma situação delicada”, analisou.

Questionado sobre a situação desses produtos não conformes circulando no mercado, Galeski apontou que “existe legislação que trata da regulamentação da atividade econômica, chamada de lei do Cade, que prevê algumas condutas predatórias. Também tem um projeto do Código Comercial, que está no Senado e discute o que é a concorrência desleal, mas a votação deve ficar para o ano que vem, por causa da pandemia agora tudo ficou um pouco confuso na agenda do Congresso. Mas a concorrência desleal é simples de entender. O que é? É o empresário usar de um artifício que os outros não têm para poder ganhar mercado. É um conceito simples e, mesmo se não estivesse na lei, com base nos princípios mais básicos do Direito, a gente conseguiria definir o que é uma conduta indevida”.

Falando especificamente para o setor de lubrificantes, o advogado do Simepetro destacou que “as grandes vantagens do nosso setor é que temos a ANP e um número relativamente pequeno de produtores. Com isso, conseguimos ter um documento que os outros setores não conseguem ter, que é um documento de controle e referência: o boletim do PML. Um distribuidor não pode alegar a ignorância, não pode dizer que comprou um produto e não sabia que ele tinha problemas, principalmente se a empresa é recorrente no PML”. ■

SindiLub

YouTube

Para rever as lives do Conexão Varejo, basta se inscrever no canal do Sindilub no YouTube

 youtube.com/sindiluboficial

Fique atento à programação das próximas lives no site do Sindilub e nas redes sociais

 www.sindilub.org.br

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

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

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

NOVO CASTROL MAGNATEC 0W-20 DX >>



Híbrido Leve



Híbrido Auto-Carregável



Híbrido Plug-In



Híbrido com Extensor de Alcance



MOLÉCULAS INTELIGENTES

>> Possui fórmula exclusiva que protege o motor desde a partida.

API SP / ILSAC GF-6

>> Atende as mais novas especificações do mercado.

ATENDE VEÍCULOS HÍBRIDOS

>> Diferente dos convencionais, os motores de veículos híbridos operam apenas quando necessário, em regimes mais severos (liga/desliga contínuo). A Castrol é especialista em desenvolver tecnologia para veículos híbridos oferecendo máxima proteção e desempenho.



Conheça o também o guia de proteção que preparamos para esclarecer as principais dúvidas dos nossos consumidores na troca de óleo e os cuidados que se deve tomar com seu veículo.

www.castrol.com.br



Confira a recomendação e especificação no anual do veículo.

VOCÊ SABE QUAL O ÓLEO IDEAL PARA CADA VEÍCULO?
CONSULTE AQUI: WWW.MEUOLEOCASTROL.COM.BR

@castrolbrasil
 @castrol.brasil

MAIS QUE ÓLEO. ENGENHARIA LÍQUIDA.®



ANP ALERTA MERCADO SOBRE ÓLEOS SEM ADITIVAÇÃO

ANP/PML

Por Renato Vaisbih

A segunda edição de 2020 do boletim do Programa de Monitoramento de Lubrificantes (PML) da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), divulgada no final de maio, trouxe uma novidade para o mercado, ao apresentar, nominalmente, a relação das marcas de óleos que apresentaram problemas relacionados à presença de lubrificantes.

Representantes do setor comemoraram a decisão, uma vez que a medida facilita a identificação dos produtos que não estão aptos a serem comercializados, o que não era feito desde que a ANP iniciou a publicação do boletim, em 2007, inclusive com a participação do Sindilub nas primeiras reuniões para tratar dos parâmetros de qualidade dos lubrificantes.

No texto de apresentação dos dados a respeito da aditivação do último boletim, a ANP registra, inclusive com um trecho grifado, que, “os elementos Cálcio, Magnésio, Zinco, Fósforo e Molibdênio, entre outros, sob a forma de compostos orgânicos encontram-se presentes nos aditivos incorporados aos óleos lubrificantes para atuarem como detergentes, dispersantes, antioxidantes e agentes antidesgaste. A dosagem adequada e a tecnologia do aditivo utilizado na formulação do óleo lubrificante estão intrinsecamente relacionadas ao seu nível de desempenho e a ausência pode ocasionar o problema da sublubrificação”.

Ainda de acordo com o boletim do PML, “a sublubrificação dos motores automotivos ocorre quando são utilizados óleos lubrificantes de baixa qualidade em condições mais severas de compressão, temperatura e

Boletim Programa de Monitoramento de Lubrificantes
Maio de 2020 • número 2

Tabela 1. Produtos identificados sem aditivação (Aditivação Ausente).

MARCA	DESEMPENHO	REGISTRO	CLASS. SAE	NÍVEL DE DESEMPENHO	LOCAL DA COLETA	MUNICÍPIO
MULTI LUB AGILE S8	ECOLUBRI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	18411	15W40	SL	MALTA AUTO PEÇAS LTDA	Viamão
MULTI LUB MOTO 4 TEMPO	ECOLUBRI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	18054	20W50	SL	POSTO ESTRELA GUIA DA TAQUARA LTDA	DUQUE DE CAXIAS
MULTI LUB MOTO 4 TEMPO	ECOLUBRI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	18054	20W50	SL	AUTO POSTO CANÁRIO LTDA	Bocaiuva
MULTI LUB PRIME SL	ECOLUBRI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	18247	20W50	SL	POSTO ESTRELA GUIA	Rincho dos Machado
MULTI LUB PRIME SL 40	ECOLUBRI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	18413	40	SL	POSTO TANAIH	Tambí
MULTI LUB TOP CI-4	ECOLUBRI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	17706	15W40	CI-4	POSTO LAMPARINA	Buenópolis
FALUB TAURUS	FALUB INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES LTDA	10313	15W40	CI-4	POSTO CARMO	Carma
INCOL SUPER SL	INCOL-LUB INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA	7663	20W50	SL	POSTO PARADA ANGÉLICA LTDA	DUQUE DE CAXIAS
FORÇA TOTAL 4T	POLY PETRO LUBRIFICANTES LTDA ME	18674	20W50	SL	LAGO AUTO POSTO	Uruarama
FORÇA TOTAL SL	POLY PETRO LUBRIFICANTES LTDA ME	9507	20W50	SL	AUTOSHOP DISTRIBUIDOR DE PEÇAS LTDA	Vitória da Conquista
FORÇA TOTAL SL	POLY PETRO LUBRIFICANTES LTDA ME	9507	20W50	SL	AUTO POSTO IRMAOS RIBEIRO LTDA	Batatais
FORÇA TOTAL SL	POLY PETRO LUBRIFICANTES LTDA ME	9507	20W50	SL	POSTO 401	Charqueadas
MAG	POLY PETRO LUBRIFICANTES LTDA ME	18339	40	SL	POSTO UNIPETRO	Jequié
MTD IV 15W40	POLY PETRO LUBRIFICANTES LTDA ME	9538	15W40	CI-4	POSTO DO ZELQUINHA	Araúdo
POLY TURBO DIESEL	POLY PETRO LUBRIFICANTES LTDA ME	12750	15W40	CI-4	POSTO SAO SEBASTIAO	Sete Lagoas
FORT OIL EXTRA PLUS SL	SPEEDY OIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES E PETRÓLEO LTDA	16837	20W50	SL	AUTO POSTO DOTTI LTDA	BAURIL
FORT OIL EXTRA PLUS SL	SPEEDY OIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES E PETRÓLEO LTDA	16837	20W50	SL	AUTO POSTO NICOLODI	SANTARÉM
FORT OIL PREMIUM CI-4	SPEEDY OIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES E PETRÓLEO LTDA	17702	15W40	CI-4	AUTO POSTO ILHA VERDE	Avaré
FORT OIL SUPER SL	SPEEDY OIL INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE LUBRIFICANTES E PETRÓLEO LTDA	18203	40	SL	POSTO TIO DEGO	Pira Grande
LYNIX SL	ULTRAX DO BRASIL INDÚSTRIA QUÍMICA LTDA	7906	15W40	SL	POSTO MAIS CAXIAS	Caxias
LYNIX SL	ULTRAX DO BRASIL INDÚSTRIA QUÍMICA LTDA	7906	5W30	SM	POSTO KURY	Capim Grosso

FONTE: ANP

rotação, de maneira a não satisfazer às exigências dos novos motores. A sublubrificação de um motor diminui sua vida útil, podendo, em alguns casos, causar sérios danos aos equipamentos, acarretando grande prejuízo econômico ao consumidor”.

