

Julho de 2024 - Nº 161

Sindilub PRESS

A Revista do Mercado de Lubrificantes



Sinal de Alerta no Setor

Negócios
de Família

Reforço no Combate
à Pirataria

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

Ao escrever o editorial da edição número 161 da Sindilub Press já teremos percorrido a metade do mês de julho, deixando o primeiro semestre desse atribulado ano para trás.

Como não poderia deixar de ser, a tônica desta edição é o lubrificante, o nosso mercado, nossos negócios.

Em minha ótica, difícil destacar uma das importantes matérias veiculadas nessa edição, muito bem elaboradas, algumas interligadas como o caso do artigo sobre a queda no mercado de lubrificantes verificada no primeiro trimestre deste ano, o combate à pirataria, o mercado irregular e a reforma tributária.

Criamos esperanças quando na Matinal que realizamos no mês de junho o Gerente Jurídico do IBP nos apresentou a possível inclusão dos lubrificantes no regime monofásico de cobrança do novo imposto que virá em substituição ao ICMS, o IBS.

Finalmente alcançaríamos o tão perseguido regime monofásico na cobrança do imposto sobre os lubrificantes, o que será uma benção para todos nós da revenda atacadista.

Mas a ducha de água fria veio com a publicação do resultado das votações dos Projetos de Leis Complementares realizadas na Câmara Federal, quando não vimos os lubrificantes no rol dos produtos sujeitos ao regime monofásico previstos no artigo 167. Mas não esmoreceremos. A luta deve continuar, o que foi aprovado deverá ser submetido ao Senado, e lá mais adiante, ainda há o caminho, um pouco mais difícil, mas não impossível, da Lei Complementar.

E essa é e será uma luta ao lado de outras encampadas e enfrentadas pelo Sindilub em sua incansável trajetória, para as quais lanço meu apelo: nos ajudem.

Tenho acompanhado com muita atenção e preocupação as notícias veiculadas na mídia sobre as dificuldades enfrentadas pela Agência Nacional do Petróleo para se desincumbir a contento de suas importantes atribuições, devido à redução nas verbas previstas no orçamento que lhes foram destinadas. Sem a eficaz atuação da Agência no controle de nosso mercado, e na fiscalização para o combate da pirataria e na comercialização irregular – e porque não criminosa – tudo fica muito difícil. Esperamos que tudo se regularize o mais rápido possível.



Gostei muito e recomendo: leiam com atenção o artigo sobre a sucessão nas empresas familiares. É para se pensar, se programar e agir racionalmente. Vale a pena.

E por fim, esperamos que o Projeto de Lei que modifica – mas não extingue – a cobrança da “taxa do Ibama”, a TCFA, incluído injustamente por parte da imprensa no “pacote” de projetos ambientais votados na Comissão de Constituição e Justiça, avance.

Se cuidem nesse inverno, vacinem-se, e

Boa leitura!

Muito obrigado,
Adriano Luiz de Castro Silva
Presidente do Sindilub



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

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

sindilub.org.br



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



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



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



ÍNDICE

Lubrificantes nas veias	5
Comprometimento com o meio ambiente	6
Monofasia simplifica tributos e dificulta fraudes	8
Por uma cobrança justa da TCFA	10
Sinal de alerta no setor	12
Contra a pirataria no e-commerce	14
Negócios de família	16
Coleta de embalagens supera meta	18
30 anos de Plano Real: a lição não aprendida	20
Reforço no combate à pirataria	22
Novidades no mercado de abastecimento	24
Sindilub estará presente na ExpoPostos & Conveniência 2024	26

EXPEDIENTE

Julho - 2024, edição nº 161

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.

SINDILUB EM AÇÃO

Por Renato Vaisbih

A intenção de estar mais próximo da revenda de lubrificantes foi um dos pontos altos da participação do CEO da Gulf Oil Brasil, Ramiro Ferrari, na Matinal Sindilub de abril.

Na abertura do encontro, o diretor de Assuntos Estratégicos do Sindilub, Laercio Kalasuskas, lembrou que a Gulf é uma marca icônica no mercado de lubrificantes, com mais de 120 anos, fazendo menção ao clássico do cinema “As 24 Horas de Le Mans”, de 1971, estrelado por Steve McQueen. Também enfatizou que, atualmente, é a marca de primeiro enchimento da McLaren e patrocinadora da equipe Williams de Fórmula 1.

A respeito de seu percurso profissional, Ferrari contou que atua no mercado de lubrificantes desde 1997, na Argentina, e brincou: “não tenho sangue nas veias; tenho lubrificantes nas veias, porque minha carreira inteira foi dedicada a esse negócio”.

Ele completa que teve “sorte, porque, além de ter bons líderes na minha carreira, eu tive a sorte de ter uma equipe super profissional, um time muito dedicado. Na Gulf, a gente foi montando um quebra-cabeça e temos uma planta muito interessante em São Paulo”.

Sobre o momento atual e o futuro, Ramiro destacou os investimentos que estão sendo feitos pela Gulf e o fato de ser uma marca tradicional, com produtos de alto valor agregado.

Na América Latina, mais especificamente no Brasil, a operação da empresa ganhou força no ano passado, com a aquisição de uma planta em Iperó, no interior paulista, e a oferta de lubrificantes

LUBRIFICANTES NAS VEIAS

CEO da Gulf Oil Brasil, Ramiro Ferrari, fala na Matinal Sindilub sobre carreira e perspectivas para a empresa ao fazer parcerias com distribuidores



RAMIRO FERRARI

FOTO: DIVULGAÇÃO



destinados aos segmentos automotivo, industrial e agrícola.

Segundo Ferrari, a expectativa de retorno dos investimentos é de aproximadamente cinco anos. A fábrica tem capacidade de produção de 3 milhões de 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 4,5 milhões de litros/mês nos próximos meses, para fazer face ao seu planejamento de expansão no mercado.

Sobre a qualidade, o executivo apontou que existe “um com-

promisso muito grande com a marca, que é o valor da companhia. É uma marca que soube transformar isso em um ativo muito valioso. E nós temos uma responsabilidade muito grande de defender esse ativo. Fazemos isso, em primeiro lugar, garantindo o processo de qualidade”.

