

ADHESIVOS Y SELLANTES

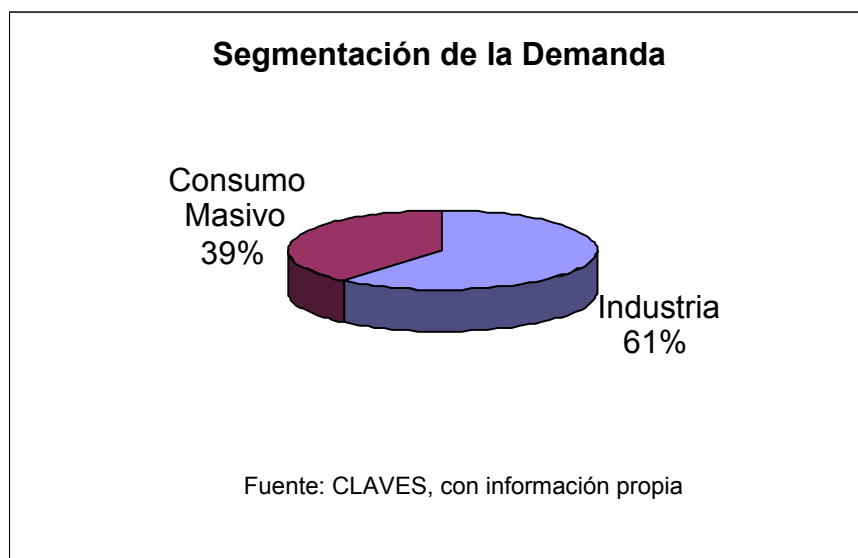
El presente resumen fue extraído del estudio de Análisis Competitivo del sector ADHESIVOS Y SELLANTES, editado en agosto de 2000 publicado por la Consultora CLAVES INFORMACION COMPETITIVA

DEMANDA INTERNA

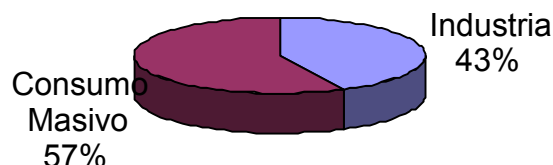
TIPOLOGIA Y SEGMENTACION DE LA DEMANDA

El mercado de adhesivos y selladores presenta una gran cantidad de nichos demandantes, pero que pueden agruparse básicamente en 2 grandes segmentos: la demanda industrial y el consumo masivo.

Estos mercados se abastecen de diferentes tipos de productos pero, especialmente, de diferentes presentaciones. En efecto, si bien algunos productos llegan a ambos mercados, para el consumo masivo se utilizan presentaciones especiales debido a un fraccionamiento en cantidades menores y a que las formas de aplicación difieren del mercado industrial.



Segmentación de la Demanda



Fuente: CLAVES, con información propia

En el caso de la demanda industrial, se destacan la industria de los descartables (pañales, toallas femeninas, etc.) y del packaging (muy relacionada con la industria alimenticia), ambos importantes consumidores de adhesivos tipo hot melt. Entre las restantes industrias, se destaca la industria del calzado.

En lo que respecta a las diferentes presentaciones de los productos, existen grandes diferencias entre ambos mercados. En efecto, los productos destinados a satisfacer la demanda industrial se comercializan en grandes cantidades, ya sea en envases individuales o a granel. Para ello se utilizan fundamentalmente latas, envases plásticos, tambores. En ocasiones, las empresas comercializan máquinas para la correcta aplicación de los adhesivos y para evitar los desperdicios.

En el caso del mercado masivo, los envases son individuales y fraccionados en pequeñas cantidades que se consumen con unas pocas aplicaciones. Generalmente, son los mismos envases los que facilitan la aplicación a través de picos o dosificadores, pequeñas espátulas plásticas u otros elementos que acompañan al producto y suelen ser descartables. Esto sucede, por ejemplo, con las colas escolares y los adhesivos de contacto o cianocrilatos de uso hogareño.

En el caso particular de los productos de uso industrial estandarizados que se comercializan a aplicadores (por ejemplo los reparadores de calzados, los talleres mecánicos, los plomeros, los decoradores, tapiceros, etc), utilizan envases de tamaño intermedio, algunos con pequeñas máquinas que facilitan una aplicación prolija y eficiente.