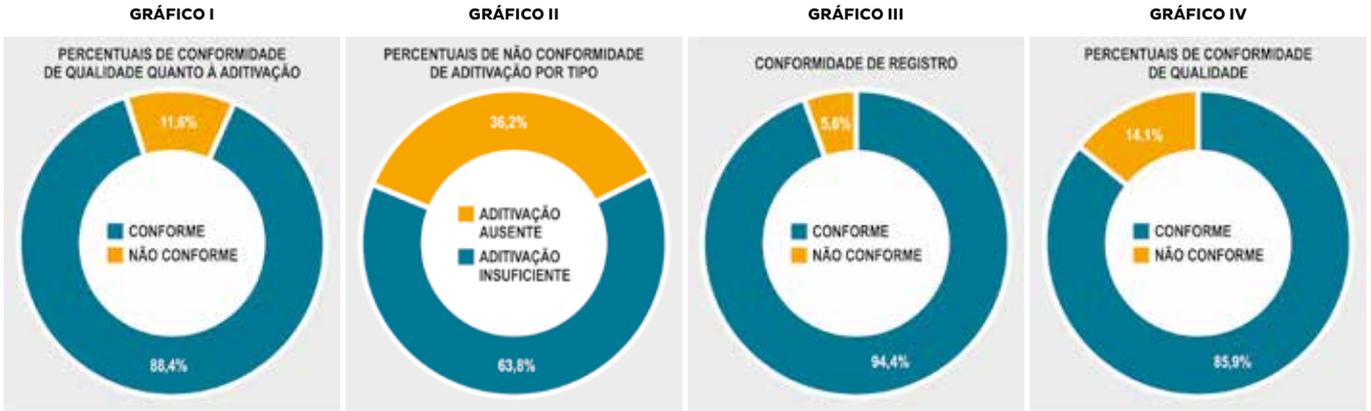
Antes da relação de 21 amostras de óleos lubrificantes inadequados de seis produtores, o texto alerta: “os óleos lubrificantes referenciados na tabela 1 ocasionarão o fenômeno da sublubrificação”. (Veja tabela 1)

Do total de óleos analisados, 88,4% não tiveram problemas com relação

à aditivação, enquanto 11,6% apresentaram aditivação ausente ou insuficiente. (Veja gráfico 1)

Dentre as amostras não conformes, 36,2% não tinham aditivo algum e 63,8% apresentaram aditivação insuficiente. (Veja gráfico 1)

Na live realizada pelo Sindilub sobre o tema “qualidade dos lubrificantes” no Conxão Varejo (Veja comentários na pg. 8), o editor da revista Lubes em Foco e conselheiro do Instituto Brasileiro do Petróleo, Gás e Biocombustíveis, Pedro Nelson Belmiro, elogiou a divulgação da lista de



empresas fabricantes de óleos sem aditivos, mas defendeu uma revisão do conceito de “aditivação insuficiente”, ressaltando que a ANP já trabalha nesse sentido. Para ele, não é possível que fabricantes que tenham chegado próximo do que é exigido de aditivação, por alguma falha no processo produtivo, tenham o mesmo enquadramento de produtores que colocam apenas 1% ou 2% do pacote de aditivos para dizerem que estão com “aditivação insuficiente” em vez de serem penalizados como se fossem óleos “sem aditivação”.

BOA QUALIDADE

Também no encontro virtual promovido pelo Sindilub, Francisco Nélson Castro Neves, da Superintendência de Fiscalização do Abastecimento da ANP, comemorou os resultados do boletim do PML, apontando o Índice de Qualidade Ponderado (IQP) de 97,7% de conformidade. “Isso mostra que a grande maioria dos lubrificantes do nosso mercado é de boa qualidade”, disse.

O IQP considera o resultado das análises feitas nas amostras coletadas para a composição do boletim do PML e também os dados do mercado registrados no Sistema de Informações de Movimentação de Produtos (SIMP).

Para essa edição do boletim do PML, foram consideradas 532 amostras coletadas entre outubro e dezembro de 2019, em postos revendedores, supermercados, lojas de autopeças, concessionárias de veículos e atacadistas de 17 estados.

Além da análise de aditivação de os elementos Cálcio, Magnésio, Zinco, Fósforo e Molibdênio, ainda são realizados outros onze tipos de ensaios. No entanto, antes de ser feita a análise do lubrificante propriamente dito, há uma verificação dos registros dos produtos e da rotulagem das embalagens.

De acordo com Castro Neves, “isso vale para todo tipo de produto comercializado no Brasil, não é só para os lubrificantes. E é muito importan-

te. Nos frascos de lubrificantes, são 15 obrigações que as empresas têm de colocar nos rótulos”.

No levantamento feito para elaboração do último boletim do PML, quanto ao registro dos produtos na ANP, 502 amostras (94,4%) estavam conforme e 30 (5,6%) tiveram pelo menos uma irregularidade. *(Veja gráfico III)*

Considerando apenas as 502 amostras conformes com relação ao registro, 71 amostras (14,1%) apresentaram ao menos um problema e 431 amostras (85,9%) estavam conformes para os ensaios avaliados *(Veja gráfico IV)*, sendo eles: Teor de Elementos, Viscosidade Cinemática a 100°C, Viscosidade cinemática a 40°C, Índice de Viscosidade, Viscosidade dinâmica à baixa temperatura pelo simulador de partida a frio (CCS), Ponto de Fulgor, Perda por Evaporação (Noack), Viscosidade a alta temperatura e alto cisalhamento (HTHS), Corrosividade ao cobre, Índice de Basicidade (TBN), Espuma (Sequência II) e Espectroscopia de Infravermelho. ■

SOLUÇÕES COMPLETAS

TROCA DE ÓLEO

ÓLEO 0

Lubmix

MEDIDOR DIGITAL
MIX-250250

CARRETEL C/ 15 M. MANGUEIRA
MIX-1146015M

PINGADEIRA COM 6 FUNIS
MIX-PCF35

COLETOR COM CARRINHO
MIX-CO50

BOMBA MANUAL ROTATIVA PARA TRANSFERÊNCIA DE ÓLEO DE CÂMBIO E DIFERENCIAL
MIX-00118

RESERVATÓRIO CONTAINER IBC
MIX-IBC1L

SOLICITE SEU ORÇAMENTO
17 3525-5110

VISITE NOSSO SITE:
www.lubmix.com.br

MIX DE OPORTUNIDADES

Por Renato Vaisbih

Alguns revendedores atacadistas sempre estão em busca de opções de produtos que podem ser oferecidos aos seus clientes e ainda incrementar o faturamento. Uma boa ideia para diversificar os negócios nos estabelecimentos são os aromatizantes automotivos. Fernando Bombana, gerente comercial da Gralha Azul Importadora e Distribuidora, que comercializa a marca AREON no Brasil há oito anos, explica que “existem muitos tipos, para todos os gostos e bolsos”. Os mais procurados são os de folhinhas e de madeira, que vão pendurados no retrovisor. O baixo custo e facilidade no uso são características muito atrativas para quem gosta de manter o carro perfumado. No entanto, a linha de perfumes premium tem atraído cada vez mais a atenção dos consumidores”.

