



# LUBRAX, 40 ANOS:

## Uma família que não para de crescer

**ÁLVARO LUIZ LONGO**

**Coordenador de Suporte Técnico de Lubrificantes**

A BR INVESTE EM PESQUISAS PERMANENTES PARA APLICAÇÃO DE TECNOLOGIA DE PONTA NO DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS CADA VEZ MAIS COMPATÍVEIS COM OS AVANÇOS DO MERCADO AUTOMOTIVO. AO COMPLETAR 40 ANOS, A LINHA LUBRAX CONTA COM UM PORTFÓLIO DIVERSIFICADO DE MAIS DE 100 PRODUTOS DESTINADOS PARA ATENDER A DIVERSOS SEGMENTOS DE MERCADO.

NESTA ENTREVISTA, ÁLVARO LUIZ LONGO, COORDENADOR DE SUPORTE TÉCNICO DE LUBRIFICANTES, DA GERÊNCIA DE MARKETING DE LUBRIFICANTES A CONSUMIDORES (GMLC), FALA SOBRE AS NOVIDADES DO “QUARENTÃO” LUBRAX, ENTRE AS QUAIS O CRESCIMENTO DA FAMÍLIA, COM O LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS, ALÉM DE ANALISAR A FORÇA DA MARCA LÍDER NO MERCADO E A IMPORTÂNCIA DAS PARCERIAS COM IMPORTANTES MONTADORAS DE CARROS.

“Estamos sempre atentos aos avanços das indústrias, aos novos modelos de equipamentos e automóveis. Precisamos acompanhar esse progresso.”

**Soluções BR:** Os profissionais da Companhia desenvolvem um trabalho permanente para aprimorar a linha de óleos lubrificantes da BR. Como acontecem estas atividades? E que benefícios trazem para os consumidores finais?

**Álvaro:** Isso é realmente um trabalho permanente que envolve diversas áreas da BR, como as equipes de desenvolvimento e produção de lubrificantes, comunicação, marketing, suporte técnico e vendas, contando com o apoio do CENPES e empresas parceiras. Estamos sempre atentos aos avanços das indústrias, aos novos modelos de equipamentos e automóveis. Precisamos acompanhar esse progresso. No caso dos veículos, basta realizarmos uma breve comparação entre as décadas de 90 e a atual para percebermos as mudanças. E as exigências estão cada vez maiores no que diz respeito aos lubrificantes. Por exemplo, o tamanho dos motores diminuiu com o passar dos anos, enquanto os veículos passaram a ter cada vez mais acessórios como ar condicionado, vidros elétricos, injeção eletrônica, painel de bordo, etc.

Tudo é trabalho para o motor. Em função disso, as montadoras vão criando especificações cada vez mais rígidas para o tipo de óleo que deve ser utilizado nos veículos.

Outro bom exemplo diz respeito ao uso do automóvel. No passado, os proprietários andavam mais com seus carros. Hoje, ficam longas horas parados em congestionamentos.

Por isso, desenvolvemos um trabalho permanente de coleta de dados, em conjunto com as áreas de tecnologia de produto, de produção e com áreas comerciais, buscando apurar as transformações do mercado, indo em busca de tecnologias cada vez mais avançadas.

**Soluções BR:** E, neste contexto, ainda tem que se levar em conta a demanda da sociedade por um consumo mais sustentável...

**Álvaro:** Sim, as empresas têm uma preocupação maior com o consumo de energia, e por isso procuram soluções que melhorem a sua eficiência energética. Isso se reflete no consumo de lubrificantes, pois já existem produtos capazes de reduzir as perdas de energia nos equipamentos. No segmento automotivo, os programas do governo, como o “Inovar Auto” e o “Proconve”, também estimulam a modernização da frota. As questões ambientais demandam que os lubrificantes contribuam para a diminuição do consumo de combustível dos carros. Os proprietários querem ter

menos preocupações com seu automóvel. Querem lubrificantes que durem mais. E é nisso que precisamos pensar.

