



Diagnóstico y Estrategia sectorial

Joaquín Schawlb

jschwalb@promperu.Gob.pe

27 de enero de 2016

Lima, Perú

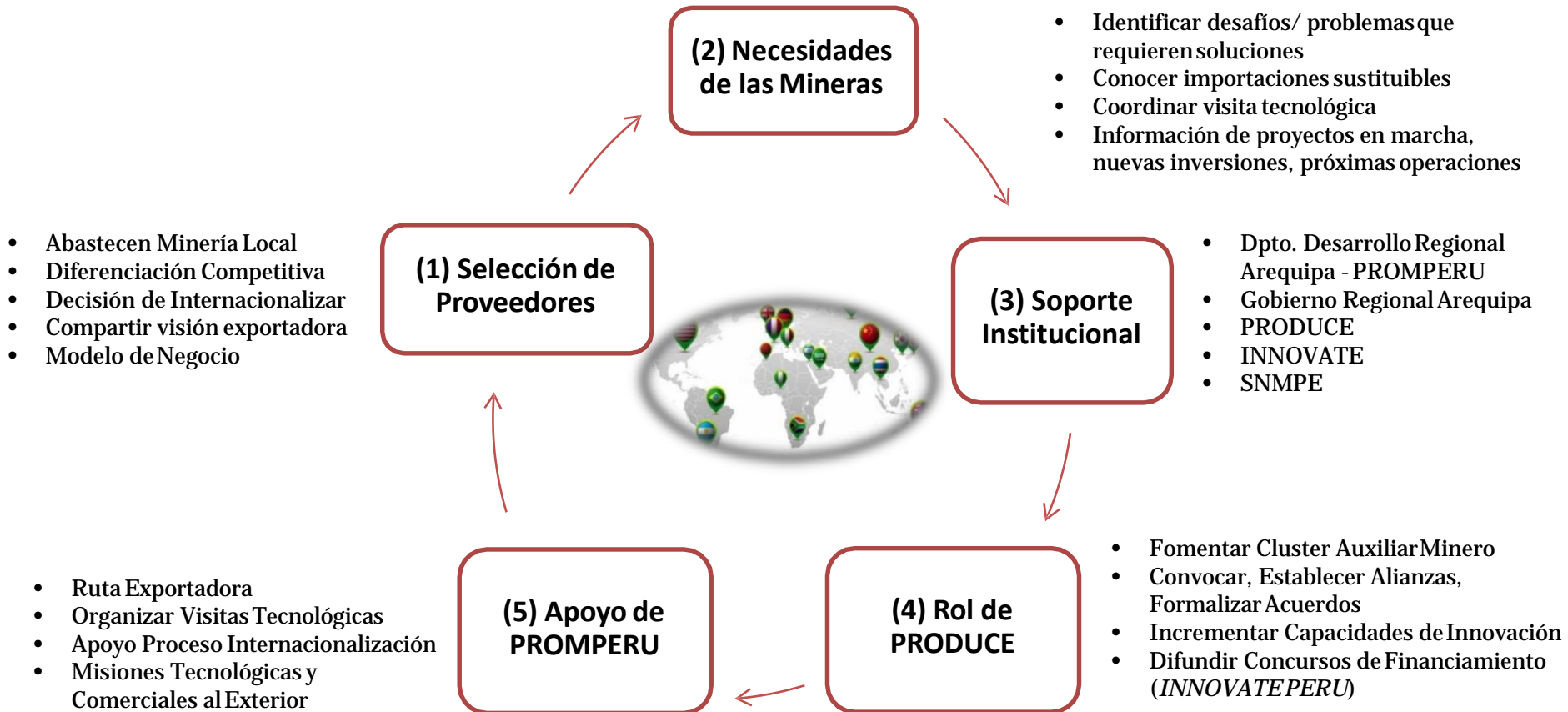
www.promperu.gob.pe

www.siicex.gob.pe



Cómo Ser un Proveedor Minero de Clase Mundial

- El RETO es desarrollar las capacidades empresariales, adecuar la tecnología y formar alianzas estratégicas para ofrecer soluciones a las necesidades de las empresas mineras.
- Se busca contar con proveedores capaces de ofrecer productos y prestar servicios cada vez más complejos para la industria minera y otras industrias en los mercados de Alianza Pacífico.



