

2016



Las demás Vajillas de Plástico



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



“Este perfil de producto ha sido realizado en el mercado colombiano por la consultora FESOC S.A.C., utilizando fuentes primarias y secundarias. El trabajo realizado por la consultora ha sido supervisado y validado por la OCEX Bogotá y ha contado con la colaboración de la Dirección de Desarrollo de Mercados Internacionales del MINCETUR y Promperú. Se autoriza la reproducción de la información contenida en este documento siempre y cuando se mencione la fuente: MINCETUR. Plan de Desarrollo de Mercado de Colombia”



VAJILLAS DE PLÁSTICO

Índice

Resumen Ejecutivo	6	1.4. Ventajas del producto peruano y competencia	21
Antecedentes	6	1.4.1. Atributos del producto peruano	21
Metodología de estudio	7	1.4.2. Percepción del producto peruano	21
01. Mercado - Descripción del Sector	8	1.4.3. Sugerencias comerciales	22
1.1. Tamaño de mercado	9	1.4.4. Análisis de la competencia	23
1.1.1. Producción colombiana	9	02. Condiciones de Acceso	24
1.1.2. Exportaciones colombianas	10	2.1. Aranceles y otros	24
1.1.3. Importaciones colombianas	12	2.2. Normas de origen y pruebas de origen	25
1.1.4. Importaciones desde Perú	15	03. Canales de Distribución y Comercialización	26
1.2. Características generales	15	04. Información Adicional	28
1.2.1. Usos y formas de consumo	15	4.1. Empresas importadoras	28
1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación	16	4.2. Oficinas/Gremios en el mercado	30
1.2.3. Auditoría en tiendas	18	4.3. Ferias comerciales	30
1.2.4. Regiones/Sectores de mayor consumo	19	4.4. Links de interés	32
1.3. Perfil, Tendencias del consumidor y perspectivas del mercado	20	05. Bibliografía	33

Resumen Ejecutivo

Antecedentes

Al 2015, Colombia presenta una población de 48 millones de habitantes¹ aproximadamente; la tercera parte de ésta se encuentra en los principales departamentos del país, tales como: Antioquia, Valle del Cauca, Santander, Atlántico y Cundinamarca (especialmente la ciudad de Bogotá).

El sector plástico en Colombia se ha afeanzado en los últimos años, en gran parte debido a su importante plataforma de comercio con el resto del mundo; la ciudad en donde se aglomera la mayor actividad del sector es Bogotá.

Durante los últimos años el consumo de productos plásticos, en este caso, de vajillas y artículos de plástico, tiene una importante presencia en diferentes mercados de Colombia, donde se comercializan productos con diseños variados y de rápida adaptación a las exigencias del consumidor. Según lecturas especializadas, el producto peruano se caracteriza por su calidad y precios competitivos, puesto que es el primer país proveedor en América Latina y a nivel mundial es el segundo detrás de China.

Metodología de estudio

Para el desarrollo de este documento se realizó una recopilación de datos y cifras tanto primarias como secundarias, de estadísticas, bases de datos, artículos, estudios, publicaciones y documentos que permitan obtener información verídica, del contexto del mercado colombiano.

El presente trabajo se divide en cinco secciones. La primera sección realiza una breve descripción del sector plástico en Colombia y del mercado de las vajillas y artículos de plástico, teniendo en cuenta la producción de Colombia y su ujo comercial con el mundo y desde Perú.

En la segunda sección se encuentran las características generales del consumo colombiano, tendencias y auditoría en tiendas. La tercera sección hace una descripción de las normas y requisitos que se deben tener en cuenta para el acceso al mercado colombiano, en la cuarta sección se realizó una descripción de los canales de distribución y comercialización de las vajillas y artículos de plástico, en la quinta sección se ofrece una información de interés adicional para que el exportador negocie en Colombia.



¹Proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

01

Mercado - Descripción del Sector

La República de Colombia posee una población de 48,3 millones de habitantes (según BM, 2013), donde la tercera parte de la población se encuentra en las principales ciudades del país, como Bogotá, Medellín, Barranquilla y Cali, ciudades que superan el millón de habitantes, el resto de la población se distribuye en ciudades intermedias.

El sector plástico en Colombia es uno de los que se ha consolidado en los últimos años, gracias a su importante plataforma de comercio con el resto del mundo. Bogotá es la ciudad en donde se concentra la mayor actividad del sector y por consiguiente es la ciudad donde se realiza la principal comercialización de productos

plásticos, dado que concentra el 55% de las ventas del sector en el país.

En cuanto a las vajillas y demás artículos de plástico para el servicio de mesa o de cocina, también tuvieron un incremento en la demanda. Los principales proveedores de estos productos a Colombia son: Ecuador, Estados Unidos, China y Perú; estas importaciones aumentaron de manera notoria, llegando a duplicarse en los últimos cinco años con la llegada de varias marcas que están en los principales locales comerciales del país.

A continuación se especifica la partida arancelaria que se va a analizar en el mercado de destino (Colombia):

Tabla 1: Partida arancelaria de las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico.

Partida Arancelaria	Descripción Arancelaria
3924.10.90.00	Las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico.