Quando fala que existem opções para “todos os gostos e bolsos”, Bombana não está exagerando. A marca que surgiu na Bulgária em 1997 – e é a mais vendida na Europa – tem mais de 570 aromatizantes diferentes em seu portfólio e lança novos produtos constantemente. No Brasil, já são comercializados cerca de 80 produtos. “Fizemos uma seleção de modelos e aromas voltados ao perfil do brasileiro”, revela o gerente comercial.

Segundo ele, não há indicações específicas de aromatizantes para diferentes modelos de veículos. O importante é que os consumidores sigam as instruções e uso e precauções que estão nas embalagens, uma vez que alguns tipos de aromatizantes possuem características de uso mais complexas.

Também deve-se ressaltar que o aromatizador não possui relação direta com a manutenção do veículo, mas ajuda muito a disfarçar odores fortes, como de cigarro, por

AROMA DE BONS NEGÓCIOS

Aromatizantes para carros podem incrementar mix de produtos das revendas de lubrificantes, com opções para “todos os gostos e bolsos”



exemplo. Andar com um carro perfumado aumenta a sensação de limpeza. Para taxistas e motoristas de aplicativos, que sempre precisam se preocupar com os aspectos gerais dos veículos, esse é um ponto positivo para oferecer mais conforto aos seus passageiros.

VANTAGENS PARA A REVENDA

Como existem muitos perfumes diferentes, não existe melhor ou pior. Depende do gosto do consumidor. Tem gente que gosta de aromas mais acentuados, aqueles que preferem essências mais suaves, cheiros cítricos, mais doces e assim por diante. Para o associado do Sindilub, a rentabilidade de alguns modelos de aromatizantes chega a ser, percentualmente, até o dobro do que um litro de lubrificante.

Isso também vale para os varejistas e pode ser um bom argumento de venda. Bombana afirma que “a média de vendas do PDV é entre 40 e 100 unidades por mês. Em alguns casos onde existe incentivo e metas para a equipe, as vendas sobem significativamente. As folhinhas da AREON têm durabilidade de até 40 dias e a linha de madeira, de até 70 dias. Estes são os dois produtos mais vendidos da marca e, ao oferecer produtos de qualidade, a venda se torna recorrente, fazendo o ticket médio aumentar”.

Ele resalta ainda que, “uma boa estratégia é ter um expositor, ao lado do caixa. Por ser uma compra de impulso, o cliente acaba optando por sair com o carro revisado e cheiroso, além de ser cômodo comprar um aromatizante quando está dedicando tempo a fazer a manutenção do seu veículo”. ■

Os produtos Petrol atendem os mais exigentes níveis de desempenho.



CONHEÇA NOVA LINHA DE PRODUTOS

Petrol Gabro HLD Sintético 75W90
Lubrificante para transmissões e diferenciais autoblocantes.

Petrol Cherte Supremo Semissintético 10W40
Lubrificante para motores diesel de alta potência.

Petrol Gabro Universal GL4 SAE 20W40
Lubrificante mineral do tipo Óleo Universal para Transmissões de Tratores, conversores de torque, sistemas hidráulicos e sistemas de freio úmido.

“CAVALOS DE POTÊNCIA”

Com mais de 150 produtos em várias linhas de lubrificantes, marca traz oportunidades para Distribuidores de lubrificantes e afins

ENTREVISTA

Por Renato Vaisbih

A marca de lubrificantes Montana Oil está prestes a completar dois anos no mercado brasileiro. O lançamento se deu durante o evento do Sindilub e do Recap, em 2018, e de lá para cá a sua presença no território nacional e em outros países se torna cada vez mais forte, inclusive com a introdução de uma nova planta inaugurada no Paraguai, para operar em conjunto com outra que já existia no Paraná e a abertura de centro de distribuição em São Paulo.

Nesta entrevista exclusiva à revista Sindilub Press, Edilson Azevedo, empresário com participação na produção e envase dos lubrificantes Montana Oil, apresenta detalhes da operação e fala sobre a importância dos Distribuidores Exclusivos e as oportunidades para estes: “possuímos mais de 150 produtos em várias linhas como Leve, Pesada, Moto, Náutica, Graxas, Industrial, Transmissão, Diferencial, Agronegócio, Máquinas e equipamentos”.

Sindilub Press - *A marca de lubrificantes Montana Oil teve uma primeira apresentação para o mercado brasileiro na Autopar de 2018 e foi lançada no evento do Sindilub com o Recap no mesmo ano. No entanto, o projeto já vinha sendo desenvolvido alguns anos antes. Como foi esse processo?*

Edilson Azevedo - O projeto Montana Oil nasceu de uma parceria que fizemos com uma grande indústria de Lubrificantes localizada na Califórnia (EUA). Com isso, ampliamos nossas aprovações e im-



portamos alguns produtos já formulados, a granel, com envase destes no Brasil.

Sindilub Press - *Como surgiram as ideias da marca Montana Oil e do logotipo?*

Edilson Azevedo - A formalização da marca Montana Oil se deu mediante esta parceria com a empresa americana e se tornou homenagem ao Estado Americano que é o maior criador de equinos do mundo. O cavalo garanhão se tornou o nosso mascote, pois tem tudo a ver com força, “Cavalos de Potência”. Temos recebido elogios pela escolha do nome e do mascote em vários continentes.

Sindilub Press - *A quem pertence a marca Montana Oil e qual o vínculo da empresa KRM Company com a Texsa do Brasil?*

Edilson Azevedo - A marca pertence à KRM Company. A Texsa do Brasil é parceira produtora e envasadora da marca e eu possuo uma participação nas duas empresas.

Sindilub Press - *A comercialização dos lubrificantes Montana Oil é fei-*

ta por meio de distribuidores exclusivos? Qual a importância desses distribuidores para o negócio?

Edilson Azevedo - Sim! 100% através de distribuidores nomeados e Exclusivos. A importância é incalculável, pois ofertamos um portfólio amplo, qualidade garantida, preços competitivos, embalagens modernas, todo apoio técnico e comercial. Com isso, recebemos números expressivos, resumidamente é bom para todos, com uma parceria séria e com muita transparência.

Sindilub Press - *Onde a Montana já tem distribuidores atuando no Brasil?*

Edilson Azevedo - Em vários estados, ainda não fechamos todo o mercado nacional.

Sindilub Press - *E fora do Brasil?*

Edilson Azevedo - Fechamos com alguns países sul americanos e estamos com negociações avançadas em alguns países europeus, mesmo conhecendo as grandes dificuldades que existem para estar presente naquele continente.

Sindilub Press - *Em quais regiões ainda há interesse em fazer novas parcerias com distribuidores?*

Edilson Azevedo - Sabemos que estamos há alguns anos com o mundo muito globalizado. Pensamos que, se temos qualidade e todas nossas conquistas, podemos estar presentes em qualquer mercado.

Sindilub Press - *Quais os tipos de lubrificantes, incluindo especificações e segmentos, que a Montana oferece no mercado?*

SEJA UM DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO

MONTANA



TENHA A FORÇA DA MARCA, FRUTO DE
PARCERIA ENTRE INDÚSTRIA DO BRASIL E USA!

