

## **ACTA DE LA AUDIENCIA**

Al primer día del mes de junio del año dos mil veintiuno, siendo las 10:00 horas, se habilita la sala a través de la plataforma virtual Cisco Webex para la audiencia pública virtual "**PROVISIÓN DE LUBRICANTES CON MARCA PROPIA (PETROPAR)**", a fin de elevar a consideración de los proveedores del sector, el borrador del pliego de bases y condiciones del llamado mencionado.

Para el presente acto se designan a las siguientes autoridades:

### **Por parte de la DNCP:**

- 1) Lic. Johanna Ramírez como Presidenta y Secretaria de Actas.

### **Por parte de PETROPAR**

- 1) Lic. Willian Wilka
- 2) Econ. Hugo F. Carreras
- 3) Abg. Rodrigo Irala

### **Proveedores**

- 1) Sr. Alejandro de Angelis
- 2) Sr. Arturo Yakisich
- 3) Sr. Claudio Mozzo
- 4) Sr. Denis Mereles
- 5) Sr. Douglas
- 6) Sr. Jorge Jeanner
- 7) Sr. José Francisco
- 8) Sr. Luis Mieres
- 9) Sr. Marcos Romero
- 10) Sr. Nassib Kassem
- 11) Sr. Orlando Amarilla

- 12) Sr. Rodrigo Almeida
- 13) Sr. Víctor González
- 14) Sr. Daniel Pirovano
- 15) Sr. Carlos Bazzano
- 16) Sr. Carlos Cortázar
- 17) Sr. Rafael Ruiz Díaz
- 18) Sr. Hugo David
- 19) Sr. Juan Franchi
- 20) Sr. Julio Herrera
- 21) Sr. José Amarilla
- 22) Sr. Eladio Araujo
- 23) Sr. Gabriel Bareiro

Acto seguido la presidenta de la Audiencia Pública, procede a la apertura protocolar del evento dando la presentación inicial y exponiendo los objetivos y las reglas de la audiencia pública, iniciándose las exposiciones, en el siguiente orden.

El Sr. Hugo Carreras procede con una breve introducción y posteriormente con el Sr. Willian Wilka a la presentación poniendo a conocimiento de los proveedores, los puntos principales del pliego de bases y condiciones para el llamado referido.

Durante la exposición del proceso, se labra acta sobre las consultas e intervenciones de los participantes.

**CONSULTA Nº 1:** El Sr. Denis Mereles solicita aclaración sobre el punto de criterio de evaluación en el cual menciona que el oferente no debe ser representante ni distribuidor de lubricantes en el territorio nacional.

La segunda consulta sobre aquellas fábricas que no cuentan con el certificado de calidad IATF como tal podría presentar otro certificado que tenga el mismo fin que esta.

**RESPUESTA Nº 1:** El Sr. Rodrigo Irala procede a responder la primera consulta hace referencia a que como Petropar desea desarrollar esta marca, lo que quiere evitar es

una competencia del tipo desleal con una empresa que ya cuente con una marca, ya cuente con una representación de lubricantes motivo por el cual Petropar podría considerar de que se podría utilizar toda esta infraestructura para hacer una redistribución de cierto tipo de lubricante que no sea de la empresa Petropar. El enfoque es específico a la marca Petropar.

El Sr. Hugo Carreras hace una acotación referente al punto en el cual si bien solicitan que la empresa no tenga experiencia en lo que es distribución y representación de lubricante, la empresa si puede tener otra sociedad, otro grupo que se pueda presentar y utilizar lo que tiene dentro del grupo y transferirlo a la figura de la sociedad que tiene para desarrollar conjuntamente el producto con Petropar.

En cuanto a la segunda consulta el Sr. Hugo responde que la certificación IATF es lo que ellos consideran como necesario para tener una marca que pueda competir con las marcas multinacionales, e indica que quedan abiertos a que los posibles oferentes propongan eso a través del correo y conveniente se analiza para su modificación.

**CONSULTA Nº 2:** El Sr. Alejandro de Angelis, representante de una firma de Argentina menciona sobre la ISO 14000 si sería aplicable al territorio argentino sobre lo cual no tendría injerencia en el territorio donde será comercializado el producto, por eso considero que no es demasiado relevante, indica que se encuentran en proceso de certificación y si el mismo sería un ítem mandatorio o se podría poner una fecha de certificación en un plazo perentorio.