**Soluções BR:** Qual é a importância de manter parcerias com grandes montadoras?

**Álvaro:** O segmento de montadoras é bastante importante, já

que são as especificações das montadoras que definem o nível de qualidade dos combustíveis e lubrificantes que serão usados nos automóveis. O desenvolvimento de nossos produtos está muito ligado à evolução tecnológica dos veículos, e mantemos um alinhamento com as

“As empresas têm uma preocupação maior com o consumo de energia, e por isso procuram soluções que melhorem a sua eficiência energética.”



Arquivo BR

## Mitsubishi e Harley Davidson recomendam a linha Podium para uso em seus motores. Já a Toyota confirma a credibilidade do Lubrax ao fazer o primeiro enchimento da linha Corolla.

montadoras para acompanhar esse processo de evolução.

Além disso, as montadoras têm o papel de sinalizar para os clientes finais quais são os produtos mais adequados para os seus carros, sendo essa recomendação uma garantia de qualidade para o cliente. Assim, o relacionamento com as montadoras torna-se um importante caminho na divulgação dos nossos lubrificantes para o público consumidor.

**Soluções BR:** Fale mais sobre o funcionamento dessas parcerias com as montadoras de carros.

**Álvaro:** Para a BR e a Petrobras, o segmento de montadoras é extremamente valioso, pois visamos atender o mesmo consumidor final. Por isso, executamos ações de relacionamento junto a esse segmento. Por exemplo, temos a parceria com a Mitsubishi para o patrocínio da equipe de rally Mitsubishi Petrobras, que disputa as

principais competições do mundo. Além disso, a Mitsubishi recomenda combustíveis da linha Podium (diesel e gasolina) para uso nos veículos da marca.

Outra parceria expressiva é com a Toyota, que consiste no fornecimento do Lubrax para o "primeiro enchimento" de todos os modelos da linha Corolla produzidos no Brasil. A Toyota é a maior montadora do mundo e uma referência mundial de qualidade; por

ing/image

*Parcerias com montadoras de automóveis e motos contribuem para desenvolvimento de produtos com alto nível de qualidade.*





isso, consideramos esse fornecimento emblemático. Ter o aval de uma fabricante desse porte é um importante reconhecimento da qualidade dos nossos produtos e processos. Os resultados, até o momento, estão sendo muito satisfatórios para ambas as partes. Por isso, já estamos trabalhando para ampliar essa parceria.

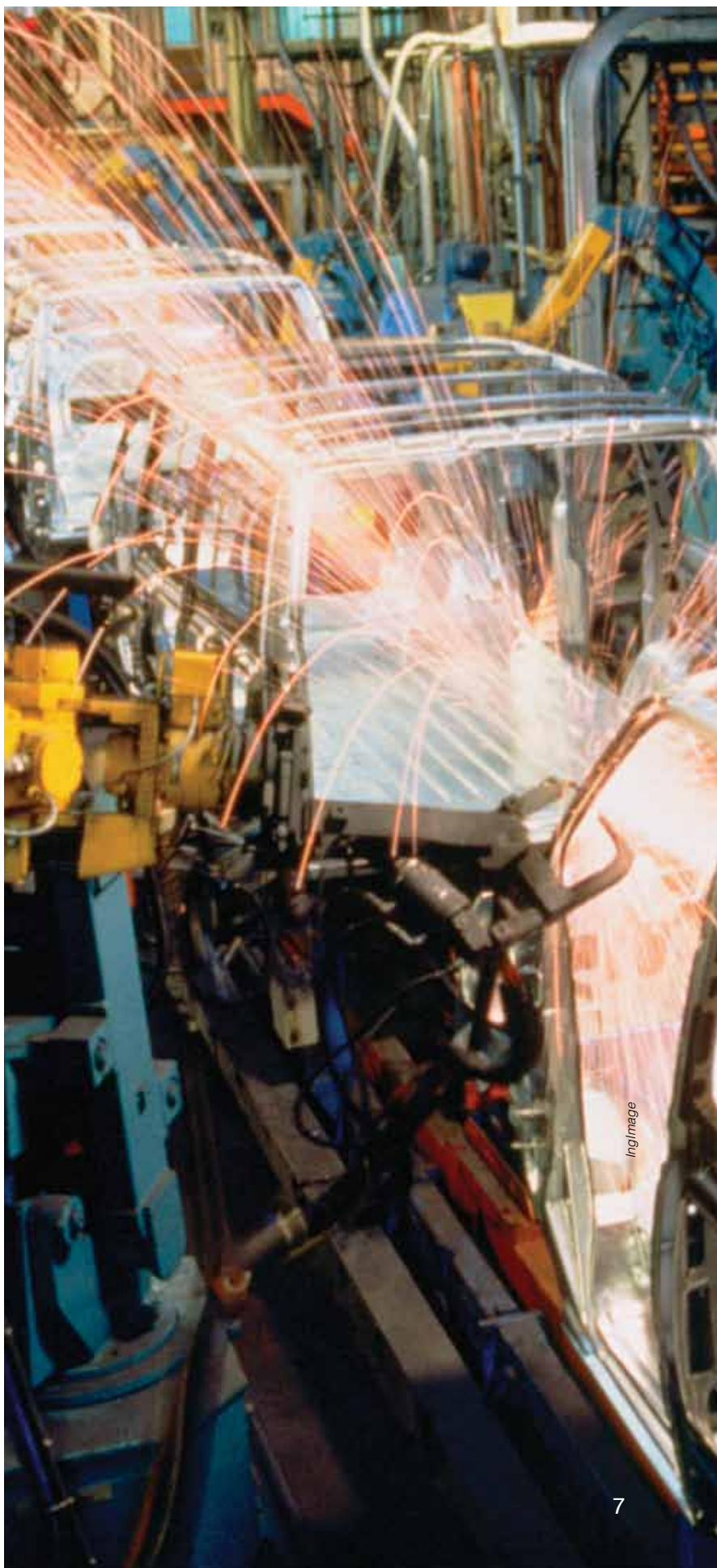
Temos, também, um acordo com a Chery de fornecimento de lubrificantes para suas concessionárias, apostando no crescimento das montadoras que estão investindo no país. A Chery tem projeto de iniciar a produção nacional de veículos, o que deverá alavancar suas vendas por aqui.