- ✓ PORTFÓLIO AMPLO COM MAIS DE 20 APROVAÇÕES DAS MAIORES MONTADORAS AUTOMOTIVAS MUNDIAIS!
- ✓ TUDO ISSO NAS EMBALAGENS MAIS MODERNAS DO UNIVERSO DOS LUBRIFICANTES!



O MAIOR CENTRO DE
DISTRIBUIÇÃO
DA AMÉRICA DO SUL



VEÍCULOS LEVES | MOTOCICLETAS | NÁUTICA | VEÍCULOS PESADOS | INDUSTRIAL E AGRÍCOLA | TRANSMISSÃO E DIFERENCIAL | COOLANT | GRAXA



0800 647 1553

KRM BRASIL COMPANY
CEP. 18.550-000 - BOITUVA - SÃO PAULO
MONTANA @ MONTANA-OIL.COM
WWW.MONTANA-OIL.COM



Edilson Azevedo - Nosso portfólio para os distribuidores é muito interessante, pois possuímos mais de 150 produtos em várias linhas, como Leve, Pesada, Moto, Náutica, Graxas, Industrial, Transmissão, Diferencial, Agronegócio, Máquinas e equipamentos. Procuramos estar sempre atualizados, acompanhando as mudanças do mercado e as novas tecnologias, introduzindo novos produtos. Como informei antes, nosso portfólio é muito amplo.

Sindilub Press - *E aprovações das montadoras?*

Edilson Azevedo - Se deram pela parceria com a Texsa do Brasil. Essa empresa tem muitas conquistas, com o maior laboratório petroquímico do Sul do Brasil, tendo mais de US\$ 1,2 milhões investidos em equipamentos e aparelhos laboratoriais, além das certificações ISO, como a 9001 e 14001, esta última muito difícil para conquistar, por ser uma ambiental e, em uma indústria de derivado de petróleo, pois sabemos do poder poluidor de nossos produtos. A Texsa do Brasil também já está com processo muito avançado para a certificação do seu laboratório na ISO 17025, que vai tornar menos burocráticas as novas aprovações. E não podemos

deixar de mencionar novamente nossa parceira norte americana, que nos proporcionou também várias conquistas.

Sindilub Press - *Onde está localizada a planta?*

Edilson Azevedo - Nosso centro de distribuição está localizado no maior centro comercial e logístico da América do Sul, que é São Paulo, e a planta produtora está localizada no interior do Paraná, sendo que a Texsa acabou de inaugurar sua segunda planta no Paraguai. Acreditamos que essa novidade trará ainda mais competitividade aos seus parceiros. ■

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

C O N E X Ã O V A R E J O

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



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

 YouTube / **SindiLub**

Faça sua assinatura!

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



10 ANOS DA PNRS: LUBRIFICANTES NA VANGUARDA!

Logística reversa de oluc e de embalagens plásticas usadas são consideradas casos de sucesso pelo Ministério do Meio Ambiente

MEIO AMBIENTE

Por Renato Vaisbih

Ao fazer uma retrospectiva de uma década da implementação da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS), o setor de lubrificantes no Brasil tem motivos para comemorar, com importantes conquistas, apesar da consciência de que ainda há espaço para melhorias, de acordo com a avaliação do secretá-

rio de Qualidade Ambiental do Ministério do Meio Ambiente (MMA), André França.

Também concordam com essa análise Ezio Camillo Antunes, diretor executivo do Instituto Jogue Limpo, entidade gestora do programa de logística reversa das embalagens plásticas usadas de óleos lubrificantes; e Manoel Browne de Paula, diretor de Relações Institucionais, Sustentabilidade e Jurídico da Lwart – maior rerrefinadora

do Brasil – e também presidente da Ambioluc, entidade que reúne empresas que fazem coleta e rerrefino de oluc.

Historicamente, o setor de lubrificantes no Brasil é pioneiro em diversas ações de responsabilidade ambiental e sustentabilidade, sempre com a participação ativa do Sindilub, antes mesmo da lei nº 12.305/2010, que instituiu a PNRS, publicada no dia 2 de agosto de 2010 e cujo decreto que regula-



Mais um
LANÇAMENTO

LINHA WOLFLUBE PREMIUM



● Bombas manuais de graxa ● Bombas manuais de óleo ● Coletor de óleo

www.lupuslubrificacao.com.br



FONTE: MMA

mentou o referido texto é de 23 de dezembro do mesmo ano.

“Podemos dizer que a logística reversa do oluc é um caso de sucesso. É um sistema anterior à própria PNRS, estabelecido pela Resolução CONAMA 362/2005, que já disciplinava todo recolhimento, coleta e destinação final, por meio do rerrefino, como principal estratégia para reaproveitamento do óleo lubrificante usado. Com relação às embalagens, também temos resultados muito expressivos reportados pelo Instituto Jogue Limpo, que é a entidade gestora, que também foi criada em 2005, antes da PNRS”, afirma França.

Na opinião dele, considerando o setor de lubrificantes em geral, “ainda há espaço para o desenvolvimento e aprimoramento, mas os resultados alcançados até aqui já se mostram relevantes e satisfatórios com uma grande contribuição não apenas para a economia, mas também para o meio ambiente e para a saúde das pessoas. Isso mostra que o setor está comprometido com o conceito de sustentabilidade”.

AVANÇOS DO MMA

Apesar dos elogios ao setor de lubrificantes, ele faz críticas às gestões anteriores no Ministério. “De 2010 até 2018, pouca coisa avançou concretamente, por isso o MMA colocou o tema como prioritário e, a partir da posse do ministro Ricardo Salles, diversas ações foram feitas”, enfatiza o secretário.

Como a PNRS não trata exclusivamente do oluc e das embalagens plásticas usadas de lubrificantes, as medidas também se aplicam a outros segmentos, como pneus, defensivos agrícolas, medicamentos, lâmpadas, pilhas e baterias, eletroeletrônicos, baterias de chumbo ácido e embalagens em geral.

Uma das novidades mais recentes, que começou a funcionar no final de junho, é o Manifesto de Transporte de Resíduos (MTR), que segundo França, vai eliminar o uso de papeis nos processos de logística reversa, desburocratizando a documentação e a gestão dos resíduos sólidos.

França esclarece que a ferramenta foi desenvolvida sem custos para

os cofres públicos, por meio de uma parceria do MMA com a Associação Brasileira de Empresas de Tratamento de Resíduos e Efluentes.

A ferramenta vai permitir que os geradores de resíduos, transportadores e destinadores disponibilizem informações de maneira mais ágil e transparente. Dessa forma, será possível criar o Inventário Nacional de Resíduos Sólidos, previsto na PNRS, pela primeira vez, com dados atualizados sobre a situação de resíduos no país.

Outra ferramenta prevista desde 2010 e que foi implementada apenas na atual gestão é o Sistema Nacional de Informações sobre a Gestão dos Resíduos Sólidos (Sinir), lançado em junho de 2019, com a presença do presidente do Sindilub, Laercio Kalauska, e o então diretor executivo do sindicato, Ruy Ricci.

Pela PNRS, Estados, Distrito Federal e Municípios devem disponibilizar anualmente ao Sinir as informações necessárias sobre os resíduos sólidos sob sua esfera de competência.