Apoyo de PROMPERU

- ❑ **Asistencia Empresarial**
- ❑ **Promoción Comercial**
- ❑ **Información de Mercados**

MANDATO DE PROMPERU

EXPORTACIONES



TURISMO



IMAGEN PAIS



www.promperu.gob.pe

PROMPERU: Cómo desarrolla la promoción de la oferta competitiva



DESARROLLO DE OFERTA

Asesoría empresarial y capacitación

Cadenas productivas y subcontrata

Planes de exportación

Gestión de calidad

<http://www.youtube.com/watch?v=xfaU4f2hoBA>

Oferta Peruana

CONSOLIDACION

Negocios Internacionales

Promoción Comercial

Trabajo de Base

Fundiciones

Repuestos de maquinaria

Estructuras

Químicos y reactivos

DESARROLLO DE DEMANDA

Inteligencia de Mercados

- Identificar prospectos comerciales
- Estudios de mercado
- Programa de mercados externos

Información y negocios

- Información comercial
- Estadísticas del sector

- Misiones comerciales
- Campañas de promoción
- Ferias especializadas
- Catálogos promocionales
- Conferencias y congresos
- Rueda Industria Perú

RUOTA EXPORTADORA

Camino a su internacionalización.



3 TERCERA FASE

Asistencia empresarial

Dirigido a los exportadores en proceso y a los exportadores.

Mejora la gestión de ventas y negociaciones internacionales.

Innovación e implementación de mejoras.



www.siicex.gob.pe/rutaexportadora



1 PRIMERA FASE

Orientación e información

Dirigido a los usuarios en general.

Asesoría 1	Aula virtual 2	Días del exportador 3	Test del exportador 4	Primer paso para la calidad. 5
Orientación básica en temas relacionados a exportaciones.	Capacitación virtual vía SIICEX.	Seminarios a nivel nacional.	Diagnóstico y orientación de la ruta exportadora.	SS

2 SEGUNDA FASE

Capacitación

Dirigido a los interesados en exportar y exportadores en proceso.

FORMA DEL SERVICIO

- Personalizado
- Vía web
- Material físico

Dirigido a sectores exportadores que apliquen al programa.

4 CUARTA FASE

Promoción

Dirigido a las empresas exportadoras.

Ruedas de negocios, EXPOPERÚ. CEMUS.

Diagnóstico Sectorial

FODA – Proveedores a la Minería

Fortalezas

Estructurales

1. Capacidad de maestranza para maquinara según exigencias de la demanda y atender distintos nichos
2. Mayor competitividad basada en el reciente desarrollo de la minería
3. Prod. con procesos de alto valor agregado en diseño e ingeniería
4. Rol activo de gremios empresariales (Digamma, CC Perú Chile y Atem Perú) y comités especializados en ADEX, SNI

De nuestros clientes

1. Flexibilidad de amoldar productos a requerimientos del mercado externo
2. Mejoramiento constante de procesos productivos
3. Predisposición para invertir en mejoras tecnológicas
4. Procesos productivos con certificación de calidad

Debilidades

Estructurales

1. Limitada inversión en investigación y desarrollo
 2. Alto costo de infraestructura y logística para exportación
 3. Bajo poder de negociación con proveedores de insumos
 4. Insuficiente capacitación de mano de obra (MYPES)
 5. Poca disposición para trabajar modelos de asociatividad
- ### De nuestros clientes
6. Poco conocimiento de oportunidades y canales en mercados
 7. Poca experiencia en presentaciones colectivas en los mercados
 8. Limitada capacidad en plan. estratégico y de exportación
 9. Desconocimiento de oferta complementaria sectorial para integración de cadenas productivas (casos aislados: ATEM Perú y Villa El Salvador)

Oportunidades

1. Tendencia creciente en las compras al Perú por parte de países de la región: Bolivia, Ecuador, **Colombia** y Chile
2. Desarrollo de proyectos mineros en la región: Chile, Colombia y Ecuador, Bolivia, México
3. Cercanía geográfica a nuestros principales mercados
4. Canales de comercialización disponibles (contratistas y proyectistas)
5. Imagen del Perú como país minero permite atraer compradores e inversiones a través de alianzas estratégicas
6. Acuerdos comerciales regionales, como la Alianza del Pacífico, facilita desarrollo de negocios entre los países y hacia mercados distantes

Amenazas

1. Fuerte posicionamiento de nuestros principales competidores: Brasil, Colombia, Argentina y Chile
2. Mayor aceleración del cambio tecnológico lleva a rápida obsolescencia de equipos
3. Exposición al incremento de precios del acero y petróleo (fletes) en el mercado internacional
4. Incrementos en costos productivos para cumplimiento de nuevas normas y estándares internacionales por restricciones de manejo ambiental
5. Crisis mundial puede afectar la demanda por productos y servicios para la minería.