**Soluções BR:** E no segmento de veículos pesados?

**Álvaro:** Temos o fornecimento de combustíveis e de Flua para os caminhões e ônibus produzidos pela MAN. Com essa montadora, desenvolvemos um acordo tecnológico, executado pelo Centro de Pesquisas da Petrobras (CENPES), para o desenvolvimento de novos combustíveis e avaliação de desempenho de motores. Também participamos da “Caravana Volks Bus”, na qual a equipe da Petrobras divulgou o novo diesel S-10 para transportadores de diferentes regiões do Brasil.

No segmento de motos, há uma parceria com a Harley Davidson para recomendação da gasolina Podium,

*Lubraxis em evolução: BR aposta no crescimento das montadoras no país*



ingImage

que é o produto mais adequado para as motos de maior cilindrada.

**Soluções BR:** Ainda no calendário do aniversário do Lubrax em 2013, quais foram as novidades apresentadas ao mercado?

**Álvaro:** Lançamos importantes produtos ao longo deste ano, a exemplo do Lubrax Indicc para motos e do Lubrax Essencial SM para automóveis asiáticos.

Outra novidade foi o Lubrax Usipro, linha completa de óleos sintéticos para usinas de açúcar e álcool.

Podemos citar, ainda, o novo óleo isolante Lubrax AV 70 IN.

Temos uma pauta permanente de desenvolvimento e lançamento de produtos. Até o fim do ano, lançaremos mais produtos. Já posso citar a Graxa 100% sintética Lubrax Lithplus PAO, para uso em geradores de energia eólica, e o novo óleo para engrenagens industriais com proteção contra micropitting, Lubrax Gear MP.

**Soluções BR:** Podemos dizer que essa variada linha de

produtos atende os principais segmentos econômicos?

**Álvaro:** Sim, atuamos em diversos segmentos. Damos atenção para quase todos os setores da economia, tais como mineração, petroquímica, agronegócio, geração de energia, sucroalcooleiro (açúcar e álcool), bebidas, entre outros. Ou seja, estamos conectados às indústrias mais importantes do país, pensando na melhor linha de produtos para atendê-las. Sem deixar de lado as montadoras, é claro, que passam por um



Para acompanhar avanços dos mercados, foram desenvolvidos produtos para o setor sucroalcooleiro, entre outros segmentos da economia



momento efetivo de expansão e investimentos. Temos uma ampla presença nacional, para garantir o melhor atendimento aos clientes espalhados pelo Brasil.