FOTO: DIVULGAÇÃO

MANOEL BROWNE DE PAULA

França completa que o MMA passou a publicar na internet painéis com dados com informações de resíduos sólidos em todo o país e também de alguns segmentos. Ele acredita que o painel de oluc é um dos mais completos, com informações sobre volume comercializado de óleo lubrificante no país, total de oluc coletado e total dispensado de 2008 a 2019. (veja figura 1)

Agora, a prioridade do Ministério, no entanto, é o programa Lixão Zero, com ações estruturantes para melhoria da gestão dos resíduos nos centros urbanos. De acordo com o secretário, “trata-se de um tema importante porque 85% da população do país vive nas cidades. São pessoas que passam por problemas graves, como a falta de saneamento adequado, sem acesso à coleta de esgoto e sem acesso a água tratada”.

Nesse sentido, ele comemora a sanção do novo Marco Legal do Saneamento Básico, no último dia 15 de julho, que busca garantir que, até 2033, 99% da população brasileira tenha acesso à água potável e 90% ao tratamento e coleta de esgoto.

Quanto à logística reversa, os exemplos citados são os novos acordos para os setores de eletroeletrônicos, baterias de automóveis e medicamentos.

AVANÇOS DA COLETA DE OLUC

Manoel Browne de Paula, diretor da Lwart e presidente da Ambioluc, concorda que as novas ferramentas implementadas mais recentemente pelo MMA e que já estavam previstas na PNRS podem trazer melhorias ao setor, inclusive com a

SEJA UM REVENDEDOR

10% DESCONTO NA PRIMEIRA COMPRA* + EXPOSITOR

areon
QUALITY PERFUME

areon X
areon FRESCO
areon FRESCO
areon FRESCO
areon FRESCO
areon SPORT LUX
areon FRESCO
areon FRESCO
areon FRESCO

areon[®]
QUALITY PERFUME

- ✓ AROMATIZANTE Nº 1 DA EUROPA
- ✓ EXCELENTE MARGEM DE LUCRO
- ✓ VENDA RECORRENTE
- ✓ GRANDE VARIEDADE DE PRODUTOS
- ✓ CONFIANÇA DE UMA MARCA PRESENTE EM 90 PAÍSES
- ✓ CONDIÇÕES DE PAGAMENTO FACILITADAS
- ✓ + DE 3 MIL PONTOS DE VENDA NO BRASIL



www.areonbrasil.com.br [@areonbrasil](https://www.instagram.com/areonbrasil)

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

Importado por Galha Azul Importadora.

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



FONTE: MMA

hipótese de que a eficácia do setor de rerrefino no Brasil é maior do que o apregoado pelo governo, citando o Sinir e também o SIMP – Sistema de Informações de Movimentação de Produtos, implementado pela Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), já funcionando há alguns anos.

“Uma coisa que foi acentuada mais recentemente é o princípio da informação ambiental. Os dados nos mostram quem é quem, se faz sentido o que está fazendo, se está investindo em tecnologia, se está tendo um bom rendimento, se tem performance, se investe em tecnologia, inovação, gente e valores. Ou seja, quem faz bem feito e direito”, argumenta.

Com os números de 2019 e o lápis em mãos, o executivo faz as contas: “para o Sinir, nosso setor tem a efetividade de 42%. Eu, no entanto, defendo que a efetividade real é de 75%. O número que temos de comercialização é 1,3 bilhão de litros. Temos uma parte, de quase 20%, que não podemos coletar, conforme a lei, porque é óleo para exportação, para fabricação de borracha e outras aplicações. Sobrou aproximadamente 1,1 bilhão de litros. Disso, nós temos um estudo nacional que aponta perda no processo de cerca de 30%. Vamos para 700 milhões de litros como um número viável para que eu aplique a eficiência do sistema de logística reversa do oluc. Se a coleta foi de 489 milhões, eu tive 75% de assertividade e não 43,7%. A base de cálculo tem de ser sobre o real e

não sobre o teórico. Se eu coletar 100%, eu vou chegar a 700 milhões e não 1,1 bilhão ou 1,3 bilhão”. (veja figura II)

Ao olhar para trás, Browne de Paula lembra que o setor de lubrificantes já tinha regras para a coleta de oluc e rerrefino desde a década de 1960 que, evidentemente, foram se aprimorando com o tempo, principalmente após o encontro Rio-92, “no âmbito do aproveitamento do óleo”.

“Essas regras antigas tinham um viés muito notadamente econômico, do desejo de ter uma contribuição do rerrefino no abastecimento nacional, uma que o Brasil não é autossuficiente.

A CONAMA 362/2005 reconheceu que a alternativa tecnológica do rerrefino era uma solução muito boa e precisava ser ampliada. Mais do que regras, trouxe estímulos para que todos os agentes da cadeia promovessem a destinação para o rerrefino. Isso realmente teve um impacto positivo, porque ela detalhou etapa por etapa de todo o processo”, analisa.

O texto ainda apresentou a ideia da logística reversa e a possibilidade de parcerias entre produtores e importadores com a indústria do rerrefino; estabeleceu metas de coleta que foram sendo ampliadas de acordo com a realidade do mercado; e criou um grupo de monitoramento para acompanhar o sistema.

“Quando a PNRS chegou em 2010, ficou estabelecido não só que a

melhor solução para o oluc era o rerrefino; era a única solução! Isso foi uma coisa muito feliz na PNRS. É uma validação técnica, uma ratificação da CONAMA 362/2005, porque saímos de uma resolução para uma lei federal chancelando a atividade do rerrefino e qualificando ela como um modelo para a logística reversa. Aquele foi um marco muito importante para o setor de logística reversa do oluc e o rerrefino no Brasil, para o meio ambiente e para a saúde das pessoas”, aponta o presidente da Ambioluc.

Segundo ele, a lei brasileira está na vanguarda internacional e os brasileiros que participam de eventos em outros países costumam ser procurados para tirar dúvidas de colegas de todas as partes do mundo.

“A nossa legislação dá segurança para investir na indústria do rerrefino até mesmo para o óleo básico do grupo II, como faz a Lwart. A partir de 2005, com o amadurecimento até 2010 e, depois, com a chancela da PNRS, nós tivemos uma estabilidade do sistema, uma previsibilidade. Isso traduz em segurança jurídica. O que podemos identificar? O rerrefino está maduro. É um sistema que traz uma solução ambiental. Temos poucos problemas. Existe ainda a destinação incorreta? Existe, mas é uma parte pequena. É raro ver óleo no chão, nas praias ou óleo de motor aleatoriamente despejado em qualquer lugar”, diz.

Sobre a Lwart, o executivo ressalta o investimento, após a PNRS,



LWART LUBRIFICANTES



de R\$ 230 milhões na planta de rerrefino em Lençóis Paulista (SP), sendo uma das cinco maiores do mundo, com tecnologia adquirida da Chemical Engineering Partners (CEP), da Evergreen, na Califórnia (EUA), que passou a destacar a empresa brasileira em seu portfólio.

O maior desafio para aprimorar o sistema de logística reversa do oluc no Brasil, sob a ótica de Browne de Paula, é fazer a promoção do que ele chama de “empatia empresarial com o meio ambiente e a sustentabilidade”. O presidente da Ambioluc e diretor da Lwart não esconde a indignação ao falar que ainda existem “grandes geradores de oluc fazendo estripulias à revelia de órgãos como a ANP, Ibama, Tribunal de Contas e os próprios agentes do setor. Tem empresa que até publica relatórios am-

bientais, mas na prática entrega o oluc a quem não tem condições nenhuma de coletar, transportar e nem rerrefinar. Esse processo não pode ser visto só com o viés do valor econômico. Existe um valor intangível. Eles precisam pensar em práticas de compliance ambiental”.