En el caso de la demanda industrial, los adhesivos y selladores son aplicados directamente al producto elaborado y pasan a formar parte del mismo mediante algún proceso de transformación. La demanda es continua mientras la fabricación también lo sea. Es por ello que varía en función de la variación del producto bruto de cada sector industrial y cae cuando se producen paradas de planta, ya sean programadas o no. En este caso, los adhesivos y selladores son considerados insumos y pasan a formar parte del costo variable del producto terminado.

Los productos masivos industriales generalmente se usan en máquinas, para reparaciones o en el armado de ciertos productos. Los volúmenes involucrados suelen ser menores al caso anterior y generalmente no pasan a formar parte del producto terminado. En algunos casos, estos adhesivos y selladores son necesarios para el uso del producto (por ejemplo en el caso de los revestimientos de todo tipo).

Las colas escolares son demandadas fundamentalmente por niños en sus tareas educativas pero también en juegos o, en menor medida, por todos aquellos que trabajan en oficinas. Para los primeros, se han desarrollado todo tipo de presentaciones de colas en envases individuales o familiares, de colores o transparentes, lavables (base acuosa), etc. Para los segundos, en cambio, se han implementado las "barritas" más limpias en su aplicación, sólidas, que no humedecen la superficie a aplicar, etc.

Los adhesivos y selladores hogareños se orientan a solucionar un conjunto de imprevistos en el hogar sin necesidad de grandes modificaciones ni recurrir a especialistas. Por eso, estos productos (y sus presentaciones) son diseñados en función de una aplicación sencilla y rápida (especialmente en lo que respecta al secado y al uso posterior).

Con referencia a la demanda industrial, las industrias metalmecánica, mecánica, automotriz y autopartista, entre otras, utilizan los adhesivos y selladores para la fijación de roscas, juntas, sellado de roscas de tuberías, sellador de porosidades, retención de componentes o uniones adhesivas.

La industria electrónica utiliza adhesivos para la realización de montajes electrónicos, para sellado y encapsulamiento o conectores, para adhesión de hilos conductores y para revestir las placas acabadas.

La industria de la construcción utiliza adhesivos especialmente en lo que respecta a la carpintería (aberturas), pero también utiliza selladores en cañerías o para sellar porosidades.

La industria de la madera utiliza adhesivos en la construcción de muebles, en la refacción y en tapicería. La industria del calzado los emplea en el pegado de suelas,

hebillas y otros. Las casas de revestimientos utilizan adhesivos para aplicar telas, papel, alfombras o sustitutos.

La industria alimenticia utiliza adhesivos fundamentalmente en relación con el packaging ya sea para el pegado de cajas, estuches y para los envases laminados. La industria tabacalera los utiliza no sólo en el envase, sino también en el armado de los cigarrillos para lo cual se utilizan productos vegetales.

Demanda por Tipo de Producto

Producto	Sector Demandante
Acrílicos (anaeróbicos)	Industria metalmecánica Ind Automotriz
Cianocrilatos	Consumo Masivo Uso general (madera, zapatos, bijouterie)
De contacto	Industria del calzado Industria Maderera/Muebles Consumo Masivo Revestimientos (alfombras)
De fusión en Caliente (hot melt)	Industria de descartables (pañales) Packaging en general (cajas, estuches)
De silicona	Ind de la construcción Ind Mecánica Ind Automotriz
Epoxis	Consumo Masivo Industria Electrónica
Poliuretánica	Ind de la construcción Ind Automotriz
Vegetales	Ind Alimenticia Ind Tabacalera
Vinílicos	Industria Gráfica (etiquetas) Consumo Masivo (colas escolares) Industria Maderera/Muebles Revestimientos (papel) Ind de la Construcción
Selladores	Industria Maderera Consumo Masivo Industria de la Construcción Industria Automotriz

Fuente: CLAVES, con información propia

FUNCIONES DE USO Y PRODUCTOS SUSTITUTOS

Las principales razones que llevan al consumo de adhesivos y selladores son:

- 1) **Fijación de roscas:** para evitar que, en montajes roscados, la tensión los afloje.
- 2) **Sellado:** para evitar el ingreso de partículas no deseadas en juntas o superficies porosas.
- 3) **Retención de piezas:** para mantener unidas las piezas en cualquier tipo de montaje (electrónico, metálico, etc.).
- 4) **Unión adhesiva:** para ligar 2 elementos de igual o diferente material, de manera tal que formen una pieza única.
- 5) **Seguridad:** para asegurar uniones mecánicas o de otro tipo, de manera de proteger personas u objetos.
- 6) **Practicidad:** reemplaza otros métodos mecánicos, magnéticos, eléctricos, electrónicos, etc. de unión mediante un mecanismo más sencillo y rápido.
- 7) **Economía:** permite recuperar piezas rotas, sin tener que reponerlas por nuevas.
- 8) **Decoración:** puede aplicarse a ciertos materiales (madera, papel, telas, etc.) con fines artísticos/decorativos.

Los adhesivos y selladores están insertos en la vida cotidiana a través de casi todos los productos que nos rodean, generalmente, de manera imperceptible a simple vista. Su uso se da tanto para el montaje o armado de nuevos productos como para la reparación de artículos usados e, incluso, usos artísticos.

Funciones de Uso por Tipo de Adhesivo o Sellador
Grado de Satisfacción de las Necesidades Cubiertas

Función	Consumo Masivo	Industrial
Fijación de roscas	2	4
Sellado	5	5
Retención de Piezas	3	5
Unión Adhesiva	5	5
Seguridad	3	4
Practicidad	5	4
Economía	4	4
Decoración	5	1

Fuente: CLAVES, con información propia

REFERENCIAS:

5- ALTO

4-MEDIO/ALTO

3- MEDIO

2- MEDIO/BAJO

1- BAJO

En lo que respecta a los **sustitutos**, los adhesivos y selladores, especialmente los sintéticos, constituyen una nueva tecnología en desarrollo que reemplaza ciertos métodos mecánicos o físicos de unión o sellado.

En efecto, los adhesivos resuelven químicamente, muchas veces con mejores resultados de terminación, duración y facilidad de aplicación, a montajes mecánicos, soldaduras, encastrados, broches metálicos, etc.; mientras que los selladores reemplazan juntas de goma, impermeabilizantes, membranas, entre otros.

En algunos casos, actúan como complementos de estas uniones, por ejemplo, en el caso de la fijación de roscas donde se superpone una unión química (adhesivo) a otra mecánica (tornillo).

GRUPOS DE CLIENTES

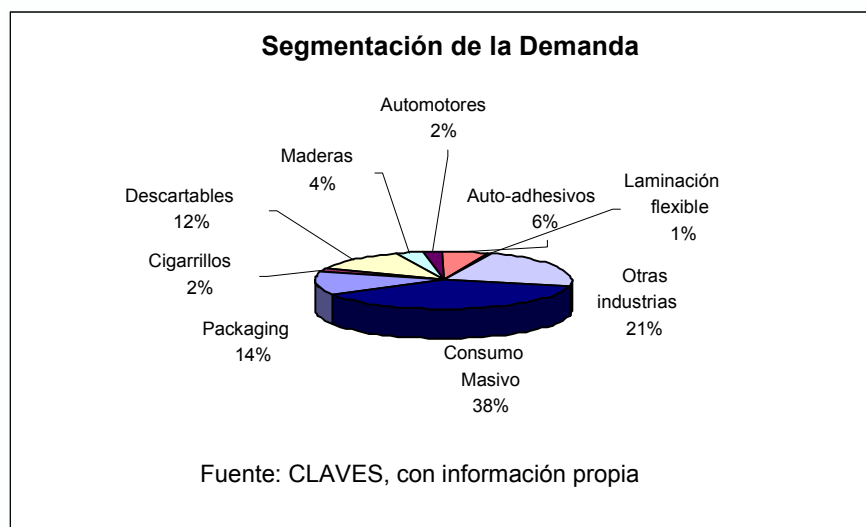
La industria de adhesivos o selladores utiliza gran cantidad de canales para su distribución, según el tipo de adhesivo y el destino final del mismo. En efecto, existe una importante demanda industrial a la cual se accede en forma directa o a través de distribuidores. Sin embargo, estos distribuidores difieren según el tipo de productos ya que, por ejemplo, los adhesivos de contacto empleados en la industria de revestimientos (alfombras por ejemplo) utiliza como distribuidores a los grandes comerciantes de revestimientos. En el caso del adhesivo de contacto para calzados, los distribuidores son los comerciantes mayoristas de suelas. Respecto de adhesivos para carpintería, la mayor parte se comercializa a través de madereras y casas de herrajes, canal adecuado para llegar a los carpinteros.