**Soluções BR:** A fábrica do Lubrax, localizada em Duque de Caxias (RJ), está passando por obras de ampliação e de reformas. Quais são as principais mudanças já realizadas?

**Álvaro:** O projeto de ampliação da fábrica de lubrificantes da BR revela a importância que a BR destina a esse produto. Queremos atender mais clientes, assim como expandir a participação de mercado, a produção e a distribuição. Exemplo disso é que estamos ampliando a capacidade de produção da fábrica de 27.000 para 43.000 mil m<sup>3</sup>/mês.

Ainda entre as mudanças, destaco a modernização de todos os processos, para oferecermos mais eficiência de atendimento. As ampliações estão sendo realizadas por etapas, com previsão de conclusão para o segundo trimestre de 2015. Porém, no início de 2014, já teremos algumas etapas concluídas, fato que proporcionará, de imediato, um melhor atendimento aos nossos clientes.

Também estamos investindo em uma novidade: a produção própria de graxa. Isso será, sem dúvidas, uma grande conquista para a Companhia.

Pretendemos ampliar essas parcerias para fazer a linha Lubrax continuar crescendo e acompanhando a evolução do mercado. ■



# BR





# Com tudo em cima

LUBRAX COMPLETA 40 ANOS DE HISTÓRIA

O ano de 2013 é especial já que se comemora os 60 anos de criação da Petrobras. Para a BR, no entanto, há um marco particular muito significativo: os 40 anos da linha Lubrax.

O lançamento de um lubrificante próprio foi um grande passo para a BR, acompanhado de perto por Carlos Fest, o primeiro gerente de Lubrificantes da Companhia, em 1972. Ele se lembra dos bastidores



da criação do lubrificante, que hoje é líder no mercado. “Foram selecionadas formulações adequadas aos requisitos da indústria automotiva da época que vieram sendo renovadas à medida que houve uma evolução da tecnologia dos motores dos veículos. Participei da escolha da marca Lubrax e coordenei o lançamento da linha no mercado brasileiro, em junho de 1973. Em 1978, alcançamos um market share de cerca de 12% no país. Foi um trabalho pioneiro no âmbito da BR e do mercado”, conta Carlos Fest, que atualmente é assistente na Diretoria de Mercado Consumidor.

**A revitalização do Lubrax, em 2010, buscou aumentar a confiança na marca, a familiaridade, o reconhecimento da garantia de origem e modernidade junto aos clientes.**



*O Lubrax + é o centro tecnológico de lubrificação automotiva e, recentemente, inaugurou sua 500ª unidade no País*

Ao longo dos anos, novos produtos foram lançados criando uma linha de sucesso, que atende aos mais variados tipos de veículos, prima pela alta qualidade e acompanha a evolução do mercado. A marca Lubrax sempre se manteve associada a conceitos como pioneirismo e inovação. Um exemplo interessante ilustra esta afirmação: o comercial do Lubrax 4, carro-chefe da produção da Companhia no início dos anos 1980, deu início às transmissões da noite de estreia da extinta TV Manchete, em 1983. Foi o primeiro caso de um anúncio inaugurando um canal de TV no Brasil.

Na década de 1990, a linha Lubrax também ampliou sua visibilidade por meio do patrocínio, em conjunto com a Petrobras, à equipe brasileira que participava dos principais rallies do mundo, como o tradicional Paris-Dakar.

Uma virada importante na história Lubrax ocorreu em 2010, quando foi realizada a revitalização do Lubrax, que compreendeu, entre outras iniciativas, a mudança da embalagem, que buscou aumentar a confiança na marca, a familiaridade, o reconhecimento da garantia de origem e modernidade junto aos clientes. Além da renovação da marca Lubrax, houve a modernização de diversos produtos (com evoluções do grau de desempenho e, conseqüentemente, nas classificações junto aos órgãos internacionais e às montadoras).





A marca Lubrax sempre se manteve associada a conceitos como pioneirismo e inovação.