Conclusiones del Diagnóstico

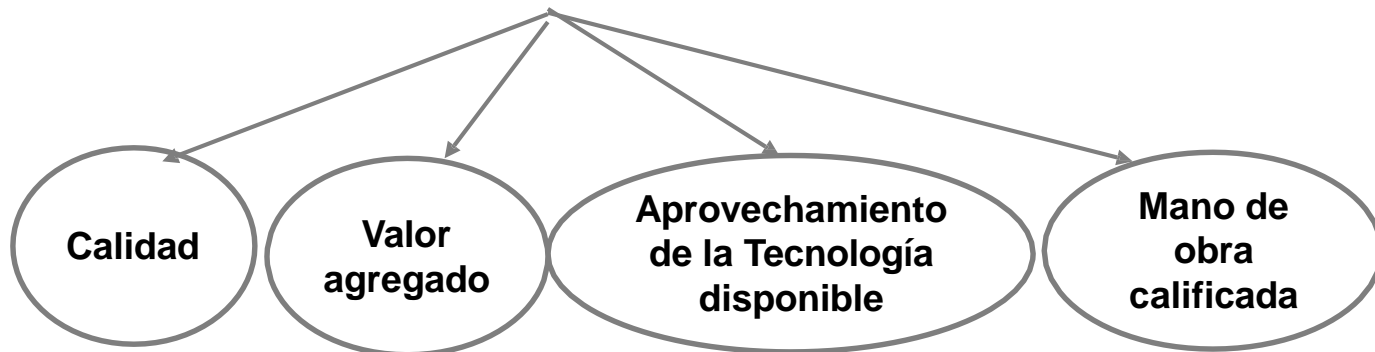


1. **Se indica claramente que la ruta de exportaciones a seguir está en Sudamérica**, por el dinamismo que presenta el mercado, aspectos arancelarios y calidad adecuada a los requerimientos de los mercados.
2. **La adaptabilidad de la mano de obra también se perfila como un factor diferenciador** que puede ayudar a perfilar nuevos nichos de mercado y alternativas para los clientes, aunque la mano de obra calificada resulta escasa, limitante para la expansión de mercados.
3. **Buena disponibilidad de las empresas en asistir a eventos de promoción comercial** (ruedas de negocio y ferias, en ese orden).
4. **Requerimiento creciente de información sobre las oportunidades y limitantes** de los mercados regionales en proveedores a la minería y en autopartes.
5. **Creciente conciencia de la necesidad de estar al día en tecnología de punta** favorece futuras decisiones de inversión y alianzas estratégicas entre empresas nacionales y con empresas internacionales.
6. **Incipiente visión compartida de las ventajas de una oferta conjunta** facilita acoger esquemas de asociatividad y encadenamientos productivos.

Propuesta de Valor

Elementos Diferenciadores - Propuesta de Valor

Elementos diferenciadores de nuestra oferta



Propuesta de Valor hacia los Mercados

Oferta de productos con experiencia en el sector local, con una continua preocupación por actualizarse en tecnología y aptitud para adaptaciones a las exigencias de alta calidad por parte de la demanda internacional.

Visión del Sector al 2016



1. **Consolidación como país proveedor reconocido para el mercado regional**, ganando participación, afirmando nuestras fortalezas por mercado y posicionando el valor diferencial de la oferta.
2. **Fidelización de clientes en promoción comercial y asistencia empresarial**. Creciente apreciación del valor de participar en eventos de promoción comercial para el mejoramiento competitivo y la expansión de sus negocios.
3. **Ampliación de la base de clientes** y usuarios de los servicios de promoción comercial.
4. **Importante rol como actores y miembros de equipo de los miembros de las OCEX**, tanto para consultorías de mercados, atención de pedidos puntuales y coordinación de eventos de promoción comercial en mercados de destino.
5. **Amplio reconocimiento de la conveniencia de asociarse** y formar corporaciones como herramientas de negociación internacional.
6. **Exposición de oferta exportable conjunta en productos complementarios que ofrezcan soluciones a los sectores compradores (minería y autopartes)**.