

REVISTA

SOLUÇÕES

PETROBRAS DISTRIBUIDORA

EDIÇÃO 54 AGOSTO / SETEMBRO 2014

BR PETROBRAS

Lubrax avança

Mitsubishi é a mais nova montadora a recomendar o lubrificante líder do mercado

ASFALTO

Demanda cresce e desafia a logística

Novas páginas

ESTA edição reserva algumas novidades para o leitor, a começar pela implantação do novo projeto gráfico da revista. Além de estar alinhado à identidade visual e verbal das publicações do Sistema Petrobras, o leiaute renovado busca tornar mais agradável a leitura sobre nossos negócios, produtos e serviços.

Por falar em novidades, a reportagem de capa desta edição mostra mais uma iniciativa de sucesso do Lubrax no segmento automotivo, que reforça ainda mais sua posição de líder nacional no mercado de lubrificantes. Trata-se de uma parceria estratégica com a Mitsubishi Motors do Brasil, que passa a recomendar a linha de produtos em suas lojas e concessionárias em todo o país, além de garantir que os veículos da montadora japonesa já saiam da fábrica, em Goiás, abastecidos com o lubrificante *top of mind* do segmento.

Outro eixo importante de atuação da Petrobras Distribuidora é o aprimoramento permanente da nossa infraestrutura logística para atender com excelência milhares de clientes, espalhados de norte a sul do país. Resultado desse esforço, o novo depósito de *supply house* em Japaratuba, no entorno de Aracaju (SE), atenderá às demandas da Petrobras na promissora bacia de Sergipe-Alagoas, onde a petroleira descobriu grandes reservas de petróleo e gás natural em águas ultraprofundas.

Nessa mesma linha, a BR Aviation marca presença em mais um ponto de atendimento: o mais novo aeroporto internacional do país, em São Gonçalo do Amarante, na Grande Natal (RN), onde já está operando e ajudando a reduzir distâncias, com o alto padrão de produtos e serviços que o mercado exige.

Esperamos que vocês, nossos clientes e leitores, apreciem as boas notícias impressas em nossas páginas.

Boa leitura!



JOSÉ LIMA DE ANDRADE NETO,
Presidente da Petrobras Distribuidora

CAPA

O avanço do Lubrax

No segmento automotivo, a Mitsubishi é mais uma montadora a recomendar o lubrificante líder

34



6

ENTREVISTA

Demanda e logística são os desafios

Carlos Eduardo
Duff da Motta Pereira



14

ABASTECIMENTO

Depósito estratégico no Nordeste

12

NEGÓCIOS

Em busca da excelência

ENERGIA

Movida a gás natural

18





58

OPINIÃO
 Nas águas da
 inovação

SOLUÇÕES é uma publicação da Petrobras Distribuidora voltada para o mercado consumidor



Petrobras Distribuidora S. A.
 Rua Correia Vasques, 250
 Cidade Nova
 Rio de Janeiro – RJ
 CEP 20211-140
www.br.com.br



PRESIDENTE
José Lima de Andrade Neto
 DIRETOR DA REDE DE POSTOS DE SERVIÇO
Luis Alves de Lima Filho
 DIRETOR FINANCEIRO (INTERINO)
José Lima de Andrade Neto
 DIRETOR DE OPERAÇÕES E LOGÍSTICA
Vilson Reichemback da Silva
 DIRETOR DE MERCADO CONSUMIDOR
Andurte de Barros Duarte Filho
 GERENTE EXECUTIVA DE COMUNICAÇÃO
 E RELAÇÕES INSTITUCIONAIS
Sylvia Sampaio Lôpo
 GERENTE DE PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO
Luis Fernando Meinicke Farias
 GERENTE DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO
 INTERNA (INTERINO)
Marcelo Siqueira Campos de Barros
 CONSELHO EDITORIAL
Antonio Carlos Alves Caldeira
Carlos Eduardo Duff da Motta Pereira
Erica Saião Caputo
Francelino da Silva Paes
Gilce de Oliveira Sant'Anna
Hévila Aparecida Arbex
Leonardo Cesar de Barros
Luis Marcelo Freitas
Sandra Braga Nery
Viviane Salathe
 EDIÇÃO E PRODUÇÃO — PETROBRAS DISTRIBUIDORA
César Gonçalves de Almeida

REALIZADO PARA A PETROBRAS DISTRIBUIDORA POR
TRAMA CRIAÇÕES www.tramacriacoes.com.br

EDIÇÃO
Beatriz Cardoso
 REDAÇÃO
Brunno Braga
Guilherme Araújo
Karolyna Gomes
 DIAGRAMAÇÃO
Jonas Kussama
 REVISÃO
Mariflor Rocha
 IMPRESSÃO
Walprint
 TIRAGEM
8.500 exemplares
 FOTO DA CAPA
Murilo Mattos/Divulgação Mitsubishi Motors
 SUGESTÕES, COMENTÁRIOS E CONTATOS
REVISTA SOLUÇÕES
 Gerência de Imprensa e Comunicação Interna
 Rua Correia Vasquez, 250
 Cidade Nova – Rio de Janeiro – RJ
 CEP 20211-140
geicom@br.com.br



'Demanda crescente e logística são os nossos desafios'

CARLOS EDUARDO DUFF DA MOTTA PEREIRA,
Gerente Executivo de Comercialização de Asfaltos

Os investimentos em infraestrutura no Brasil para os próximos anos representam boas oportunidades para a Gerência de Comercialização de Asfaltos (GCA). Desde concessões de novas rodovias a obras relacionadas aos Jogos Olímpicos de 2016, são muitos os empreendimentos que podem alavancar as vendas de asfalto. "O nosso principal desafio é estarmos preparados para atender à demanda crescente, acompanhando a tendência de utilização de produtos com maior desempenho, com uma estrutura adequada de logística de produção e de transporte", afirma o gerente executivo da unidade de negócios da Petrobras Distribuidora, Carlos Eduardo Duff da Motta Pereira.



FOTO ARQUIVO PETROBRAS DISTRIBUIDORA

Na sua avaliação, qual é o maior desafio na sua área de negócio?

DUFF Podemos dizer que o nosso principal desafio é estarmos preparados para atender a demanda crescente do mercado de asfaltos, acompanhando a tendência de utilização de produtos com maior desempenho e, além disso, mantermos uma estrutura adequada de logística de produção e de transporte.

O senhor poderia falar sobre as melhorias na qualidade do asfalto comercializado, em termos de inovação, nos últimos anos?

DUFF A qualidade dos ligantes asfálticos se refere à adequação do seu uso na construção de revestimentos que atinjam os requisitos de desempenho necessários para

que as rodovias obtenham boas condições de trafegabilidade e sejam duráveis.

Dessa forma, nossos esforços estão voltados para a busca da melhoria dos asfaltos convencionais produzidos nas refinarias. Melhorias que passam, necessariamente, pela incorporação de modificadores no asfalto que alteram suas características viscoelásticas, ou seja, melhoram o comportamento mecânico do ligante asfáltico quando submetido a diferentes temperaturas, carregamentos e velocidades com que estes acontecem.

Nos últimos anos, buscamos entender melhor, por meio de métodos avançados de análise, as relações de causa e efeito entre as propriedades de nossos asfaltos modificados e o desempenho final de diferentes soluções de pavimentação,

permitindo assim, a produção de ligantes que possuem rigidez e tenacidade adequadas.

Quais são os produtos que podem ser considerados inovadores no portfólio da GCA?

DUFF Em nosso mercado de atuação, os produtos principais que consideramos inovadores são: o asfalto com alta concentração de polímeros; o asfalto morno; a emulsão para imprimação (Emulpen); e o asfalto alto módulo.

E o desenvolvimento do asfalto borracha também pode ser visto como uma solução inovadora?

DUFF Sim, podemos citar o trabalho com matérias-primas recicladas como, por exemplo, a borracha moída de pneus usada para a produção do asfalto borracha. Trata-se de



FOTO: ARQUIVO PETROBRAS DISTRIBUIDORA

um produto com grande aceitação no mercado, e que nos últimos anos teve evolução tanto no processo de produção do ligante como nos métodos de aplicação. Outro bom exemplo é a utilização de produtos com menor quantidade de solventes voláteis possível, como é o caso da Emulpen, nossa emulsão para imprimação asfáltica.

Há algum outro projeto de inovação sendo desenvolvido no Laboratório Central de Pavimentação da BR?

DUFF Em nosso Laboratório Central de Pavimentação estamos desenvolvendo métodos para hierarquizar os ligantes asfálticos quanto ao desempenho em uso. A partir de ensaios sofisticados e únicos no Brasil, aliamos os conceitos de superposição tempo-temperatura e a teoria do trabalho potencial

para definirmos as propriedades de dano dos materiais sob quaisquer condições de carregamento e temperatura.

Com essa metodologia, vamos obter um catálogo de produtos com suas respectivas propriedades que permitirá aos nossos clientes, sobretudo projetistas e empreiteiros, a correta seleção dos ligantes asfálticos para desenvolvimento de suas próprias soluções.

E qual tipo de asfalto deverá merecer mais atenção nos próximos anos?

DUFF Nos próximos anos, deveremos buscar ligantes asfálticos com alto desempenho, grande concentração de elastômeros, adaptados para as condições de tráfego (cargas) e a estrutura proposta para solução de pavimentação. Atualmente, temos tecnologia para desenvolver ligantes

que, se corretamente empregados, possam ter vida útil próxima a dos pavimentos de concreto de cimento portland, com o benefício da facilidade de manutenção.

Já para o ano que vem, quais são as expectativas para o mercado de asfaltos?

DUFF Para 2015, apostamos num crescimento nas vendas para o segmento de concessionárias de rodovias, em consequência dos recentes leilões promovidos pelo Governo Federal. Foram concedidos à iniciativa privada seis trechos de rodovias federais importantes em nossa malha viária: a BR040, a BR153, a BR050, a BR060-153-262, a BR163/MS e a BR163/MT. Essas concessões deverão gerar uma demanda de asfalto muito significativa para o nosso mercado ainda em 2014, e mais fortemente em 2015, uma vez que os contratos



FOTO ARQUIVO PETROBRAS DISTRIBUIDORA

de concessão estabelecem que o pedágio só poderá ser cobrado quando 10% das obras estiverem concluídas.

O Brasil tem sediado grandes eventos nos últimos tempos. Na sua avaliação, é possível vislumbrar ainda mais oportunidades no mercado de asfaltos para a BR? Há alguma preparação específica para atender as demandas que virão, por exemplo, com as Olimpíadas em 2016?

DUFF Sim, esses grandes eventos têm demandado um investimento em infraestrutura por parte do poder público, especialmente em obras de mobilidade urbana. Recentemente, fornecemos asfalto para as grandes

obras do Arco Metropolitano e da Transcarioca, na cidade do Rio de Janeiro. Estamos estruturados, cada vez mais, em termos de logística e de portfólio de produtos, para atender aos diferentes tipos de projetos. No caso do Arco Metropolitano, por exemplo, fornecemos o Capflex, o nosso asfalto modificado por polímero que proporciona maior durabilidade ao pavimento.

Há algum canal de relacionamento com os clientes para ouvir reclamações e ou elogios? E como vem sendo feito esse acompanhamento?

DUFF Em geral, esse retorno dos nossos clientes é feito diretamente por nossas equipes de vendas, mas também recebemos manifestações via SAC, que são tratadas e

respondidas pelo canal de atendimento corporativo da Petrobras Distribuidora.