Geraldo Faicão / Banco de Imagens Petrobras

A Companhia também reorganizou os produtos de forma que ficasse mais fácil identificá-lo e transmitir seus atributos, reagrupando-os em famílias e atribuindo uma unidade visual nos rótulos. No mesmo ano, foi criado o centro tecnológico de lubrificação Lubrax +, franquia que, em 2012, chegou a 350 unidades espalhadas por todo o Brasil. O crescimento refletiu nos resultados e, atualmente, a BR possui 20,2% de *market share* em lubrificantes. ■



Arquivo BR

*Evolução da marca: acima, a família de lubrificantes automotivos nas embalagens antigas, agora reformuladas com layout e formato mais contemporâneos (à direita)*

# LUBRAX, O QUARENTÃO

UMA DAS MARCAS MAIS BEM SUCEDIDAS DA PETROBRAS DISTRIBUIDORA COMEMORA QUATRO DÉCADAS LANÇANDO NOVOS PRODUTOS

Quando lançou seu primeiro lubrificante, em 1973, a Petrobras Distribuidora dava o primeiro passo de uma bem sucedida trajetória no mercado de lubrificantes automotivos. Após quarenta anos, a família continua crescendo: os recém-lançados Lubrax Indicc e Lubrax Essencial SM chegam para ampliar a carteira de mais de 100 produtos da linha.



Arquivo BR



No ano em que a Petrobras festeja 60 anos de atuação no mercado de petróleo e energia, a BR, por sua vez, comemora o sucesso conquistado pela marca do lubrificante mais vendido do Brasil. Ao longo desse tempo, outros produtos foram incor-

porados à linha Lubrax, atendendo às exigências dos novos modelos automotivos.

#### LANÇAMENTOS

A linha Lubrax é composta por mais de 100 diferentes produtos, que se desdobram em mais de 800 itens, atendendo diversos se-

tores econômicos, incluindo o industrial. No segmento automotivo, os dois mais recentes membros da família são o Lubrax Indicc, ideal para motos com motores quatro tempos, e o Essencial SM, exclusivo para veículos de montadoras asiáticas.



## LUBRAX ESSENCIAL SM

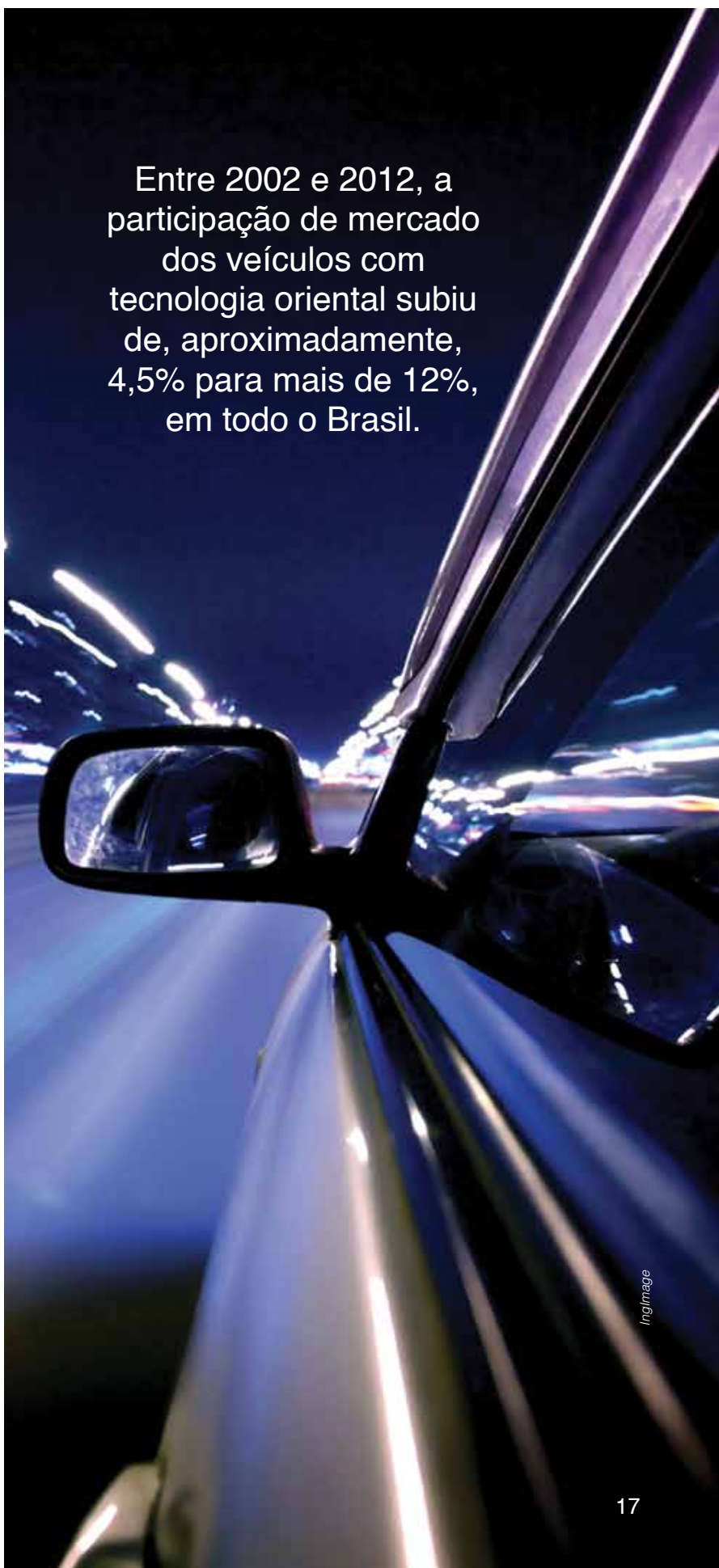
Os proprietários de veículos leves de montadoras coreanas e japonesas já podem contar com a qualidade de um produto da marca Petrobras, especialmente desenvolvido para motores com tecnologia oriental: o Lubrax Essencial SM, um lubrificante mineral que garante alto desempenho e máxima proteção contra formação de borras, aumentando a vida útil do motor.