Quanto às parcerias com os distribuidores e revendedores, Ferrari foi enfático: “vamos continuar a estreitar os relacionamentos. Isso é fato. Desde antes da fábrica a gente já vinha fazendo várias reuniões, trabalhando em conjunto, em parcerias muito boas, e a gente continua nesse caminho, sempre garantindo a qualidade e respeitando os acordos”. ■

COMPROMETIMENTO COM O MEIO AMBIENTE

Fabricante de equipamentos para lubrificação conquista certificação alinhada aos objetivos da ONU

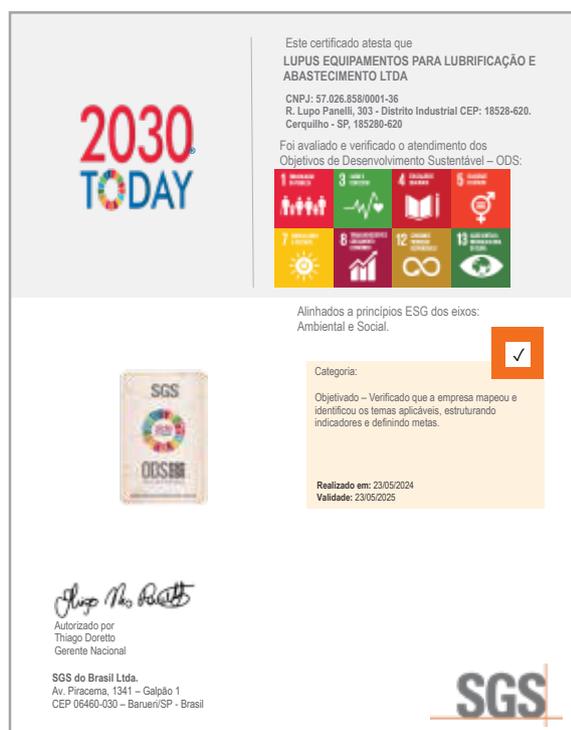
FIQUE POR DENTRO

Por Renato Vaisbih

A preocupação com o meio ambiente e o crescimento sustentável tem se mostrado uma das premissas no mundo dos negócios nos dias atuais. Dessa forma, a Lupus, que recentemente completou 60 anos de atuação no mercado de equipamentos de lubrificação, com uma ampla linha de produtos, decidiu investir nessa ideia.

O resultado foi a certificação do Programa 2030 Today, concedido pela SGS Sustentabilidade, que destaca os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, “um apelo global para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas, em todos os lugares, possam desfrutar de paz e de prosperidade”, como define a entidade.

Os ODS integram a Agenda 2030, composta de 17 objetivos e metas adotadas por 193 países na ONU, e recebem cada vez mais atenção das empresas, mercados e consumidores, por destacar as dimensões econômica, social e ambiental, também alinhadas com o conceito de ESG, sigla que vem do inglês e significa Environmental, Social and Governance (Ambiental, Social e Governança).



Para Mario Panelli Filho, diretor da Lupus, “é um orgulho poder anunciar essa tão esperada certificação, conquistada com muito esforço e comprometimento de todos da nossa equipe. Foi também um aprendizado enorme que vai nos trazer benefícios não só para nossa empresa, mas para a sociedade em geral. Além disso, agora temos o desafio de expandir as boas práticas para as outras empresas do grupo”.

Ele se refere ao Grupo WMP, que além da Lupus, é composto por outras empresas do mercado automotivo, de petróleo e energia: Wol-

flube, E-Wolf, Mahovi, Lepam e Wolfcred.

Os responsáveis pela SGS Sustentabilidade explicam que “o Programa 2030 Today auxilia as empresas a integrar a sustentabilidade na sua operação, de forma prática e objetiva, focada em indicadores e resultados, demonstrando ao mercado seu comprometimento e impactos positivos”.

Após um trabalho de conscientização das empresas, a SGS acompanha a estruturação para implementação de mudanças e, posteriormente, realiza o

monitoramento e ainda acompanha a comunicação das ações de sustentabilidade. Todo o processo e, principalmente, a adesão às práticas alinhadas aos ODS passa por uma auditoria externa até que a empresa receba o selo do Today 2030.

“Foi muito gratificante ver toda nossa equipe envolvida nesse processo, sem a pressão de que estávamos passando por uma auditoria, mas com a sensação de que estamos investindo em futuro melhor para todos”, completou Panelli Filho. ■



Petrol[®]



A SUA MOTO PEDE PETROL

Linha completa, com máxima proteção e vida útil prolongada para seu motor. Resistência Extrema e controle de temperatura para performance consistente na cidade e na estrada. Os óleos lubrificantes são compatíveis com diversas motocicletas. Para motores 2T, 4T e linha Scooter. Tecnologia: Anticorrosiva e antioxidante. **Leve sua pilotagem a um novo patamar com Petrol!**

Siga nossas redes sociais



MONOFASIA SIMPLIFICA TRIBUTOS E DIFICULTA FRAUDES

*Matinal Sindilub
recebeu gerente
jurídico do IBP para
explicar sistema de
cobrança de impostos
e como mudanças
podem beneficiar o
setor de lubrificantes*

SINDILUB EM AÇÃO

Por Renato Vaisbih

As recentes mudanças na cobrança de impostos e possíveis alterações foram discutidas na Matinal Sindilub de maio, que contou com a presença do gerente jurídico e tributário do IBP (Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás), Mozart Rodrigues.

O encontro deu origem à ideia de montar um documento técnico e mercadológico a ser encaminhado à Câmara dos Deputados para defender os interesses do setor de lubrificantes em relação à reforma tributária, com destaque para a implementação da monofasia.

Os agentes do setor acreditam que a melhor opção é a simplificação da tributação dos lubrificantes, com a possibilidade de monofasia, que prevê o cálculo dos impostos nas etapas dos processos iniciais de produção e importação, facilitando a fiscalização.

O diretor de Assuntos Estratégicos do Sindilub, Laercio Ka-



lauskas, recordou que o regime tributário dos combustíveis era semelhante ao dos lubrificantes, mas acabou havendo uma mudança relevante, com a monofasia para a gasolina e o diesel.

Segundo Kalaukas, “é importante entender os benefícios da monofasia. Antes disso, havia um ambiente bastante fértil para a criatividade e muitas peripécias. Agora isso mudou para o setor de combustíveis”.



Rodrigues afirmou que o “aspecto tributário norteia muito nosso segmento de combustíveis e lubrificantes porque grande parte do valor agregado dos produtos é tributo. Então, qualquer alteração é importante”.

Fazendo um resgate histórico, o gerente do IBP explicou que “foi o mercado irregular que incentivou a proposta de emenda constitucional 227, de 2000, que tem na sua justificativa a necessidade de

resolver distorções de natureza tributária. Isso originou a emenda constitucional 33, de 2001, que a gente diz que foi a primeira reforma tributária do setor de combustíveis e lubrificantes, possibilitando que o ICMS fosse cobrado de maneira monofásica. A gente batalhou por isso, mas nunca teve êxito”.

O ICMS monofásico somente virou realidade em 2022, com a sanção da Lei Complementar 192/22 pelo ex-presidente Jair Bolsonaro, que prevê a incidência por uma única vez do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) sobre combustíveis, inclusive importados, com base em alíquota fixa por volume comercializado.

“Foi ali que o setor de combustíveis conseguiu a sua reforma tributária, que buscava por 22 anos. No início a gente tentou colocar

os lubrificantes junto, mas houve uma grande resistência e tivemos de recuar. E falamos: vamos esperar um pouco para ver como fica com os combustíveis e depois vemos os lubrificantes”, apontou Rodrigues.

Diante do cenário atual, com bons resultados após a monofasia implementada para gasolina, diesel e GLP, os participantes da Matinal Sindilub concordaram sobre a necessidade de levar à Câmara dos Deputados documentos que demonstram os benefícios que a monofasia pode trazer ao setor de lubrificantes.