Nossa equipe de vendas recebe as manifestações e, se for alguma questão técnica envolvendo, por exemplo, a qualidade dos nossos produtos, a manifestação é imediatamente direcionada para o nosso Laboratório Central de Pavimentação para tratamento por nossos técnicos. Eles prestam todo o atendimento necessário, desde a elaboração de projetos até a solução de eventuais problemas de aplicação do produto na pista. Sempre que o assunto requer, enviamos um técnico do laboratório para uma visita técnica ao cliente.



Em busca da excelência

Premiação da BR estimula ideias inovadoras para atender às demandas do mercado

I**NCORPORAR** inovação aos negócios, por meio de iniciativas que ofereçam aos clientes produtos e serviços de qualidade e a preços competitivos, é o principal objetivo do prêmio 'Projetos DMCO', criado pela Diretoria de Mercado Consumidor (DMCO) da Petrobras Distribuidora.

As boas ideias têm contribuído para o alcance de resultados positivos consolidados. A solenidade de premiação aconteceu, em julho, durante encontro no qual foram analisados os resultados do primeiro semestre e as projeções para todo o ano de 2014. Foram apresentados os projetos vencedores das gerências

de Comercialização de Asfaltos (GCA) e de Grandes Consumidores (GGC), primeiro e segundo lugares, respectivamente. "É fundamental incentivar iniciativas das diversas equipes das gerências, que têm *expertise* consolidada e podem contribuir de forma decisiva para agregar valor aos clientes e à companhia", ressaltou o diretor Andurte de Barros Duarte Filho.

Também participaram as gerências de Negócios de Energia (GNE), de Produtos Químicos (GPQ) e de Produtos de Aviação (GPA). Ao todo, foram avaliadas 25 iniciativas – cinco de cada unidade de negócio. Para classificá-las, uma

banca examinadora acompanhou, mensalmente, a evolução de cada projeto junto com as próprias unidades de negócio. A premiação buscou valorizar o conjunto das iniciativas apresentadas.

Otimização

Segundo o gerente executivo de Comercialização de Asfaltos da BR, Carlos Eduardo Duff da Motta Pereira, os projetos vencedores da área têm em comum a otimização de processos internos que contribuem para alavancar a comercialização de serviços de pavimentação e de logística. "Todos os projetos visam à sustentabilidade dos negócios da Gerência de Comercialização



Diretor (centro) e representantes das cinco gerências da Diretoria de Mercado Consumidor da Petrobras Distribuidora na premiação

FOTO ARQUIVO PETROBRAS DISTRIBUIDORA

de Asfaltos no futuro. Eles buscam proporcionar ganhos de eficiência nos processos, envolvendo desde a nossa estrutura de fábrica até a assistência técnica aos nossos clientes, passando pela logística de entrega dos produtos comercializados”, afirma.

Duff ressalta que os benefícios comerciais advindos foram imediatos. “Melhoramos a nossa eficiência logística e o processo de aquisição de insumos para produção de emulsões e asfaltos modificados nas nossas fábricas. Além disso, aperfeiçoamos nossa prestação de assistência técnica, por meio do nosso Laboratório Central de

Pavimentação (LCPBR), que nos assegura um diferencial importante no mercado”, pontua.

Novas oportunidades

O gerente executivo de Grandes Consumidores da BR, Francelino da Silva Paes, observa que a premiação serve para estimular uma visão mais ousada no âmbito dos negócios. “O prêmio significou ‘aumentar a participação no cliente’. Nossa equipe ficou ainda mais motivada a buscar novas oportunidades, ofertando produtos e serviços que nossos clientes necessitam, ampliando a nossa atuação no mercado com aumento de lucratividade”, acredita.

Nessa linha, a GGC apresentou diversos projetos, dentre eles: Conquista de Clientes Emblemáticos, Serviços de Gestão Ambiental e de Risco, e Monitoramento de Mercado.

O objetivo é possibilitar à Petrobras Distribuidora ampliar sua atuação em diversos segmentos. “Os projetos darão condições para que possamos elevar nosso faturamento naqueles que já são nossos clientes, bem como captar novos clientes por meio de uma proposta completa de soluções, possibilitando que concentrem esses produtos e serviços com a BR, e aumentando nosso valor agregado”, ressalta.



Depósito estratégico no Nordeste

*BR atende demanda crescente da Petrobras na
bacia de Sergipe-Alagoas, que deverá produzir 250
mil barris por dia até o ano de 2020*

**A**

NTECIPANDO-SE ao aumento da demanda por químicos e outros produtos para as atividades de exploração e produção *offshore* de petróleo em águas profundas da bacia de Sergipe-Alagoas, a Petrobras Distribuidora inaugurou o Depósito de Supply House de Japaratuba (Dejap), localizado a 50 quilômetros da capital Aracaju.

Com área total de aproximadamente 10.000 m², o Dejap vai responder pelo suprimento de produtos químicos, lubrificantes, graxas, serviços de envase em contentores, tanto para os poços terrestres como para os marítimos, incluindo transporte desses itens até o local de operações, em Sergipe e Alagoas.

“Hoje temos 4.000 m² em espaço coberto para armazenagem, divididos em quatro galpões, com

capacidade para movimentar, no primeiro momento, volume mensal de até três mil metros cúbicos. Volume que poderá superar dez mil metros cúbicos em função das descobertas *offshore* na região”, pontua o gerente de Supply House, Marcio Gheventer.

Concebido de acordo com as diretrizes de Segurança, Meio Ambiente e Saúde (SMS), com sistemas de aproveitamento de água de chuva e eficiência energética, o Dejap dispõe de laboratório e balança rodoviária, que vão agregar maior confiabilidade ao atendimento. Há ainda área, com projeto pronto, para construção de tanques para armazenagem de granel líquido.

Localização estratégica

A escolha do município de Japaratuba, na zona norte do estado e com menos de 20 mil habitantes,

se deve à sua localização estratégica. “Estamos próximos aos pontos de atendimento e aos setores administrativos de campo, além de ocuparmos uma área cedida pela Petrobras”, observa o gerente do Dejap, Sergio Melo Bonfim.

O projeto, que vem sendo desenvolvido há quatro anos, objetiva a adequação da infraestrutura da BR para atendimento à Petrobras na área, considerando o crescimento previsto na região, onde foram realizadas importantes descobertas de óleo e gás em águas profundas. “O Dejap atenderá ao crescimento das operações da Petrobras no local, que hoje produz diariamente cerca de 50 mil barris de petróleo. A previsão é de que esse volume deverá ser cinco vezes maior até 2020”, explica o gerente de Químicos para Indústria do Petróleo (GQPET), André Rotstein Schor.



Sistema de rebombeio em campos produtores de petróleo em Sergipe

De acordo com Schor, o novo depósito abastecerá a Unidade de Operações de Exploração e Produção de Sergipe e Alagoas (UO-SEAL) da Petrobras, fornecendo produtos para todas as plataformas *offshore*, fixas ou semissubmersíveis, assim como outros tipos de unidades que estiverem desenvolvendo operações de perfuração de poços ou de produção naquela bacia.

Demanda futura

O depósito também foi idealizado para atender à demanda futura de duas novas plataformas de petróleo, previstas para serem

instaladas a partir de 2018, previstas no Plano de Negócios e Gestão (PNG) da Petrobras. Elas integram o projeto de desenvolvimento de campos em águas ultraprofundas dessa bacia, onde a companhia fez cinco importantes descobertas desde 2012, e que tiveram seu potencial confirmado em operações posteriores.

Além do Dejap, que, segundo Schor, poderá ser utilizado como um “hub químico” para as regiões Norte e Nordeste, as demandas de ativos nordestinos são supridas principalmente pelos depósitos de Pojuca

(Depoj), na Bahia, e de Mossoró (Demor), no Rio Grande do Norte.

“A principal vantagem do Dejap é que vai assegurar o estoque de produtos próximo ao local de atendimento, garantindo maior confiabilidade e rapidez nas entregas e, consequentemente, ganho na qualidade do serviço prestado”, conclui Márcio Gheventer.

✉ CONTATO BR
MARCIO GHEVENTER

✉ gheventer@br.com.br

📞 (21) 2354-3727

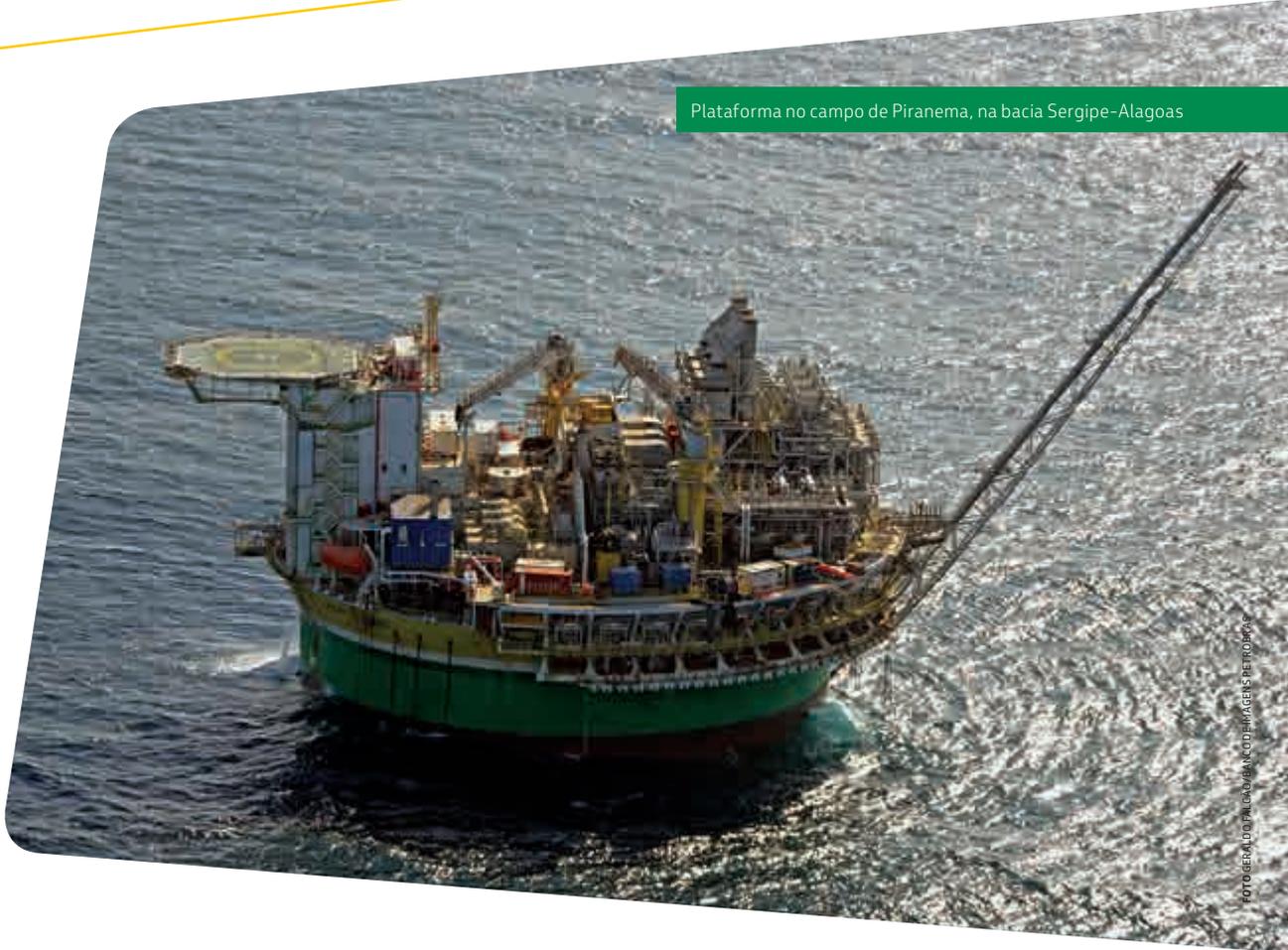


FOTO GERAL DO PÁLCIO DE IMAGENS PETROBRAS

Nova fronteira em águas ultraprofundas

O Dejap é estratégico para a Petrobras agilizar a exploração e produção de petróleo e gás nessa nova fronteira, que é a região de águas ultraprofundas da bacia de Sergipe-Alagoas (Seal). Até então, as atividades estavam concentradas em águas mais rasas.

