

COMERCIALIZACION DEL BIODIESEL EN EL PERU



Setiembre 2006



Pecsa
PERUANA DE COMBUSTIBLES

NUESTRA VISIÓN:

Ser una empresa integrada, anticipada al futuro y a la competencia, en permanente exploración de nuevas oportunidades de negocio, explotándolas, en armonía con el medio ambiente, las necesidades de nuestros clientes, la satisfacción de los consumidores y las expectativas de nuestro personal y de nuestros accionistas.



NUESTRA MISIÓN:

Ser una empresa eficiente, especializada en la distribución de combustibles, dirigida a satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindándoles un servicio de calidad y un soporte permanente que impulse sus ventas y enriquezca su oferta de bienes y servicios en beneficio de los consumidores.



NUESTROS VALORES:

Nuestros valores guían nuestras acciones:

INTEGRIDAD

Dentro de la rectitud, la probidad, la transparencia y el respeto a la Ley.

HONESTIDAD

Dentro de la dignidad, la honradez, la lealtad y la responsabilidad.

EQUIDAD

Dentro de la justicia, la razón, la solidaridad y la valoración.



Pecsa

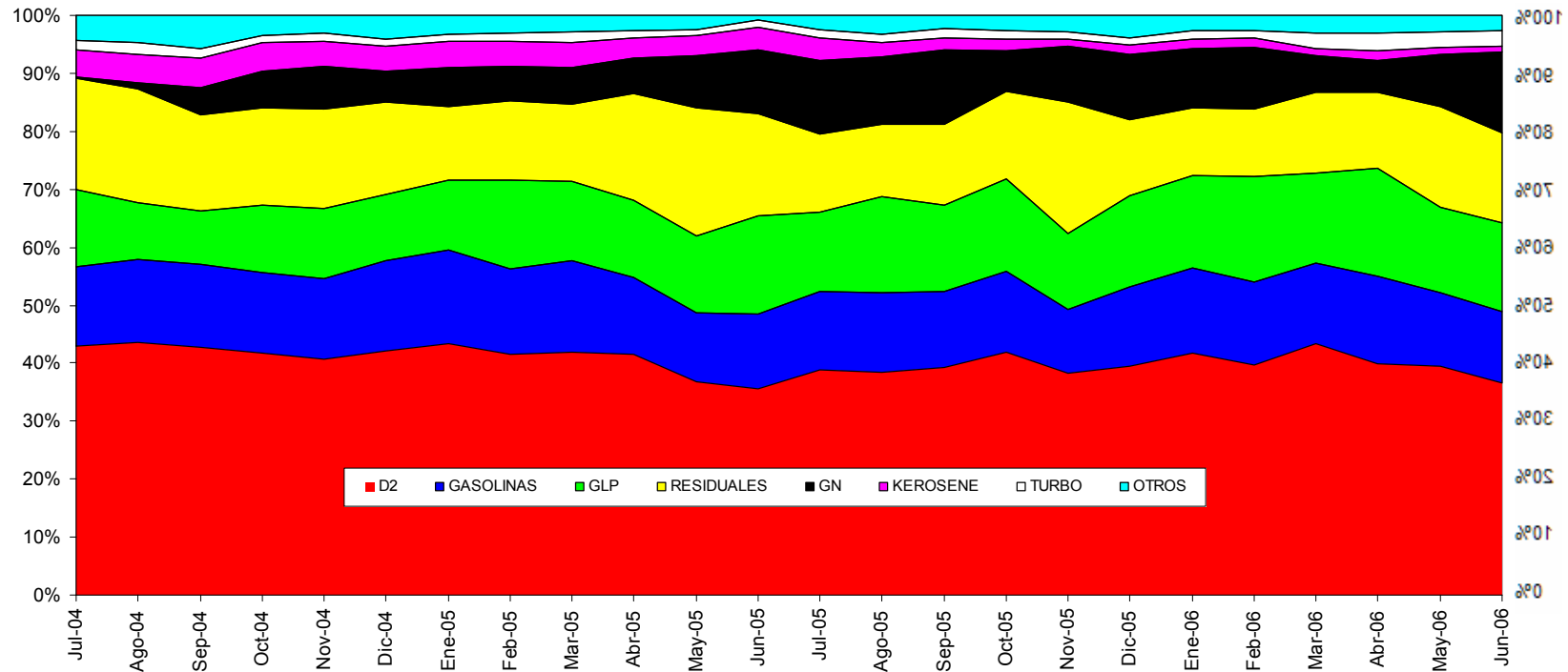


Corporación PECSA

- fundada en 1994 y operando desde 1997
- líneas de negocio :
 - combustibles líquidos
 - Oficinas de ventas en 14 terminales
 - 650 clientes: eess, transportes, industrias
 - estaciones de servicio
 - Cadena mas grande del Perú, 176 EESS en 62 ciudades
 - GLP (envasado, granel)
 - Planta envasadora Huachipa, ISO 14001
 - 47 distribuidores Lima y provincias
 - gas vehicular (GLP, GNV)
 - Red 20 gasocentros, 43 en proyecto
 - Primer gasocentro GNV, 5 proyectadas fines 2006