Também foi mencionado que, caso não haja sucesso, os lubrificantes podem ser incluídos em regime específico, já previsto na Constituição, pela emenda constitucional 33, de 2001, como explicado por Rodrigues, inclusive com a

possibilidade de ação judicial com esse argumento.

O gerente do IBP acrescentou que “em Brasília, até por parte da Receita Federal que cuida da reforma tributária, sempre houve uma resistência muito grande em colocar os lubrificantes no regime monofásico. Eles entendem que existem muitos tipos de lubrificantes e definir alíquotas para esses diferentes lubrificantes vai ser muito difícil. Isso, inclusive, consta na lei complementar do Governo Federal, de 2022”.

No final da reunião, ficou acordado que os agentes do setor de lubrificantes vão buscar o apoio de especialistas e políticos para auxiliar no entendimento do cenário político e na elaboração do estudo completo sobre a reforma tributária e a implementação do regime monofásico para o segmento. ■



TECNOLOGIA LIMPA EM ABASTECIMENTO



(15) 3500-7385



lepam@lepam.com.br



www.lepam.com.br

POR UMA COBRANÇA JUSTA DA TCFA

Projeto de lei que prevê novas faixas para taxa do Ibama é aprovado em Comissão da Câmara dos Deputados, mas mal interpretado por parte da mídia

LEGISLAÇÃO

Por Renato Vaisbih

A Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania (CCJ) da Câmara dos Deputados aprovou em abril um Projeto de Lei que tramita desde 2018 e altera a cobrança da Taxa de Controle e Fiscalização Ambiental (TCFA).

A proposta, que já havia passado pelas comissões de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável e de Finanças e Tributação, e deveria seguir para o Senado, mas como foi apresentado um recurso, também deverá ser votada pelo plenário da Câmara.

O consultor jurídico do Sindilub, Edison Gonzales, explica que “o PL foi aprovado junto com outros quatro projetos que acabou sendo interpretado por alguns deputados e jornalistas como sendo antiambiental. A proposta, no entanto, não tem nada de antiambiental. O espírito é proporcionar uma cobrança mais justa da TCFA. Ninguém é contra a TCFA”.

A taxa é cobrada trimestralmente pelo IBAMA de todas as empresas que exercem atividade potencialmente poluidora. O valor é definido de acordo com dois critérios: porte econômico e potencial poluidor e utilizador de recursos naturais (PPGU).



FOTO: KATRIN BOLOVTSOVA

“O problema é que existem poucas faixas de cobrança, o que faz com que existam casos em que um revendedor de lubrificante é obrigado a pagar o mesmo valor que um produtor. É uma disparidade e o projeto de lei tem o objetivo de corrigir isso”, completa Gonzales.

O Projeto de Lei 10273/2018 foi apresentado pelo ex-deputado Jerônimo Goergen (PP-RS), que não concorreu à reeleição em 2022, tendo contribuições de diversos setores que pagam a TCFA, inclusive do consultor jurídico do Sindilub.

Em um debate na Câmara dos Deputados antes de deixar o cargo, Goergen ainda considerou outra situação: “Nós estamos querendo

que ela seja cobrada daquilo que tem potencial poluidor. Não tem lógica você ter uma oficina dentro de uma revenda de carro, onde só tem um cantinho que lida com óleo, e a taxa ser cobrada sobre todo o faturamento da loja”.

Gonzales alerta que “é preciso conscientizar os deputados de que o PL não tem nada de antiambiental. É uma questão de justiça para adequar as faixas de receita bruta das empresas para definição do valor da TCFA. O que defendemos é a adequação dessas faixas. O texto não faz nenhuma referência à fiscalização da cobrança ou questiona sua constitucionalidade. É uma questão de proporcionalidade para as faixas de cobrança”, conclui. ■

**EXTRON,
VOCÊ PODE TER
A QUALIDADE**



**E A TECNOLOGIA DAS PISTAS
DA STOCK CAR!**

EXTRON
LUBRIFICANTES

Produzido por:
ULTRAX
LUBRIFICANTES



(14) 3283-8070

falecom@ultraxbrasil.com.br

www.ultraxbrasil.com.br

Ultrax, patrocinadora oficial da
equipe KTF na Stock Car

KTF
SPORTS



SINAL DE **ALERTA** NO SETOR

Mercado de lubrificantes teve queda no primeiro trimestre, seguindo tendência da agropecuária e indústria, apesar do PIB em alta

CAPA

Por Renato Vaisbih

O resultado do mercado brasileiro de lubrificantes no primeiro trimestre de 2024, na comparação com o mesmo período de 2023, acendeu um sinal de alerta no setor.

O volume comercializado no país de janeiro a março foi de 304.397 m³, representando uma queda de 7,5% em relação ao primeiro trimestre do ano passado.

O editor do Portal Lubes em Foco, Pedro Nelson Belmiro, explica, porém, que “essa queda se deu, principalmente, por causa do desempenho do mês de março, que não apresentou o mesmo vigor de anos anteriores, apesar de representar uma alta de 8,9% sobre fevereiro. Além disso, a base de comparação com 2023 é bastante alta, pois foi o segundo maior março da história”.

Ele também já antecipou que, em abril, o mercado não evoluiu muito, o que deve manter a tendência de queda com relação ao ano passado.

Quando se volta o olhar para o cenário mais amplo da economia brasileira, buscando entender o mercado de lubrificantes, os setores de agropecuária e indústria demonstram que há a tendência de resultados negativos.

De acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), o PIB brasileiro cresceu 2,5% no

primeiro trimestre de 2024, na comparação com o mesmo período de 2023.

Apesar da alta nos setores de comércio e serviços, a agropecuária recuou 3% e a indústria 2,8%, refletindo a uma redução no consumo de óleos lubrificantes para máquinas e equipamentos.

PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

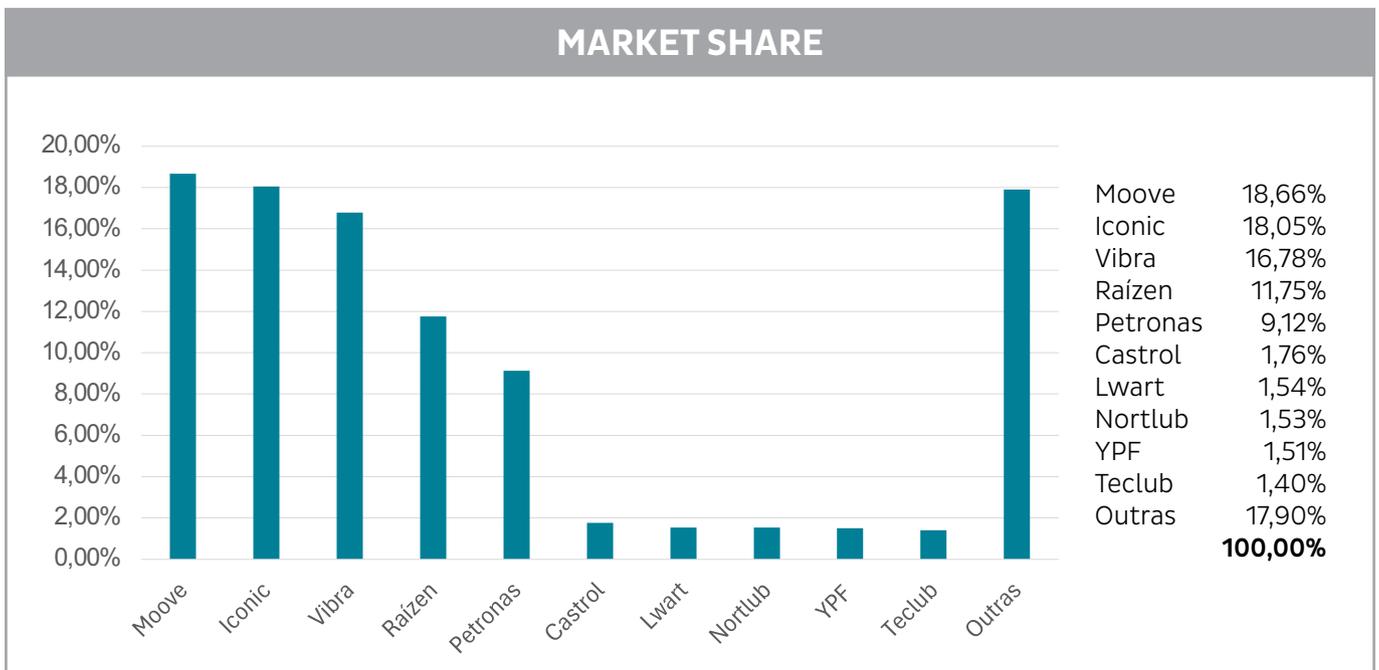
Ao analisar a produção de lubrificantes no Brasil, Belmiro destaca como novidade o fato da Moove ter assumido a liderança de vendas no primeiro trimestre de 2024, com uma fatia de 18,66% de participação de mercado.

Os movimentos da empresa multinacional brasileira, inclusive, têm demonstrado uma estratégia ousada, com o anúncio em maio da aquisição da PetroChoice, maior distribuidora e produtora de lubrificantes dos Estados Unidos, com cerca de 70% de participação do mercado norte-americano.

A Moove é parte do Grupo Cosan, que reúne empresas como a Raízen e produz as marcas Mobil e Comma, entre outras, presente em onze países.

O ranking de market share nacional segue a Iconic (18,05%), Vibra (16,78%), Raízen (11,75%), Petronas (9,12%), Castrol (1,76%), Lwart (1,54%), Nortlub (1,53%), YPF (1,51%), Teclub (1,40%) e outras empresas com 17,9%. ■

MARKET SHARE



CONTRA A PIRATARIA NO E-COMMERCE

ANP aprova acordo com plataforma Mercado Livre para reprimir venda de lubrificantes irregulares via internet

ANP-FISCALIZAÇÃO

Por Renato Vaisbih

A Diretoria da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Bio-combustíveis (ANP) aprovou um acordo de cooperação técnica para reprimir a venda de óleos lubrificantes irregulares com a empresa Ebazar.com.br Ltda, responsável pela plataforma Mercado Livre, uma das gigantes do comércio on-line na América Latina e presente em 18 países.

O acordo reforça os objetivos da campanha #JuntosPelaQualidade, lançada pelo Sindilub contra os lubrificantes clandestinos e piratas e que está prestes a completar dois anos, ganhando cada vez mais o apoio não somente da ANP, mas também de outras importantes entidades e agentes do setor.

“Vamos estender nossa vigilância a um mercado que até então estávamos cegos”, disse o diretor-geral da ANP, Rodolfo Sabóia, ao dar seu voto a favor do acordo. A Agência também já demonstrou interesse em ampliar esse tipo de parceria com outras empresas que vendem lubrificantes por meio do comércio eletrônico.

Com a iniciativa junto ao Mercado Livre, a ANP poderá remover diretamente anúncios de produtos irregulares e terá acesso a informações que poderão ser utilizadas como vetores de inteligência nas ações de fiscalização em estabelecimentos físicos.

Os dados ainda poderão contribuir para o rastreamento de possíveis produtores não autorizados, ampliando a atuação da Agência no combate às irregularidades do mercado.

Além dos lubrificantes, a parceria engloba outra linha de atuação da ANP nas ações de fiscalização, que é o metanol vendido como combustível no e-commerce, o que é proibido, por se tratar de um produto tóxico que apresenta riscos à saúde humana.

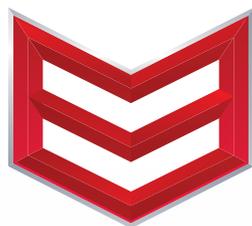
Fernando Moura, que é um dos diretores da Agência e ficou responsável pela relatoria do texto do acordo com o Mercado Livre, destacou que “a ANP tem identificado um mercado crescente de empresas sem autorização, principalmente em São Paulo, o que prejudica diretamente o consumidor, com a baixíssima qualidade do produto, além de oferecer um preço mais baixo, e, portanto, atentando contra a ordem econômica”.

Também diretora da ANP, Symone Araújo, enfatizou que “é mais uma ideia excepcional e deve ser copiada sem pudor para outras áreas da ANP para usar todos os meios disponíveis de parcerias, nesse caso, um ente privado, mas que vai trazer benefício para o consumidor”.

Do lado do Mercado Livre, não se trata de algo inédito. A empresa já mantém esse tipo de cooperação, apresentando bons resultados, com outros órgãos e agências governamentais, especialmente a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), com eficácia reconhecida.

A primeira parceria entre a Anvisa e o Mercado Livre foi firmada em 2015 e ampliada posteriormente. Pelo acordo, a Agência recebe dados dos responsáveis por publicidades irregulares e uma ferramenta tecnológica permite a busca e remoção desses anúncios.

Assim como ocorre com os lubrificantes, no Brasil, a venda de produtos regulados pela Anvisa - cosméticos, alimentos, produtos de limpeza e alguns tipos de produtos para a saúde, por exemplo - pode ser feita pela internet. ■



EVORA
Lubrificantes



Proteção e

EFICIÊNCIA

Conheça nossa linha completa de óleos e graxas lubrificantes.

