

Plan Operativo Sectorial 2011-2013

Subsector Plásticos

Agosto – 2010



Elaborado por: Coordinación de Manufacturas Diversas y Artesanías.

prom
perú

I. Diagnostico Sectorial

I. Diagnóstico Sectorial

1. ANTECEDENTES



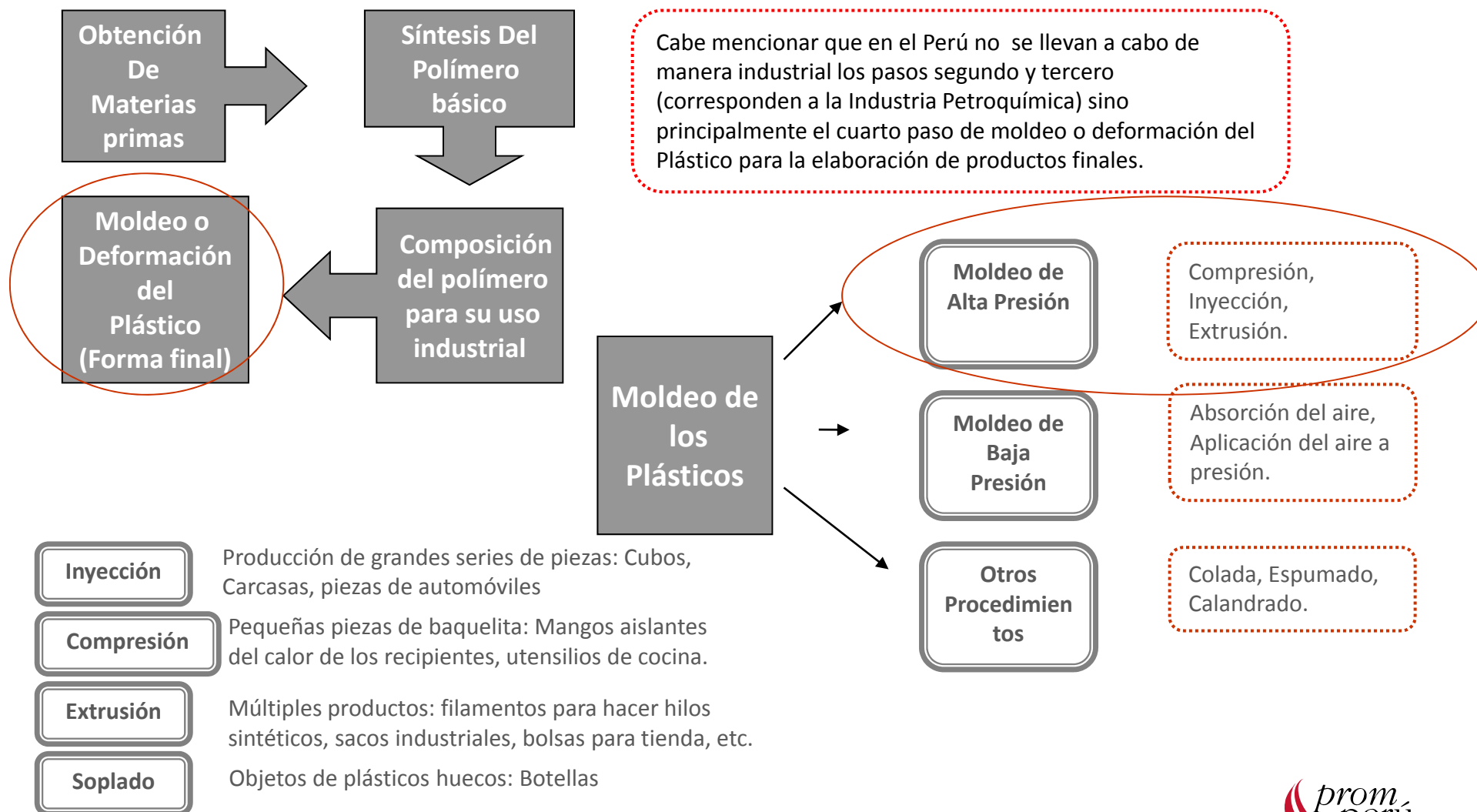
- ❖ En el Perú **no existe** una **Industria Petroquímica** que provea las resinas (derivado del petróleo) necesarias para la Fabricación de plásticos.
- ❖ La Industria del Plástico peruana produce principalmente **bienes intermedios** y su demanda local proviene básicamente de empresas del rubro de **alimentos, bebidas, cosméticos, productos de aseo y limpieza, de la agroindustria de exportación, pesca y del sector construcción.**



Elaborado por: Coordinación de Manufacturas Diversas y Artesanías.

I. Diagnóstico Sectorial

2. ANTECEDENTES

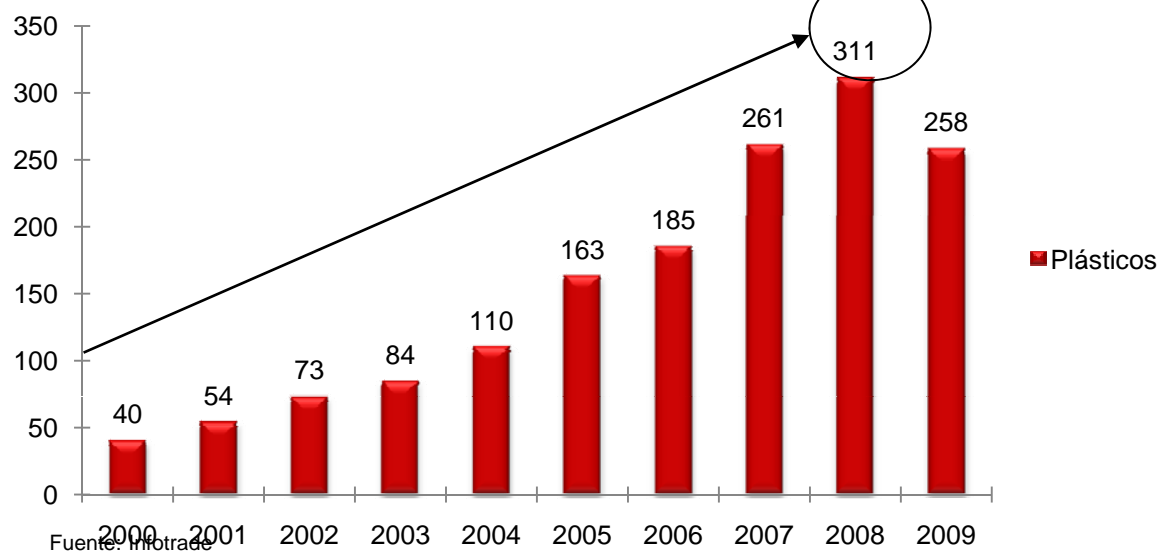


I. Diagnóstico Sectorial

3. Evolución de Exportaciones



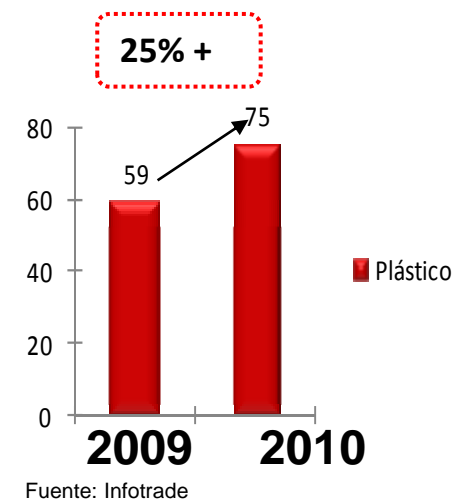
Evolución de las Exportaciones
Periodo (2000 - 2009)
Millones de dólares - Valores FOB



Desde hace una década las exportaciones de plásticos han mantenido un sostenido crecimiento, en el 2009 decrecieron un 17% en relación al 2008.

Este decrecimiento se debió a la crisis Internacional, medidas proteccionistas en Ecuador, y a la demora en pagos de Venezuela.

Evolución de las exportaciones
Periodo Enero - Marzo (2009 – 2010)
Millones de dólares – Valores FOB



Ha crecido un **25%** en relación al primer trimestre del 2009.

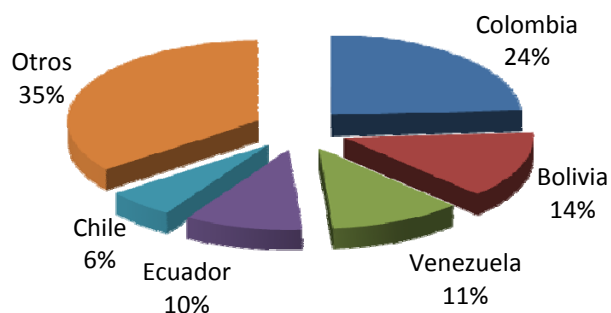
Incremento más que nada en Colombia (Preformas Pet), preferencias arancelarias Comunidad andina.

I. Diagnóstico Sectorial

4. Evolución de Exportaciones por destino

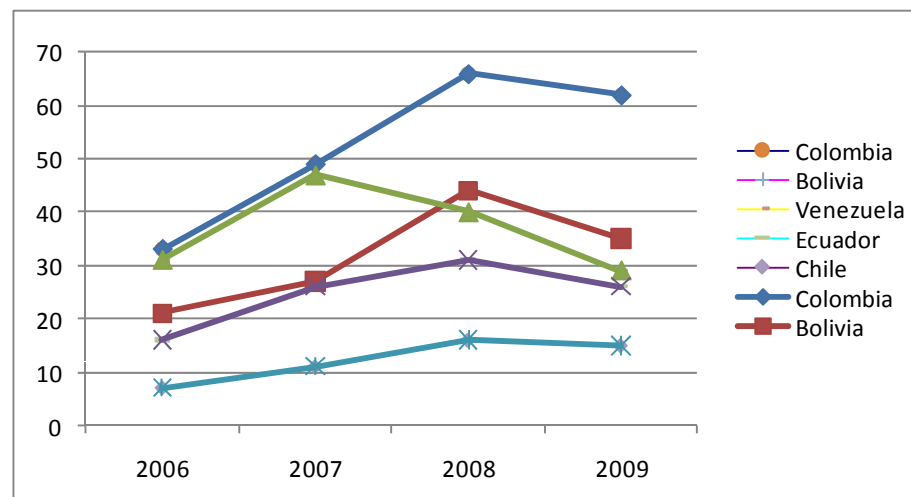


Principales países de destino
Periodo (2009) %



Fuente: Infotrade

Evolución Exportaciones - Principales Países de destino
Periodo (2006 - 2009)



Fuente: Infotrade

Los Principales países de destino en el 2009 fueron **Colombia, Bolivia y Venezuela**. Comprando nosotros a su vez los insumos principalmente de **Colombia**.

I. Diagnóstico Sectorial

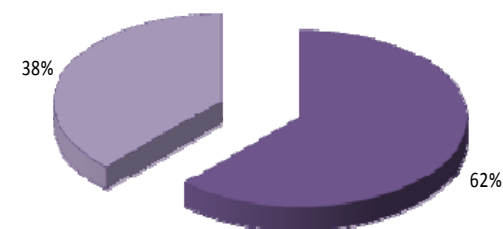
5. Principales Empresas Exportadoras



RANK.	RUC	EMPRESAS	2009 Valor FOB USD	Part (%)
1	20502351908	OPP FILM S.A.	47,696	18,21
2	20100175569	PERUPLAST S.A.	34,269	13,17
3	20513320915	SAN MIGUEL INDUSTRIAS PET S.A.	24,309	9,3
4	20414544849	PACKAGING DEL PERU S.A.	13,919	5,03
5	20100089212	ENVASES MULTIPLES S.A.	12,109	4,65
6	20331061655	AJEPER S.A.	7,632	2,71
7	20122720650	SURPACK S.A.	6,248	2,32
8	20516790912	DEKA PLASTICS S.A.C.	6,105	2,12
9	20511313717	MEGAPACK GROUP SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	3,541	1,16
10	20100014395	PRODUCTOS PARAISO DEL PERU S.A.C.	1,485	0,38
TOTAL			157,208	62,05

Fuente: Infotrade

Participación Total Exportaciones
Periodo (2009) %

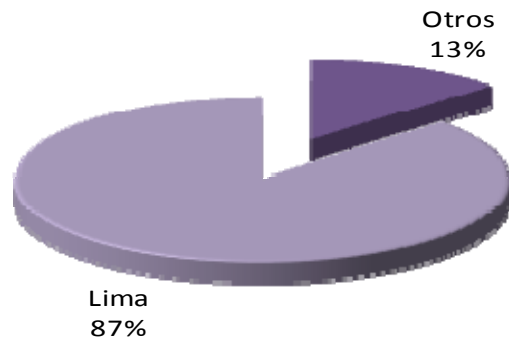


Fuente: Infotrade

La principales empresas exportadoras de plásticos son **OPP Film, PeruPlast y San Miguel Industrias PET.**

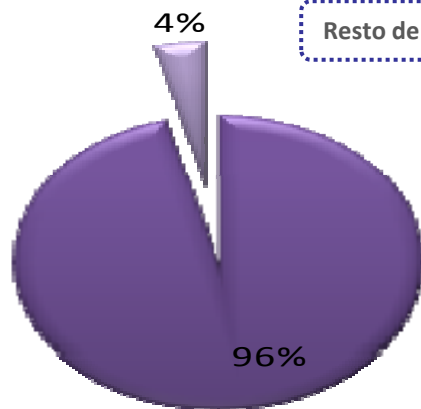
I. Diagnóstico Sectorial

6. Principales Empresas Exportadoras

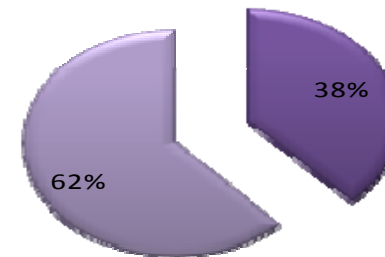


87% de la empresas manufactureras y de servicios relacionadas con esta rama industrial están concentradas en Lima: (bolsas plásticas, envases, envolturas, sacos, moldes, tubos, útiles de oficina, etc.)

Principales Empresas Exportadoras 2009



96 % del Total de las exportaciones de productos plásticos se concentraron en las 50 primeras empresas exportadoras del sector.



SNI
19 Empresas



II. Líneas Priorizadas

II. Líneas Priorizadas

1. Descripción de las líneas priorizadas



- **Tipo de Producto:** Las líneas de plásticos priorizadas contienen productos reconocidos en Latinoamérica por su buen acabado y calidad.
- **Demanda Potencial:** Percepción de aumento en la demanda en países latinoamericanos en el corto y mediano plazo.
- **Valor Agregado:** presentan alto contenido de transformación y originalidad en sus productos.
- **Ventaja Competitiva:** La “calidad” presentada en los productos exportados por estas líneas.
- **Masa Empresarial:** se ha identificado al momento 30 empresas que exportan estas líneas, de las cuales 19 se encuentran agremiadas en la SNI.
- **Canales de distribución:** se han priorizado productos que comparten los mismos canales.

II. Líneas Priorizadas

1. Descripción de las líneas priorizadas



Envases Flexibles y Laminados

- Películas bopp (Biorientadas de polipropileno), Bolsas de plástico, empaques para alimentos.

Preformas Pet

- Envases para gaseosa, agua mineral, aceites, cosméticos, etc.

Sacos de Polipropileno

- Sacos de Harina de Pescado, Mantas sintéticas



Menaje Domestico

- Tinas de plásticos para bebes, Sillas, muebles y organizadores

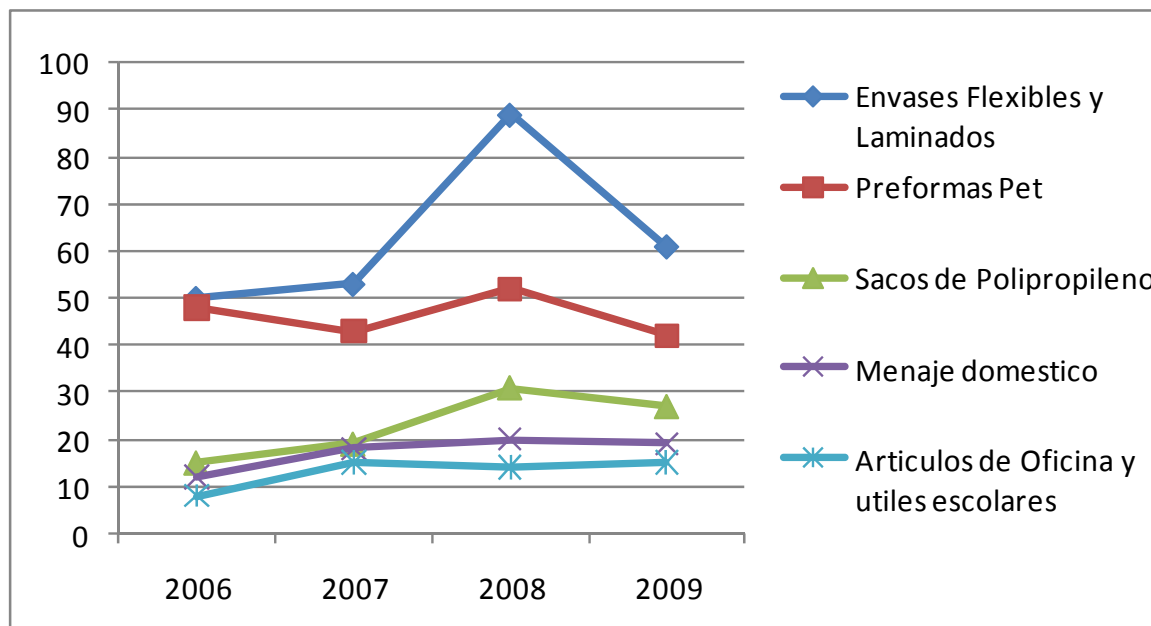
Art. Oficina, Útiles Escolares y Artículos promocionales

- Bandejas, porta clips, portalápiz, cartucheras, etc

Elaborado por: Coordinación de Manufacturas Diversas y Artesanías

II. Líneas Priorizadas

2. Evolución de las exportaciones por sub-línea



Línea plásticos 2009	
Envases	49%
Preformas PET	21%
Sacos de poli.	6%
Menaje	4%
Artículos de of.	4%
Otros	14%

Fuente: Infotrade
Elaboración: Sector Manufacturas - Promperu

Evolución favorable en todas las líneas representativas del sector a excepción del 2009.



II. Líneas Priorizadas

3. Cartera de Clientes



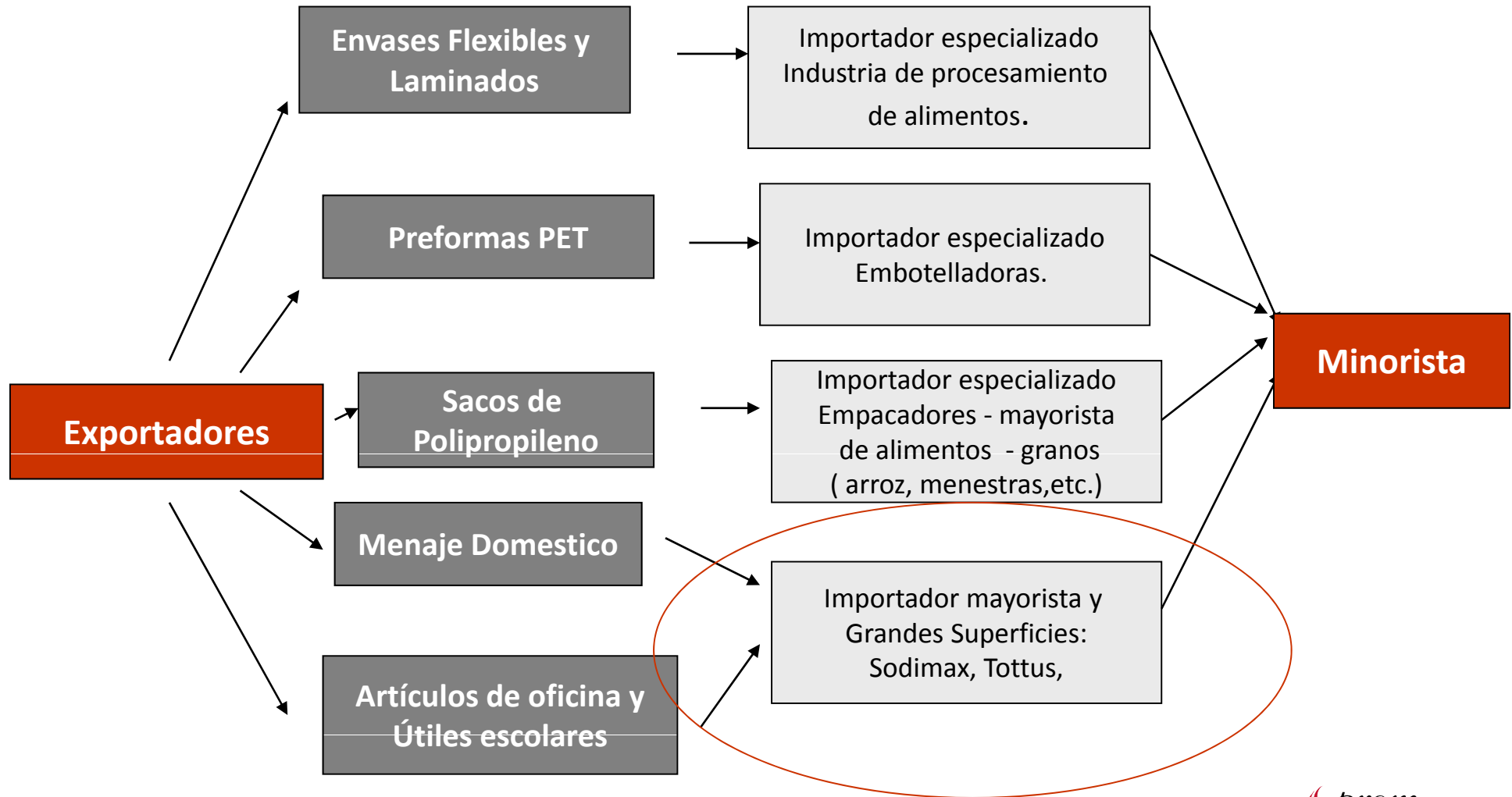
TAMAÑO	VALOR EXP. (US\$ Millones)	Nro EMPRESAS AÑO 2009	PART. %	Cartera de Clientes
Gran Empresa (2)	Mayor a US\$ 25`000,000	2	0%	1
Gran Empresa (1)	Entre US\$ 25`000,000 y US\$ 10`000,000	3	1%	4
Mediana Empresa	Entre US\$10`000,000 y US\$ 1`000,000	32	13%	19
Pequeña Empresa	Entre US\$US\$1`000,000 y US\$ 100,000	56	23%	4
Microempresa	Hasta US\$ 100,000	161	63%	3
TOTAL		254	100%	30

Fuente: Infotrade
Elaboración: Sector Manufacturas - Promperu



II. Líneas Priorizadas

4. Cadena de comercialización



II. Líneas Priorizadas

5. Tendencias



Oferta

- A Mediano plazo, una oportunidad interesante para el crecimiento del sector es el desarrollo de una industria petroquímica local en el sur del país, en base al gas de Camisea. La Coreana SK, la Mexicana Mexichern y la Brasileira Braskerm.
- Progresiva adecuación en las inversiones de tecnología hacia mejoras en los procesos productivos, orientados a productos biodegradables.
- La recuperación de la economía internacional, podría ocasionar un incremento en el precio de las resinas , principal insumo importado para la producción del plástico.

Demanda

- Se espera un incremento de la demanda internacional gracias a la desgravación de barreras – Ecuador (principal mercado de destino).
- Posible acuerdo comercial con la región centroamericana.
- Orientación al consumo de productos biodegradables.
- Incremento en la demanda explicado por la expansión de puntos de distribución en los principales mercados de destino.

II. Líneas Priorizadas

6. ANÁLISIS FODA



Fortalezas

Estructurales

- Fuerte inversión en tecnología sobre todo en las empresas grandes (elevando el valor agregado de los productos).
- Reconocida calidad de los productos plásticos peruanos.
- Alta Diversificación de productos plásticos.

De nuestros clientes

- Adecuado nivel de sinergia comercial (complementariedad de líneas).
- Adecuada capacidad de respuesta a demandas internacionales.
- Creciente competitividad de las empresas en base a tecnología. (envases flexibles y laminados y menaje domésticos).
- Adecuado nivel de agremiación – SNI.

Debilidades

Estructurales

- Alta dependencia de insumos importados.
- Altos aranceles de ingreso al mercado centroamericano.
- Colombia como principal competidor, goza de preferencias arancelarias.
- Bajo conocimiento de potenciales mercados y Tendencias Tecnológicas.
- Alta Competencia de productores informales e importaciones subvaluadas (menaje domestico).

De nuestros clientes

- Bajo nivel de planificación en sus exportaciones.
- Poca experiencia del empresariado en participaciones colectivas (pabellones de exhibición peruano).
- Escasa información de mercado por sub línea de producto.

II. Líneas Priorizadas

6. ANÁLISIS FODA



Oportunidades

- Sostenido Crecimiento en la demanda de productos plásticos debido al crecimiento de la Industria Manufacturera en Latinoamérica. Pesca: Redes, Agro: Sacos de Polipropileno, Cajas de Exportación, etc.
- Aumento en la demanda de productos plásticos biodegradables.
- Ingreso de los productos plásticos a nuevos usos y aplicaciones (Envases PET para jugos, lácteos, y cerveza de malta).
- Expansión de puntos de distribución en los principales mercados de destino.
- Posible firma de Acuerdo comercial con la región Centroamericana.

Amenazas

- Exposición al alza de costos debido a la fuerte dependencia de insumos importados.
- Futuros incrementos en los precios de envases de plástico, podría motivar a sustituirlos por envases de vidrio.
- Movimientos de Conservación Ecológica podría generar restricciones a la demanda .

III. Lineamientos estratégicos y Objetivos

III. Lineamientos estratégicos y Objetivos

1. Lineamientos Estratégicos y Prioridades



Selección de mercados

- Colombia, Bolivia y Venezuela, como principales mercados para nuestra oferta; así mismo gozan de preferencias arancelarias.
- Los Países Centroamericanos muestran cada vez más mayor interés por productos de plásticos peruanos, debido a que existe una buena percepción de calidad.
- Posible aumento de demanda de productos plásticos peruanos en Venezuela debido al debilitamiento de relaciones comerciales con Colombia.

Segmento de Empresas a Apoyar

- Se priorizarán las empresas Medianas, Pequeñas y Microempresas del Sector Plástico Peruano que conforman nuestra cartera de clientes.
- Sub - Líneas priorizadas: Envases Flexibles y Laminados, Preformas PET, Sacos de Polipropileno, Menaje Domestico, Artículos de Oficina y Útiles Escolares.

III. Lineamientos estratégicos y Objetivos

2. Objetivos, indicadores y Metas.



Objetivo	Indicador	Unidad de Medida	Valor 2009	Proyectado 2010	Meta 2011	Meta 2012	Meta 2013
Contribuir al incremento de las exportaciones de valor agregado	Exportaciones de los productos de las líneas priorizados	Millones de US\$	258	320	330	345	360
	Exportaciones de Cartera de Clientes "Promperu"	Millones de US\$	122	165	180	195	210
Mejorar la satisfacción del cliente (empresas) con los servicios de Promperu Exportaciones	Índice de satisfacción de la cartera de clientes	Índice					
Contribuir a ampliar y consolidar la base empresarial exportadora	Número de empresas en la Cartera de Clientes "Promperú"	N° de Empresas	nd	35	40	50	60
Incrementar la efectividad de las actividades de promoción comercial	Monto Total Negociado	Millones de US\$	nd	4.5	5.5	6.5	7.5
	Empresas Participantes	N° de Empresas	nd	35	40	50	60
	Empresas compradoras.	N° de Empresas	nd	25	30	35	40
	Número de contactos comerciales	N° de contactos	nd	180	190	200	220
	Empresas Nuevas Participantes	N° de Empresas	nd	5	5	10	10
Mejorar la competitividad empresarial y exportadora de las empresas prioritarias	Indice de Competitividad Empresarial (mapa de competitividad)	Índice	nd				
Generar información detallada de los mercados internacionales para las sub - líneas y mercados priorizados.	Documentos	Número	nd	2	2	2	2

III. Lineamientos estratégicos y Objetivos

2. Objetivos, indicadores y Metas.



Objetivo	Indicador	Unidad de Medida	Valor 2009	Proyectado 2010	Meta 2011	Meta 2012	Meta 2013
Incrementar la efectividad de las actividades de promoción comercial	Monto Total Negociado	Millones de US\$	nd	4.5	5.5	6.5	7.5
	Empresas Participantes	N° de Empresas	nd	35	40	50	60
	Empresas compradoras.	N° de Empresas	nd	25	30	35	40
	Número de contactos comerciales	N° de contactos	nd	180	190	200	220
	Empresas Nuevas Participantes	N° de Empresas	nd	5	5	10	10
Mejorar la competitividad empresarial y exportadora de las empresas prioritarias	Índice de Competitividad Empresarial (mapa de competitividad)	Índice	nd				
Generar información detallada de los mercados internacionales para las sub - líneas y mercados priorizados.	Documentos	Número	nd	2	2	2	2