Além de proteger as partes móveis (onde há o maior risco de desgaste), desde o momento da partida, o produto também é capaz de proporcionar maior economia de combustível e redução da ocorrência de vazamentos no veículo, já que apresenta compatibilidade com os retentores dos motores asiáticos.

Entre 2002 e 2012, a participação de mercado dos veículos com tecnologia oriental subiu de, aproximadamente, 4,5% para mais de 12%, em todo o Brasil, segundo dados da Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores (Fenabrave).

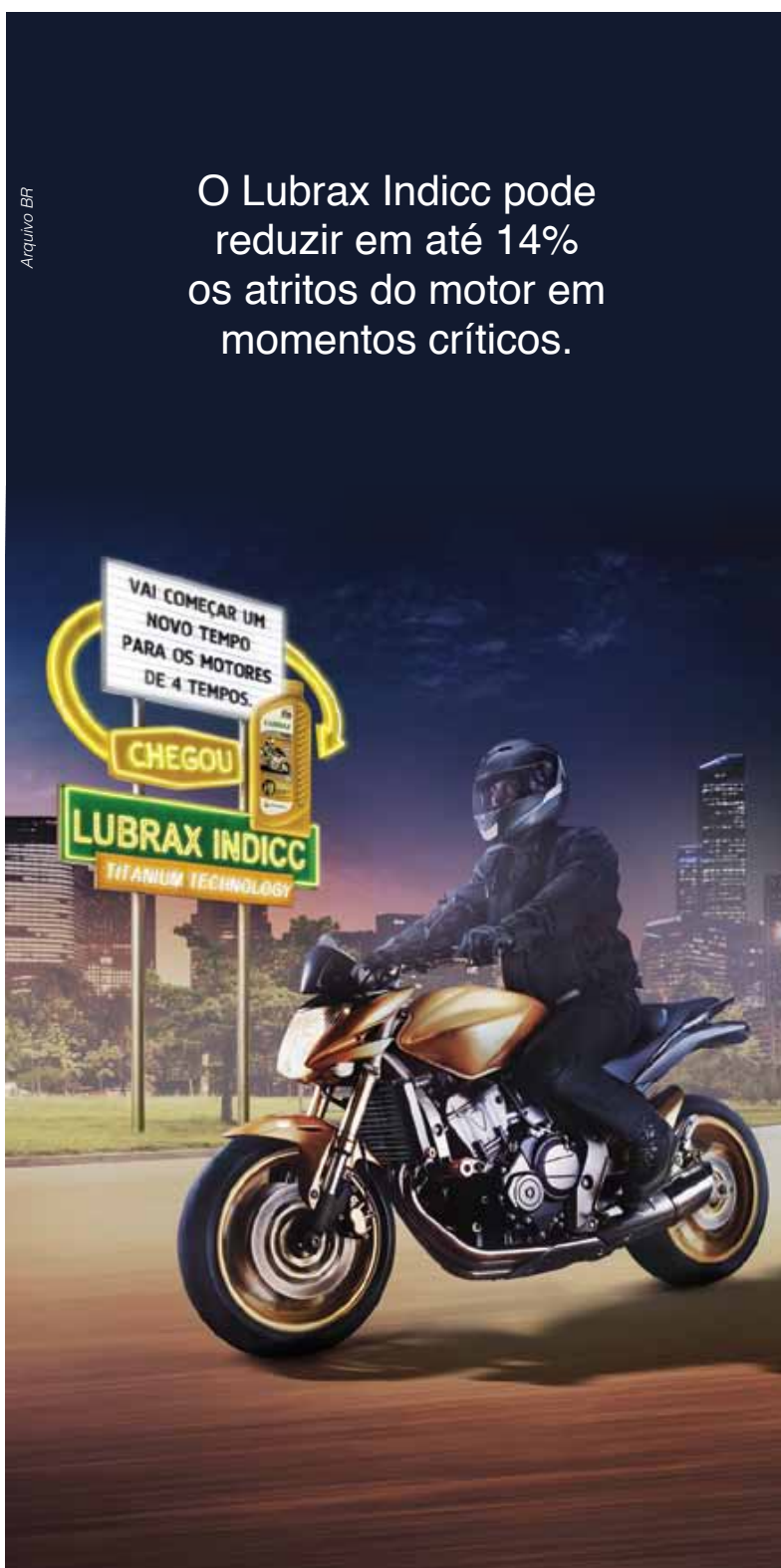
O Lubrax Essencial SM é produzido na fábrica da Petrobras Distribuidora, em Duque de Caxias (RJ), e comercializado nos postos revendedores de todo o país, nos Centros de Lubrificação Lubrax + e pelos grandes fornecedores. O produto está disponível em embalagens de 1 e 3 litros.

Entre 2002 e 2012, a participação de mercado dos veículos com tecnologia oriental subiu de, aproximadamente, 4,5% para mais de 12%, em todo o Brasil.



Arquivo BR

O Lubrax Indicc pode reduzir em até 14% os atritos do motor em momentos críticos.



VAI COMEÇAR UM NOVO TEMPO PARA OS MOTORES DE 4 TEMPOS.

CHEGOU

LUBRAX INDICC

TITANIUM TECHNOLOGY

## LUBRAX INDICC

Com tecnologia inédita no Brasil (Titanium Technology), a Petrobras Distribuidora lançou o Lubrax Indicc, um óleo especial para motocicletas quatro tempos. A tecnologia empregada na fabricação do produto confere ao mesmo propriedades especiais de lubrificação, quando comparado aos demais lubrificantes disponíveis no mercado.

O Lubrax Indicc pode reduzir em até 14% os atritos do motor em momentos críticos, quando este atinge altas temperaturas de operação. Ele atua de forma inteligente, já que se adere apenas às peças onde ocorre o atrito. É um produto semissintético, destinado a motocicletas que exijam lubrificantes com viscosidade SAE 10W-30.

O lançamento do Indicc tem por objetivo atender às crescentes expectativas dos motociclistas e dos clientes da Petrobras Distribuidora. O produto resulta do empenho da Companhia em identificar as necessidades reais de seus consumidores e dos investimentos em pesquisas. A linha Lubrax agora passa a oferecer ao mercado três versões de produtos direcionados às motocicletas 4 tempos: Lubrax Indicc, Lubrax Tecno Moto e Lubrax Essencial 4T. ■