19 3397-4800
evoralub.com.br

NEGÓCIOS DE FAMÍLIA

Consultor faz reflexões sobre o futuro da revenda de lubrificantes como empresa familiar e indica possíveis direções

ENTREVISTA

Por Renato Vaisbih

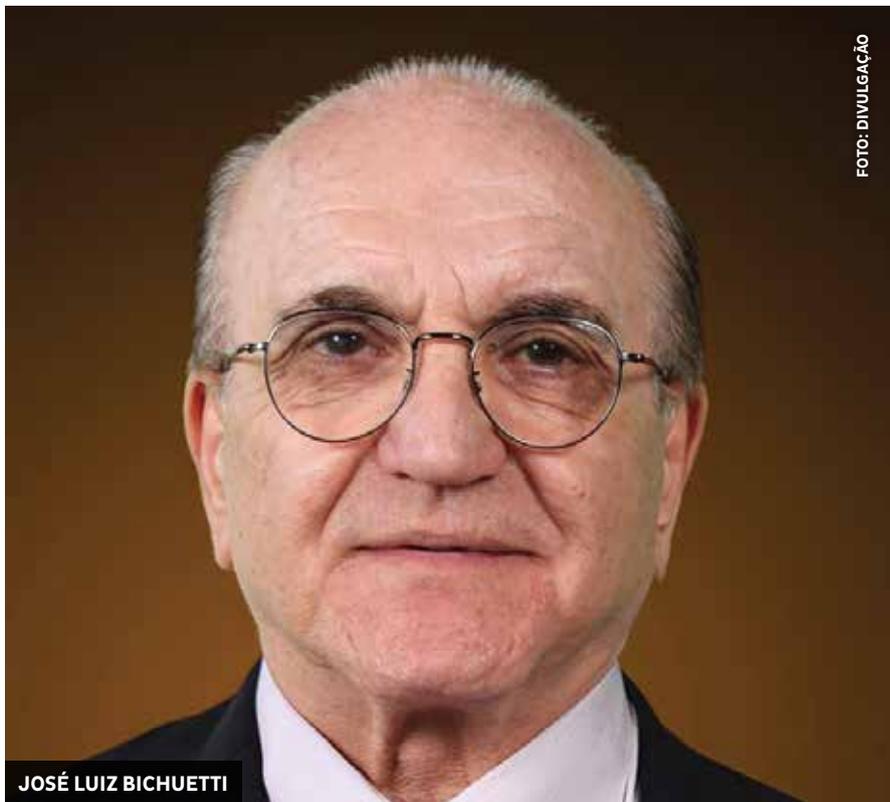
Um dos principais desafios da revenda varejista e atacadista de lubrificantes é a sucessão das lideranças, especialmente nas empresas familiares de pequeno e médio porte.

A pedido do Sindilub, o consultor de empresas José Luiz Bichuetti fez uma relação de situações que podem ser consideradas nos processos de crescimento e gestão de mudanças nas empresas

Como executivo, foi CEO e ocupou cargo na Diretoria de diversas instituições, como Grupo Santa Catarina, Interclínicas, Sodexo, Coel, Compass e Antares Acoplamentos.

Faz parte de conselhos consultivos e de administração, além de atuar como instrutor de cursos de governança, liderança e gestão de pessoas no IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, FGV Saúde, Saint Paul Escola de Negócios e KPMG Risk University. Também viveu e trabalhou nos EUA, França, Itália, México e Argentina.

Confira alguns temas destacados por Bichuetti, que estão presentes no livro de sua autoria “Governança, gestão e sucessão – passo a passo” e que podem ser aplicados à realidade do setor de lubrificantes.



JOSÉ LUIZ BICHUETTI

FOTO: DIVULGAÇÃO

Sindilub Press - Por que empresas familiares morrem?

José Luiz Bichuetti - *Empresas de origem familiar apresentam alto índice de mortalidade, resultante de fatores como: disputas pelo poder; decisões por emoção e não pela razão; divergências culturais, ideológicas e empresariais mal administradas entre sócios; falta de comunicação e de transparência entre os sócios e seus familiares; insistência dos familiares ou sócios em conduzir os negócios quando não têm talento para tal; falta de critérios para profissionalização, ingres-*

so e evolução de familiares nos negócios; subjetividade e falta de critérios na escolha e promoção de executivos; interesse focado no “próprio umbigo” em detrimento do que é importante para a empresa.

Sindilub Press - Liderança proativa e respeito a valores são fundamentais?

José Luiz Bichuetti - *Os principais fatores de sucesso para a perpetuidade de empresas familiares são: existência de liderança(s) proativa(s) na família; valores familiares e societá-*

rios respeitados; estratégia bem fundamentada e compartilhada; desvinculação de emoções e afetividades pessoais em tomadas de decisões; definição clara das responsabilidades e alçadas; abdicação de interesses pessoais em favor do coletivo; humildade em reconhecer limitações pessoais ou coletivas; escolha criteriosa de gestores; planejamento sucessório fundamentado em competências e meritocracia; ordenação do ingresso e desenvolvimento de familiares na organização; exemplo aos colaboradores: disciplina, trabalho, dedicação; acertos societários ou cisão quando necessário.

Sindilub Press - Falta de critérios para profissionalização, ingresso e evolução de descendentes é um perigo?

José Luiz Bichuetti - Entre as várias organizações familiares de

sucesso, há aquelas nas quais sócios e familiares participam da condução dos negócios em posições executivas e outras nas quais eles não participam da gestão, mantendo-se vigilantes ao nível da Assembleia e/ou do Conselho. Naquelas em que os descendentes participam da gestão, existe uma definição clara de critérios para participação de membros da família nos negócios. Eles entendem que profissionalizar uma organização significa ter profissionais competentes nas posições executivas, familiares ou não.

Sindilub Press - Profissionalização na empresa familiar não significa trazer profissionais de mercado para substituir membros da família?

José Luiz Bichuetti - A evolução de uma organização com características familiares para “pro-

fissionalizada” é um processo de transformação cultural que exige tempo de maturação para ser bem-sucedido.

A definição clara e consensada de regras para o ingresso e evolução de familiares nos negócios merece especial atenção para orientar e disciplinar o envolvimento de descendentes nos negócios e na gestão. Profissionalização não significa, necessariamente, afastar os membros da família ou sócios de posições diretivas e substituí-los por profissionais de mercado.

Significa ter as pessoas com as competências e experiências adequadas para liderar a empresa ou uma de suas áreas com eficácia, para alcançar os objetivos almejados. Essas pessoas podem ser ou não da família, desde que preencham esses requisitos. ■

LINHA DE TRANSMISSÃO AUTOMÁTICA



Tecnologia e inovação para o seu veículo!



www.gtoil.com.br



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



[gt.oil](https://www.instagram.com/gt.oil)



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

MEIO AMBIENTE

Por Renato Vaisbih

O Instituto Jogue Limpo divulgou o “Relatório de Desempenho Anual 2023” com números expressivos da coleta de embalagens usadas de óleos lubrificantes em todo o Brasil.

De acordo com o documento, “foram destinadas de forma ambientalmente correta 5.701 toneladas de embalagens plásticas, resultado superior à meta em 7,3% e mais de 450 toneladas acima do ano de 2022”.

O texto complementa que, além dos frascos dos produtos, “o sistema destinou de forma ambientalmente correta muito mais, incluindo as embalagens plásticas, o óleo lubrificante drenado (OLUC) destas embalagens e, ainda, os outros rejeitos inerentes ao processo, atingindo o total de 5.910 toneladas”.