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN
Elaboración: MINCETUR

1.1. Tamaño de mercado

A continuación se analiza el tamaño del mercado de vajillas y artículos de plástico en Colombia teniendo en cuenta su produc-

ción, sus exportaciones y sus importaciones totales, al igual que las importaciones provenientes del Perú.

Tabla 2: Flujo comercial de Colombia de la partida de las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico, en valor FOB (USD) para el año 2014

Partida	Descripción	Valor FOB Expor. USD 2014	Valor FOB Impor. USD 2014
3924.10.90.00	Las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico.	24 223 628	42 049 735

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2010 a 2014)
Elaboración: MINCETUR

1.1.1. Producción colombiana

La economía colombiana en los últimos años ha evidenciado una expansión sostenida, generando mejoras en el ingreso, la facilidad de acceso a créditos y el crecimiento de la población en las zonas urbanas, además del fortalecimiento del comercio nacional e internacional. Estos aspectos afectaron la producción y el consumo de productos transformados de plástico, debido a que el sector de plásticos es transversal a otras industrias. Bogotá es el principal mercado y centro de producción de plástico de Colombia, con más de 200 compañías, que representan el 55% de las ventas del sector de plásticos del país.

En el año 2014 la producción de plástico en Colombia superó el millón de toneladas anuales, cifra que se proyecta seguirá en crecimiento gracias al crecimiento de las otras industrias que demandan este tipo de productos.

El sector plásticos en Colombia tuvo un crecimiento moderado, según la Asociación Colombiana de Industrias Plásticas (Acoplásticos), la producción de artículos plásticos en el país valió más de USD 4 000 millones en 2014. El sector de plásticos procesa anualmente cerca de 980 000 toneladas de resinas. Sin embargo, se estimó que en el 2014 la producción de plástico superó el millón de toneladas

anuales. El sector genera alrededor de 40 000 empleos directos en el 2014. En términos regionales Bogotá, Bolívar y Antioquia concentran la mayor actividad de la producción del sector.

Según la Asociación Colombiana de Industrias Plásticas (ACOPLASTICOS), los principales sectores que demandan plástico en Colombia son: envases y empaques (55%), construcción (21%), institucional (8%) y agricultura (8%).

El departamento que más demanda este tipo de producto es Cundinamarca, especialmente la ciudad de Bogotá, gracias a su población en crecimiento, sumado al aumento del poder adquisitivo del estrato medio que está destinando más gasto en la

compra de este tipo de productos, este grupo de personas conforma el 45% de la población que vive en Bogotá, seguido por las principales urbes del país, como Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Cali, ciudades que superan el millón de habitantes.

1.1.2. Exportaciones colombianas

Colombia en las exportaciones de las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico, entre el año 2011 y 2012 alcanzó un monto cercano a los USD 29 millones. A continuación se detallan las exportaciones totales de Colombia de este producto en USD (Valor FOB), para el período comprendido entre el año 2010 hasta el año 2014.

Tabla 3: Evolución de exportaciones las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico (2010 – 2014)

Partida	3924.10.90.00						
Período	2010	2011	2012	2013	2014	% 2014/2010	% 2014/2013
Valor FOB (USD)	24 442 582	29 145 650	29 277 788	26 650 996	24 223 628	- 0,90	- 9,11

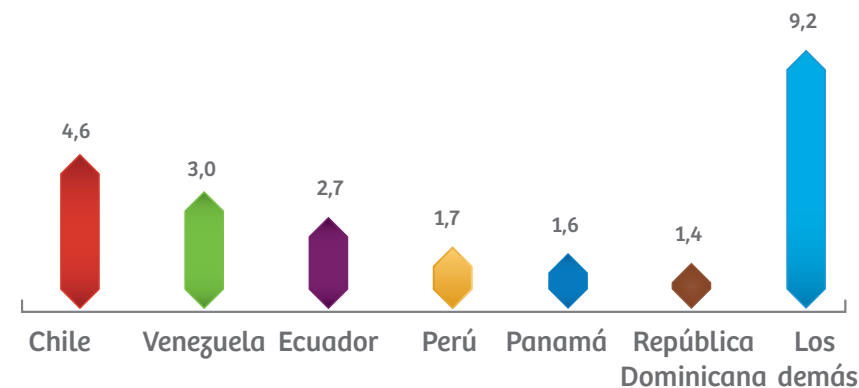
Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2010 a 2014)
Elaboración: MINCETUR

Se puede señalar que las exportaciones entre el año 2010 y 2011 tuvieron un aumento, pero a partir del año 2012 las exportaciones cayeron drásticamente, a tal punto, que para el año 2014 se observó el valor más bajo de las exportaciones de las demás vajillas y artículos de plástico para el período analizado. En el año 2014 se presentó una tasa de decrecimiento del 0,9% respecto al 2010, año en que las

exportaciones alcanzaron un monto de USD 24,2 millones; mientras que entre el año 2013 y 2014 la disminución de las exportaciones fue de 9,1%.

A continuación se detallan los principales países de destino de las exportaciones colombianas de las demás vajillas y artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico en el año 2014:

Gráfico 1: Principales países de destino de las exportaciones colombianas de las demás vajillas y artículos para el servicio de las mesas o de cocina, de plástico (2014), en Valor FOB - en millones de USD



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2010 a 2014)
Elaboración: MINCETUR

Se puede observar que en el año 2014 las exportaciones de las demás vajillas y artículos de plástico asumieron como primer destino Chile (19%), seguido por Venezuela (12%), Ecuador (11%), Perú (7%)

y Panamá (7%); estos cuatro países representaron el 56% del total del destino de las exportaciones que realizó Colombia en el año 2014.

