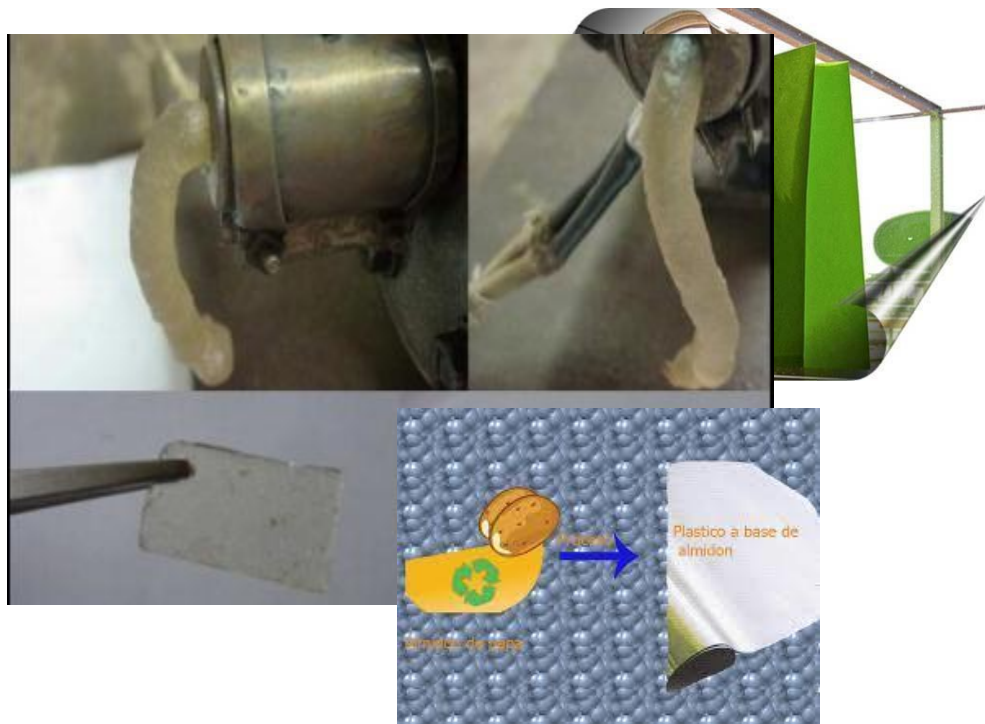


Plan de exportación de plásticos biodegradables hechos a base almidón de papa

Introducción

Apurímac es uno de los mayores productores de papa del Perú, ante esta características el Gobierno peruano decidió instalar una planta procesadora de papa con la finalidad de extraer almidón de dicho producto. Con esta iniciativa surge una idea de generar un nuevo producto de exportación el cual es plásticos biodegradables a base del almidón de dicho tubérculo. Asimismo, la mayoría de los plásticos biodegradables están hechos de maíz, por lo que esta nueva iniciativa generará un nueva oportunidad de abrir mercados creando envases y embalajes con dicho material que además de ser biodegradable es bio compostable, es decir, se puede usar como abono posterior mente.



I. Respecto al producto

a. Nombre del producto: envases y embalajes biodegradable

b. Partida arancelaria: 39.23.00.00.00

c. Descripción genérica del producto: es un plástico biodegradable a base d almidón de papa, producido en la sierra peruana, específicamente en el departamento de Apurímac que a su vez es bio compostable, el cual se puede usar como abono.

d. Clasificación del producto: envases y embalajes biodegradables hechos a base de almidón de papa, con la finalidad de utilizarlos en los productos agrícolas.

e. Presentación: la presentación del producto va a depender mucho de los requerimientos del cliente que desea importar los envases y embalajes.



II. Con respecto al país de destino



Capital: París

Idioma oficial: Francés

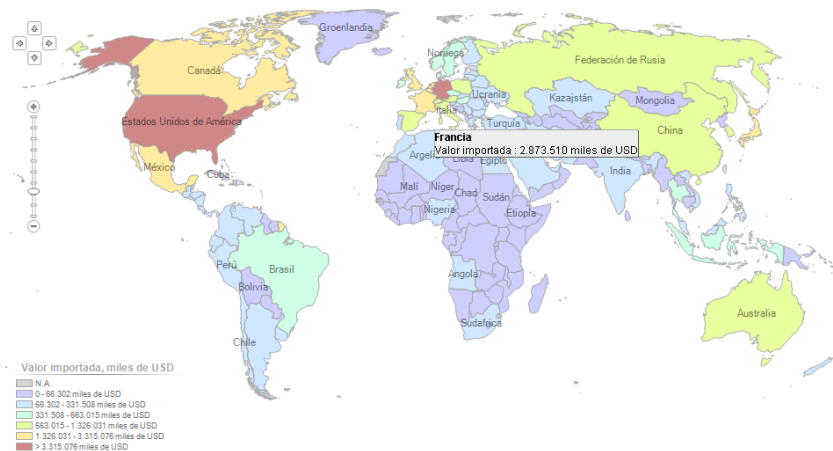
Población (2012): 65,70 millones

PBI (2012): \$2,611 billones

Moneda: Euro

Importación de francia de envases y embalajes biodegradables

Lista de los países importadores para el producto seleccionado en 2013
Producto : 3923 Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas,



III. Razones de selección

- Según el reporte realizado por la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica, mencionan que países de Europa, entre ellos Francia, presentan una tendencia de consumo por productos que contribuyan a la preservación del medio ambiente, es decir, productos orgánicos, envases biodegradables y asimismo que cuiden la salud.
- No solo se trata de que los productos que se vendan adelgacen o mantengan una figura baja en grasas, la nueva tendencia es consumidor productos que también cuiden el medio ambiente, tales como envases y embalajes biodegradables o reciclados.
- La salud y el bienestar tanto global como personal es un factor importante para el consumidor francés. Presenta un nivel de conciencia alto sobre la relación sobre los productos que consume y el efecto que tiene ante ellos, en otras palabras, consecuencias posteriores de los desechos de los envases y embalajes que presenta cada producto.
- El consumidor busca no solo en el producto de consumo un valor agregado sino también en el envase en que lo contiene, por lo que el valor agregado que se brinda al exportar envases y embalajes biodegradables será muy bien percibido por dicho consumidor francés.
- Asimismo, es el tercer importador de dichos productos como se puede observar en la siguiente imagen, segundo datos de “trademap.org”. Francia ha presentado un incremento en las importaciones a pesar de la crisis de Europa, si bien no es un aumento significativo se puede afirmar que es una tendencia positiva y que crea mucha expectativa en el futuro en la medida que la economía francesa se establece nuevamente.

Lista de los importadores para el producto seleccionado
Producto: 3923 Artículos para el transporte o envasado, de plástico; tapones, tapas,

Unidad : Dólar EUA milés

Tabla Gráfico Mapa

Empresas

Exportar hacia

Período (número de columnas) : 5 por página número de líneas por página : Por defecto (25 por página)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10						
SRB	Importadora	valor importada en 2009	valor importada en 2010	valor importada en 2011	valor importada en 2012	valor importada en 2013
	Mundo	36.606.165	41.090.997	46.360.050	46.466.121	49.064.263
	Estados Unidos de América	4.785.488	5.473.747	5.975.112	6.357.708	6.630.153
	Alemania	2.609.373	2.872.424	3.488.619	3.279.284	3.483.391
	Francia	2.514.760	2.500.004	2.009.200	2.727.507	2.070.510
	Reino Unido	2.140.254	2.000.472	2.500.007	2.722.209	2.410.012
	México	1.620.208	1.058.052	2.020.601	2.216.287	2.322.004
	Canadá	1.567.555	1.788.052	1.078.725	2.105.673	2.221.140
	Japón	1.638.714	1.901.852	2.179.904	2.254.112	2.218.852
	Bélgica	1.422.751	1.416.047	1.588.075	1.489.297	1.666.728
	Países Bajos (Holanda)	1.285.504	1.328.268	1.496.197	1.391.458	1.410.782
	China	1.000.004	1.015.087	1.402.209	1.009.444	1.200.900
	Italia	909.114	970.004	1.070.074	1.071.910	1.190.294
	España	1.082.844	1.066.143	1.008.035	030.010	1.040.620
	Ucrania	880.828	728.087	880.212	847.383	046.101
	Hong Kong (China)	545.675	608.979	640.445	675.616	603.328
	Australia	551.479	661.175	787.493	833.945	851.455
	Suecia	694.759	715.819	815.810	784.045	822.993