Otro punto que menciona es sobre las certificaciones OEM internacionales, menciona que los mismos son planta habilitada por empresas de primera marca a nivel internacional y brindan servicios a las filiales internacionales de marcas importantes, pero no cuentan con 15 certificaciones OEM, y considera bastante excluyente para la participación.

En cuanto a la ISO 17025, menciona que es una norma bastante cara de certificar y no figura en los métodos por las cuales habría que certificar esta norma y solicita dar un poco más de profundidad a la información en este caso.

Sobre los envases menores el Sr. Alejandro, indica que surgen inconvenientes donde se plantea un tema en base a la regla de tres simple por ejemplo si el de 400 gr vale tanto, el de 1 k vale tanto porque es 0,5 veces, y eso no nos resulta aplicable por el motivo de los costos de producción son distintos para un tambor y para un envase de un 1 litro por ejemplo, y a los efectos de una mayor competitividad en el precio se estaría o penalizando un envase para poder tener un costo aceptable a los demás. Y solicita analizar este punto.

Dando continuidad a la consulta del Sr. Alejandro el mismo hace acotación a la fórmula de reajuste de precios, indica que es complicada por el hecho de que se está viendo una volatilidad muy grande en los mercados, no solamente en la Argentina, sino también a nivel internacional e indica que por esta volatilidad de precio no podría ser plasmada por esta fórmula de aplicación y no se podría estar afrontando los costos de producción y solicita consensuar alguna forma de ajuste precios.

En cuanto a los envases que serían con gráfica Petropar consulta si se tiene alguna gráfica estipulada o la debería desarrollar cada proveedor y someterla a su aprobación.

Y por último consulta si al momento de la adjudicación cuanto tiempo se tendría para comenzar el suministro.

**RESPUESTA N° 2:** Representante de Petropar responde que en cuanto a la ISO 14000, es cuestión de plantearlo ya que lo que nosotros pensamos en este caso es de que la industria o la empresa que haga el blend en el territorio nacional que el oferente puede plantear por escrito para analizar la exclusión de esta certificación de gestión ambiental o proponer otro tipo de certificaciones que puedan remplazar y ser más cumplibles para las empresas.

Y en cuanto a las OEM, indica que si falta redactar un poquito más el material puesto que como mencionamos en la presentación sobre 3 grupos de lubricantes, a fin de tener un grupo A de los de mayor rotación tenerlos con la marca Petropar y lo demás dejar abierto para que el grupo B y C sean de una marca que el comerciante está comercializando actualmente. Entonces en ese caso esas marcas que el proveedor va estar proveyendo bajo el contrato con Petropar y no va estar logueado con la marca Petropar si tendrían que tener las aprobaciones de 15 OEM, y en este caso podría ser modificado si es que consideran que es mucho, podríamos analizar en reducirlo, a fin de fomentar la mayor participación de los posibles oferentes. Solicita que puedan plantearlo y remitirlo en forma escrita al correo brindado para el mismo.

Sobre este punto responde que se podría considerar la revisión de esta metodología e incorporar a lo que se refiere a laboratorio y respecto a la ISO pensamos que era una estándar según lo analizado por los entendidos del sector, y le solicita el planteamiento de que otros tipos de certificación podemos tener para laboratorios y que pueda garantizar finalmente que el producto que está proveyendo Petropar sea de buena calidad y también el servicio pos venta que estaremos brindando a nuestros clientes sea de buen nivel.

En cuanto al punto de envases menores, el Sr. Hugo Carreras responde que la idea de la forma en que se planteó la cotización es a modo de estandarización de la cotización de la oferta y se deja en un rango de 250 a 210 litros para que se pueda cotizar, aunque si existe una manera diferente de propuesta solicita que se los pueda remitir por escrito

para su análisis pertinente, a fin de poder estandarizar la metodología de presentación de ofertas y los rangos propuestos.

En cuanto al punto de ajustes de precios, el Sr. Hugo hace acotación que esta fórmula de precios se encontró muy conveniente, pero les indica que si cuentan con una mejor en la cual les permita tener precios competitivos y que se ajusten a la realidad del mercado y que se pueda aplicar lo puedan remitir al correo, a fin de analizar el mismo e incorporar las variables que se necesiten, como los precios internacionales, y el tipo de cambio del mercado.

En cuanto a los envases con gráfica Petropar, el Sr. Hugo responde, que el oferente que resulte adjudicado trabajara directamente con el Dpto. de Marketing de Petropar y lo lleven adelante en cuanto a diseño, presentación, colores.