A descoberta que sinalizou a existência de uma nova província petrolífera nessa bacia ocorreu em 2011, em área localizada a 58 km da costa do estado de Sergipe e a 90 km da capital, Aracaju, onde foram encontrados reservatórios

em profundidades de cerca de 5.050 e 5.400 metros.

Outras descobertas, ocorridas em 2012 e 2013, confirmaram o potencial da região. O que levou a Petrobras a criar o primeiro projeto exploratório em águas ultraprofundas (2.000 a 2.700 metros) na parte sergipana dessa bacia. Duas plataformas estão previstas para entrar em operação em 2018 e 2020, respectivamente, cada uma com capacidade para produzir pelo menos 100 mil barris/dia.

Movida a gás natural

Segmento industrial bate recorde de consumo do gás canalizado no Espírito Santo

R **ESPONSÁVEL** por mais de 97% do consumo de gás natural no Estado do Espírito Santo, o segmento industrial contribuiu, decisivamente, para o recorde de comercialização do insumo registrado pela Petrobras Distribuidora em julho deste ano: 121,9 milhões m³. Isso representa um aumento de quase dez milhões de metros cúbicos em relação ao último recorde, verificado em junho de 2012 (112,7 milhões m³).

Concessionária responsável pela distribuição de gás canalizado no

estado, a BR investe na expansão da rede no mercado capixaba. Hoje, já estão cadastradas cerca de 30 mil unidades consumidoras, mas há aumento contínuo da demanda.

Segmentos de comercialização

Enquanto o segmento industrial responde por 97% do volume total comercializado, e o gás natural veicular (GNV) corresponde a 2% do consumo, os segmentos residencial e comercial representam aproximadamente 0,5%.

Atualmente, há mais de 28,5 mil unidades consumidoras no segmento residencial, 375 unidades na área comercial e 32 postos de GNV. O consumo maior está nas 38 unidades do setor industrial, que demandam mais de 118 milhões m³ por mês.

“O aumento da comercialização de gás natural no Espírito Santo é pautado pelo crescimento industrial, em especial dos setores de mineração, siderurgia, celulose, cerâmica e geração de energia elétrica”, destaca o gerente de Marketing e





Usina de pelletização da Samarco no complexo de Ubu, no município de Anchieta

Comercialização de Gás Natural, Frederico Bichara Henriques.

Entre os principais clientes da BR no segmento industrial estão a Unidade Termoelétrica de Linhares (UTE Linhares); as mineradoras Vale e Samarco; a siderúrgica ArcelorMittal; a fabricante de papel e celulose Fibria; a cerâmica Biancogres e a Cimento Nassau. As sete empresas responderam por, aproximadamente, 90% do consumo em julho de 2014.

PIB crescente

O peso dessas indústrias se reflete

no avanço do Produto Interno Bruto (PIB) capixaba, que vem recuperando sua taxa de crescimento. De acordo com o Instituto Jones dos Santos Neves (IJSN), órgão estadual que calcula o Produto Interno Bruto (PIB) trimestralmente, a economia do Espírito Santo tem crescido mais do que a média brasileira.

O PIB nominal de R\$ 60 bilhões consolidado no primeiro trimestre deste ano é quase 10% superior ao do mesmo período no ano anterior – R\$ 55,4 bilhões. Em 12 meses, já totaliza mais de R\$ 115 bilhões,

“O aumento da comercialização de gás natural no Espírito Santo é pautado pelo crescimento industrial.”

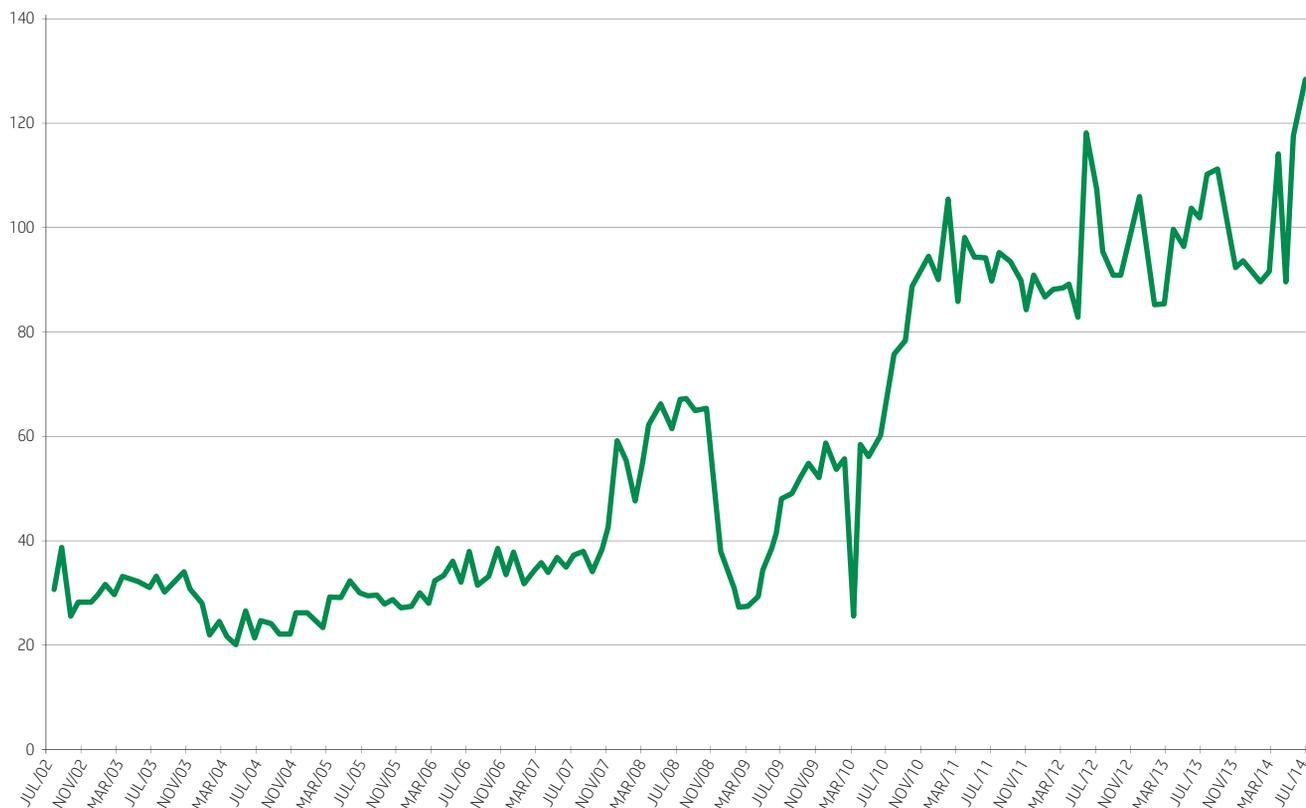
Frederico Bichara Henriques

GERENTE DE MARKETING E
COMERCIALIZAÇÃO DE GÁS NATURAL
DA PETROBRAS DISTRIBUIDORA

EVOLUÇÃO DA COMERCIALIZAÇÃO DESDE 2002

VOLUME COMERCIALIZADO NO MÊS

(milhões de m³)



DISTRIBUIÇÃO DE GÁS NATURAL NO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

PETROBRAS DISTRIBUIDORA

SEGMENTO	CLIENTES (em unidades consumidoras)
Residencial coletivo	27.558
Residencial individual	1.071
Comercial	375
Climatização	6
Automotivo	32
Cogeração	2
Industrial	38
Termelétrica	1
TOTAL DE UNIDADES CONSUMIDORAS	29.083

superando os R\$ 111 bilhões registrados no ano de 2013 e quase três vezes maior que o de 2004: há uma década, a soma das riquezas geradas no Espírito Santo era de cerca de R\$ 40 bilhões.

Atenta ao potencial desse mercado, a BR busca ampliar os serviços para o interior, atendendo hoje, além de Vitória, os municípios de Anchieta, Aracruz, Cachoeiro de Itapemirim, Cariacica, Colatina, Linhares, São Mateus, Serra, Sooretama, Viana e Vila Velha.



Usina de pelotização da Vale no Complexo Industrial de Tubarão, na região de Vitória

“Considerando o atual cenário do setor energético nacional, existe grande potencial de crescimento do uso de gás natural em projetos de cogeração no setor industrial”, pontua Henriques.

Ele avalia que, no segmento residencial, é possível ocorrer um aumento do consumo de gás natural para o aquecimento de água a partir do momento em que mais prédios novos são construídos, com instalação adequada para aquecedores a gás.

Produção local

O Espírito Santo tem a seu favor o fato de ser o segundo maior produtor de óleo e gás natural do país.

Em 2013, produziu um total de 4,4 bilhões m³ de gás natural, registrando um crescimento de 13,6% em relação ao ano anterior – e superando o recorde de 2011. E um volume total de 113 milhões de barris de petróleo, em campos espalhados por terra e mar – em águas rasas, profundas e ultra profundas.

Tem ainda a quarta maior reserva provada de gás natural do país (43,4 bilhões m³) e a segunda de petróleo (1,33 bilhão de barris), de acordo com o *Anuário Estatístico 2014*, da Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), com dados consolidados de 2013.

✉ **CONTATO BR**
FREDERICO BICHARA
HENRIQUES

✉ bichara@br.com.br

📞 (27) 3347-8901

Além de combustível, serviços estratégicos

Soluções integradas melhoram a percepção de valor pelos clientes e fidelizam grandes consumidores

A

PARCERIA entre as gerências de Grandes Consumidores (GGC) e de Negócios de Energia (GNE) ampliou a oferta de serviços agregados no portfólio para os grandes clientes da Petrobras Distribuidora. A estratégia adotada inclui, inicialmente, uma análise do perfil e das necessidades das empresas. Caso identificado potencial para a busca da eficiência energética nas instalações, profissionais

especializados realizam o diagnóstico técnico para recomendar quais serão as soluções energéticas mais adequadas.

O sucesso dessa iniciativa se confirma pelo número crescente de empresas interessadas em conhecer as soluções oferecidas, agregando serviços à compra de combustíveis, como é o caso da Transmagnó Transportes Rodoviários, cliente

da BR há 14 anos. Prestadora de serviços logísticos para a cadeia de suprimentos das empresas de petróleo e gás, a Transmagnó realiza desde o transporte de pequenos volumes até cargas entre 100 e 250 toneladas, além de produtos controlados e desembaraço aduaneiro.