Os objetivos de ampliação na abrangência de atuação do Instituto incluíram a entrada de um novo estado – Tocantins – e atendimento a um maior número de municípios, chegando a 4.436.(VEJA FIGURA 1)

O relatório esclarece que “o Acordo Setorial assinado com o Ministério do Meio Ambiente e Mudanças do Clima em dezembro de 2012 continua metas válidas apenas até 2016. De 2017 em diante são apresentadas metas crescentes a cada ano às organizações participantes (prática adotada até que se assine um novo Acordo Setorial ou um aditivo ao Acordo Setorial original)”.

O Sindilub aparece como uma das entidades signatárias do Acordo Setorial, ao lado de Sindicom, Simepetro, Fecombustíveis, CNC e SindTRR.

Além disso, o Instituto Jogue Limpo destaca o aumento no número de associados, passando de oito fundadores em 2005 – Vibra, Shell, Iconic, Castrol, Petronas, YPF, Moove e Total Energies – para 64 no ano passado.

COLETA DE EMBALAGENS SUPERA META



No capítulo “Relacionamento com públicos estratégicos”, o texto detalha ações junto aos consumidores finais pessoas físicas; rede de revendeda e demais comerciantes varejistas; comerciantes atacadistas; e fabricantes e importadores.

O documento afirma que os varejistas “devem receber as embalagens entregues pelo consumidor e armazená-las de forma adequada, em conjunto com aquelas geradas em seus próprios estabelecimentos, disponibilizando-as para o Sis-

Fluxo do processo



tema de Recebimento ou encaminhando-as diretamente às Centrais de Recebimento do fabricante e/ou importador”.

Já os atacadistas, “devem receber as embalagens de seus clientes revendedores ou consumidores e armazená-las de forma adequada, em conjunto com aquelas embalagens geradas em seus próprios estabelecimentos. As embalagens devem ser disponibilizadas para o serviço de recebimento itinerante do sistema, ou encaminhadas diretamente às Centrais de Recebimento do fabricante e/ou importador”.

O avanço tecnológico também contribuiu para a busca por soluções mais eficientes, especialmente com relação à preservação ambiental, somando às ativida-

des principais do Instituto outras ações, como os testes com sistemas informatizados, incluindo um aplicativo, para registro das coletas sem a utilização de qualquer documento em papel.

“O objetivo é o aprimoramento do sistema, mantendo o registro em tempo real do recebimento, com mais automatização e menos riscos de eventuais erros com digitações das informações. Os geradores, órgãos ambientais e a sociedade continuarão com o acesso às informações em tempo real, com uma confiabilidade ainda maior”, aponta o relatório. **(VEJA FIGURA 2)**

Em sua mensagem de apresentação, o diretor-executivo, Ezio Camillo Antunes, fala sobre os desafios para 2024: “O primeiro deles será iniciar as operações no estado

do Pará. Em uma avaliação preliminar feita ano passado, identificamos a ausência de recicladores de plástico e aterros sanitários classe 1 no estado, além de pouca cultura acerca do tema de logística reversa. Apesar das dificuldades, buscaremos atingir essa meta. Outro desafio será evoluirmos conjuntamente com o MMAMC e órgãos ambientais estaduais e municipais nas novas exigências impostas aos sistemas de logística reversa, tais como verificador de resultados, auditorias externas nas operações, entre outras”.

Mais uma meta para este ano apresentada no relatório é destinar de modo ambientalmente correto 5.805 toneladas e o equivalente a 23% do total colocado no mercado de varejo pelos fabricantes e importadores. ■



Produzido por Tamco Lubrificantes

+ DE 60 ANOS
DE TRADIÇÃO

Descubra a **Falke**: uma marca brasileira que está transformando o mercado de lubrificantes com alta qualidade, inovação, sustentabilidade e performance para os segmentos agrícola, industrial e automotivo.

SIGA-NOS



30 ANOS DE PLANO REAL: A LIÇÃO NÃO APRENDIDA



Em muitos debates sobre economia, um ponto essencial é ignorado com frequência: o real impacto dos gastos governamentais descontrolados nos bolsos dos muitos brasileiros. Trinta anos depois da implantação do Plano Real, muitos acreditam que aumentar os gastos públicos seria a forma de cuidar dos mais pobres. Infelizmente, por isso, ainda não ganhamos a guerra contra a pobreza, mesmo 30 anos depois de havermos acabado com a hiperinflação.

Vamos voltar no tempo para entender melhor. A inflação acumulada no Brasil, medida pelo IPCA, desde o início dos anos 80 até 1994, quando implementamos o Plano Real, atingiu mais de 13 trilhões por cento.

Quando a inflação é elevada, os efeitos para diferentes classes sociais são drasticamente diferentes.

Os mais pobres têm pouco dinheiro e gastam tudo o que ganham. São os mais negativamente afetados. 10% de alta nos preços pode ser a diferença entre poder comprar carne ou não.

Os mais ricos consomem menos do que ganham. Com o que pou-

pam, conseguem juntar alguns ativos e investir. Quando os preços sobem no mercado, o valor dos seus imóveis e aplicações financeiras também sobe, reduzindo o impacto negativo da inflação para eles.

Além disso, eles continuam consumindo os mesmos produtos. Portanto, a inflação não é neutra. Ela penaliza os mais pobres. Não por acaso, logo na sequência da implementação do Plano Real, com a queda brutal da inflação, tivemos a maior redução de miséria, pobreza e desigualdade de renda da história brasileira.

A questão é que a chave do problema inflacionário no Brasil é simples: os gastos do governo não param de crescer. E quando os gastos públicos crescem, uma ou mais de três coisas tem de acontecer:

1. A inflação se acelera, fechando o desequilíbrio das contas públicas, já que a alta da inflação aumenta a arrecadação de impostos;

2. O governo aumenta impostos para bancar gastos maiores, tirando dos bolsos dos cidadãos dinheiro que poderia ser gasto por eles com produtos e ser-

viços da sua escolha. Isso machuca ainda mais o mais pobre, que já não tinha nenhum recurso sobrando;

3. O governo financia os gastos maiores do que a receita endividando-se cada vez mais. Como muita gente sabe - aliás, todos deveriam saber - que ninguém (governo, empresa ou família) pode se endividar cada vez mais porque vai acabar quebrando, empresas e pessoas começam a tirar dinheiro do país, o que enfraquece a moeda local. A alta do dólar encarece produtos importados, o que faz a inflação subir, machucando mais exatamente o mais pobre.

Paradoxalmente, diferentes governos que tivemos nos últimos 30 anos, incluindo o atual, continuam justificando gastos públicos cada vez maiores como visando cuidar dos pobres. Na realidade, gastando demais, eles ampliam a pobreza. Já está mais do que na hora que nosso país aprenda essa lição. ■

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



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
A CONSCIENTE

Promoção e Organização

exhibitions

Apoio



Local

SÃO PAULO EXPO
Exposições & Conveniência

REFORÇO NO COMBATE À PIRATARIA

*Instituto
Combustível
Legal cria núcleo
para atuar contra
mercado irregular
de lubrificantes*

ENTREVISTA

Por Renato Vaisbih

Com atuação importante na área de combustíveis desde 2020, o Instituto Combustível Legal (ICL) passa a ter um olhar mais voltado também para os problemas no mercado de lubrificantes.