 - lubricantes (octubre 2004)
- desde 1999 una de las 20 empresas de mayor facturación en el Perú (2005, US\$. 634 MM)



Mercado Hidrocarburos



	Jul-04	Ago-04	Sep-04	Oct-04	Nov-04	Dic-04	Ene-05	Feb-05	Mar-05	Abr-05	May-05	Jun-05	Jul-05	Ago-05	Sep-05	Oct-05	Nov-05	Dic-05	Ene-06	Feb-06	Mar-06	Abr-06	May-06	Jun-06
MBDC	Jul-04	Ago-04	Sep-04	Oct-04	Nov-04	Dic-04	Ene-05	Feb-05	Mar-05	Abr-05	May-05	Jun-05	Jul-05	Ago-05	Sep-05	Oct-05	Nov-05	Dic-05	Ene-06	Feb-06	Mar-06	Abr-06	May-06	Jun-06
TOTAL	160.5	154.4	151.1	153.3	154.0	148.7	129.0	133.6	136.0	155.0	160.1	154.6	145.8	148.0	147.4	139.2	173.5	152.5	138.3	136.2	142.9	135.2	152.7	162.5
D2	69.1	67.3	64.5	64.0	62.6	62.5	56.0	55.5	57.1	64.4	58.9	55.0	56.8	57.1	57.9	58.4	66.3	60.2	57.6	53.9	62.0	53.9	60.2	59.6
GASOLINAS	21.7	22.1	21.6	21.1	21.4	23.1	20.7	19.7	21.3	20.5	19.0	20.0	19.4	20.1	19.4	19.3	19.1	20.8	20.3	19.6	19.8	20.5	19.3	19.9
GLP	21.4	15.1	14.0	18.0	18.5	17.2	15.5	20.3	18.8	20.9	21.4	26.0	20.1	24.6	21.8	22.4	22.9	24.2	22.2	24.8	22.3	25.3	22.6	24.9
RESIDUALES	31.0	30.2	25.3	25.6	26.6	23.6	16.5	18.4	18.0	28.4	35.4	27.5	19.8	18.4	20.7	21.0	39.4	20.0	16.0	15.8	19.8	17.5	26.6	25.3
GN	0.3	1.6	7.0	9.8	11.2	8.0	8.8	7.9	8.7	9.4	14.2	17.0	18.3	17.5	19.0	9.7	16.5	17.1	14.3	14.6	9.1	7.6	13.7	22.6
KEROSENE	7.7	7.8	7.8	7.4	6.8	6.4	5.6	5.9	5.9	5.7	5.6	6.0	5.7	3.6	3.0	2.7	2.3	2.4	2.1	2.0	1.8	2.1	1.8	1.7
TURBO	2.5	3.1	2.3	2.1	2.0	1.9	1.7	1.8	2.2	1.8	1.6	1.7	2.3	2.1	2.3	2.1	2.1	2.0	2.0	1.7	3.8	4.2	4.0	4.1
OTROS	6.9	7.2	8.8	5.2	4.9	6.0	4.2	4.1	4.0	4.1	3.9	1.3	3.5	4.7	3.4	3.7	4.9	5.8	3.7	3.7	4.2	4.2	4.5	4.4