1.1.3 Importaciones colombianas

Las importaciones de Colombia de las demás vajillas y artículos de plástico durante el período comprendido entre el año 2010 y el 2014 lograron un crecimiento considerable, de tal modo que para el año 2014 las importaciones que realizó

Colombia alcanzaron una tasa de crecimiento del 77,6% respecto al año 2010. A continuación se detallan las importaciones totales de las demás vajillas de plástico que hizo Colombia en USD (Valor FOB), para el período 2010-2014:

Tabla 4: Evolución de importaciones de las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico (2010 – 2014)

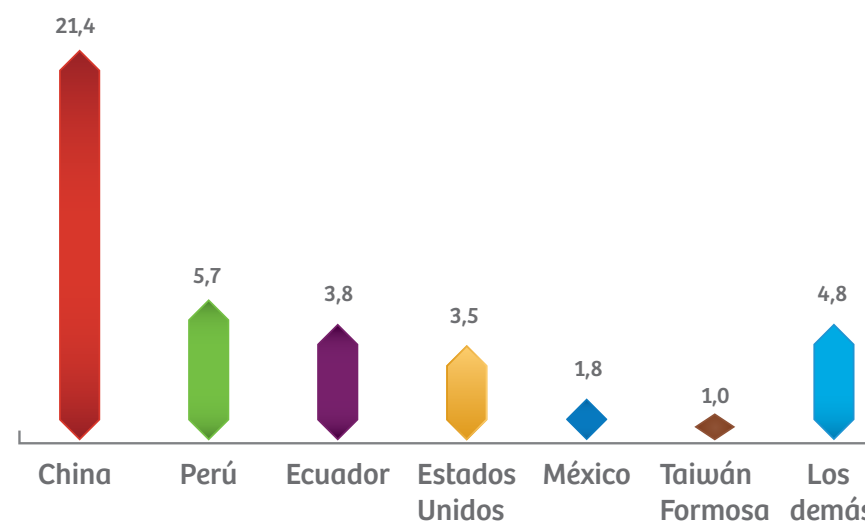
Partida	3924.10.90.00						
Período	2010	2011	2012	2013	2014	% 2014/2010	% 2014/2013
Valor FOB (USD)	23 676 325	30 963 108	39 786 378	39 056 632	42 049 735	77,60	7,66

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2010 a 2014)
Elaboración: MINCETUR

Como se puede observar en la anterior tabla las importaciones tienen una tendencia hacia el crecimiento aunque presentan pequeñas fluctuaciones, por ejemplo, en el año 2013, las importaciones de las demás vajillas de plástico disminuyeron levemente, y el año siguiente aumentaron un 7,6%, con un monto de USD 42 millones.

A continuación se detallan los principales países de origen de las importaciones de las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico para Colombia en el año 2014.

Gráfico 2: Principales países de origen de las importaciones colombianas de las demás vajillas y artículos para el servicio de las mesas o de cocina, de plástico (2014), en Valor FOB - en millones de USD



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2010 a 2014)
Elaboración: MINCETUR

Se puede observar que para el año 2014 las importaciones de las demás vajillas y artículos de plástico recibidas por Colombia, procedieron mayormente de China (50,9%), siendo el principal proveedor

y concentrando la mitad de este flujo, seguido por Perú (13,6%), Ecuador (9%) y Estados Unidos (8,4%); es decir, que estos cuatro países representaron el 82% de lo importado por Colombia en este rubro.

A continuación se muestran las principales empresas locales importadoras de vajillas de plástico en el año 2014:

Tabla 5: Principales empresas locales importadoras de vajillas de plástico en el año 2014

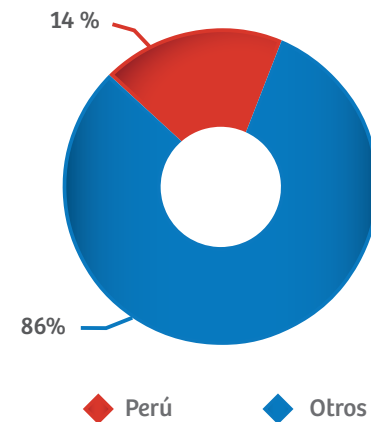
Importador	Valor FOB (USD)
Multidimensionales S.A.	3 622 691
Sodimac Colombia S.A.	2 656 213
C I Iblu S.A.S.	2 117 828
Pricesmart Col S.A.S.	1 951 485
Envases Plasticos Packfilm Ltda	1 868 256
Tupperware Colombia S.A.S.	1 711 223
Auon Colombia Ltda	966 159
Alms Exito S.A.	847 310
Dist Cristaleria La Mejor Ltda	823 675
Mecanelectro S.A.	734 027
Los Demas	24 750 869
TOTAL	42 049 735

Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2010 a 2014)
Elaboración: MINCETUR

1.1.4. Importaciones desde Perú

A continuación se muestra un gráfico donde se señala la participación de Perú en el total de las importaciones de las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico, que Colombia realizó en el año 2014.