En lo que respecta al consumo masivo, existen en el país unas 5.000 ferreterías de diferente envergadura. Se estima que unas 1.000 ferreterías concentran la mayor parte del mercado en tanto que los restantes son pequeños comercios, muchos de los cuales se combinan con otras actividades tales como bazar, pinturería, etc.

La mayor parte de estas ferreterías se abastece a través de **mayoristas** y casas de repuestos en general. Los mayoristas más importantes son COINFER, DIESEL OLIDEN, DISPROPARG, OESCHLE (en Córdoba), entre otros. A su vez, las ferreterías más importantes son aquéllas que atienden a grandes cuentas como Telefónica, Siderca, etc. Entre ellas, se destacan BUSTIN, DECKER, SEGUFER y PRODER (de OLIDEN).

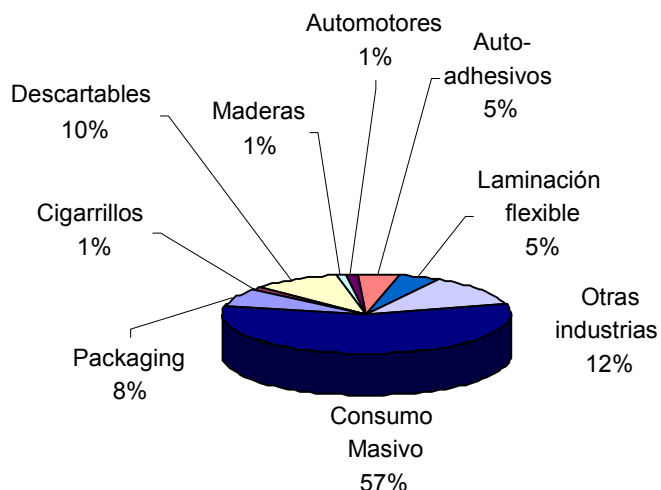
Como puede apreciarse, este mercado se caracteriza por presentar una gran cantidad de nichos comerciales diferentes a través tanto de la venta directa como de la utilización de múltiples canales alternativos que cada empresa desarrolla según sus posibilidades y necesidades. En efecto, dependiendo del tipo de productos ofrecidos, las empresas acercan sus ventas a las industrias, a los aplicadores (carpinteros, empapeladores, empresas de revestimientos, talleres, etc.) que, a su vez, a veces ofician de mayoristas y al retail (supermercados, kioscos, ferreterías, home centers y librerías, fundamentalmente).

En lo que respecta a la demanda industrial, la industria del packaging y la de los descartables son las más importantes no sólo por sus dimensiones, sino porque son segmentos en crecimiento. Estas industrias utilizan fundamentalmente adhesivos tipo hot melt.



El consumo masivo representa el 38 % de la demanda de adhesivos y selladores pero su peso relativo en el giro del negocio es muy superior (57 %), debido a que el precio del producto fraccionado es muy superior al del mismo producto vendido a granel o en grandes volúmenes.

Segmentación de la Demanda



Fuente: CLAVES, con información

Con relación al consumo masivo, se destacan: las colas vinílicas (especialmente las de uso escolar o comercial) que se comercializan a través de supermercados, librerías, kioscos, mayoristas y papeleras; y los cianocrilatos, epoxis, adhesivos de contacto y selladores para uso doméstico, que se venden a través de supermercados, ferreterías, mayoristas y kioscos.