Situación diesel 2 mercado peruano

-Consumo nacional diesel:

- 40% total combustibles (60MBd/c)

- 40% consumo concentrado Lima

- se importa un 30/35% del diesel 2 que se consume en el país

-Principales usuarios:

- transporte pasajeros y de carga

- industrias, pesca

- generación energía

-Estado mantiene fondo estabilización de precios, evitando impacto en consumidores

-cambio matriz energética: programa prioritario



Biodiesel en el Perú: marco legal

Ley de promoción del mercado de Biocombustibles (Ley 28054)

- Incentiva la participación privada para la producción y comercialización de Biocombustibles.
- Promueve la alta especialización en materia de Biocombustibles.
- Incentiva el desarrollo de proyectos experimentales.
- Promueve la producción de Biocombustibles en la Región Selva.

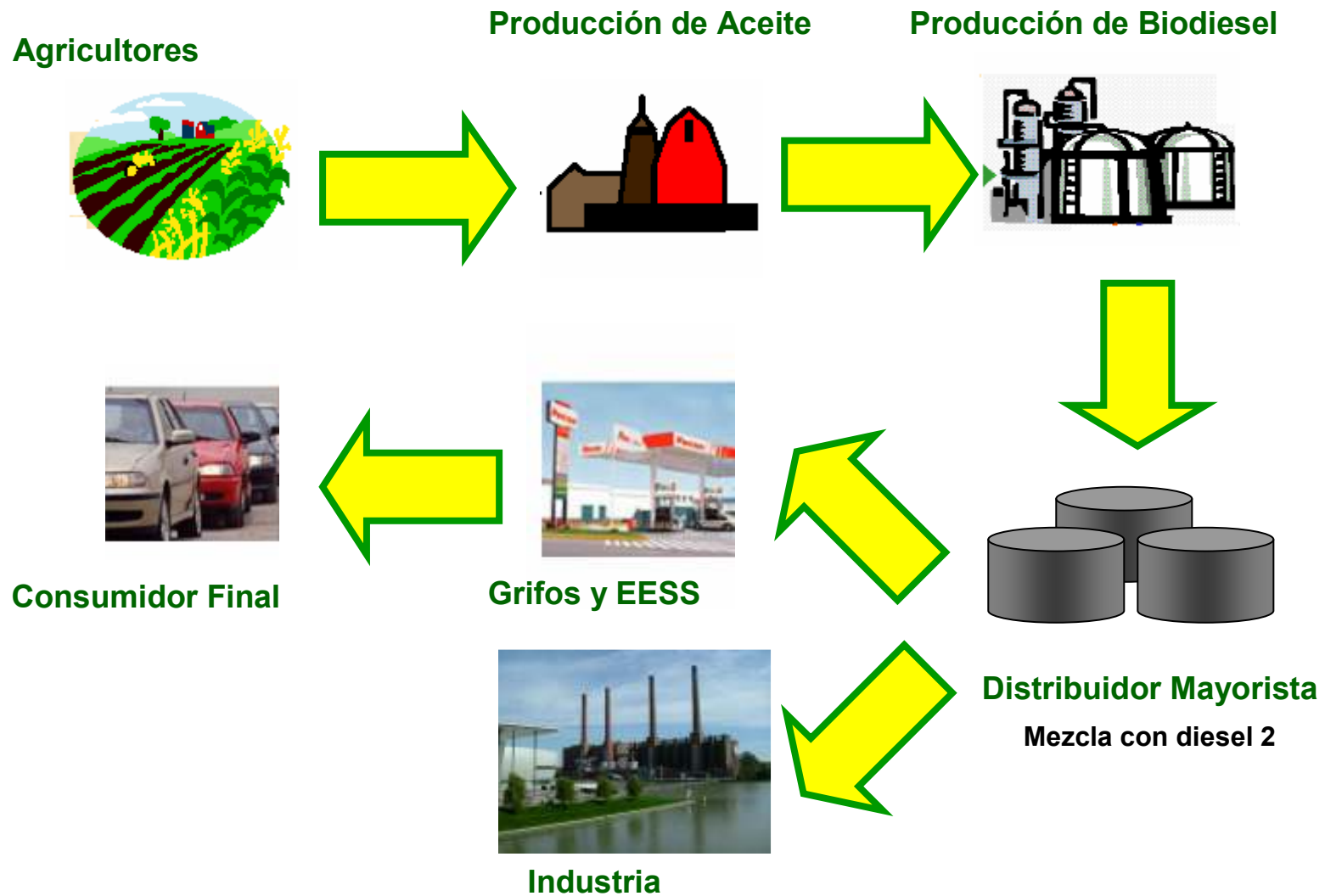
Reglamento de la Ley 28054

ART 12:

- La comercialización será a través de los DDMM combustibles líquidos
- Las mezclas se harán en plantas de abastecimiento registrados en la DGH.
- Mezcla mínima 5% para ser considerado ecológico



Cadena productiva-comercializadora



Aspectos que inciden en la comercialización

- Producción:
 - Tecnología aparentemente simple para producción biodiesel puede generar aparición masiva de plantas (“hágalo Ud. Mismo”)
 - Producción biodiesel 100 no es controlada por DGH/Osinerg
 - Biodiesel podría convertirse nuevo medio adulteración diesel y kerosene