Devido à abrangência de suas atividades, a transportadora tem contrato exclusivo com a BR para





fornecimento de combustíveis (diesel S10) e lubrificantes Lubrax Top Turbo 15W40 (incluindo todo o plano de lubrificação) para o abastecimento de toda a frota de tratores rodoviários e de equipamentos de movimentação de cargas da empresa.

“Temos também o Controle Total de Frotas, o CTF, que nos possibilita controlar a quantidade de

combustível que é colocado em nossos veículos em qualquer posto Petrobras credenciado, sem necessidade de transação monetária, além de tanques de combustível dentro de duas de nossas bases”, pontua o diretor-geral da Transmagnó, Paulo Paranhos.

A renovação de contrato de combustível possibilitou também a instalação de uma estação de tratamento

para reúso da água de lavagem e a oferta de serviços de gestão ambiental, lubrificação e de risco, incluindo análise de efluentes e plano de atendimento à emergência. Trata-se do primeiro cliente da BR que incorporou todos os serviços integrados oferecidos em conjunto pela GGC e GNE.

“Já tínhamos instalado um sistema de reaproveitamento total



Cliente da BR há 14 anos, a Transmagno agora conta também com serviços estratégicos

de água para lavagem de veículos, sem descarte. Com o sistema que a BR está fornecendo, muito mais moderno e eficiente, vamos alcançar melhores resultados”, diz o gerente de Qualidade, Segurança, Meio Ambiente e Saúde (QSMS) da Transmagno, Emerson Nascimento.

Minimizar ainda mais os impactos ambientais de suas atividades é a principal meta da transportadora, que ganhou o prêmio de Responsabilidade Socioambiental 2013 na categoria Grandes Empresas da Bacia de Campos, promovido pela revista “Visão Socioambiental”.

Suporte total

Outro benefício percebido pelo cliente foi a possibilidade de ter apenas uma empresa interlocutora

em todo o processo e para a prestação dos diferentes serviços, agregando uma solução completa. A implantação do sistema de reúso de água, por exemplo, vai desde a fase inicial de elaboração dos projetos conceitual e executivo, contratação, fiscalização, gestão da implantação e assistência à pré-operação até o treinamento da equipe da Transmagno que vai operá-lo. O contrato prevê o fornecimento e instalação de uma unidade com capacidade para tratar 2.000 litros/hora de água, além de cisternas pré-fabricadas com volume total de 10.000 m³. Esse sistema será capaz de gerar até 70% de economia no consumo da água utilizada na lavagem dos veículos na matriz da empresa, localizada em Macaé (RJ).

Emerson Nascimento, gerente de QSMS, sinaliza também que a ideia é contratar projetos para adequação e implementação também na filial carioca, na região do Porto do Rio de Janeiro. A empresa tem outras filiais em Vila Velha (ES) e Guarulhos (SP).

Soluções integradas

O gerente Regional de Consumidor do Leste (GRCLE), Edgard Strauss Jr., ressalta a expertise da BR em eficiência energética, junto a clientes industriais e do segmento de transporte, que têm um perfil de busca de melhoria contínua de seus processos. “Vimos uma forma de apresentar serviços diferenciados na área de energia, segurança e meio ambiente, associados à venda de combustíveis e lubrificantes”, afirma.



O resultado foi a criação de uma carteira de projetos de soluções energéticas e meio ambiente, para atender, sobretudo, às exigências legais, de responsabilidade social e de otimização de custos, o que, em última análise, criou uma diferenciação da BR no mercado de distribuição de combustíveis. Já atuamos em duas frentes: geração de energia (no horário de ponta e emergencial) e eficiência energética. No segmento industrial, temos um leque abrangente de serviços, que são implementados de acordo com o perfil energético e as necessidades da cadeia produtiva de cada cliente”, afirma o gerente de Marketing e Comercialização de Negócios de Energia (GMNE), Luiz Claudio Mandarinó.

“Para o segmento de transportes, montamos um pacote customizado de serviços para atendimento às características próprias do negócio, ofertando soluções mais adequadas às instalações desse perfil de clientes, como a modernização de sistemas de iluminação, reúso de água de lavagem, aquecimento e geração fotovoltaica (solar), captação de água de chuva e geração em horário de ponta/segurança energética”, completa.

Sob medida

Além do segmento de transportes, essa parceria já fidelizou também clientes da área industrial. É o caso da Mineração Apoena, localizada em Vila Bela da Santíssima Trindade, no interior do Mato Grosso, cliente BR consumidor de diesel. O projeto de

fidelização incluiu a modernização dos sistemas de iluminação nas vias de circulação e área administrativa.

As soluções também podem ser incluídas em contratos com novos clientes, como na Coesa Transportes, empresa de ônibus localizada em São Gonçalo (RJ).

A empresa passou a integrar a carteira de grandes consumidores da Petrobras Distribuidora com o fornecimento de diesel por um período de 5 anos e incluiu a modernização do sistema de iluminação, trazendo melhorias e conforto visual para os colaboradores da empresa, além da implantação de sistema de reúso de água, com capacidade de 10.000 litros/hora.

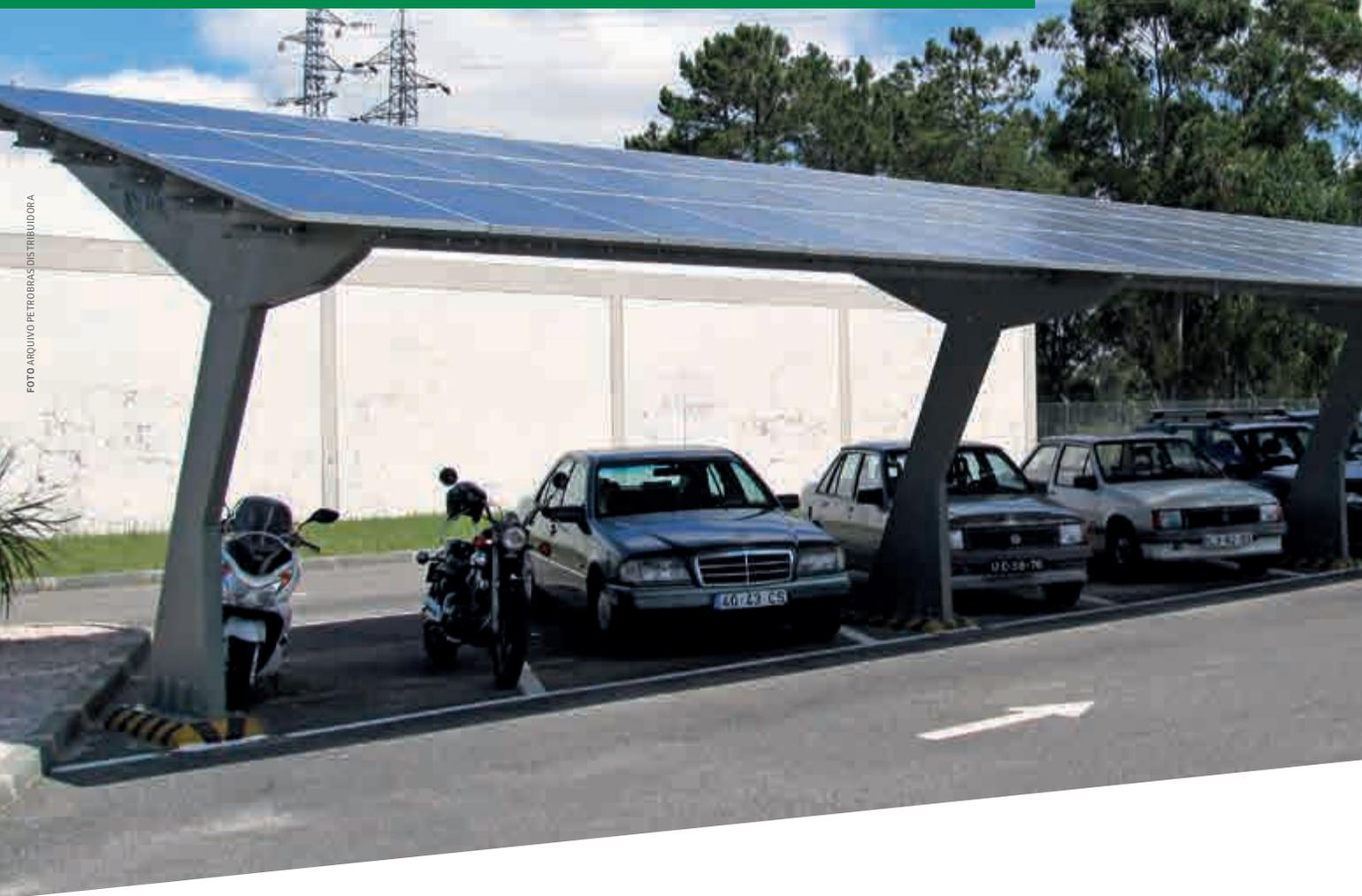


FOTO: ARQUIVO PETROBRAS DIS TRIBUIDORA

Energia solar chega para ficar

O mercado de geração de energia fotovoltaica (solar) está em fase inicial no Brasil. Entretanto, o assunto vem ganhando cada vez mais força por aqui, principalmente pelo fato de o Brasil estar inserido em uma das regiões com maior incidência de raios solares do mundo. Pensando nisso, em junho deste ano, profissionais da Gerência de Negócios de Energia – GNE foram visitar instalações e conhecer possíveis fornecedores em mercados onde essa tecnologia já está em fase mais avançada, como é o caso de Portugal e Espanha. As visitas

foram importantes no sentido de compreender como a energia solar se desenvolveu em outros mercados. Em Portugal, por exemplo, as duas maiores empresas distribuidoras de derivados oferecem projetos de energia solar a seus clientes, ampliando suas ferramentas de fidelização. “Desenvolvemos um projeto de geração fotovoltaica para a nossa sede, no Rio de Janeiro, com a utilização de diferentes tipos de tecnologias de painéis. Teremos uma excelente oportunidade para avaliar o desempenho, eficiência e a aplicação dessa tecnologia,

que possui crescente utilização mundial, transpondo esse conhecimento adquirido aos clientes da BR”, comenta o gerente de Marketing e Comercialização de Negócios de Energia (GMNE), Luiz Claudio Mandarin.

CONTATOS BR
EDGARD STRAUSS JR.

✉ edgard@br.com.br

📞 (21) 2354-2646

LUIZ CLAUDIO MANDARINO

✉ mandarin@br.com.br

📞 (21) 2354-2320

“A geração fotovoltaica é uma fonte renovável e não poluente, com forte apelo ambiental. O Brasil tem grande potencial para aplicação desta tecnologia, por ser um país tropical, com alta disponibilidade de irradiação solar.”

Luiz Claudio Mandarino

GERENTE DE MARKETING E COMERCIALIZAÇÃO DE NEGÓCIOS DE ENERGIA (GMNE)



FOTO DIVULGAÇÃO

Planta de geração de energia heliotérmica, na Espanha

Melhoria contínua é a meta

Pesquisadores aprimoram produto que utilizará água no processo de asfaltamento de estradas

COMERCIALIZADO pela Petrobras Distribuidora há dois anos, o Emulpen foi criado para substituir o CM-30, que usa o querosene no processo de impressão asfáltica, que é a aplicação de um ligante asfáltico com a função de impermeabilizar a base do pavimento.