AVANÇOS NA COLETA DE EMBALAGENS PLÁSTICAS

A logística reversa das embalagens plásticas usadas de óleos lubrificantes também teve início, de maneira organizada, coincidentemente, cinco anos antes da PNRS, em 2005, com a criação do programa Jogue Limpo, criado pelas nove empresas associadas ao Sindicom – Sindicato Nacional

das Empresas Distribuidoras de Combustíveis e de Lubrificantes. As operações tiveram início no Rio Grande do Sul, com o apoio do então presidente do Sindicom, Alísio Vaz, já falecido.

“Ele levou as associadas a entenderem a importância da logística reversa. Imagine que ainda hoje, quinze anos depois, ainda temos gente perguntando o que é isso. Era um assunto muito embrionário e foi um trabalho árduo para convencer as empresas a terem mais um gasto”, recorda o diretor-executivo do Instituto Jogue Limpo, Ezio Camillo Antunes.

Entre 2005 até a promulgação da lei da PNRS, em 2010, o Jogue Limpo havia se expandido para o Paraná, Santa Catarina, Rio de Janeiro e a capital paulista. Segundo Antunes, “quando a lei chegou, com o sistema implementado em

ALTA PERFORMANCE PARA TRANSMISSÕES AUTOMÁTICAS

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

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

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

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

LIGUE (11) 4246-6393



phoenix
oil

Lubrificante automotivo

ATF MULTI-VEHICLE

Para transmissões hidráulicas e eletro-hidráulicas

CVT MULTI-VEHICLE

Para transmissões CVT movidas por correias ou correntes

*Bolsa plástica em caixa de papelão

quatro Estados e na cidade de São Paulo, já movimentava algo em torno de mil toneladas por ano. A legislação apresentou novas figuras como responsáveis pelo destino ambientalmente correto das embalagens usadas, mais especificamente todos os produtores e os importadores”.

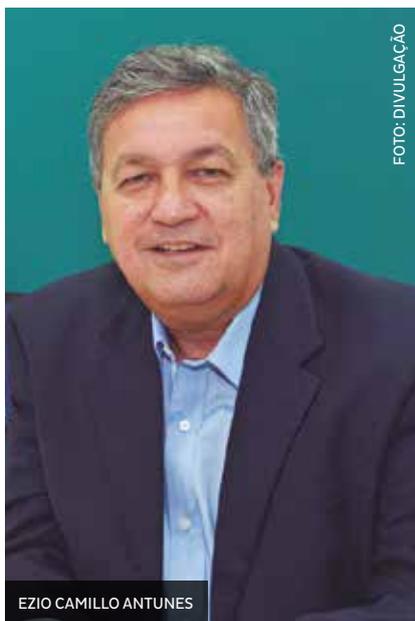
Outra novidade da PNRS foi a necessidade de cada segmento firmasse um Acordo Setorial. E aí, mais uma vez, o setor de lubrificantes saiu na frente, tendo firmado, em 2012, o primeiro documento nesse sentido no âmbito da PNRS, com a assinatura de diversas entidades representativas, incluindo o Sindilub.

O Acordo Setorial instituiu o Grupo de Acompanhamento de Performance (GAP) do SISTEMA, do qual o sindicato vem participando ativamente, tendo até mesmo oferecido sua sede para algumas reuniões.

O presidente do Sindilub, Lacercio Kalauskas, reforça que os associados estão automaticamente cobertos pelo Acordo Setorial. Assim, a coleta das embalagens plásticas usadas deve ser feita pelo Instituto Jogue Limpo. “O revendedor atacadista que não é associado ao Sindilub deve arcar com os custos da coleta”, alerta Kalauskas.

Antunes avalia que “com o Acordo Setorial, o Jogue Limpo obteve uma evolução significativa no número de Estados operando, a ponto, em 2014, chegar a 16 unidades da Federação, que era a meta assumida com o MMA para ser cumprida de abrangência geográfica em 2016”.

O diretor executivo complementa que, naquele momento, as empresas associadas ao Sindicato consideraram que as atividades do Jogue Limpo deveriam ser profissionalizadas e não mais vinculadas ao ambiente sindical.



Foi aí que surgiu a figura jurídica do Instituto Jogue Limpo, de forma independente, como unidade gestora do sistema de logística reversa das embalagens plásticas de lubrificantes usadas, uma novidade que a lei da PNRS previa, permitindo que as empresas de cada segmento formassem associações com tal objetivo.

Para Antunes, “a mudança do Jogue Limpo para uma sede própria, tirando o cordão umbilical do Sindicato, trouxe mais foco para as atividades e permitiu que a gente evoluísse ano a ano, com novos associados e também um maior volume de coleta, batendo as metas estabelecidas com o MMA e com os diferentes órgãos nas esferas estaduais”.

Nos 10 anos da PNRS, a coleta praticamente quintuplicou – das mil toneladas em 2010, o Jogue Limpo passou para 4,8 mil toneladas de plástico recolhidas em 2019. O número de associados subiu de nove para 46, que precisam fazer a logística reversa e viram no Jogue Limpo uma maneira eficiente de fazer isso e cumprir a legislação. Durante o ano passado, o sistema iniciou as operações no Amazonas e Roraima, chegando a 19 unidades da Federação, que

respondem por 85% das vendas de lubrificantes do país, de acordo com Antunes.

O diretor executivo afirma que o Instituto busca ser “mais eficiente nos custos das operações e na preservação ambiental. Temos mais de 70 caminhões rodando pelo país para coletar as embalagens. Isso gera uma sujeira no meio ambiente, na atmosfera. Então, a gente precisa fazer com que os comerciantes varejistas estejam mais engajados. Existem estabelecimentos, pequenas oficinas, por exemplo, que geram quatro embalagens de óleo e não justifica enviar um caminhão de cinco toneladas para buscar um saquinho plástico. Por isso, estamos ampliando os PEVs, que são os pontos de entrega voluntária. Os comerciantes podem juntar algumas embalagens e levar nos PEVs e o caminhão do Jogue Limpo passa por lá para fazer a coleta de um volume maior”.

Questionado sobre o futuro, Antunes faz uma pausa e explica a estrutura do Instituto, com um Conselho Gestor, formado por representantes de onze associados, que se reúne a cada três meses e é responsável por tomar as decisões mais importantes. Também existe um Conselho Fiscal, são realizadas assembleias gerais e, anualmente, auditorias externas.

“Há três anos, durante uma assembleia, após eu apresentar os resultados da coleta de embalagens, os fabricantes me pediram que também cuidasse do oluc, que é outro resíduo da mesma cadeia, mas que já possui um sistema diferente, com empresas coletoras e rerrefinadores. O que eles querem de mim não é que eu monte uma empresa de coleta ou uma rerrefinadora. Eles querem que o Jogue Limpo faça a gestão das coletas, como a gente faz para as embalagens. A gente vem evoluindo nisso e vai ser um trabalho para os próximos anos”, vislumbra. ■

CAMPANHA TIRA DÚVIDAS DOS CONSUMIDORES



Castrol buscou temas a serem abordados nas redes sociais e nas consultas feitas por telefone

CAMPANHA CASTROL

Por Renato Vaisbih

Os assuntos relacionados aos óleos lubrificantes automotivos abordados nos posts do Facebook e Instagram, junto com dúvidas recebidas pelo 0800, são a inspiração para a campanha Castrol MAGNATEC- Amamos Proteger, lançada recentemente.

Segundo a gerente de marketing Deborah Sciamarella, “a construção e o desenvolvimento de parte da campanha nas plataformas digitais é uma forma da Castrol se conectar com o consumidor, hoje muito assíduo às redes sociais da marca. Temos mais de 3 milhões de seguidores no Facebook, com o compromisso de contribuir com informação relevante para a proteção do maior número de pessoas possível”.

