

Productos de alta tecnología.

# ENI y su oferta integral de lubricantes para el mercado peruano



Piura y Cajamarca y en la ciudad de Lima el proceso de comercialización ha comenzado en el cono Norte. Lima es muy importante para nosotros ya que equivale al 60% del mercado total de lubricantes.

**Eni llega al Perú con una propuesta diferenciada. ¿Cuáles son los productos más importantes dentro de su portafolio?**

Nuestra lista de productos que ha empezado a comercializarse es variada y diversificada, estamos en condiciones de cubrir todas las necesidades del mercado peruano donde los aceites de motor son nuestra carta de presentación. Para la línea de equipos pesados tenemos la familia eni i – sigma, que tiene entre sus gama aceites semisintéticos y sintéticos. Para la línea de vehículos livianos contamos con la familia eni i – sint, para motos ofrecemos la línea eni i - ride, y para equipos Marinos la familia eni i – sea.

Los lubricantes son importantes para mantener el buen estado de cada componente de los equipos Eni es una de ellas y ha ingresado al mercado para ofrecer una oferta integral de lubricantes. Conversamos con Nestor Rodriguez, Gerente de Ventas de Partequipos del Perú división Lubricantes, para que nos de mayor detalle de Eni.

**¿Por qué Eni ha tardado tanto en ingresar el mercado peruano?**

Eni quiere crecer en Latinoamérica con tres nuevos mercados: Perú, Colombia y Ecuador. El objetivo ahora es que Eni sea una marca más conocida y pueda crecer en nuevos mercados, como el peruano, con productos para todos los segmentos.

**¿Qué tiene de atractivo el Perú para Eni?**



El mercado peruano es importante porque tiene un volumen de distribución de lubricantes de 65 millones de galones aproximadamente. Esto es clave para nosotros, ya que también es un mercado que se ha sofisticado mucho durante estos años, con productos de alta gama. Los usuarios de cualquier sector buscan aceites de alta calidad y, sobre todo, sintéticos. Todo esto lo ofrece Eni pues tenemos productos de alta tecnología.

**¿En qué sectores quiere posicionarse Eni de acuerdo a su portafolio de productos?**

La idea es ingresar a todos los clientes que conforman los sectores B2B y B2C pues tenemos una gran variedad de productos para equipos móviles y estacionarios.

**¿El posicionamiento se va a concentrar en Lima o también en provincias?**

Eni quiere estar presente en todo el país. El modelo de negocios en el sector B2C es vía de distribuidores, hoy en día ya nos encontramos trabajando en ciudades como Cuzco,

Nestor Rodriguez, Gerente de Ventas de Partequipos del Perú.

**A nivel mundial apoyan mucho el deporte motor. ¿En el Perú piensan hacer lo mismo?**

Actualmente somos el principal auspiciador del SBK PERU 2015. El enfoque de Eni es estar cerca de los mejores equipos del mundo, como lo hacemos en los principales campeonatos de moto a nivel mundial como lo son Campeonato Superbike, Moto GP 2 y Moto GP3. JUNTO CON APRILIA:

Eni actualmente tiene una alianza estratégica con la escudería Aprilia para los Campeonatos Superbike, Moto GP 2 y Moto GP3 y trabajan de la mano es todos los procesos de desarrollo. **TM**

Fuente: ENI.