En cuanto al tiempo para el suministro para el oferente que salga adjudicado en el proceso licitatorio se estarían estableciendo los plazos razonables y prudentiales a modo de llevar a cabo la ejecución contractual. Les indica que pueden también establecer un cronograma a fin de que esto sea analizado e incluirlo al PBC si es aprobado.

**CONSULTA Nº 3:** El Sr. Nassib consulta sobre el tiempo que se está solicitando como mínimo de experiencia de una fábrica, ya que nuestra fábrica en Py, no tiene 10 años de experiencia, los balances que hacen referencia a la capacidad financiera y consulta si existe la posibilidad de que Petropar pueda evaluar nuestra experiencia como fabrica nacional teniendo en cuenta lo expresado o deberíamos consorciarnos para poder participar a fin de poder cumplir con todos los requisitos que se está solicitando, teniendo en cuenta que nuestra fábrica base se encuentra en Brasil y la fábrica que está en Py nada más sería un brazo del mismo.

**RESPUESTA Nº3:** El Sr. Rodrigo Irala responde que se podría considerar la experiencia de su fábrica en Brasil y también podría usar como un oferente la empresa que tienen aquí contada. Y les indica que ya eso resultaría en un mejor coste para Usted como fabricante si lo realiza el producto en Brasil y el blending aquí en Paraguay.

El Sr. Hugo Carreras indica que, este modelo de llamado va estar preparado como para que el oferente pueda consorciarse, como un socio que le distribuya, otro que le comercialice, fabricante por un lado y el oferente que va englobar los tres.

**CONSULTA Nº 4:** El Sr. Carlos Bazzano consulta sobre la flota de camiones, y si los camiones deben ser propios de la distribuidora o podría permitirse una figura de alquiler o arrendamiento o de alguna figura similar.

En cuanto a la segunda consulta es referente a las multas ya que en el documento de los términos de referencia figura en un apartado que indica “pendientes” multas por incumplimientos, pero figura un porcentaje de 0,5% por cada día de atraso y si ese porcentaje de multa es únicamente multa del proveedor o sería también multas aplicables por atraso en caso de Petropar.

Y la última consulta es con relación a los mecanismos de solución de controversias que se puedan presentar entre Petropar y el oferente que resulte adjudicado o incluso en la etapa previa y que mecanismos se usarían para redimir esas controversias.

**RESPUESTA N° 4:** El Sr. Willian responde que en cuanto a la flota de camiones está estipulado que pueda ser un 50% flota propia y el resto con contratos de arrendamientos o algún tipo de documento que certifique que ustedes van a contar y van a entregar lo solicitado.

Y en cuanto a las multas se refiere a la multa en el atraso atraso por entrega de los productos solicitados.

El Sr. Rodrigo responde en cuanto a los intereses también se establece lo que Petropar debe pagar en caso de atraso en el pago a los proveedores. Y de igual forma en cuestiones de controversias vamos ceñirnos en lo que establece la ley y al utilizar el PBC estándar de Contrataciones, también se encuentran establecidos cuáles serían la metodología para dirimir cualquier tipo de controversia.

**CONSULTA N° 5:** El Sr. Rodrigo Almeida consulta que es lo que el oferente hace si cuenta con negocio que genera competencia directa a Petropar.

**RESPUESTA N° 5:** El Sr. Hugo responde que si va presentarse con una marca lubricante tendría que presentarse con alguna otra sociedad que tenga dentro del holding de sus empresas o buscar consorciarse con una empresa que reúna los requisitos que solicita Petropar.

**CONSULTA N° 6:** El Sr. Víctor González consulta si el fabricante solamenteificaría vía laboratorio, certificado los lotes (bach) de producción. En cuanto al análisis preventivo correspondería al licenciatarario que explotara comercialmente la marca.

La segunda consulta realizada es si se limitaría a las categorías de aceites minerales 1, 2 y 3 o podría considerarse las categorías superiores, IV y V del estándar de la industria

**RESPUESTA N° 6:** El representante de Petropar responde que se pretende que lo lleve y ejecute el licenciatarario y el análisis de los lotes que se entregará a los clientes.

En cuanto a la segunda consulta, responde que lo que se pretende a través de esta Audiencia Pública es mejorar el PBC que se está queriendo llevar adelante, y les indica

que si se dan cuenta de que no se previó algún tipo de producto o tiene alguna otra sugerencia, puedan remitirlos de forma escrita a fin de realizar el análisis pertinente.