Além de responder às principais dúvidas dos consumidores relacionadas ao lubrificante, a campanha também vai dar orientações sobre cuidados de higiene do veículo, “protegendo tanto o motor do carro quanto a família”.

A hashtag #AmamosProteger será utilizada em postagens no Youtube, Facebook e Instagram da Castrol no formato de filmes em animação e priorizando conteúdos educativos. No site da companhia será disponibilizado para download o Guia de Proteção Castrol.

No ambiente offline, serão distribuídos itens de segurança como máscaras reutilizáveis e álcool em gel para funcionários, distribuidores, clientes e consumidores. “Nosso objetivo é oferecer uma prestação de ser-

viço à sociedade com iniciativas nos ambientes offline e online de maneira ampla, que vai desde a saúde do consumidor até a saúde e manutenção do seu veículo. A Castrol entende a responsabilidade social que exerce. Este é um momento de união e resiliência e somente juntos teremos força para superar a pandemia”, explica Deborah.

Durante a campanha, também haverá informações sobre a linha Castrol MAGNATEC. De acordo com o material de divulgação da empresa, trata-se de um lubrificante premium com moléculas inteligentes que se aderem como um imã e formam uma película protetora que permanece no motor mesmo quando desligado, graças a uma tecnologia exclusiva. ■

O local onde Adilson Capanema iniciou a carreira profissional, em 1985, e se aposentou, no último mês de março, foi o mesmo: o município de Contagem, na região metropolitana de Belo Horizonte, Minas Gerais. As transformações pessoais pelas quais ele passou e a própria empresa, no entanto, foram imensas!

Formado em Engenharia Mecânica pela PUC-MG, ele lembra que comemorou a formatura numa sexta-feira, descansou no final de semana e na segunda-feira já começava no emprego novo, na Tutela Lubrificantes.

“Eu tinha 23 anos, já era casado e com dois filhos pequenos. Trabalhar não era uma escolha; era necessidade. Havia passado em uma seleção na Vale do Rio Doce, mas não me chamavam. Nesse meio tempo, apareceu a vaga na Tutela e eu fui. Comecei como vendedor e aprendi bastante sobre lubrificantes”, conta.

Até então, ele não imaginava que seguiria esse caminho e terminaria como diretor comercial de uma das principais companhias do mundo, a PETRONAS. No meio do caminho, fez cursos na área de Marketing, especialização em Finanças e MBA na Fundação Dom Cabral. Na área de vendas, atendeu clientes no segmento industrial, comerciantes varejistas e revendedores atacadistas. Acumulou a função de vendedor e gerente de assistência técnica. E também respondeu pelas operações da empresa no Brasil e em outros países da América Latina.

“Tive a felicidade de participar da construção de uma empresa de renome e respeitada no mercado brasileiro. Quando eu entrei na empresa a gente tinha participação de market share de menos de 1% e deixei a companhia com um market

TRAJETÓRIA PROFISSIONAL DEDICADA AOS LUBRIFICANTES

Adilson Capanema relembra momentos marcantes que passou em 35 anos, de vendedor na Tutela Lubrificantes a diretor e à aposentadoria na Petronas

share de 11%. Naturalmente isso não é construção de uma só pessoa, é de uma equipe, mas é muito gratificante ter feito parte disso, ainda mais quando a gente para pra pensar que nossa empresa não tem uma rede de distribuição de combustíveis no Brasil, que ajuda a fortalecer a marca”, afirma Capanema.

MOMENTOS MARCANTES

Durante essa trajetória, a própria empresa foi passando por grandes transformações, inclusive na sua composição societária e no nome. A Tutela Lubrificantes passou para as mãos da FL – Fiat Lubrificanti, estrategicamente escolhida pela montadora italiana, já que sua fábrica de automóveis fica até hoje em Betim, também na região metropolitana de Belo Horizonte.

No início do ano 2000, a FL não ia muito bem e fundos de investimentos estrangeiros acabaram – literalmente – fatiando a empresa. “Foi um momento difícil, de muita indefinição e turbulência em função da cisão dos acionistas. Eu tentei evitar uma divisão da empresa, mas não consegui. E ainda tive que

escolher um dos lados. Optei por ficar do lado que era ligado ao Grupo Fiat no Brasil e, posteriormente, viria a ser vendido para a PETRONAS”, conta Capanema.

Apesar dos obstáculos, ele se orgulha de que “em praticamente dois anos após a separação, a gente já estava quase do mesmo tamanho de antes. Isso foi muito marcante, porque quando a gente foi para o mercado, formando uma equipe de vendas, a relação e confiança que a gente tinha com os clientes foi muito importante para a nossa recuperação”.

No período sob gestão italiana, um episódio foi “tragicômico”. Segundo ele, “nas empresas não se vivem somente momentos de felicidade, é claro. Teve um período em que a direção da empresa, na Itália, estava muito descontente com o que acontecia por aqui. De repente, vieram ordens de lá para mudanças drásticas. O problema é que era dia 1º de abril e o pessoal aqui custou a acreditar. Todo mundo andava pelos lados dizendo: ‘só pode ser mentira’; ‘é pegadinha’; ‘é brincadeira’... Mas quando veio o dia dois de abril, o pessoal viu que a coisa era pra valer”.

Outra passagem importante foi quando a PETRONAS assumiu o controle da empresa no Brasil, em 2012, e Capanema respondia por toda a operação, incluindo vendas, processos de fabricação, compras de insumos e outras responsabilidades, desde 2000. “Foram feitas muitas reformulações e me deram a opção de escolha de continuar na área de operações ou me concentrar na área comercial. Como eu tinha mais afinidade, optei por voltar à área comercial, onde com mais investimentos feitos em tecnologia e, principalmente com a duplicação da fábrica, tivemos a oportunidade de buscar mais mercado”, avalia.

FAMÍLIA

Capanema admite que ainda não se acostumou com a vida de aposentado. Afinal de contas, pouco tempo depois de seu desligamento da PETRONAS, o mundo se viu diante da pandemia da Covid-19 e o início da quarentena.

“Como eu iniciei a vida profissional muito cedo, também me aposentei cedo, com 58 anos. Agora, já fiz 59. Então, não significa que vou ficar sem fazer nada. Não dá pra ficar parado. Hoje tenho uma atividade profissional que pretendo seguir, que é ligada à pecuária de leite e de corte”, revela.

Na verdade, a preocupação de sustentar a família já não existe mais. “Posso dizer que o trabalho em uma grande empresa de lubrificantes me deu a oportunidade de oferecer à minha família uma vida confortável e uma educação de altíssima qualidade. Teve um período em que eu pagava quatro cursos superiores em universidades privadas”, diz, referindo-se à época em que os três filhos – depois que começou a trabalhar na Tutela Lubrificantes nasceu mais um garoto – estavam na faculdade e a esposa, que havia abandonado o curso de Psicologia para cuidar das crianças, havia retomado os estudos.



Dos três filhos, dois são engenheiros e um, administrador. Todos são independentes, profissionais bem-sucedidos e com cargos executivos em grandes empresas. No total, Capanema já tem quatro netos – três meninos e um menina.

Do mercado de lubrificantes, ele mantém muitas amizades, da PETRONAS, da rede de distribuição Brasil afora, dos diversos fóruns que participou, das entidades representativas e das demais companhias.