Gráfico 3: Participación de Perú en las importaciones globales de Colombia de las demás vajillas y demás artículos de plástico para el servicio de mesa o cocina (2014)



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2010 a 2014)
Elaboración: MINCETUR

En el gráfico anterior se puede observar que en el año 2014, Perú exportó a Colombia USD 5 710 993, que representó el 13,6% de las importaciones globales que Colombia realizó de la partida analizada. Es importante resaltar que el Perú es el segundo proveedor detrás de China, el cual tiene la mitad de las importaciones de Colombia.

1.2. Características generales

1.2.1. Usos y formas de consumo

La utilización de productos plásticos para la mesa (platos, vasos, cubiertos, vajillas, tazas, pitillos, entre otros artículos) en Colombia es muy común durante fiestas, reuniones, graduaciones y demás eventos sociales, para servir los alimentos. Estos productos se utilizan por una sola ocasión y son muy demandados por los colombianos. El uso de estos elementos se hace por comodidad.

1.2.2. Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

A continuación se hace una descripción de las demás vajillas y artículos para el servicio de mesa o de cocina que tienen una alta rotación en el mercado colombiano:

Tabla 6: Descripción, especificaciones del producto y formas de presentación

Producto	Forma de Presentación	Imagen
Vaso Pequeño	0,5 oz * 100 und	
	1 oz * 100 und	
Vaso Blanco	7 oz * 20 und	
	9 oz * 20 und	
Vasos translúcidos, colores	7 oz*20 und	
Vaso Cafetero	20 und	
	Con ASA 3,5 oz* 20 und	

Producto	Forma de Presentación	Imagen
Plato Pando	Pequeño: 15,5 cm * 20 und	
	Mediano: 23 cm * 20 und	
	Grande: 26 cm	
Plato con tres divisiones	26 cm*20 und	
Plato hondo	20 cm*20 und	
Cubiertos	Cuchara Grande*100 und	
	Cuchara Pequeña*100 und	
	Tenedor*100 und	
	Cuchillo*100 und	
Copas para licor	Vino* 20 und	
Copas Ensambladas/ Multiusos	Mediana*20 und	
	Veneciana oz*20 und	
	Veneciana 8 oz*20 und	

Fuente: a partir de las visitas a tiendas especializadas
Elaboración: MINCETUR

1.2.3. Auditoría en tiendas

A continuación se detallan los precios encontrados durante la auditoría en tiendas:

Tabla 7: Auditoría en tiendas

Producto (25 unidades promedio)	Segmento	Precio
Vaso Pequeño	Plástico	USD 1,1
		USD 1,6
Vaso Blanco	Plástico	USD 0,4
		USD 0,8
Vasos translúcidos, colores	Plástico	USD 1,8
Pocillo Café	Plástico	USD 2,5
		USD 0,9
Plato Pando	Plástico	USD 3,1
		USD 5,8
		USD 8
Plato con tres divisiones	Plástico	USD 7,9
Plato hondo	Plástico	USD 1,9
Cubiertos	Plástico	USD 2,9
		USD 1,3
		USD 3,5
		USD 3,5
Copas para licor	Plástico	USD 6,5
Copas Ensambladas	Plástico	USD 5,9
		USD 3,3
		USD 5,5

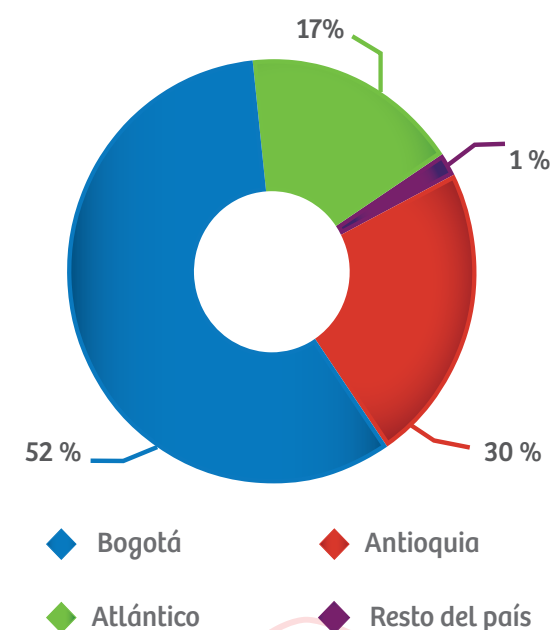
Fuente: a partir de las visitas a tiendas especializadas
Elaboración: MINCETUR

1.2.4. Regiones/Sectores de mayor consumo

Para el año 2014 las zonas de mayor consumo de vajillas y artículos de plástico importados en Colombia se dio en los principales departamentos del país:

Bogotá (Cundinamarca) con un participación del 51,8%, y un valor importado de USD 1,9 millones, seguido por Antioquia con un 29,8% y Atlántico con un 17,2% y un monto importado de USD 1,1 millones y USD 641 mil respectivamente.

Gráfico 4: Lugares de mayor consumo de vajillas y artículos de plástico importado en Colombia (2014)



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2014)
Elaboración: MINCETUR

NOTA: Los precios de estos artículos son referenciales, estos pueden variar dependiendo del tipo de establecimiento que lo comercializa.