**CONSULTA Nº 7:** El Sr. Rodrigo Almeida indica que se menciona modalidad fason pero se menciona también que debe llevar la marca del fabricante y consulta si eso no sería más bien un cobranding.

**RESPUESTA Nº 7:** El Sr. Hugo Carreras responde que en cuanto a eso realmente se refiere al grupo de productos que se va estar comercializando fuera de la línea exclusiva con Petropar, se habla del grupo A, B, C y D. Los productos de mayor rotación van a ser de la marca Petropar bajo la figura del fason, en cuanto a los productos que el oferente pueda presentar bajo la figura de alianza con Petropar si se podría estar analizando bajo un sistema de cobranding por ejemplo y verificando que el mismo esta comercializado bajo el contrato con Petropar en alianza con su empresa.

**CONSULTA Nº 8:** El Sr. Carlos Cortázar consulta si para la provisión de productos envasados en Paraguay se aplica los mismos requisitos y exigencias de normas y se exige para los laboratorios que utilizan mezclas.

**RESPUESTA Nº 8:** Representante de Petropar responde que tienen certificado y anotado en las especificaciones técnicas los tipos de análisis que Petropar requiere que hagan laboratorio, del oferente que resulte adjudicado con su laboratorio.

**CONSULTA Nº 9:** El Sr. Luis Mieres indica que una empresa que se dedica a la distribución de lubricantes debería entrar ya que son las mejores calificadas. Agrega que tal vez existirá la posibilidad en el PBC buscar que un equipo de distribución especialista y solamente dedicado a la distribución de lubricantes y que esto pueda ser supervisado y toda esa cuestión no estaría mal, y reitera que los que se dedican a esto, son los mejores para introducir con éxito en el mercado paraguayo.

Indica además que limita la competencia que a la fábrica se le pida la condición de tener requisito de la IATF, porque consideran que en la fabricación de lubricantes de por si existe la ISO y todos los demás que son de la API, que buscan la fabricación de un lubricante con todas las especificaciones técnicas. Y les solicita que se requiera la ISO 9000 y aquellas que también cuenten con la ISO 14000 ambiental que es mucho más generalizada, pero la IATF limita la participación ya que se encuentra representada por 8 marcas de fabricantes de automóviles.

Y por último menciona que 15 marcas que avalen una empresa que pueda ser private level, quizá un poco excesiva teniendo en cuenta regionalmente con 5, 6 marcas considera que se pueda cubrir más del 90% del mercado automotor del Paraguay.



**RESPUESTA N° 9:** El Sr. Willian Wilka responde que es cuestión de que se plantee mediante un correo y se hará la consulta respectiva con los Directivos a fin de ver si es aplicable, teniendo en cuenta que la idea es de no tener una empresa que ya se dedica a lubricantes y de manera a que se dedique exclusivamente a la representación, comercialización y distribución de los productos de la marca Petropar.

El Sr. Hugo Carreras respecto al segundo punto les indica que lo pueda realizar de forma escrita dicha solicitud a fin de considerar si se puede bajar, en caso de que sea de difícil cumplimiento y a fin de fomentar la participación de mayores números de empresas.

**CONSULTA N° 10:** El Sr. Gabriel Bareiro menciona que sería bueno considerar que si es una empresa sin experiencia, sin conocimiento, ese plan de penetración puede ser que le cueste mucho más a la marca, por eso indica que es mejor considerar una empresa que no representa una marca pero si una empresa que distribuya, que tenga una experiencia ya en el mercado nacional.

Su segunda consulta es quien corre con el registro y el uso de la marca, siendo que el contrato es de 10 años, respecto a la propiedad intelectual.

En cuanto a su tercera consulta menciona que está muy ligado el costeo de la distribución a lo que es combustible, entregar lubricantes por un precio por litro no parece que sea algo muy razonable en cuanto a los precios. Debería ser un precio por unidad de presentación, por tanto solicita el análisis pertinente sobre este punto.

**RESPUESTA N° 10:** Respecto al primer punto el Sr. Hugo responde que si bien se pretende la inercia de la marca misma que hoy Petropar tiene en el mercado nacional y apoye a este producto nuevo que se va lanzar, también se encuentra estipulado en las especificaciones técnicas el destino de un porcentaje de la facturación para el efecto de marketing en generar algún tipo de publicidad e incentivo para que el producto vaya ingresando al mercado nacional.

En cuanto a la segunda consulta es que la idea es que Petropar haga los trámites correspondientes para el registro de la marca y sobre ese producto queda registrado en ese periodo de tiempo por el cual le da la Dirección que autoriza el uso de esa marca.

Sobre el tercer punto le solicita que pudiera presentar algún tipo de sistema de cotización a fin de poder analizarlo.

**CONSULTA N° 11:** El Sr. Orlando Amarilla menciona sobre la experiencia ya que la empresa adjudicada o que participe no tenga otra marca que colisione con los intereses de desarrollar una marca propia, y consulta si no se podría plantear como una unidad de negocio o una unidad comercial dentro de una misma empresa. Y si se puede



presentar como una unidad operativa dentro de una empresa como una unidad de negocios para poder participar del llamado.

Su segunda consulta es que el PBC de productos hay una segunda categorización de productos que es la categoría A, B y C que tendrían que ver con la rotación y se dijo que inicialmente se empezaría con los productos de la categoría A de la marca Petropar y que los demás productos podrían ser cubiertos eventualmente con una línea de productos que el fabricante o entiende que la empresa tenga ya eso. Por tanto indica que sería bueno que la empresa ya adjudicada maneje otra marca porque conseguir una representación de una marca solamente para este proyecto también tiene sus dificultades.

En cuanto a los productos de la curva B y C eventualmente se podrían cubrir con una línea de producto o una marca de productos que la fábrica o el proveedor ya cuenta.

En cuanto a la facturación, se le facturaría a Petropar y Petropar a su vez al operador o al cliente o la empresa adjudicada facturaría de forma directa a los clientes.

**RESPUESTA N° 11:** El Sr. Hugo responde que así como se encuentra actualmente el PBC no se podría, pero reitera que se plantee de forma escrita para su análisis pertinente.

Respecto a la clasificación que se realiza de los grupos son alternativas, ya que los mismos se pueden modificar y clasificar de acuerdo a las conveniencias y de acuerdo a lo que el mercado requiera y lo que Ustedes a partir de esta audiencia pública vayan sugiriendo.

En cuanto a la tercera consulta responde que puede iniciar los procesos para internalizarlo en el país. Por ejemplo el grupo A se podría arrancar del inicio del contrato y los grupos B y C podrían ir entrando a los 2 y a los 5 años respectivamente de acuerdo a como vaya avanzando, conjuntamente organizarlo como Uds. crean mas convenientes. Pero la idea es esa que los productos comercializados que no se encuentren logueados o la marca Petropar si puede tener una seña que está siendo comercializado bajo el convenio vigente ahí se podría mencionar como cobranding y si van a poder ser comercializados y no necesariamente tiene que estar ya en el mercado ya que puede ser un producto nuevo que estén trayendo o puede ser un producto que estén teniendo aquí y lo comercialicemos.

En cuanto a la facturación el Sr. Hugo responde que en cuanto al sistema de emitir una LPN, la facturación la debería realizar a Petropar y Petropar se encargaría de facturar a sus clientes, asumiendo el costo financiero de la financiación, etc.

**CONSULTA Nº 12:** El Sr. Ángel Martínez consulta si el fabricante en modalidad fason se limita a la fabricación de lubricante, conforme a la especificación definida, certificando los lotes de producción en un laboratorio acreditado y si cualquier otra cuestión de verificación de calidad para efectos de registros para su comercialización deberá ser gestionada por la licenciataria de la marca.

**RESPUESTA Nº 12:** El Sr. Hugo responde que se pretende que el fabricante/oferente se encargue de todos los registros correspondientes del producto y que esté listo para ser comercializado.

Para finalizar el Sr. Hugo Carrera y el Abg. Rodrigo Irala, indican que los potenciales oferentes pueden remitir las observaciones y consultas realizadas al correo [viral@petropar.gov.py](mailto:viral@petropar.gov.py); [hcarreras@petropar.gov.py](mailto:hcarreras@petropar.gov.py)

No habiendo otros puntos que tratar se da por concluida la presente Audiencia Pública, en el lugar y fecha arriba indicados, siendo las once horas y cincuenta minutos. La grabación del evento constituye el respaldo de la presente acta.



**LIC. JOHANNA RAMIREZ**  
Presidenta de la Audiencia