Nesta entrevista, o diretor do ICL, Carlo Faccio, e o consultor para o segmento de lubrificantes, André Alves, explicam os principais pontos de atuação.

Sindilub Press: O podemos destacar da atuação do ICL?

Carlo Faccio: *Desde a sua fundação, em 2020, o ICL iniciou um trabalho para melhoria do ambiente concorrencial, muito focado em situações operacionais, com relação a problemas de qualidade e quantidade. Com o tempo, fomos incorporando outras funcionalidades que estão relacionadas às origens dos problemas. Então, começamos a trabalhar, além do monitoramento do mercado e denúncias de ilícitos nos postos, também passamos a trabalhar em situações que se referem a questões tributárias e regulatórias. Com isso, conseguimos motivar diversas mudanças. Dentre as que consideramos de extrema importância estão as relacionadas com a inclusão do combustível, com exceção do eta-*



nol, na monofasia, que era necessidade do setor que já vinha sendo discutida de forma ampla e, posteriormente, a colocação disso dentro da reforma tributária, onde o ICL teve um papel relevante. A gasolina e o diesel já estão nessa modalidade e isso deve

diminuir bastante a sonegação tributária. Em compensação, a gente ainda tem uma série de atuações necessárias para mitigar o problema tributário, como a caracterização do devedor contumaz, que a gente vem trabalhando forte para que se possa

eliminar as distorções de não-pagamento dos tributos. O débito tributário no país é superior a R\$ 180 bilhões e a gente pode reverter isso, com o tempo, se houver a caracterização do devedor contumaz. As ações do ICL nesse sentido ganharam robustez e se tornaram referência no mercado e até dos órgãos de fiscalização, que contribuimos para identificar zonas de calor e apoiamos as ações para que realizem um serviço mais assertivo.

Sindilub Press: E como se deu o início da atuação do ICL no setor de lubrificantes?

Carlo Faccio: Fomos incorporando outras atividades e, mais recentemente, incluímos a participação de lubrificantes. São coisas correlacionadas – combustíveis e lubrificantes – e a indústria utiliza o ICL como um elemento de combate a ilícitos, até por conta da proximidade com os órgãos de fiscalização e até mesmo a estrutura totalmente segmentada para buscar esses mesmos contraventores que se utilizam da modalidade de combustível também se utilizam dos lubrificantes para cometerem ilícitos. Então, o ICL começou a incorporar esse trabalho na virada do ano, criando um núcleo específico, onde o André Alves está à frente, para organizar o direcionamento de esforços e trabalhos conjuntos, buscando identificar o que a chama de bateadeiras ou misturadoras, reaproveitamento de óleo, clonagem de embalagens e até a pirataria do óleo. Acho que o histórico que a gente tem de quatro anos vai ser importante para a gente operar na área de lubrificantes e trazer os mesmos bons resultados que a gente já vem obtendo no setor de combustíveis.

Sindilub Press: A gente vê que a ANP vem aumentando o número de ações de fiscalização de combustíveis e lubrificantes. Como isso impacta o mercado?

Carlo Faccio: O ICL é uma ferramenta para levar insumos e os órgãos competentes façam as devidas fiscalizações, uma vez que eles possuem a fé pública para atingir os contraventores. A gente não tem força de polícia. Não só a ANP, como os demais órgãos de fiscalização, tem uma competência. A ANP atua na área regulatória e de qualidade dos produtos. Mas existem outros órgãos que também realizam ações, como Procons, IPEM e o Ministério Público, além de forças-tarefas.

O indício de irregularidades que vêm aumentando nas ações da ANP é muito mais pela assertividade das ações. É como se fosse uma balança: quando começou a ter mais ilícito de sonegação e inadimplência, qualidade e problemas operacionais diminuíram. Quando se combateu bastante a sonegação e a inadimplência, voltamos a ter problemas de qualidade, quantidade e até mesmo pirataria e contrabando. O que está acontecendo agora, em função até do combate a sonegação e inadimplência, é o recrudescimento de problemas operacionais. A gente sempre teve esse tipo de situações. Agora, a ANP vem dando mais visibilidade até porque a gente tem hoje mecanismos de controle mais assertivos e as ilicitudes têm sido encontradas com maior frequência.

Sindilub Press: Qual o maior desafio na fiscalização?

Carlo Faccio: Existe um componente novo nessa modelagem. Antes, você tinha situações pontuais. Agora, estamos falando de problemas estruturais, onde existem grupos organizados, buscando ganhar em todos os elos da cadeia: produção, distribuição, logística, revenda. Eles começam a praticar irregularidades em qualquer etapa da cadeia de comercialização de combustíveis e lubrificantes.

André Alves: É importante acrescentar que, no setor de lubrificantes, a gente tem um universo com vários segmentos e mais de três mil produtos. Isso obviamente traz uma complexidade para a fiscalização. O nível de informação e conhecimento é muito mais exigente para os agentes fiscalizadores. Então, isso facilita o mercado irregular a agir cada vez mais, tanto com fraudes operacionais, quanto tributárias.

A estrutura de canais de distribuição dos lubrificantes também é um desafio, que é bem diferente dos combustíveis, praticamente concentrada na indústria e nos postos de serviços. De lubrificantes, a gente tem um número bem ampliado de canais: oficinas mecânicas, autopeças, supermercados, o varejo todo participa. A gente está falando de um produto envasado. No ano passado, pela primeira vez, o lubrificante foi o produto com o maior volume de apreensão pela ANP.

Sindilub Press: Como o ICL contribui para as ações de fiscalização?

Carlo Faccio: Nós temos investido também na capacitação dos agentes públicos, especialmente no setor de lubrificantes. Eu posso até admitir que talvez as irregularidades no passado já existiam, mas elas não eram colocadas à vista de todos.

Neste momento, algumas práticas que antes poderiam ser consideradas comuns e não eram tidas como ilícitas – e ninguém fiscalizava – agora são identificadas. Sempre houve, mas antes não havia materialidade suficiente, não tinha um equipamento para fazer testes, não havia uma equipe capacitada para identificar os problemas. Desde outubro do ano passado a gente vem atuando junto à ANP para que se façam módulos específicos de treinamento na área de lubrificantes para os agentes fiscalizadores. ■

NOVIDADES NO MERCADO DE ABASTECIMENTO

Dispensers e bombas para Arla 32 e Diesel com tecnologia japonesa chegam ao Brasil por iniciativa da Lepam, empresa que integra o Grupo WMP, com 60 anos de história

MERCADO

Por Renato Vaisbih

Identificar uma bomba ou dispenser de combustível é muito simples. Muita gente, até mesmo crianças ou pessoas leigas em engenharia, consegue saber, só de olhar de longe, qual a principal função desses equipamentos. No entanto, fazer a escolha de um bom equipamento não é tarefa fácil.

A estrutura que fica à mostra é como se fosse apenas a casca de uma fruta. O que está dentro é muito importante e possui detalhes que devem ser observados com cuidado ou com a garantia de quem entende do assunto.