1.3. Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

En cuanto al consumo local, las principales marcas de vajillas de plástico son Darnel, Tami Domingo y TUC, siendo los productos con más rotación los vasos de plástico, los cubiertos y los platos de plástico espumados (ver punto 1.2.2). A

continuación se realiza una descripción de algunas de las principales marcas de las demás vajillas y artículos de plásticos en el mercado de Colombia, que permitirá tener un indicador de las preferencias del consumidor:

Tabla 8: Perfil, tendencias del consumidor y perspectivas del mercado

DARNEL (co.darnelgroup.com)	TAMI (co.darnelgroup.com)	DOMINGO (www.grupophoenix.com)
		
		

Además de marcas propias como Éxito, Makro, Jumbo

Elaboración: MINCETUR

La principal competencia de las empresas dedicadas a este rubro son los productos metálicos y en menor medida los de madera, además de la competencia directa con productos similares. La resistencia del producto, como el diseño son cualidades muy apreciadas por el consumidor.

1.4. Ventajas del producto peruano y competencia

Para analizar las ventajas de las demás vajillas y artículos de plástico que produce Perú, se analizarán cuatro aspectos:

- Atributos del producto peruano.
- Percepción del producto peruano.
- Sugerencias comerciales.
- Análisis de la competencia.

1.4.1. Atributos del producto peruano

Durante los últimos años el consumo de productos plásticos, y en este caso de vajillas y artículos de plástico se benefician de una importante presencia en distintos mercados. Las vajillas plásticas del Perú

se caracterizan por su calidad y diseños, que le dan un carácter diferenciador frente a productos similares en el mercado colombiano. Sus precios son competitivos y sumado a esto, los importadores colombianos reconocen la credibilidad de las negociaciones con los exportadores peruanos, que tienen un reconocimiento sustentado por negociaciones pasadas.

1.4.2. Percepción del producto peruano

Los productos plásticos peruanos gozan de reconocida calidad, además tienen una alta diversificación, lo que lo convierte en un proveedor atractivo para entablar negociaciones comerciales.

También se reconoce en el mercado colombiano el adecuado nivel de sinergia comercial (complementariedad de líneas) y la pertinente capacidad de respuesta a la demanda internacional, gracias a la reputación con que gozan los empresarios peruanos.

Otro punto que cabe resaltar es que las empresas peruanas están ingresando al mercado productos "económicos", sin dejar de lado la calidad en su elaboración.

1.4.3 Sugerencias comerciales

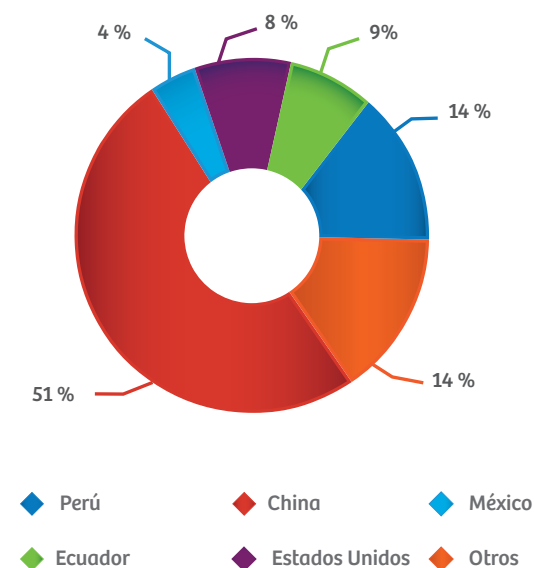
A continuación se plantean algunas sugerencias para los exportadores peruanos, para fortalecer su presencia en los mercados internacionales y especialmente en el mercado colombiano:

- El exportador peruano deberá empezar a manejar y optimizar la tecnología para su producción, que le permita desarrollar productos que sean más amigables con el medio ambiente, pues en Colombia se produce y se promociona este tipo de productos.
- Perú debe aprovechar la ventaja de tener una cercanía geográfica con el mercado colombiano, lo que lo convierte en un importante competidor frente a los demás países exportadores, como China, a través de costos de transporte desde el lugar de origen hasta el almacén del comprador. Además, el Perú debe destacar la calidad de sus productos frente a la oferta china.
- El exportador peruano junto con el comprador deben trabajar para diseñar planes de promoción y publicidad en los diferentes medios de comunicación, para dar a conocer las características del producto peruano, pues el mercado colombiano toma decisiones de compra a partir de la información encontrada en los medios masivos. A la vez que deberá realizar actividades y estrategias en misiones comerciales que permitan dar a conocer su producto. El exportador debe considerar, su participación en ferias de manufacturas de plástico, para efectuar una prospección con miras a su ingreso o afianzamiento en el mercado.
- Incentivar la realización, promoción y asistencia a las diferentes ferias especializadas del sector plásticos que se hacen en Perú y Colombia, lo que permitirá dar a conocer el valor agregado de las diferentes variedades del producto peruano a los consumidores colombiano.