 - Poca producción oleaginosas, dependencia aceites importados
- Controles de calidad:
 - Definición de NTP que se adecúe a mezclas al 5-10-20-50-100%
- Almacenamiento-distribución
 - Poca disponibilidad almacenamiento en plantas de combustibles (terminales)
 - Ley Hidrocarburos: existencias mínimas inventarios
 - Estaciones de servicios tienen que adecuar su infraestructura para comercializar nuevos productos (biodiesel + etanol)
- Marketing
 - Campañas difusión para incentivar su uso, creando conciencia mejoras ambientales
 - Revisiones técnicas no operativas

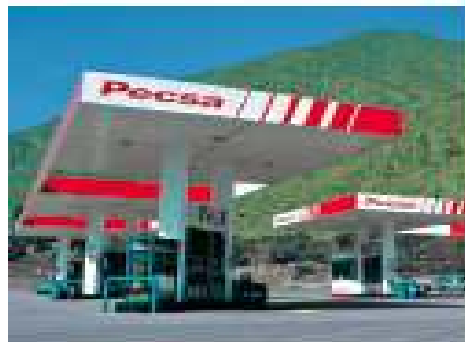
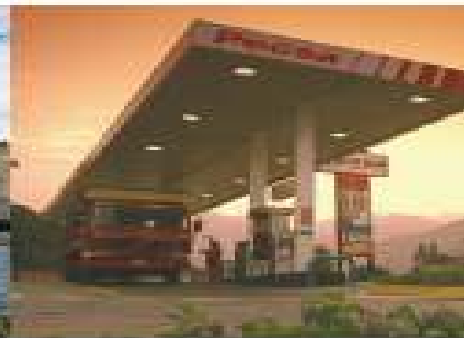


Recomendaciones

- Unidad de fiscalización/supervisión a productores y comercializadores del Bio 100 y sus mezclas
- Incluir Bio 100 y mezclas a controles Osinerg: Scop, trazadores/marcadores, etc.
- Fomentar agresivamente la generación de cultivos oleaginosos nacionales, bajar dependencia aceites/semillas importados
- Nombramiento de comité técnico con presencia de todos los actores: producción, fiscalización, distribución, comercialización
- Liberar en etapa introducción exigencia de stocks mínimos
- Unificar gasolinas 97/95 octanos en una sola, crear disponibilidad tanques eess
- Promoción/difusión no debe ser exclusividad DDMM, proyecto INTERES NACIONAL
- Implementar Revisiones Técnicas



Gracias !



Peccsa / / / / /