- f. En cuanto a la selección de la ciudad, se ha decidido exportar a Marsella, ya que es la segunda ciudad más importante del país, presenta el puerto con mayor actividad comercial de Francia. Asimismo, es un centro muy importante de comercio e industria con excelente infraestructura como carreteras, puertos y aeropuertos. Presenta también un número importantes de pequeñas empresas.



IV. Identificación de la competencia

a. Competencia a nivel mundial

1. Tecnoplast – Colombia
2. Ag winpack del peru s.a.c.
web: www.agremy.com.br
rubro que representa: empaques y embalajes.
3. AJV JAIMITO PLASTICOS S.R.L
4. Aliplast, asociacion latinoamerican de la industria plastica
web: www.aliplast.org
5. Aliplast, asociacion latinoamerican de la industria plastica
web: www.aliplast.org

6. D'zainer productos plásticos Ltda.

Web: www.dzainer.com.br

V. Medidas arancelarias

En relación a las medidas arancelarias, para el Perú la gran mayoría de productos presentan arancel 0%

VI. Medidas no arancelarias

- En el caso de etiquetado Europa presenta el “etiquetado ecológico europeo”, el cual es la marca oficial del UE para ciertos productos que presentan el menor impacto ambiental. Con esto se promueve y ayuda a la conservación del medio ambiente.

Asimismo, existen los requisitos de etiquetado para los productos que deseen comercializarse en dicho mercado. Entre ellos se encuentran proteger la salud, seguridad e interés de los consumidores brindándoles la información completa.



VII. Otras medidas para el comercio

- Se encuentra el IVA el cual es el impuesto al valor agregado, el cual se aplica a la importación mercancías a Francia y es de 19.6%. Este tributo se debe considerar para poder calcular cual será el precio del producto en el mercado y analizar si será competitivo en dicho país.

VIII. Distribución y transporte de mercancías

- Francia presenta un mercado diversificado y segmentado, el cual contiene tres tipos de empresas distribuidoras, mayorista, minorista y distribuidores de hotelería, restaurante y catering. Para la exportación de los envases biodegradables nos concentraremos en el comercio minorista, para luego ingresar al mayorista según nuestros niveles de capacidad productiva.

Asimismo, existen dos tipos de minoristas:

- o Los de proximidad, son las pequeñas tiendas y autoservicios.
- o Supermercados (Carrefour, Auchan, Intermarché, Champion, E.Leclerc y Casino)

Francia presenta principales grupos de distribución.

- o **Las centrales de compra:** son organizaciones de comercio que gestionan los pedidos de suministros de establecimientos o almacenes de los grupos asociados a dichas centrales. Estos se centran principalmente en productos alimentarios y no alimentarios
- o **Grupos de distribución y cadenas:** son propietarios o están afiliados a diferentes cadenas de establecimiento. Estos grupos puede comprar de forma directa a las centrales de compra

IX. Proveedores

En el 2013 el Perú produjo 4,5 millones de toneladas de papa. EL departamento de Puno fue el que más produjo en dicho año con 500000 toneladas anuales, le sigue Huánuco con 100000 toneladas menos, Junín, Cajamarca, La Libertad, Ayacucho, Cusco y Huancavelica.

La gran mayoría de los productores de papa se encuentra en la selva peruana distribuidores en la sierra norte, centro y sur del país por la ubicación de Apurímac consideraremos a los países de Huánuco, Huancavelica, Ayacucho, Cusco y puno como nuestros principales proveedores por la cercanía que presentan.



X. Tendencias del consumidor

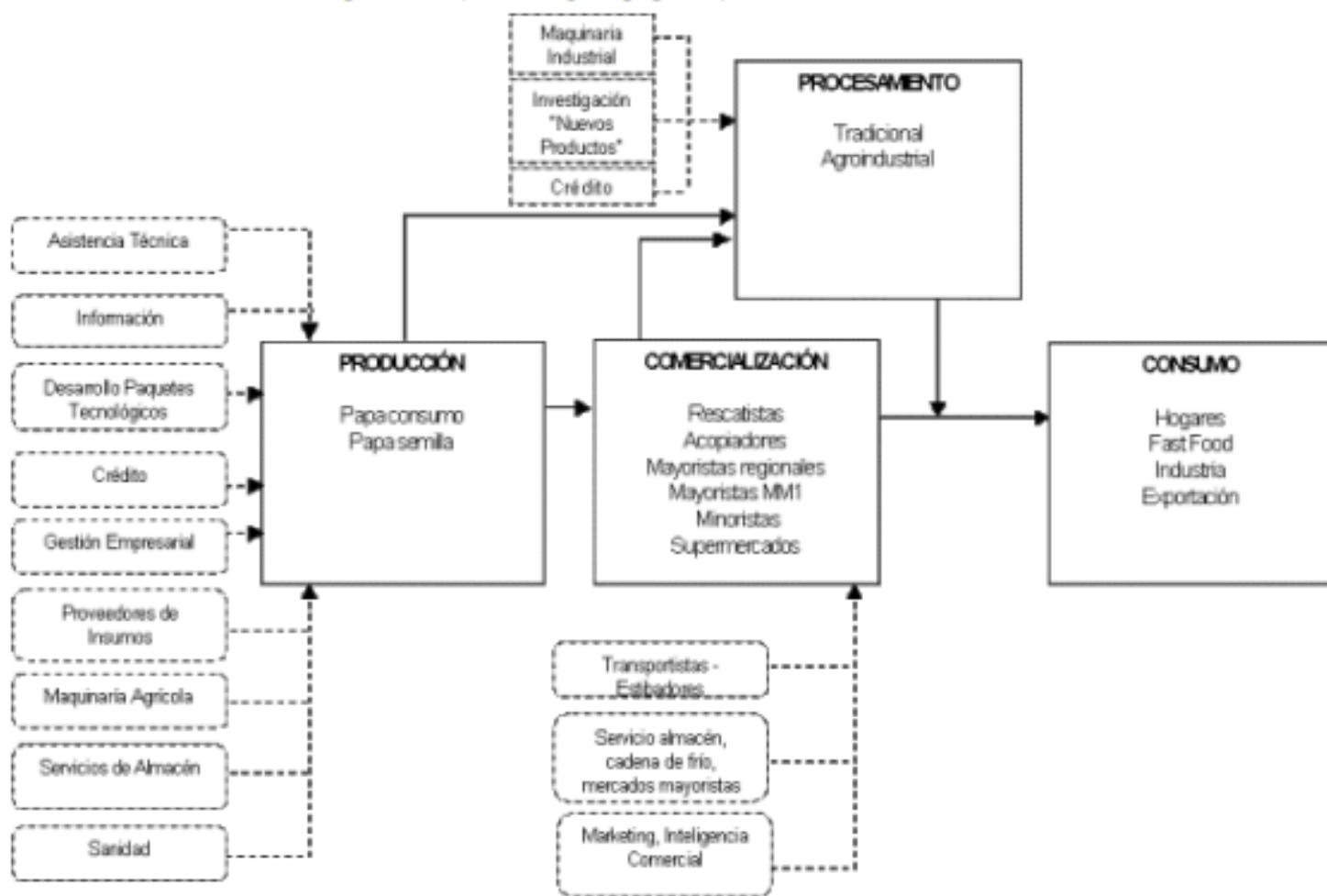
- El mercado francés es maduro y organizado, por lo que los consumidores son muy exigentes en cuanto , plazos, calidad, normas técnicas y disponibilidad de asistencia post-venta-
- Se debe utilizar el francés en las comunicaciones, ya sea folletos, catálogos, así como también los embalajes y documentos comerciales.
- EL consumidor francés está muy bien informado sobre las ofertas del país y del extranjero. Para las pequeñas y medianas empresas trabajar con nichos de mercado aun no atendidos por las grandes, es una oportunidad importante.
- EL mercado Francia es relativamente difícil ya que exige altos niveles de calidad, estabilidad de precios, cumplimiento de numerosas normativas (componentes del producto, embalajes, empaques, etiquetado)