1.4.4. Análisis de la competencia

A continuación se muestra una gráfica con la competencia del Perú en el total de importaciones de vajillas y artículos de plástico que realizó Colombia para el año 2014:

Gráfico 5: Competencia para Perú, según país de origen, de las demás vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, de plástico (2014)



Fuente: Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MINCIT- Colombia (2014)
Elaboración: MINCETUR

En el gráfico anterior se puede observar que la principal competencia para Perú en las importaciones de Colombia de las demás vajillas y artículos de plásticos es China, ya que este país representa el 51% de las importaciones, mientras que

Ecuador y Estados Unidos tienen una participación que representa el 9% y 8%, respectivamente. Perú es el segundo proveedor con un valor exportado de USD 5,7 millones, mientras que China alcanzó un monto de USD 21 millones en el 2014.

02

Condiciones de Acceso

En la siguiente parte se analizará el régimen de importación, los aranceles, los

requisitos del comprador y las barreras, estándares y normas.

2.1. Aranceles y otros

Para la elaboración de este apartado se tomaron datos de la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), que es la entidad en Colombia encargada de regular los flujos comerciales de este país. A continuación se encuentra el link

de la página web de la DIAN: www.dian.gov.co. Se recomienda la visita a esta página web antes de iniciar cualquier actividad de comercialización hacia Colombia.

Tabla 9: Aranceles y otros

Régimen de Importación	
Nivel Nomenclatura	Código
ARIAN	3924.10.90.00
Gravamen	15%
IVA	16%
Gravamen por Acuerdos Internacionales	0 % (Procedente de Perú, con certificado de origen)
Régimen de comercio	Libre importación
Índice Alfabético	Moldes de Plástico
Descripción de Mercancía	Nombre comercial (obligatorio), Otras características (obligatorio).

Fuente: Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN
Elaboración: MINCETUR

2.2. Normas de origen y pruebas de origen

Para que las vajillas de plástico califiquen como originarias dentro del territorio de Perú o Colombia; y de ese modo, logren beneficiarse de las preferencias arancelarias de la Comunidad Andina, se tiene que cumplir con ciertos requisitos de origen detallados a continuación.

El primer requisito dispone que todos los materiales utilizados en la fabricación de vajillas de plástico deberán ser originarios del territorio de los Países Andinos, conforme al artículo 2 inciso (b) de la Decisión 416 de la Comunidad Andina.

Por otro lado, en el caso de que dentro del proceso productivo de fabricación o transformación de las vajillas de plástico se utilicen materiales o insumos no originarios del territorio de los países andinos (procedentes de terceros países) deberá cumplir las siguientes condiciones:

- » Que resulten de un proceso de producción o transformación realizado en el territorio de un país miembro; y

- » Que dicho proceso les confiera una nueva individualidad caracterizada por el hecho de estar clasificadas en la NANDINA, en una partida diferente a la de los materiales no originarios;

Finalmente, en el caso de que las vajillas de plástico no cumplan con el requisito anterior, a fin de considerarse originarios se deberá cumplir que en su fabricación se utilicen materiales originarios del territorio de los países andinos, y el valor CIF de los materiales no originarios no exceda el 50 % del valor FOB de exportación del producto en el caso de Colombia, Perú y Venezuela.

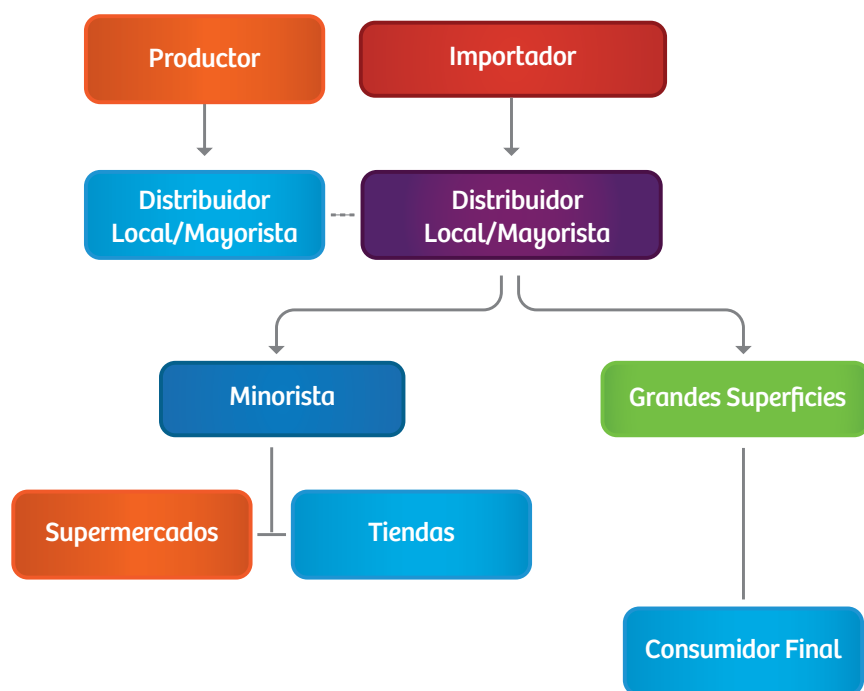
Para mayor información en relación a normas de origen en la Comunidad Andina, visitar la dirección web:

www.acuerdoscomerciales.gob.pe/images/stories/can/decision_nro_416.pdf

03

Canales de Distribución y Comercialización

Gráfico 6: Canales de distribución y comercialización



Elaboración: MINCETUR

Descripción del canal

El canal de distribución para las vajillas y artículos de plástico se determina a partir de la cadena logística y los requerimientos que se apliquen a la hora de realizar la exportación. Por lo general, el canal está definido por:

- » **Productor:** es el agente encargado de fabricar las vajillas plásticas (platos, vasos, copas, cubiertos, entre otros), su comercialización se dirige a mayoristas, tiendas pequeñas, consumidor final. Por ejemplo, existen productores, como: Grupo Phoenix y Kos Colombia.
- » **Importador:** es el agente que se encarga de trasladar el producto al distribuidor/mayorista. Por ejemplo, existen importadores, como: Multidimensionales S A, C I Iblu S A S, Envases Plásticos Packfilm Ltda y Tupperware Colombia SAS. Los importadores también pueden ser las mismas grandes superficies y/o hipermercados.
- » **Distribuidor/Mayorista:** es el agente que se encarga de vender las vajillas de plástico a minoristas (tiendas pequeñas y/o supermercados de pequeña dimensión) y algunas veces al consumidor final. Por ejemplo, algunos distribuidores son El Surtidor, Desechables La Popa Ltda, Desechables y Plásticos Costa Caribe S A S, entre otros.

- » **Minoristas:** son los agentes encargados de vender directamente los productos al consumidor final, su venta generalmente es al detalles. En este eslabón se encuentran las tiendas de barrio y supermercados pequeños, como Cooratiendas, Mercados Modernos, Mercados Supatoca, entre otros.
- » **Grandes superficies/Hipermercados:** son plataformas que distribuyen sus productos al consumidor final, su venta es al detalles. Entre las grandes superficies e hipermercados se encuentran Makro, Olímpica, Almacenes Éxito, Jumbo, Metro, La 14, entre otros.
- » **Consumidor Final:** es el usuario final que compra las vajillas de plástico, su adquisición es de los productos al detalles.

En el canal de distribución de las vajillas de plástico se detectan dos tipos de canales: canal directo e indirecto. El canal directo implica una importación por las grandes superficies y distribuidores, los cuales venden sus productos al consumidor final. El canal indirecto implica la participación de varios agentes hasta el consumo final, donde el importador comercializa los productos al mayorista (venta al por mayor), y este lo vende a minoristas, supermercados y tiendas, que venden al detalle sus productos.

04

Información Adicional

4.1. Empresas importadoras

A continuación se encuentran las principales empresas importadoras de vajillas y artículos de plástico en Colombia para el año 2014:

Tabla 10: Empresas importadoras

N°	NIT (RUC)	Empresa	Contacto	Ciudad
1	860530547	MULTIDIMENSIONALES S.A.	www.grupophoenix.com	Bogotá
2	800242106	SODIMAC COLOMBIA S.A.	www.homecenter.com.co	Bogotá
3	890932279	C.I. IBLU SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	www.ciiblu.com	Antioquia
4	900319753	PRICESMART COLOMBIA S.A.S.	shop.pricesmart.com	Bogotá
5	900406525	TUPPERWARE COLOMBIA S.A.S.	www.tupperware.com.co	Bogotá
6	830078644	ENVASES PLASTICOS PACKFILM LIMITADA	--	Funza
7	830878644	AVON COLOMBIA LTDA	www.avon.com.co	Antioquia
8	900041914	ALMACENES EXITO S.A.	www.exit.com	Antioquia
9	890900608	DISTRIBUIDORA CRISTALERIA LA MEJOR LTDA	--	Valle del Cauca
10	805027305	MECANELECTRO S. A.	mecanelectro.com	Cali
11	860001584	GROUPE SEB COLOMBIA S.A.	www.ceo.org.co	Rionegro
12	830078644	CENCOSUD COLOMBIA S.A.	www.tiendasjumbo.co/cencosud	Bogotá
13	900155107	OLI OPERACIONES LOGISTICAS INTEGRADAS S.A.S.	--	Funza
14	900298494	GREEN PACKING S.A.S.	--	Bogotá
15	900399312	COMERCIALIZADORA SANTANDER S.A.	--	Pereira
16	816004998	BEDOYA RIOS YOVANY ANDRES	--	Antioquia
17	98702239	ELECTRO VILLEGAS S.A.S.	www.electrovillegas.com.co	Medellín
18	900267094	STILOTEX S.A.S.	www.stilotex.com	Bogotá
19	800167919	INDUSTRIAS INCA S.A.	--	Bogotá