Principales Productos y Canales Utilizados

Productos	Clientes Intermedios	Clientes Finales	Usos
Acrílicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayoristas 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industrias 	En maquinarias de acero
Cianocrilatos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayoristas ▪ Ferreterías ▪ Madereras ▪ Kioscos ▪ Supermercados 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicadores ▪ Particulares 	Bijouterie, carpintería, zapatería, uso general hogareño
De contacto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayoristas ▪ Ferreterías ▪ Madereras ▪ Kioscos ▪ Supermercados 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicadores ▪ Particulares ▪ Industria 	Calzados, madera, carpintería, packaging, uso general/hogareño
De fusión en caliente		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industria 	Descartables, packaging
De silicona		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industria 	Construcción y mecánica
Epoxis	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayoristas ▪ Ferreterías ▪ Madereras ▪ Kioscos ▪ Supermercados 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicadores ▪ Particulares ▪ Industria ▪ Talleres 	Electrónica y electricidad, uso general/hogareño, náutica
Poliuretánicos		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industria 	Construcción e industria automotriz
Vegetales		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Industria 	Alimentación, cigarrillos
Vinílicos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayoristas ▪ Ferreterías ▪ Madereras ▪ Kioscos ▪ Supermercados ▪ Librerías ▪ Papeleras 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicadores ▪ Particulares ▪ Industria 	Madera, revestimientos, uso escolar, uso general/hogareño
Selladores	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mayoristas ▪ Ferreterías ▪ Madereras ▪ Supermercados 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicadores ▪ Industria ▪ Particulares 	Construcción, uso general/hogareño, industria automotriz

Fuente: CLAVES, con información propia

CICLO DE VIDA

La fase del ciclo de vida por la que atraviesa un producto genérico depende de la evolución de su consumo, de la innovación tecnológica, de los cambios en los hábitos de consumo, de la aparición de nuevas técnicas de aplicación, etc.

Ciclo De Vida De Los Principales Productos

Segmentos	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declinación	Revitalización
Acrílicos		→			
Cianocrilatos		→			
De contacto		→			
De fusión en caliente	→				
De silicona		→			
Epoxi		→			
Poliuretánicos		→			
Vegetales			→		
Vinílicos			→		
Selladores		→			

Fuente: CLAVES, con información propia.

En líneas generales, los adhesivos y selladores constituyen una tecnología relativamente nueva que viene a sustituir otras alternativas mecánicas o físicas. Permanentemente surgen nuevos productos que satisfacen, a su vez, nuevas necesidades de la industria o para uso general. Se trata de un proceso muy dinámico. De todos modos, existen algunas diferencias en virtud de los nuevos desarrollos que pueden detectarse en uno u otro segmento. Por ejemplo, los adhesivos tipo hot melt son los únicos que se encuentran en una etapa de introducción, debido a que su uso es fundamentalmente industrial y requiere de máquinas especiales para su aplicación que poco a poco están siendo incorporadas a la industria, en función de la disponibilidad de capital y de la presión competitiva del sector en el cual actúan.

Los adhesivos vinílicos y vegetales se encuentran entre los de mayor tiempo en el mercado, debido a su bajo nivel tecnológico (especialmente los primeros) se ubican entre los primeros adhesivos desarrollados a diferencia de los adhesivos y selladores sintéticos y de alta tecnología. Es por ello que se encuentran atravesando una etapa de madurez.

■ Adhesivos y Sellantes 2000

Edición: Agosto de 2000

Páginas: 113

Cuadros: 74

Empresas mencionadas: 17

Presentación: Carpeta

El presente estudio analiza el desarrollo actual y las perspectivas del mercado de adhesivos y selladores para la industria en general, los aplicadores independientes y los usuarios finales en las categorías hogar y escolar, incluyendo todas sus presentaciones. Asimismo se especifican las principales empresas productoras y comercializadoras que compiten en el negocio, destacándose sus estrategias, segmentos donde participan, como así también, los principales canales de distribución utilizados.

Se realiza un análisis pormenorizado del sector, de los factores determinantes de su evolución y de los que afectarán a su futuro desarrollo. Asimismo se profundiza en las estrategias competitivas seguidas por los principales operadores, destacando aspectos relativos a diversificación de servicios y de mercados, políticas de marketing, posicionamiento frente a factores clave de éxito, participación de mercado y rentabilidad.

Los estudios Competitors se elaboran según los conceptos desarrollados por los principales especialistas en management; analizan la estructura, estrategia, comportamiento, fuerzas competitivas y perspectivas de los negocios más interesantes. Los datos básicos se obtienen de entrevistas personales en profundidad a empresas del sector, clientes, líderes de opinión, distribuidores y proveedores, además de información pública disponible y de nuestra propia base de datos, siendo posteriormente analizada según la metodología de Databank Group.

1.	SINTESIS EJECUTIVA	3.	ANALISIS DE LA COMPETENCIA
1.1.	Síntesis ejecutiva	3.1.	Empresas
1.2.	Perspectivas	3.1.1.	Estructura de la oferta
1.3.	Amenazas y oportunidades	3.1.2.	Titularidad del capital
2.	CONTEXTO AMBIENTAL	3.2.	Estrategias y jugadas competitivas
2.1.	Identificación y segmentación del negocio	3.2.1.	Grupos estratégicos
2.1.1.	Definición de la actividad	3.2.2.	Estrategias competitivas
2.1.2.	Segmentación del negocio	3.2.3.	Radio de acción: Diversificación e integración.
2.2.	Comercio exterior y consumo aparente	3.2.4.	Posicionamiento de las empresas en la cadena de valor y los factores clave de éxito
2.2.1.	Evolución de la actividad en la Argentina	3.2.5.	Promoción y publicidad
2.2.2.	Estacionalidad	3.3.	Performance competitiva
2.2.3.	Consumo aparente	3.3.1.1.	Cuotas de producción
2.2.4.	Exportaciones	3.3.1.2.	Cuotas de exportación
2.2.5.	Importaciones	3.3.1.3.	Cuotas de importación
2.2.6.	Mercosur	3.3.1.4.	Cuotas de mercado
2.3.	Demanda interna	3.3.2.	Rentabilidad
2.3.1.	Tipología y segmentación de la demanda	3.3.3.	Endeudamiento y financiación
2.3.2.	Funciones de uso y productos sustitutos	3.3.4.	Conclusiones finales
2.3.3.	Grupos de clientes	4.	ANEXO
2.3.4.	Ciclo de vida	4.1.	Fuentes consultadas
2.4.	Fuerzas competitivas, barreras y factores clave de éxito	4.1.1.	Fuentes primarias
2.4.1.	Intensidad y movilidad de las fuerzas competitivas	4.1.2.	Fuentes secundarias
2.4.2.	Barreras del sector: Intensidad y movilidad	4.2.	Anexo estadístico
2.4.3.	Movilidad de los factores clave de éxito	4.3.	Principales empresas del sector
2.4.4.	Cadena de valor	4.4.	Glosario metodológico

■ Adhesivos y Sellantes 2000

A continuación se detallan las tablas y gráficos que aparecen en el estudio con indicación del número de Página donde se hallan ubicadas:

Página N°3:	Segmentación de la Producción. En toneladas y en pesos. 1999.	Página N°48:	Funciones de Uso por Tipo de Adhesivo o Sellador. Grado de Satisfacción de Necesidades Cubiertas.
Página N°4:	Segmentación por Destino del Producto. En toneladas y en pesos. 1999.	Página N°49:	Segmentación de la Demanda: Por sector Industrial. En toneladas. 1999.
Página N°5:	Empleo por Empresa. 1999.	Página N°50:	Segmentación de la Demanda: Por sector Industrial. En pesos. 1999.
Página N°5:	Producción por Empresa. En toneladas. 1999.	Página N°51:	Principales Productos y Canales Utilizados.
Página N°6:	Datos Básicos del Sector. 1999.	Página N°52:	Características de los Principales Canales.
Página N°7:	Análisis por Area de Negocio. 1999.	Página N°53:	Ciclo de Vida de los Principales Productos.
Página N°10:	Síntesis Competitiva. 1999.	Página N°54:	Intensidad y Movilidad de las Fuerzas Competitivas.
Página N°14:	Performance de la Competencia.	Página N°55:	Impacto de las Fuerzas Competitivas en el Sector.
Página N°16:	Escenarios 1999/2004.	Página N°57:	Rivalidad de la Competencia.
Página N°19:	Amenazas y Oportunidades.	Página N°59:	Poder Negociador de los Proveedores.
Página N°27:	Segmentación del Consumo Aparente. En toneladas. 1999.	Página N°61:	Poder Negociador de los Clientes.
Página N°28:	Segmentación del Consumo Aparente. En pesos. 1999.	Página N°63:	Probabilidad de Ingreso de Nuevos Competidores.
Página N°30:	Evolución de la Producción. En toneladas y en pesos 1994-1999.	Página N°64:	Presión de los Sustitutos.
Página N°31:	Evolución del Consumo Aparente. En toneladas. 1994-1999.	Página N°66:	Barreras de Ingreso.
Página N°32:	Evolución del Consumo Aparente. En pesos. 1994-1999.	Página N°67:	Barreras de Salida.
Página N°33:	Evolución de las Exportaciones. En toneladas y en pesos. 1994-1999.	Página N°68:	Incidencia de los Factores Clave de Éxito.
Página N°34:	Exportación por País de Destino. En toneladas. 1999.	Página N°70:	Cadena de Valor.
Página N°35:	Exportación por País de Destino. En pesos. 1999.	Página N°71:	Criticidad de la Cadena de Valor.
Página N°35:	Exportaciones por Tipo de Producto. En toneladas. 1999.	Página N°73:	Empleo por Empresa. 1999.
Página N°36:	Exportaciones por Tipo de Producto. En pesos. 1999.	Página N°74:	Productividad de la Mano de Obra de las Principales Empresas Productoras.
Página N°36:	Evolución de las Importaciones. En toneladas. 1994-1999.	Página N°75:	Capacidad Instalada por Empresa.
Página N°37:	Evolución de las Importaciones. En pesos. 1994-1999.	Página N°76:	Producción por Empresa. En toneladas. 1999.
Página N°38:	Importaciones por Tipo de Producto. En toneladas y en pesos. 1999.	Página N°78:	Titularidad de las Principales Empresas.
Página N°39:	Importaciones por País de Origen. En toneladas y en pesos. 1999.	Página N°82:	Principales Características de los Grupos Estratégicos.
Página N°40:	Balanza Comercial Mercosur. En toneladas y en pesos. 1999.	Página N°84:	Impacto de las Fuerzas Competitivas por Grupo Estratégico.
Página N°41:	Exportaciones Mercosur. En toneladas.	Página N°90:	Lista de Productos Comercializados por las Principales Empresas.
Página N°41:	Importaciones Mercosur. En toneladas.	Página N°91:	Política de Marketing de las Principales Empresas.
Página N°42:	Facturación de las Principales Empresas del Mercado Brasileño. En reales. 1996.	Página N°93:	Posicionamiento de las Principales Empresas frente a los Factores Clave de Éxito.
Página N°43:	Segmentación de la Demanda: Consumo Masivo e Industrial. En toneladas. 1999.	Página N°95:	Inversión Publicitaria por Medio. En pesos. 1999.
Página N°44:	Segmentación de la Demanda: Consumo Masivo e Industrial. En pesos. 1999.	Página N°95:	Inversión Publicitaria por Empresa. En pesos. 1999.
Página N°46:	Demanda por Tipo de Producto.	Página N°96:	Producción por Destino. En toneladas. 1999.
Página N°99:	Importación por Empresa. En toneladas y en pesos. 1999.	Página N°97:	Producción por Empresa. En toneladas. 1999.
Página N°100:	Participación en el Giro del Negocio. En pesos. 1999.	Página N°97:	Exportaciones por Empresa. En toneladas. 1999.
		Página N°98:	Exportaciones por Empresa. En pesos. 1999.
		Página N°100:	Facturación de las Principales Empresas y su Participación en el Giro del Negocio del Sector. 1999.
		Página N°101:	Rentabilidad de las Principales Empresas.
		Página N°103:	Síntesis Competitiva de las Principales Empresas. 1999.

■ Adhesivos y Sellantes 2000

Página N°105: Performance de las Principales Empresas del Sector.

Página N°109: Inversión Publicitaria Total por Empresa. En pesos. 1999.

Página N°109: Evolución del Consumo Aparente y del Giro del Negocio. En toneladas y en pesos. 1994-1999.

Página N°110: Principales Empresas del Sector.

A continuación se detallan algunas de las empresas que se mencionan en el trabajo.

ADHESIVOS INDUSTRIALES.**AKAPOL S.A.C.I.F.I Y A.****ANAERÓBICOS S.A****CHEMOTECNICA SYNTHIAL S.A****COINSA****ERPA S.A.C.I.F.****FANA QUÍMICA S.A.****FAPI S.A.****FAPIQUIM S.A****FORTEX S.R.L.****H.B. FULLER ARGENTINA S.A.I.C.****HENKEL****NATIONAL STARCH & CHEMICAL S.A.****QUÍMICA LIMBADI S.R.L.****QUÍMICA MADEPA S.A.****UHU****WEPEL S.R.L.**