XI. Cultura de negocios

- Existe gran diferencia entre cada rango jerárquico de la compañía. No les gusta el trabajo en equipo y las decisiones se toman en la alta dirección.
- Siempre existe formalidad con se crea relación con los franceses. En cuanto al saludo, se estrecha la mano y es considerado muy descortés olvidar el nombre y el cargo del interlocutor.
- Existe mucha formalidad en cuanto a la presentación de las personas y en la vestimenta.
- Para llevar a cabo una reunión con franceses, se debe estar muy preparados e informados sobre el tema a tratar, así mismo, lo más importante es crear una relación de confianza para poder crear relaciones futuras.

XII. Proceso de cadena de valor de la papa

CADENA PRODUCTIVA DE LA PAPA



El primer participante de esta cadena es la producción, la cual está constituida por agricultores los que están a cargo de conducir el proceso productivo. Asimismo, estos productores establecen una relación con proveedores de semillas, fertilizantes, agroquímicos y servicios de maquinaria, financiamiento, asistencia técnica.

Luego de la cosecha sigue la comercialización, este segundo paso se constituye por los acopiadores, comerciantes mayorista y minoristas, e incluso en estos últimos años ha incrementado la participación de los supermercados. Dentro de este proceso se encuentra el servicio pos cosecha, el que presenta la selección, clasificación, envasado y almacenamiento, así como también transporte y estibadores. Cabe resaltar que este proceso pos cosecha es realizado por los comercializadores en la actualidad.

El procesamiento de la papa puede ser de tipo industria o artesanal y está en dependencia del nivel de tecnología y orientación. Para el primero caso, se realiza por empresas que aplica tecnología moderna para atender un mercado urbano, en cambio, un procesamiento de forma artesanal es realizado por productores de papa y familias rurales, empleando métodos tradicionales.

Los consumidores son el último y el más importante eslabón de esta cadena, ya que, ellos brindarán la información necesaria e influenciarán en las decisiones que se tengan que tomar tanto en la producción, comercialización como en el procesamiento, puesto que la finalidad de esto es satisfacer las necesidades de dichos clientes ya sean empresas o personas.

Finalmente, lo que va agregar valor al producto va hacer el desempeño, la calidad y la disponibilidad del producto, así como también, el uso de tecnología en toda la cadena de producción. Aparte de dichos recursos también se encuentran RRHH, financiamiento e infraestructura física.

XIII. Proceso productivo para la obtención de almidón de papa

El primer paso es recibir y pesar las papas en una balanza, para luego ser descargadas y almacenadas. Luego estas papas se transportan mediante unas fajas hacia el lugar de lavado. En el proceso de transporte por la banda se utiliza un proceso de selección visual con la finalidad de eliminar los tubérculos que no cumplen con los requisitos necesarios.

Luego, se procede a lavar y pelar las papas para quitar la suciedad. EN cuanto a las cascarras son peladas por abrasión usando un sistema de raspado. Terminado estos procesos se procede a enviar las papas a un molino, en donde se rayan las papas y se forma una crema o una pasta fina. Obtenida esta masa, se pasa a producir el almidón mediante un extractor múltiple, el cual usa una fuerza centrífuga, la cual tamiza (separa) el almidón de la celulosa (afrecho o fibra).

Seguido, se procederá al lavado y concentrado del almidón ya que es tiene la lechada la cual proviene de los extractores. Esta tiene proteína, materias grasas, susancia contaminantes y sustancias insolubles como la celuloso y partículas del raspado. Esta leche de almidón se pone en un tanque donde se trasvasa a uno hidrociclones para quitarle el agua, lavarla, concentrarla para luego desaguarlo median un centrifugado y después se seca a través de aire caliente.

Finalmente, el almidón se tamiza en una floreadora para que esta perfectamente refinado y listo para poder ser ensacado y pesado.