N°	NIT (RUC)	Empresa	Contacto	Ciudad
20	860001777	MUNDI UTIL S.A.S.	mundiutil.com/MundiUtil.html	Antioquia
21	900577348	COMERCIALIZADORA ARCA EJE S.A.S	--	Caldas
22	900502059	FALABELLA DE COLOMBIA S A	www.falabella.com.co	Bogotá
23	900017447	INDUSTRIAL TAYLOR S A S	www.industrialtaylor.com	Bogotá
24	860510826	ESTIBOL S A S	www.estibol.com	Bogotá
25	860508382	MAKRO SUPERMAYORISTA S.A.S	www.makrovirtual.com	Bogotá
26	6282254	SUPERTIENDAS Y DROGUERIAS OLIMPICA S.A.	www.olimpica.com	Barranquilla
27	890107487	MARPICO S.A.	--	Bogotá
28	800015615	LOGISTICA INTERGLOBAL S.A.S.	--	Cúcuta
29	900608159	ILKO ARCOASEO S.A.S	--	Mosquera
30	800228878	CONTINENTAL CARGO LTDA.	--	Bogotá
31	800252883	REPRESENTACIONES POLIMES SAS	www.polimes.com/empresa.html	Bogotá
32	800188810	COMERCIALIZADORA COLPER LIMITADA	--	Bogotá
33	830068056	PLASTICOS FORMOSA LIMITADA	www.plasticosformosa.com	Cúcuta
34	900121262	PINEDA ARISTIZABAL JORGE ARTURO	--	Bogotá
35	17170377	FANTASY TRADING S.A.	www.fantasytrading.net	Itagüí

4.2. Oficinas/Gremios en el mercado

Tabla: 11: Oficinas/Gremios en el mercado

Oficina/Gremio	Ubicación	Teléfono	Web
Acoplásticos Asociación Hortifruti- cola de Colombia	Calle 69 No. 5 - 33 - Bogotá	Tel: (571) 346 0655 / 346 3046	www.acoplasticos.org

4.3 Ferias comerciales

Tabla 12: Ferias comerciales

Feria	Sector	Descripción	Fecha	Enlace de Interés
SCAPET	Plásticos y caucho	Es un encuentro para los productores y proveedores de resina PET, fabricantes de artículos de poliéster, comerciantes, diseñadores y fabricantes de tecnología, entre otros, en el que se pueden conocer con actores tomadores de decisiones y, de una manera paralela, conocer las últimas tendencias y avances internacionales con respecto al PET.	Junio-Bogotá	www.cmtevents.com/aboutevent.aspx?ev=150615
Andina-Pack	Plásticos y caucho	Es una de las ferias más grandes de Suramérica, ofrecerá a los empresarios nacionales e internacionales una completa exhibición de tecnologías e innovaciones para la industria de los envases. Se exponen soluciones y maquinarias para la transformación y procesamiento de empaques, así como procesos de envasado, sellado y embalaje para diversas industrias usuarias como la farmacéutica, alimentaria, de bebidas, cuidado personal, cosmética, agroquímica, industrial, entre otros.	Noviembre-Bogotá	www.andina-pack.com

Feria	Sector	Descripción	Fecha	Enlace de Interés
Colombia-plast	Plásticos y caucho	La industria del plástico, el caucho y la petroquímica de Latinoamérica se da cita en Colombiaplast para conocer las últimas novedades y tendencias del sector y para internacionalizar su negocio. Además de una importante muestra con lo último en equipos, herramientas y maquinaria, en robótica, materias primas o productos terminados y semi-terminados, Colombiaplast cuenta con un extenso Programa Académico.	Septiembre-Bogotá	www.colombiaplast.com
Feria Internacional de Bogotá (FIB)	Multisectorial	La Feria Internacional de Bogotá, exposición industrial, se ha venido realizando hace 60 años bienalmente en la ciudad de Bogotá. Es un evento especializado, dirigido a las nuevas tecnologías aplicadas a todas las industrias productivas del continente. Es el motor de desarrollo y centro de contactos empresariales e industriales, fomentando el intercambio tecnológico y comercial.	Septiembre-Bogotá	feriainternacional.com

05

Bibliografía

4.4. Links de interés

- Ministerio de Comercio Exterior, Industria y Turismo de Colombia
www.mincit.gov.co
- Cámara de Comercio de Bogotá
www.ccb.org.co
- Superintendencia de Industria y Comercio
www.sic.gov.co
- Federación Nacional de Comerciantes FENALCO
www.fenalco.com.co
- Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN)
www.dian.gov.co
- Banco Colombiano de Exportaciones (BANCOLDEX)
www.bancoldex.com
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística
www.dane.gov.co
- Asociación Nacional de Empresarios de Colombia
www.andi.com.co
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA)
www.invima.gov.co
- Proexport Colombia
www.proexport.com.co

» DANE (Departamento Nacional de Estadística): tiene la responsabilidad de la planeación, levantamiento, procesamiento, análisis y difusión de las estadísticas únicas oficiales, que se distribuyen a nivel nacional y para organismos internacionales.

www.dane.gov.co

» Proexport: entidad encargada de la promoción comercial de las exportaciones no tradicionales de Colombia, brindando apoyo a los empresarios nacionales en sus actividades de internacionalización.

www.proexport.com.co

» BACEX: banco de Datos de Comercio Exterior y Servicio de procesamiento de información de importaciones y exportaciones de Colombia. Disponible en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

www.bacex.mincit.gov.co

» DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales): entidad encargada de administrar y controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias y aduaneras; vigila y controla las operaciones de cambio de competencia de la DIAN y facilita las operaciones de comercio exterior.

www.dian.gov.co

» Diario económico, empresarial y financiero LA REPUBLICA.

www.larepublica.co

» EL TIEMPO: periódico colombiano de mayor circulación.

www.eltiempo.com

» Ministerio de Comercio, Industria y Turismo

www.mincit.gov.co

» TLC

www.tlc.gov.co

» Confecámaras

www.rues.org.co

2016

Perú



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo