



El desafío de los lubricantes

Por el Ing. José Luis Martínez Justo, Presidente de la Cámara Argentina de Lubricantes

El mercado de los lubricantes produce anualmente unos 300 mil metros cúbicos y factura alrededor de 500 millones de dólares a la salida de fábrica. Las empresas de lubricantes enfrentan hoy un gran desafío a causa de la desregulación y la apertura del mercado que motivó la necesidad de encarar inversiones en el campo de la publicidad y el mercadeo y una dispensable mejora en la productividad, así como en la calidad de los productos ofrecidos. Hoy en la Argentina prácticamente todas las empresas elaboradoras de lubricantes se encuentran trabajando con la certificación ISO 9002 y por lo tanto están alineadas con el nivel internacional de tecnología y calidad de producción.

La Cámara cumplirá 68 años de existencia en el próximo mes de septiembre. Las condiciones sociales, políticas y económicas son hoy muy distintas a las de 1930. Pese a esto la institución sigue brindando a los socios un lugar donde discutir los problemas que plantea la realidad actual y a partir de ello, una mecánica para encarar la solución de los mismos. Los grandes cambios de los últimos años han ido va-

riando las condiciones de trabajo de los asociados. Estos enfrentan hoy un gran desafío debido a las desregulaciones y a la apertura del mercado. Ello motiva un crecimiento de las inversiones realizadas, un esfuerzo serio en el campo de la publicidad y el mercadeo y una dispensable mejora en la productividad, así como en la calidad de los productos ofrecidos. Las condiciones actuales permiten acceder a los paí-



José L. Martínez Justo

ses del Mercosur y a otros países vecinos que no integran este mercado regional. De la misma manera nuestros automovilistas, nuestros transportistas y nuestros industriales pueden utilizar productos que, sin exageración, están al mismo nivel de los mejores del mundo. Hoy en la Argentina prácticamente todas las empresas elaboradoras de lubricantes se encuentran trabajando con la certificación de la norma ISO 9002 y por lo tanto están alineadas con el nivel internacional de tecnología y calidad de producción.

La Cámara, mientras tanto, trabaja para tratar de eliminar los distintos obstáculos que puedan impedir los avances del sector. Así, en los últimos tiempos luchó para convertir finalmente en realidad la eliminación de los pesados Impuestos Internos que soportaban los lubricantes.

También, en una gestión de alto nivel, logró el año pasado la eliminación de las trabas paraarancelarias del Brasil, que impedían el ingreso de la producción argentina a ese país, con la eliminación definitiva de la burocrática "anuencia previa". La apertura ha permitido que las empre-

sas aquí instaladas puedan empezar a pensar en un mercado distinto, de mucho mayor volumen y esto ya se ha concretado, en varias operaciones realizadas entre los dos países. Se trata, por ahora, de empresas multinacionales que se encuentran instaladas en ambas naciones y están intercambiando productos, exportando e importando distintas líneas de lubricantes.

YPF S.A. ya está definitivamente instalada en Brasil, y realiza operaciones en ambos países y por otra parte, empresas brasileñas como Petrobrás e Ipiranga ya se encuentran operando en la Argentina.

Además, fabricantes nacionales ya están haciendo operaciones de exportación, y algunas firmando acuerdos, para elaborar productos en Brasil. La apertura de este gran mercado nos permite pensar que en cuatro o cinco años las exportaciones podrían llegar

Mercado de Lubricantes



como mínimo, a 100.000 m³, lo que significa aproximadamente un 30% del mercado argentino.

Mientras tanto, en nuestro país estamos buscando la mejor forma de terminar con el problema de la adulteración de productos tratando de imagi-

nar soluciones que no afecten los intereses de los productores, ni de los responsables de la cadena de comercialización y fundamentalmente que permitan al usuario en todos los casos estar totalmente seguros de la calidad de los productos a utilizar. Para ello estamos imaginando distintos caminos, por ejemplo, la manera de generar un logotipo de calidad que permita, con un adecuado sistema de control, garantizar la calidad de los productos ofrecidos o algún otro medio útil para eliminar este problema.

Finalmente, la labor de difusión técnica de la Cámara es permanente y se canaliza a través del Centro Argentino de Tribología, comité técnico de la institución, que dicta Cursos y Conferencias en su sede o en cualquier lugar del país sobre temas vinculados con la lubricación y las disciplinas afines.

LAS EMPRESAS DE LUBRICANTES

ALUMET S.A.
ANGEL CUFARI Y ASOC. SRL
A.Z. CHAITAS S.A.
BANCU SRL
BARDHAL LUBRICANTES ARGENTINOS S.A.
CASTROL ARGENTINA S.A.
CUFAROIL S.A.
CHEVRON INTERNATIONAL ARGENTINA LTD
DAPSA
DILUB SRL
DINO PEZZETA S.A.
DUPONT ARGENTINA S.A. (Conoco Lubricantes)
Eg3 S.A.
ELF LUBRICANTES ARGENTINOS S.A.
ESSO SAPA
EUROLUBE S.A.
EXXON CHEMICAL ARGENTINA S.A.
FERCOL S.A.
FUCHS ARGENTINA S.A.

HYGRADE ARGENTINA S.A.
INTERLUB S.A.
JUSTO Y MARTINEZ SACI
KANSACO PETROLERA ARGENTINA S.A.
KLUBER LUBRICANTES ARGENTINOS S.A.
LAAP S.A.
MOLYSIL ARGENTINA S.A.
PARAFINA DEL PLATA S.A.
PENNZOIL LUBRICANTES ARGENTINOS S.A.
PETROBRAS INT. ARGENTINA S.A.
QUIMICA TRUE S.A.
RAAM S.A.
REYNOLD S.A.
SHELL CAPSA
TECNIFOS S.A.
TEXACO PETROLERA ARGENTINA S.A.
VALVOLINE S.A.
YPF S.A.
ZETACO S.A.