A nova solução, à base de água, permite o aumento da coesão superficial da área pela penetração do material asfáltico, e promove ainda maior aderência entre o terreno e o revestimento.

Os pesquisadores do Laboratório Central de Pavimentação Asfáltica (LCPBR), no Rio de Janeiro (RJ), buscam formas de otimizar a fórmula do Emulpen para assegurar mais eficiência ao produto que hoje é considerado uma alternativa

econômica e sustentável desenvolvida pela Petrobras Distribuidora para o mercado.

“A otimização se faz necessária diante do crescimento da demanda”, pontua o consultor Alexander Marcos Vivoni, observando que a BR pretende reduzir o uso do CM-30, em função da fórmula com querosene. “Além do ganho ambiental, a água garante um produto final mais barato para o cliente. Esse é um trabalho contínuo e que também envolve toda a nossa equipe”, afirma.

Ele destaca que essa solução tem mais aplicabilidade no Sudeste e no Centro-Oeste, onde há maior incidência de solo arenoso, o que facilita a penetração do Emulpen. Os principais clientes são empreiteiras, prefeituras e órgãos rodoviários.

A nova solução, à base de água, permite o aumento da coesão superficial da área pela penetração do material asfáltico, e promove ainda maior aderência entre o terreno e o revestimento.



O PASSO A PASSO DA PESQUISA

Petrobras Distribuidora reforça relacionamento com o mercado ao levar os clientes para conhecer as novidades desenvolvidas no Laboratório Central de Pavimentação, no Rio de Janeiro

COMO são os processos que envolvem a pesquisa e o desenvolvimento de soluções para a produção de asfalto, desde o seu estágio inicial até a etapa final? O que é feito para um novo produto da BR chegar ao mercado?

São perguntas que, sem dúvida, aguçam bastante a curiosidade dos clientes do Sistema Petrobras. Para os clientes da Petrobras Distribuidora, contudo, é possível testemunhar, *in loco*, os meandros de todo o processo de pesquisa, graças ao programa de visitas da Petrobras, que inclui a visita ao Laboratório Central de Pavimentação Asfáltica (LCPBR), no Rio de Janeiro.

A iniciativa, além de oferecer mais transparência no processo de conhecimento do produto a ser adquirido, é uma das apostas da companhia para aprimorar o relacionamento com o mercado.

Segundo Agata Sanctos Souza, da Gerência de Planejamento de Asfalto (GPLA), uma das responsáveis pelo agendamento da recepção dos clientes, a ideia surgiu após o sucesso do programa de visitas ao Centro de Pesquisas e Desenvolvimento Leopoldo Américo Miguez de Mello (Cenpes) e outras instalações da Petrobras. “Vimos, então, que seria interessante organizar ações com clientes específicos da área de asfalto”, afirma, acrescentando que a agenda foi intensificada em 2014 – há pelo menos mais três visitas previstas no segundo semestre. Num esforço conjunto entre Petrobras e a BR Distribuidora, os contatos são feitos por intermédio dos assessores comerciais das gerências regionais da área de asfaltos da Petrobras Distribuidora.

“A tendência é que para os próximos anos se mantenha esse programa. Mas isso ainda está em fase de avaliação”, afirma a técnica. As visitas já

realizadas até o momento atraíram 25 clientes, entre representantes de empresas e órgãos institucionais, que percorreram os 320 metros quadrados do laboratório, assistiram às apresentações e tiraram dúvidas com os pesquisadores.

Relacionamento e tecnologia

O gerente do LCPBR, Carlos Henrique Junqueira, salienta que o programa oferece maior transparência ao trabalho de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos. “Com essa ação, a BR Distribuidora consegue estar ainda mais próxima dos clientes, gerando maior confiabilidade aos produtos comercializados”, avalia.

Junqueira ressalta que o programa tem a vantagem de permitir aos clientes entrarem em contato com a rotina das atividades do laboratório, observando todas as etapas necessárias para a avaliação, controle de



FOTO PAULO RUPPIA

Visitas ao Laboratório Central de Pavimentação da BR visam reforçar o relacionamento com os clientes

qualidade e aprovação de um produto asfáltico desenvolvido pela equipe de pesquisa da BR. “Tentamos passar para o cliente a nossa capacidade de desenvolvimento de novas soluções de acordo com suas necessidades, e a estrutura que temos para atender qualquer assistência técnica que ele venha a precisar no futuro.” Junqueira ressalta ainda que através do programa de visitas é possível aos clientes conhecerem as mais modernas tecnologias desenvolvidas pela companhia.

Em recente apresentação, o gerente do laboratório destacou o reômetro de cisalhamento dinâmico para a avaliação do ligante asfáltico. Trata-se de um equipamento da especificação americana Superpave, usado para medir o grau de desgaste do ligante asfáltico, a partir da avaliação de suas características físicas quando submetido a distintos níveis de esforço. O reômetro determina qual a temperatura limite no qual o

ligante ainda terá um desempenho satisfatório, após o envelhecimento de curto e longo prazo, permitindo a comparação mais abrangente entre os produtos asfálticos quanto ao seu comportamento em uso.

“Além disso, temos pesquisadores que se dedicam à dosagem e à avaliação de misturas asfálticas”, frisa o gerente, ressaltando que todos os estudos são desenvolvidos considerando o comportamento das misturas quanto aos critérios de deformação permanente, de rigidez e de fadiga. “Isso é feito seguindo todos os parâmetros de avaliação e equipamentos utilizados pelas principais normas nacionais e internacionais.”

Avaliação positiva

Luiz Henrique Menezes de Jesus, gerente de conservação do Departamento de Infraestrutura Rodoviária de Sergipe (DER/SE), avaliou de forma positiva o

programa. “A visita foi além das minhas expectativas, pois pude ter um melhor entendimento de como são feitos os procedimentos e ver os equipamentos envolvidos. Parabéns aos colaboradores da Petrobras pelos esclarecimentos técnicos durante as exposições.”

A iniciativa também foi aprovada pelo coordenador técnico de obras da Zopone Engenharia, Henrique Borges Sales, que atua nas áreas de Pavimentação Asfáltica, infraestrutura para telecomunicações, energia, educação e saúde, edificações residenciais, comerciais e industriais, bancos, saneamento básico e urbanização. Para ele, o programa mostrou o grau de complexidade envolvido nas pesquisas de asfalto. “A visita contribuiu, e muito, para melhor avaliar o asfalto a ser comprado e a técnica a ser empregada”, afirma o profissional da empresa criada em 1988, e que hoje atua em todo o país e tem filial no Chile.

Em sintonia com o mundo

Consultor da Petrobras Distribuidora apresenta pesquisas técnicas nos dois principais congressos internacionais sobre asfaltos



COMPARTILHAR conhecimento e acompanhar de perto as novidades no cenário de tecnologia de produção de asfalto. Foi com estes objetivos que centenas de especialistas de várias partes do mundo participaram da Petersen Asphalt Research Conference (PARC) e do Pavement Prediction Performance Symposium, dois dos maiores eventos para debater os desafios do mercado de asfaltos no mundo.

Pesquisas desenvolvidas pela Petrobras Distribuidora foram apresentadas no evento realizado entre os dias 14 e 17 de julho, nos Estados Unidos, pelo consultor

Alexander Marcos Vivoni, pesquisador do Laboratório Central de Pavimentação da BR (LCPBR). Ele apresentou o trabalho de desenvolvimento de um ligante especial – termo técnico usado para asfaltos rígidos e resistentes à fadiga – para misturas asfálticas de módulo elevado, comercializado pela Petrobras Distribuidora.

“O diferencial deste produto reside no fato de que ele consegue atender às especificidades existentes em cada tipo de pavimento”, afirma o consultor, explicando que este tipo de asfalto já está sendo comercializado há cerca de um ano pela companhia.

Participando pelo segundo ano consecutivo do evento organizado pela instituição de pesquisa Western Research Institute (WRI), em conjunto com a Federal Highway Administration, Vivoni afirma que a interação possibilitada por este tipo de eventos internacionais reforça a expertise e, também, permite conhecer e estreitar relações com fornecedores internacionais de equipamentos.

“Apesar de ainda não estarmos no mesmo nível do tipo de asfalto produzido no exterior, estamos bastante atentos às últimas novidades. Assim, esses eventos são importantes para aumentar a nossa



Alexander Vivoni, consultor do LCPBR, destacou pesquisas na área de ligantes asfálticos

curva de aprendizado. O que é muito bom para a nossa relação com os clientes”, pondera.

Segundo ele, as apresentações feitas nos eventos mostram tanto os trabalhos de pesquisa acadêmica como as aplicações práticas, avaliação de trechos experimentais e uso de novas técnicas. “São inovações que vão guiar a indústria do asfalto nos próximos anos”, destaca.

Entre elas, o pesquisador aponta os novos ensaios de fadiga em asfaltos, com a adoção de uma geometria de 4 mm para o reômetro de cisalhamento dinâmico. O reômetro é usado para medir

o grau de desgaste do ligante asfáltico, a partir da avaliação de suas características físicas quando submetido a distintos níveis de esforço. “Ao usar essa geometria de 4 mm no reômetro, é possível termos uma melhor compreensão do envelhecimento do ligante e, dessa forma, desenvolver aditivos que retardem a degradação do revestimento asfáltico”, conclui o pesquisador.

✉ CONTATO BR

ALEXANDER MARCOS VIVONI

✉ vivoni@br-petrobras.com.br

📞 (21) 2162-3528

“São inovações que vão guiar a indústria do asfalto nos próximos anos.”

**Alexander
Marcos Vivoni**

PESQUISADOR DO
LABORATÓRIO CENTRAL DE
PAVIMENTAÇÃO DA BR (LCPBR)

Preferência entre as montadoras

Contrato firmado com a Mitsubishi para fornecimento de lubrificantes reforça a presença da Petrobras Distribuidora no segmento automotivo

MAIOR conglomerado asiático e um dos mais importantes grupos empresariais do mundo, a Mitsubishi Motors do Brasil escolheu os lubrificantes da Petrobras Distribuidora para abastecer sua linha de veículos fabricados no Brasil. Desde janeiro de 2014, os automóveis produzidos pela montadora, em Catalão (GO), já saem abastecidos com os produtos da linha Lubrax e com a recomendação de uso indicada nos manuais dos veículos. Marca líder do mercado nacional, Lubrax é também a mais lembrada pelos consumidores brasileiros.

Dos 15 lubrificantes que serão utilizados no atendimento à fábrica e às concessionárias, sete já faziam parte da linha Lubrax, enquanto

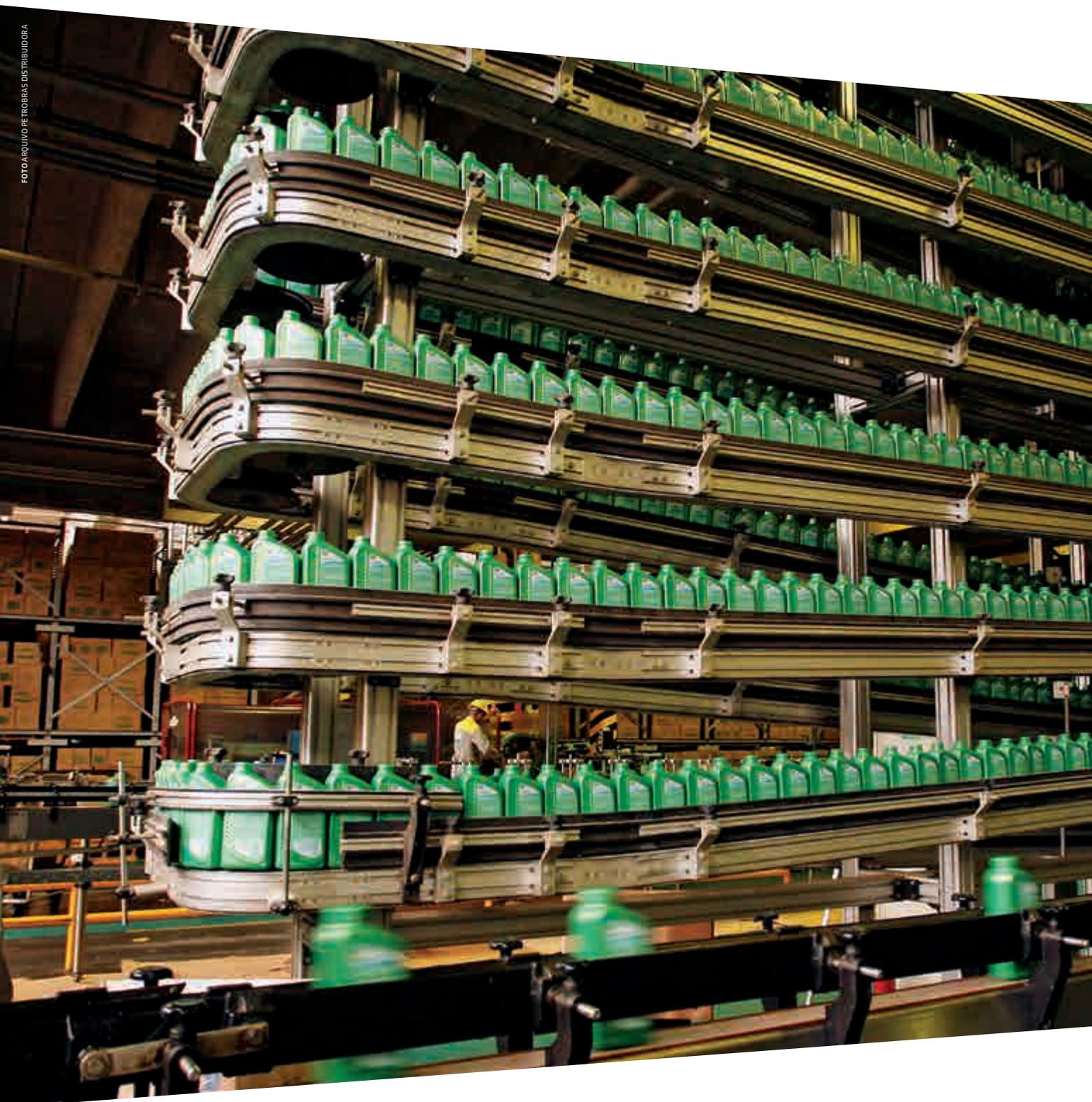
outros seis foram desenvolvidos com exclusividade para a Mitsubishi, e os demais estão em vias de aprovação. No total, a BR fornecerá 250 mil litros de lubrificantes por mês, complementando o abastecimento que a companhia já efetuava para a montadora japonesa.

Para o gerente executivo de Grandes Consumidores da BR, Francelino da Silva Paes, “essa parceria materializa os atributos de alta tecnologia e de qualidade de nossos lubrificantes. Disponibilizamos uma linha completa, sendo alguns customizados para características de uso específico da Mitsubishi. O objetivo é que sejamos fator de competitividade para nosso parceiro, fazendo com que os consumidores finais fiquem satisfeitos com nossos produtos.”





FOTO: MURILLO MATTOS/IMAGIÇÃO





Agregação de valor

O acordo, com vigência de cinco anos, é resultado do trabalho desenvolvido pelas diversas áreas envolvidas no projeto, e reforça a imagem do Lubrax no mercado automotivo brasileiro.

“Temos como conceito o bem-estar dos nossos consumidores, e por isso estamos sempre buscando oferecer produtos de alta qualidade e serviços eficientes. Nesse sentido, a parceria com a Petrobras Distribuidora tem muito a agregar, já que a marca Lubrax possui uma gama completa de produtos de alta tecnologia. Isso nos possibilita, ainda, pensar em novas oportunidades de negócios relacionados a combustíveis, lubrificantes e rede de postos”, afirma o presidente da Mitsubishi Motors do Brasil, Robert Rittscher.

Para a montadora, a satisfação de seus concessionários deverá aumentar, pois o acordo com a Petrobras Distribuidora agrega valor competitivo e rentabilidade média: a companhia desenvolveu lubrificantes exclusivos para a Mitsubishi, unindo diferentes produtos em um só, para ser utilizado em motores do

ciclo Otto (movidos a gasolina, nos quais a explosão ocorre através de uma centelha elétrica que provoca a ignição da mistura ar-combustível presente no interior da câmara de combustão) e ciclo diesel (onde o ar é comprimido no interior da câmara de combustão e o diesel é injetado em elevada pressão, provocando a explosão). Com isso, minimiza o espaço necessário para a estocagem do produto.

“Essa parceria é um marco, pois permite que a Petrobras Distribuidora aprimore seus processos e atue com mais expressividade nesse setor. Alinhada com nosso Plano de Negócios 2014-2018, reforça nossa liderança no segmento e contribui para elevar nosso *market share*”, declara o gerente de Marketing de Lubrificantes a Consumidores (GMLC), Paulo Maurício Cavalcanti Gonçalves.

Atendimento recorde

Entre a contratação e o início do fornecimento dos lubrificantes para a Mitsubishi, passaram-se apenas 45 dias. Nesse tempo, a BR desenvolveu ações que envolveram todas as etapas de lançamento de novos produtos: desenvolvimento



Fábrica da Mitsubishi, instalada no município de Catalão, no interior de Goiás

da formulação, busca, aquisição e garantia de suprimento de matérias-primas, produção e envase de cada produto, além do planejamento logístico para abastecer depósitos, de forma a assegurar a entrega ao consumidor final.

“Esse projeto vai além da Gerência Industrial, pois envolveu diversas áreas da Petrobras Distribuidora”, conta o engenheiro de Desenvolvimento de Produtos da Gerência de Tecnologia e Desenvolvimento de Lubrificantes, Thiago Ferreira Veiga.

Ele destaca que a *expertise* da companhia, aliada à fina sintonia entre todas as áreas envolvidas neste contrato, é que possibilitou atender ao cliente no tempo e

excelência requeridos. “A sinergia foi fundamental para o sucesso da parceria”, afirma.

“Aplicamos melhorias contínuas em nossos processos internos, para assegurar maior agilidade no reabastecimento de pontos de venda e cumprimento de todas as exigências, tanto do cliente quanto da legislação brasileira”, complementa Paulo Maurício Cavalcanti Gonçalves.

A parceria envolveu, ainda, desenvolvimento de *site* exclusivo para facilidade dos concessionários na solicitação dos pedidos pela internet, elaboração dos nomes dos produtos pela área de comunicação, obras de tancagem (armazenamento) na planta da montadora,

além de desenvolvimento, produção e logística dos produtos.

Atenta a novos mercados

O segmento de montadoras é estratégico para a Petrobras Distribuidora, que fornece lubrificantes ou combustíveis para outras empresas, entre elas a Toyota e a Harley Davidson, uma das mais famosas marcas de motocicletas.

De acordo com Thiago Ferreira Veiga, o período prolongado de garantia dos veículos torna vantajoso fornecer produtos para as montadoras. “O óleo que estamos produzindo hoje será consumido por, pelo menos, três anos pelo proprietário do veículo, o que contribui para o aumento da comercialização e fidelização do nosso produto”, ressalta.

“Abranger um país que tem dimensões continentais é um grande diferencial. Esse fator, com certeza, pesou na escolha da Mitsubishi, além da qualidade e tecnologia de ponta empregada em nossa linha de produção. Unificamos produtos e simplificamos processos que geraram ganhos para ambas as companhias.”

João Carlos Pagani.

CONSULTOR DA GMLC

Com produção que atende à demanda de parceiros em âmbito nacional, e dona de uma carteira com mais de 10 mil clientes entre indústrias, termelétricas, companhias de aviação e frotas de veículos leves e pesados, a Petrobras Distribuidora tem, ainda, a capilaridade como um de seus diferenciais estratégicos – são 18 pontos de distribuição e cerca de 7.500 postos de serviço espalhados em todo o país.

“Temos flexibilidade para atender demandas estratégicas, adaptar processos e rever fórmulas que atendam às necessidades de clientes. Abranger um país que tem dimensões continentais é um grande diferencial. Esse fator, com certeza, pesou na escolha da Mitsubishi, além da qualidade e tecnologia de ponta empregada em nossa linha de produção. Unificamos produtos

e simplificamos processos que geraram ganhos para ambas as companhias”, afirma o consultor da GMLC, João Carlos Pagani.

Marcas vencedoras

Além do fornecimento de lubrificantes, o acordo comercial com a Mitsubishi inclui ainda o patrocínio a eventos de esporte motor organizados pela montadora, como a Mitsubishi Cupe e Mitsubishi Outdoor.

“Esses patrocínios são uma excelente oportunidade de ampliação da carteira de projetos apoiados pelo Sistema Petrobras no segmento. Destacamos a ampla divulgação da marca Lubrax com a cobertura de TV, além da publicação de matérias em revistas e jornais. Também, a oportunidade ímpar de colocar à prova a capacidade da companhia em desenvolver produtos da mais

alta qualidade, que são exigidos ao extremo durante as competições. Este é o melhor banco de provas para se testar produtos”, observa Pagani.

**CONTATOS BR:
JOÃO CARLOS PAGANI**

✉ jpagani@br.com.br
📞 (11) 3116-5346

THIAGO FERREIRA VEIGA

✉ thiagoveiga@br.com.br
📞 (21) 2677-3394

**HENRIQUE WASHINGTON
DE SOUZA**

✉ henrique@br.com.br
📞 (21) 2354-4633

**PAULO MAURÍCIO
C. GONÇALVES**

✉ paulomc@br.com.br
📞 (21) 2354-4062



As vantagens de ser cliente Petrobras

75
*mil postos
de serviço*

Flexibilidade para atender demandas estratégicas dos clientes

18
*pontos de
distribuição*

17 depósitos e a fábrica do Lubrax, em Duque de Caxias

27
US\$ bilhões

investimentos até 2018 em projetos com foco em logística

LUBRAX É 4X4

“Desenvolvemos um único produto que substituiu seis outros utilizados anteriormente pelas concessionárias. Essa é uma grande vantagem para o estoque, uma vez que o Lubrax Advento 4x4 atende tanto veículos movidos a diesel quanto a gasolina.”

Líder do mercado de lubrificantes, com 22,7% de *market share*, a Petrobras Distribuidora investe no desenvolvimento de novos produtos. Sem limites para inovar, colocou no mercado o Lubrax Advento 4x4, lubrificante desenvolvido especialmente para veículos Mitsubishi, com alto valor agregado e o maior nível de desempenho para motores diesel: CJ-4 (especificação desenvolvida em 2006, nos Estados Unidos, e até hoje o referencial maior para a linha diesel no mundo).

“Conseguimos desenvolver um único produto que substituiu seis outros utilizados anteriormente pelas concessionárias. Essa é uma grande vantagem para o estoque, uma vez que o Lubrax Advento 4x4 atende tanto veículos movidos a diesel quanto a gasolina”, esclarece Thiago Ferreira Veiga.

Único óleo permitido para revisão dentro da garantia, utilizado nas 182 concessionárias Mitsubishi do Brasil, o Lubrax Advento 4x4 possui viscosidade SAE 10W-30 (característica específica do lubrificante, adequada ao motor), que é alinhado com as exigências da montadora.



FOTO ARQUIVO PETROBRAS DISTRIBUIDORA

Os benefícios do produto são:

- **Proteção contra o desgaste;**
- **Proteção contra fuligem;**
- **Proteção contra depósito no pistão;**
- **Evita o espessamento por oxidação;**
- **Resistência à corrosão;**
- **Resistência contra borra e verniz;**
- **Compatibilidade com sistema de pós-tratamento;**
- **Proteção contra o espelhamento do cilindro.**



FOTO: OLIVIA FERREIRA/DISTRIBUIDORA

FOTO: ARQUIVO PETROBRAS/DISTRIBUIDORA



FOTO: MURILLO MATTOS/DIVULGAÇÃO

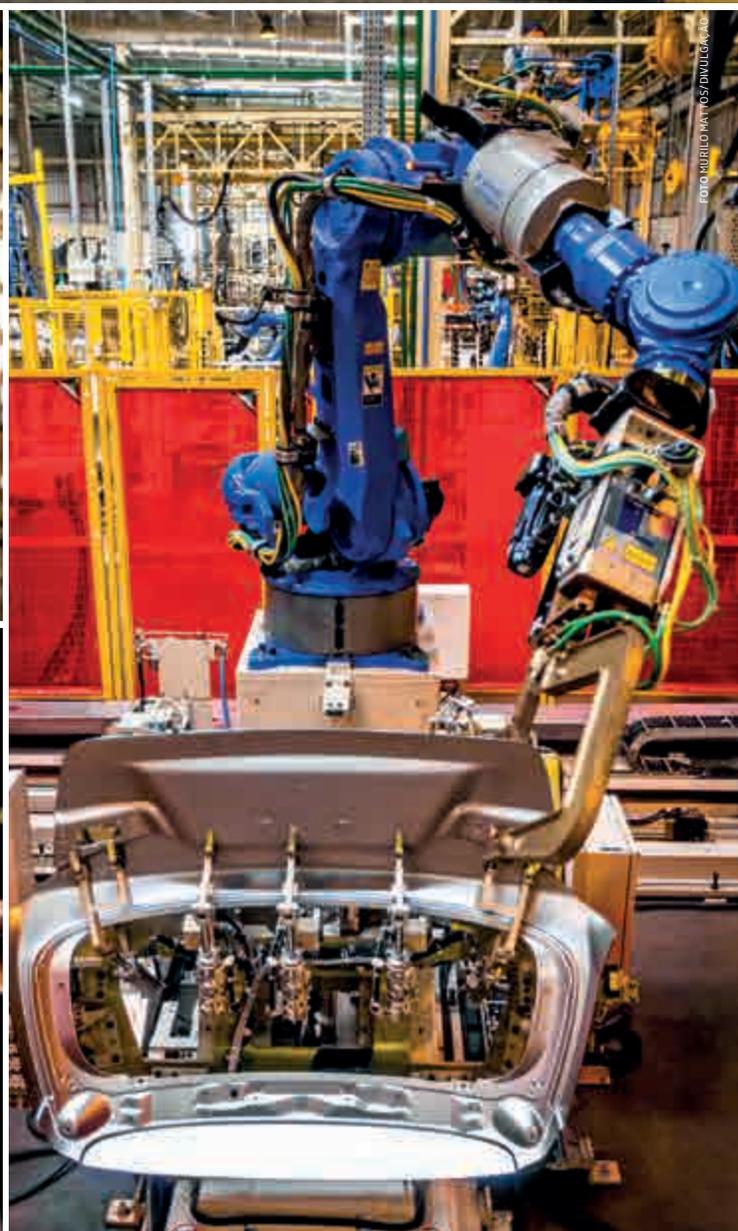


FOTO: MURILLO MATTOS/DIVULGAÇÃO



FOTO: MURILLO MATTOS/DIVULGAÇÃO



MITSUBISHI: UM QUARTO DE SÉCULO RODANDO O BRASIL

Maior conglomerado da Ásia, com presença forte nos mercados de bens imóveis, hotelaria, construção, transporte, mineração, seguros, maquinários, automotores, entre outros, a Mitsubishi está presente em 180 países.

As atividades no Brasil remontam ao ano de 1991, quando os primeiros veículos Mitsubishi desembarcaram na cidade de São Paulo, e a empresa inaugurou o primeiro ponto de venda da marca para comercializar

a L200. A escolha desse segmento e o início da importação do Pajero Full, em 1992, foram um sucesso: em dois anos, a empresa já contava com 20 concessionárias Mitsubishi em 18 cidades do país. Uma rede diversificada que importava e distribuía os modelos Lancer, Space Wagon, Eclipse, 3000GT, Colt e Pajero Full. Nascia a MMC Automotores do Brasil.

Em 1997, a montadora deu a partida em sua operação industrial

de veículos no país, ao construir a fábrica de Catalão, interior de Goiás, tornando-se uma das maiores empregadoras da região: atualmente, 80% de mão de obra local são responsáveis pela fabricação dos veículos, Pajero TR4, Pajero Dakar e L200 Triton. Hoje, a unidade produz mais de 300 veículos por dia, com os mais altos padrões de qualidade em seus processos – desde o projeto de desenvolvimento do produto até a Auditoria Final pós-montagem.

Vitória nas pistas

BR Aviation supre demanda aquecida dos aeroportos durante a Copa do Mundo, e bate recorde de venda de combustíveis de aviação

U crescimento de 6,5% no volume comercializado de combustíveis de aviação, com o abastecimento de mais de 105 mil voos em aeroportos de todo o país, sem atrasos. Este foi o resultado da “megaoperação” desenvolvida pela Petrobras Distribuidora para atender às demandas dos aeroportos em todo o país durante a Copa do Mundo de futebol no Brasil.

De acordo com a Secretaria de Aviação Civil (SAC), entre os dias 10 de junho e 15 de julho, 21 aeroportos brasileiros, em cidades que sediaram jogos, registraram uma movimentação de 17,8 milhões de passageiros – demanda 13% acima

da registrada no mesmo período em 2013. Números que refletiram o aumento do fluxo de aeronaves no período e desafiaram a capacidade de atendimento da BR Aviation. Os resultados não poderiam ser mais positivos, e confirmaram o sucesso da estratégia da companhia, que se planejou bastante para o torneio internacional.

Durante o maior evento esportivo já realizado em solo nacional, a companhia assegurou o abastecimento de 103.194 voos em aeroportos brasileiros, além de mais 2.000 voos extras – charters, autorizados um a um, dentro do plano de ação focado em suprimento, equipamentos e

pessoal qualificado, que envolveu cerca de 1.300 técnicos de abastecimento, sem que ficasse registrado qualquer incidente ou atraso em voos.

Nesse período, a Gerência de Produtos de Aviação (GPA) registrou um acréscimo de 28.500 metros cúbicos (6,5%) no volume de combustíveis de aviação negociado, em relação ao mesmo período do ano anterior.

“Apesar de todos os investimentos e do planejamento realizado, a expectativa de grande concentração de voos nos aeroportos das cidades-sede era o principal desafio.



“Traçamos ações no gerenciamento de pátio – pousos, decolagens e *slots* – para que tivéssemos condições de atender ao fluxo concentrado nos aeroportos em dias de jogos, aumentamos a força de trabalho e reforçamos a qualificação operacional dos técnicos de abastecimento.”

Érica Saião

GERENTE EXECUTIVA DE PRODUTOS DE AVIAÇÃO DA BR

Traçamos ações no gerenciamento de pátio – pousos, decolagens e *slots* – para que tivéssemos condições de atender ao fluxo concentrado nos aeroportos em dias de jogos, aumentamos a força de trabalho e reforçamos a qualificação operacional dos técnicos de abastecimento”, explica a gerente executiva de Produtos de Aviação da BR, Érica Saião.

Estratégia campeã

Todos os aeroportos coordenados pela SAC e Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) foram mapeados quanto à criticidade de suprimento, sendo adotadas ações contingenciais envolvendo toda a cadeia de suprimento, desde a Petrobras até o reforço da capacidade de estocagem nos aeroportos.

Além disso, foram realizados investimentos na ampliação da capacidade operacional, envolvendo modernização e construção de novas instalações e renovação da frota de Unidades Abastecedoras de Aeronaves (UAAs). De 2010 a 2014, houve aquisição de 199 unidades, das quais metade foi recebida no último ano, e dessas, 48 foram alocadas em aeroportos nas cidades-sedes do torneio.

Aviação executiva estrangeira

De acordo com a coordenadora de Clientes Internacionais da Gerência de Produtos de Aviação, Camila Mota Igrejas Lopes Quintella, esse processo exigiu flexibilidade e disponibilidade de pessoas e de equipamentos, o que refletiu na qualidade do trabalho das equipes.

Ela cita, por exemplo, a operação bem-sucedida para o segmento executivo estrangeiro que registrou expressiva demanda durante o evento. “É um setor no qual há menor previsibilidade e, assim, muitos abastecimentos são solicitados ‘em cima da hora’. Mas, com o empenho das equipes dos aeroportos, atendemos a todas as demandas.”

A parceria foi muito bem avaliada pelo gerente internacional de Suprimento de Combustível da World Fuel Service (WFS), Jonny Eskander, para quem a Petrobras Distribuidora estabeleceu estratégias claras, possibilitando gerenciamento do crescimento da demanda. “O *feedback* foi bastante positivo durante o evento. A equipe da WFS e os nossos clientes avaliaram bem o nível



O segmento de aviação executiva também teve grande demanda nos dias do evento esportivo

de flexibilidade e de agilidade oferecidos pela BR Aviation. O trabalho de garantir qualidade e respeito ao prazo de entrega de combustível para grande número de clientes foi reconhecido”, afirma o gerente da empresa internacional que atua no segmento de distribuição e comercialização de combustíveis e serviços para a indústria de transporte aéreo, marítimo e terrestre.

Jonny Eskander pretende discutir com a BR novas estratégias para que se possa repetir o mesmo desempenho em outros eventos de grande porte. “Acredito que a

melhora no nosso plano de ação em conjunto virá dessa colaboração. Comunicação e um canal de diálogo sempre aberto são a chave para que continuemos a evoluir nesse mercado”, conclui.

Galeão: movimentação recorde

Localizado na cidade que sediou a partida final da Copa do Mundo, o Aeroporto Internacional Tom Jobim (Galeão) superou as marcas das finais de 2006 e de 2010, realizadas em Berlim (Alemanha) e Johannesburgo (África do Sul), respectivamente, contabilizando um recorde de 852 pousos e decolagens

em 14 de julho, um dia após o encerramento do evento.

Segundo o gerente da BR no Galeão, Tiago Dezordi Pereira, foi o maior movimento de aeronaves já registrado pelo aeroporto. “Em um dia, a BR Aviation vendeu três mil metros cúbicos em 266 abastecimentos, sem qualquer registro de atraso, superando, assim, as expectativas tanto comerciais quanto de desempenho operacional”, comemora.

Para ele, o resultado é consequência de todo o esforço concentrado de vários agentes, como a SAC, a Infraero e as companhias aéreas, além das





Aeroporto Internacional Tom Jobim, Rio de Janeiro (RJ): movimentação recorde com 852 pousos e decolagens

empresas de *handling* – serviços prestados em terra para apoio às aeronaves, passageiros, bagagem, carga – e de fornecimento de combustível. “Sem uma atuação conjunta e afinada de todas as partes, não teríamos a fluidez de pousos e decolagens vista durante a Copa do Mundo. No que diz respeito à distribuição de combustíveis, coube à BR Aviation a maior contribuição, por termos a maior fatia do mercado e por havermos aumentado significativamente a nossa capacidade de atendimento durante a Copa do Mundo”, afirma.

Manter essa estrutura bem “azeitada” para os próximos eventos de

porte semelhante e, também, para atender ao aumento do número de voos previstos para os próximos anos, é uma das prioridades da BR. No caso específico do Galeão, que responderá pelo grande fluxo de passageiros que comparecerão aos jogos olímpicos de 2016, os desafios são ainda maiores.

Tiago explica que, para os próximos anos, o *pool* das empresas distribuidoras do Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro (formado por BR, Raízen e BP) tem como meta aumentar a sua capacidade de armazenagem para acompanhar o crescimento da

demanda e dar maior segurança às operações de fornecimento de combustíveis.

Os projetos de melhorias para os próximos anos estão na pauta do próximo encontro das distribuidoras com o consórcio Odebrecht-Changi, que assumiu a administração do Galeão. A meta é continuar pronto para atender a qualquer demanda.

✉ **CONTATO BR** **ÉERICA SAIÃO CAPUTO**

✉ erica@br.com.br

📞 (21) 2354-4075

Parcerias aeroportuárias

BR Aviation já está presente no mais novo aeroporto do país, no Rio Grande do Norte

DESDE o primeiro dia de operações do Aeroporto Internacional Governador Aluízio Alves, em São Gonçalo do Amarante, no Rio Grande do Norte, inaugurado oficialmente em junho, os parceiros da Petrobras Distribuidora já têm à disposição os serviços da BR Aviation.

Atenta à expansão desse mercado regional, a Petrobras Distribuidora instalou no local toda a infraestrutura para armazenamento e abastecimento de combustível de aviação. O objetivo é prestar serviços aos clientes contratuais Gol, Azul, Avianca e TAP, além de outros da aviação executiva.

Distante apenas 13 km de Natal, à margem do rio Potengi, o município de São Gonçalo do Amarante foi

escolhido para abrigar o novo aeroporto, administrado pelo Consórcio Inframérica. Dos investimentos totais de R\$ 650 milhões, já foram alocados cerca de R\$ 500 milhões nas obras do terminal de passageiros, pistas, pátio, terminal de cargas e estacionamento.

Maior aposta de desenvolvimento não só do município, mas de toda a região do entorno da capital potiguar, o novo aeroporto tem, nessa primeira fase, capacidade para receber 6,2 milhões de passageiros por ano, demanda prevista até o ano de 2024. Na segunda fase, essa capacidade será ampliada para 11 milhões de passageiros por ano, expectativa para o ano de 2038.







Demanda pode dobrar

“A proposta do novo aeroporto é oferecer um maior grau de competitividade do transporte de cargas e de passageiros no estado devido a sua proximidade com o continente europeu, gerando várias oportunidades de negócios para a companhia”, destaca Roberto de Oliveira, gerente da Petrobras Distribuidora no Aeroporto de Recife, que responde pelas operações da nova unidade.

A expectativa de aumento imediato da demanda desde junho, quando se iniciou a Copa do Mundo,

mobilizou as equipes da companhia. As instalações da BR Aviation foram concluídas em quatro meses e o atendimento foi iniciado no final de maio, quando o aeroporto começou a operar antes mesmo da inauguração. “Atualmente, realizamos 650 abastecimentos por mês, que somam um volume total de 4.000 m³, número que pode dobrar nos próximos cinco anos”, avalia Roberto de Oliveira.

A perspectiva de aumento da demanda dos produtos e serviços da BR Aviation se deve também ao processo de desenvolvimento

econômico da região, com a criação da Zona de Processamento de Exportação (ZPE) de Macaíba, microrregião onde o município de São Gonçalo de Amarante está inserido. A ZPE é um polo de atração de empresas exportadoras, que terão um volume crescente de demanda dos serviços ofertados pelo novo complexo aeroportuário para os próximos anos.

✉ CONTATO BR
ROBERTO DE OLIVEIRA

✉ robertoo@br.com.br

📞 (81) 3134-9620



Aeroporto com serviços

O Aeroporto de São Gonçalo do Amarante (RN) foi projetado para ser um aeroporto-cidade, ou seja, apto a oferecer os principais serviços que uma pessoa em trânsito possa necessitar, sem ter de sair do local. Com previsão de abrigar 55 estabelecimentos comerciais (em implantação gradual), o novo aeroporto poderá receber uma das maiores aeronaves do mundo, o A-380.

Conheça mais

Terminal de passageiros

- Área: 42 mil m²
- 860 vagas de estacionamento
- 42 balcões de check-in
- 6 quiosques de autoatendimento para o embarque dos passageiros
- 8 escadas rolantes
- 22 elevadores
- Seis esteiras de restituição de bagagens destinadas ao tráfego doméstico e internacional

Pista e infraestrutura de embarque

- Pista de 3.300 metros x 60 metros
- Seis pontes de embarque (fingers) – duas delas com capacidade para operar duas aeronaves simultaneamente
- Dez posições de embarque remoto
- Mais de 210 mil m² de área de pátio

Terminal de cargas

- Edifício de estocagem e operações de importação e exportação composto de áreas de serviços e escritórios, com área de 4 mil m² e capacidade de processamento de 10 mil toneladas por ano.

Gasolina nova no mercado

BR lança combustível aditivado em todo o país

MAIOR lançamento da Petrobras Distribuidora no segmento automotivo em 2014, a gasolina Petrobras Grid já está disponível em mais de 5 mil postos Petrobras em todo o país.

O novo combustível, que substituiu a gasolina Supra, incorpora um pacote de detergentes e dispersantes que possuem a função de manter limpo todo o sistema de alimentação do combustível – incluindo bicos injetores e válvulas de admissão do motor –, além de um aditivo modificador de atrito especialmente desenvolvido para o mercado brasileiro. Diferencial fundamental para o combustível, o aditivo assegura o melhor

desempenho com melhores tempos de retomada de velocidade e menor desgaste do motor do veículo.

A Petrobras Grid possui teor máximo de enxofre de 50 ppm (partes por milhão) e cor verde, o que a diferencia da gasolina comum. Pode ser utilizada em veículos a gasolina ou flex, principalmente os equipados com injeção eletrônica, e tem a qualidade atestada pelo programa 'De Olho no Combustível'.

Com a chegada da Petrobras Grid, a "família" de gasolinas nos postos Petrobras agora é formada, também, pela comum e a Petrobras Podium, que se enquadra na categoria premium aditivada.

Conheça os atributos da Petrobras Grid

- **maior durabilidade do motor (baixa formação/menor acúmulo de resíduos)**
- **manutenções mais espaçadas (menor custo de manutenção)**
- **melhoria da qualidade do ar, reduzindo a emissão de gases poluentes**
- **melhor desempenho**



Nos Postos Petrobras, você encontra:

Gasolina

GASOLINA COMUM a partir de julho de 2015, terá aditivo detergente dispersante.

Gasolina ADITIVO **GRID**

GASOLINA PETROBRAS GRID com aditivos detergente dispersante e redutor de atrito.

Gasolina PREMIUM ADITIVO **Podium**

GASOLINA PODIUM é a gasolina premium; com formulação diferenciada, apresenta alta octanagem.

A gasolina Petrobras Grid incorpora um pacote de detergentes e dispersantes que possuem a função de manter limpo todo o sistema de alimentação do combustível e um aditivo modificador de atrito especialmente desenvolvido para o mercado brasileiro.

Nova marca

Durante seis meses, as equipes da Petrobras desenvolveram o nome e a logomarca da Petrobras Grid. A cor escolhida foi a laranja, que se destaca frente ao verde e amarelo dos postos Petrobras. É considerada uma cor quente, estimulante e amigável, que transmite a energia que se espera desse novo combustível.

O novo produto chega em momento estratégico. A partir de julho de 2015, por determinação da Agência Nacional de Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP), toda gasolina será obrigatoriamente aditivada com um componente detergente dispersante, que tem a função de manter limpo o sistema de alimentação de combustível, proporcionando

benefícios como a melhoria da qualidade do ar.

A gasolina foi desenvolvida com o apoio do Centro de Pesquisas e Desenvolvimento Leopoldo Américo Miguez de Mello (Cenpes).

MAIS INFORMAÇÕES

www.br.com.br/petrobrasgrid





Nas águas da inovação

O DESENVOLVIMENTO de soluções sustentáveis para o segmento de tintas e revestimentos é um compromisso prioritário da AkzoNobel e a razão de ser da nossa liderança nesses mercados, assim como na produção de especialidades químicas. Buscamos entregar produtos e tecnologias de ponta, capazes de atender às crescentes demandas de um mundo em constante evolução. E, para isso, investimos continuamente no tripé pesquisa, desenvolvimento e inovação (PD&I).

Graças a isso, fornecemos produtos inovadores para indústrias e consumidores no mundo inteiro, tendo hoje marcas conhecidas no mercado de tintas e revestimentos. Somos indicados, constantemente, como uma das empresas líderes na busca da sustentabilidade em mais de 80 países onde atuamos, com mais de 50 mil colaboradores no mundo inteiro.

Tanto que, recentemente, um dos nossos produtos, o Intersleek 1100SR, foi premiado na categoria

Transporte Marítimo Limpo, durante o Seatrade Awards 2014. Essa premiação é concedida a soluções inovadoras que promovam operações mais seguras, eficientes e com foco ambiental, e que vão ao encontro das metas e objetivos da Organização Marítima Internacional (IMO). Esse produto-referência é o primeiro a usar a tecnologia “fluoropolímero sem biocidas” para evitar aderência e formação dos organismos que geram o limo nos cascos de navios.

E temos, ainda, um projeto em parceria com a The Gold Standard, por meio do qual nossos clientes podem obter créditos de carbono ao converter o sistema anti-incrustante do tipo biocida pelo Intersleek, que possibilita uma economia de combustível de até 10% nas embarcações.

Essas inovações somam-se a outras tecnologias que oferecemos para o segmento, tais como o Intertrac, um programa que traça o perfil de operação de uma embarcação e auxilia o cliente na decisão sobre a proteção mais adequada para seu

navio. Podemos citar, também, a linha de anti-incrustantes livres de cobre, que oferece produtos de alto desempenho desenvolvidos e testados em águas brasileiras.

Acreditamos que soluções como essas vão agregar valor às operações não somente do segmento marítimo como também da indústria offshore no mundo inteiro, inclusive no Brasil, onde temos o nosso quarto maior mercado, com 15 fábricas em seis estados e quase 3 mil funcionários.

Enfim, pelo nosso amplo portfólio e pela atuação em diferentes áreas, nos sentimos presentes na vida cotidiana do brasileiro. Sempre buscando inovar.



JUAREZ MACHADO,
gerente de vendas
da AkzoNobel Marine
Coatings no Brasil