“Gostaria de fazer um agradecimento especial a todos os colegas da Petronas e aos clientes pelos anos de relacionamentos”, afirma

EXPECTATIVAS

“Alguns desses amigos me telefonaram, principalmente no começo da quarentena, logo depois do meu desligamento da PETRONAS. Queriam conversar, trocar ideias, pedir sugestões. A gente precisa manter o contato, mesmo que agora seja sem o calor humano, mas isso vai passar. Eu disse pra muita gente: o mercado de lubrificantes não vai desaparecer, não vai acabar. A gente atravessa um momento difícil, mas vocês têm que manter os negócios, cortar as despesas onde for possível, mas não podem fechar

as portas e simplesmente ir embora. As atividades essenciais consomem lubrificantes. Algumas áreas pararam, como a aviação e o transporte de viagens rodoviárias de passageiros. Mas o transporte rodoviário de cargas, boa parte da indústria e da agricultura não parou”, ressalta Capanema.

Fazendo uma análise ampla do mercado, ele considera que a expectativa de crescimento antes da pandemia se devia mais ao fato de o setor ter atravessado vários anos ruins. “O mercado de lubrificantes no Brasil não tem crescido, está estável em nível de volume, mas é porque a economia não tem ajudado. Isso, de certa forma, dificulta a vinda de novos entrantes, ou seja, o mercado está um pouco carente de uma disputa um pouco maior para o atacadista de lubrificantes”, pondera.

Como tendências, ele aponta as novas tecnologias na composição dos lubrificantes, o crescimento das pequenas marcas e uma mudança nos modelos de distribuição. “A PETRONAS está voltando para o sistema de distribuidores exclusivos em detrimento dos atacadistas multimarcas. Isso já tinha avançado no Sul e Sudeste. A BR Distribuidora, no seu processo de reformulação, também começou a operar com uma primeira distribuidora exclusiva no Rio Grande do Sul e certamente deve adotar esse modelo”, conclui. ■

HOMENAGEM A VALTER BURRI

HOMENAGEM

Por Renato Vaisbih

O mercado de lubrificantes perdeu no dia 16 de maio de 2020 uma das figuras mais simpáticas do setor, sempre disponível para atender às demandas do Sindilub, onde fez parte da Diretoria por 16 anos. Valter Burri, fundador da Super Troca de Óleo Moema e da revenda Lubrificantes Moema, tinha 69 anos de idade e 45 de atuação no ramo.

Apesar de ter feito o curso superior de Publicidade e Propaganda, Burri começou a trabalhar ainda jovem, aos 24 anos, em 1965, como funcionário da Texaco. Em uma entrevista à Sindilub Press, em 2014, por ocasião da posse para mais um mandato como suplente do Conselho Fiscal do sindicato, ele lembrou: “passei pela Castrol; fui para a Mobil e, finalmente, me estabeleci na Super Troca de Óleo Moema. Posteriormente, fundei a Lubrificantes Moema, atacadista multimarcas”.

Valter era o mais velho de três irmãos. O caçula, Marcos, começou a trabalhar como auxiliar dele logo no início dos investimentos no próprio negócio. O irmão do meio, Vanderley, se juntou ao trio somente em 2000.

“Eu trabalhava com confecção, tive dificuldades, procurei o Valter e ele me abriu as portas aqui. Então, o pouco que sei hoje sobre lubrificantes foi ele que me ensinou. O Valter tinha um conhecimento enorme sobre óleos. Outras trocas de óleo ligavam para perguntar qual tipo de óleo usar em um câmbio ou em um motor. Antes dele entrar na Texaco, ninguém da família nunca tinha trabalhado no setor de lubrificantes.

Ele foi um grande empreendedor e só tenho a agradecer o legado que ele deixou para mim e o meu irmão”, conta Vanderley.

O irmão de Valter também fala sobre a proximidade do empresário com o Sindilub. Segundo ele, “meu irmão sempre foi muito respeitado e conhecido no ramo de lubrificantes em São Paulo. Foram muitos anos de contato com o pessoal do Sindilub, com o presidente Laercio Kalasuskas. Eu agradeço o carinho que sempre trataram a gente, o meu irmão. Quando passamos por momentos difíceis aqui na empresa, sempre estiveram do nosso lado e ajudaram bastante”.

Na entrevista de 2014, o próprio Valter registrou a importância do sindicato para o mercado e para a empresa dele: “é sem dúvida alguma o maior aliado de todos os revendedores e atacadistas. É um porto seguro para todos os empresários do setor, servindo de ponte para nos ligar com as companhias fabricantes, com os órgãos governamentais e também com a imprensa e, daí, com todos os consumidores e o público em geral. Não há como negar a importância do Sindilub também para nos informar sobre as leis e as regras do jogo comercial”.

OH, TRICOLOR

No tempo livre, Valter tinha algumas preferências. Na música, apesar de paulistano, está registrado em sua página no Facebook a admiração pelas composições de Luiz Melodia, que coincidentemente nasceu no mesmo ano que ele, 1951.

Mas, como muitos brasileiros, era no futebol que o empresário se revelava um apaixonado. “Ele era são-paulino roxo! Tem um monte de fotos dele



FOTO: DIVULGAÇÃO

VALTER BURRI

em viagens para acompanhar os jogos da Libertadores e também com troféus conquistados pelo São Paulo. Ele tinha até cadeiras cativas no estádio do Morumbi. O Marcos também é são-paulo. Mas eu sou palmeirense”, diverte-se Vanderley.

Muita gente leva, como deve ser, a torcida por times rivais na brincadeira, de maneira saudável. E, com o Valter, como ficavam essas “diferenças clubísticas” nos negócios? Vanderley revela que o irmão era tranquilo com relação a isso, “mas quando eu vim para a empresa, trabalhar com ele, se falava muito dos times. Às vezes isso gerava algum atrito com clientes mais exaltados, mais fanáticos. Então, depois de um tempo, decidimos que era melhor não falar mais sobre futebol no ambiente de trabalho. E as coisas caminharam muito bem”. ■



ENEOS

JAPAN'S NO.1 OIL COMPANY



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



PARAFLU®

A MARCA NÚMERO 1 EM ADITIVOS PARA RADIADORES



MONTADORA CÓD. 10-3010

MONTADORAS E NORMAS

GM CHEVROLET	GM 6277M (+B040 1065) / QL 130100
FORD	WSS-M97B44-D
MERCEDES-BENZ	325.3
AUDI / SEAT / SKODA / VW	TL-774 D/F (G 12/ G 12+) / G1-0-0257
VOLVO	128 6083/002
MACK	014 6S T7009
ADE	-
ASTON MARTIN	-
BEHR	-
CATERPILLAR	A4.05.09.01
CUMMINS	IS SERIES 6 M14/ 32-9011
DAF	74002
DETROIT DIESEL	POWER COOL PLUS
ISUZU	-
JAGUAR / LAND-ROVER	CMR 8229/ WSS-M97B44-D
JENbacher	-
JOHN DEERE	JDMH5
KAROSA	-
KOBELCO	-
KOMATSU	07.892 (2007)
LEYLAND TRUCKS	DW03245403
LIEBHERR	MD1-36-130
MAN	324 TIPO SNF/ D36 5600
MAZDA	MEZ.MN 121 D
MG-ROVER	-
MITSUBISHI	-
MTU	MTL 5048
MWM	0199-99-1115/5/ 0199-99-2091/8
RENAULT-NISSAN/ RENAULT TRUCKS	41-01-001/ -- S TYPE D
SUZUKI	-
THERMO KING	-
ULSTEIN BERGEN	2.13.01
WÄRTSILÄ	DLF799861/ 32-9011
WAIKESHA	-
YANMAR	-

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

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

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



www.paraflu.ind.br

Avenida Edmundo Klein, 185 ☎ +55 51 3635-1837
São Sebastião do Caí / RS ☎ +55 51 9.83030808

PARAFLU®