É aí que entra a Lepam, empresa especializada em abastecimento, que está fazendo o lançamento de diversos produtos no mercado brasileiro, com uma variedade que já inclui cerca de dez modelos para Arla 32 e Óleo Diesel.

Uma das vantagens é que os produtos podem ser adaptados para utilização em postos de combustíveis e grandes indústrias que precisam abastecer as frotas próprias. Além disso, os produtos estão disponíveis para pronta en-

trega e a empresa assegura as peças de reposição, caso sejam necessárias.

“Fizemos muitas pesquisas e investimentos para desenvolver produtos em uma empresa 100% nacional, utilizando tecnologia japonesa. Também buscando ter certeza de oferecermos ao mercado uma ótima relação custo x benefício, especialmente por causa do suporte pós-venda e apoio na manutenção dos equipamentos”, afirma Rodrigo Sallum, sócio fundador da empresa.

Ele também enfatiza a seriedade do trabalho, que traz na bagagem a credibilidade do Grupo WMP, que atua há 60 anos no mercado, com empresas relacionadas ao mercado automotivo, de petróleo e energia, do qual também fazem parte a Lupus, Wolflube, E-Wolf, Mahovi e Wolfcred.

Para Sallum, um dos diferenciais que merecem destaque é o suporte pós-venda. “A Lepam possui equipes especializadas e constantemente atualizadas, sempre prontas para prestar atendimento qualificado de assistência técnica em todo o Brasil. Nos preocupamos também em investir constantemente em treinamentos e tecnologia para um atendimento rápido e eficiente”, completa.

A empresa também já possui a certificação ABNT ISO 9001:2015, que assegura maior qualidade de produtos, por meio de uma análise da gestão da empresa, tendo como consequência a melhoria da eficiência operacional e a satisfação dos clientes.

Dentre os diversos cases de sucesso que utilizam os produtos da Lepam estão postos de rodovia e grandes indústrias, como a Suzano, maior fabricante de celulose do mundo e umas maiores produtoras de papéis da América Latina, líder no mercado brasileiro em diversos segmentos.

PRODUTOS

Sallum ressalta que a linha de produtos é diversificada e que a Lepam possui planos para que sejam desenvolvidos novos tipos de dispenser e bombas com o tempo, ga-

rantindo um crescimento forte e sustentável da empresa.

Atualmente, são oferecidos três modelos de dispenser para Arla 32, sendo um deles "dual", com dois bicos, e outros dois compactos, um deles com um display e outro, com display duplo.

A diferença dos dispenser para as bombas de abastecimento é que esses equipamentos possuem um sistema de bombeamento dos combustíveis ou fluidos que necessitam de pressão positiva gerada por peças no interior dos tanques submersos. Já as bombas possuem um sistema de bombeamento próprio, que integra o próprio o equipamento, o que explica o fato de serem mais robustos.

O portfólio da Lepam, portanto, inclui mais três modelos de bombas submersas e outras três variações de bombas para óleo diesel. ■

DISPENSERS PARA ARLA 32

A MAIS COMPLETA SOLUÇÃO EM DISPENSERS DA AMÉRICA LATINA



(15) 3500-7385
lepam@lepam.com.br
www.lepam.com.br

SINDILUB ESTARÁ PRESENTE NA EXPOPOSTOS & CONVENIÊNCIA 2024

Evento será realizado de 10 a 12 de setembro, no São Paulo Expo

AGENDA

Por Renato Vaisbih

A participação do Sindilub na maior feira e congresso do setor de postos de serviços e conveniência da América Latina está confirmada mais uma vez! Na 16ª ExpoPostos e Conveniência 2024, a entidade volta a ser um dos parceiros de mídia do evento, que será entre os dias 10 e 12 de setembro, no São Paulo Expo.

Na última edição, em 2022, o Sindilub fez o lançamento da campanha #JuntosPelaQualidade, contra a produção e comercialização de óleos lubrificantes clandestinos, organizando uma mesa redonda no espaço Arena do Conhecimento, com especialistas de outras entidades, como ANP, IBP e Simepetro.

Na sequência, a campanha ganhou força, com um canal de diálogo aberto diretamente com a ANP, que intensificou as ações de fiscalizações em todo o País e com um aumento significativo de autuações, interdições de estabelecimentos irregulares e apreensões de produtos clandestinos ou sem registro na Agência.

Em 2022, o Sindilub ainda esteve presente na ExpoPostos e Conveniência com um espaço exclusivo no estande da Fecombustíveis,

onde teve a oportunidade de apresentar suas ações aos visitantes e promover a conscientização sobre a importância do setor de lubrificantes.

INGRESSOS COM DESCONTO

Os ingressos para a 16ª ExpoPostos & Conveniência 2024 e o 16º Fórum Internacional, que acontece simultaneamente, já estão à venda, com desconto para associados do Sindilub.

A expectativa para este ano é grande, uma vez que o resultado de comercialização de espaços à época do lançamento do evento, em março de 2024, foi recorde, chegando a 70% da planta, que será cerca de 20% maior do que em 2022.

Para o Fórum Internacional, haverá um aumento de 50% das vagas, passando de mil na última edição para 1,5 mil em 2024. A decisão dos organizadores teve como parâmetro o fato de as entradas terem se esgotado no evento passado, inclusive com pessoas interessadas que ficaram de fora das apresentações.

Tradicionalmente, o fórum tem a participação de especialistas nacionais e estrangeiros, abordan-

do as principais tendências do mercado e as novas tecnologias.

Os debates e apresentações ganham ainda mais força com mais uma novidade neste ano, com duas Arenas do Conhecimento, espaços para os expositores exibirem lançamento de produtos e soluções, inovações e cases de sucesso de forma gratuita para os visitantes da feira.

O presidente da Fecombustíveis, James Thorp Neto, não esconde o otimismo: “Estamos muito satisfeitos! Toda essa movimentação demonstra como será a ExpoPostos & Conveniência 2024. É o evento mais importante da venda e faremos o nosso melhor para levar informação, promover o networking e mostrar as tendências do setor.”

Já o presidente da Abieps (Associação Brasileira das Empresas de Equipamentos e de Serviços para o Mercado de Combustíveis e de Conveniência), Bruno Rosas, destaca a evolução dos postos, com serviços como troca de óleo, loja de conveniência, lavagem e outros.

Tatiana Zaccaro, diretora de unidade da GL Events, organizadora da feira, complementa que “o encontro lança tendências e aponta para o futuro. Todo o mercado está presente para fechar negócios. O lançamento dá muitas expectativas positivas para 2024”. ■



**Unidade móvel smart
personalizável Lupus**



**Unidade desenvolvida para atender uma
necessidade latente do mercado.
Unir eficiência, segurança e mobilidade!**

**A unidade móvel smart pode ser personalizada com a
sua marca, garantindo assim, muito mais visibilidade
e exclusividade para o seu equipamento!**

**A Lupus oferece soluções
completas para Lubrificação**

**AUTOMOTIVA E
INDUSTRIAL**

**Consulte nossos
vendedores técnicos**





**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