



phibrand<sub>MR</sub>

MOMENTO DE CERTEZA

Patrocinadores



Media Partners



Colaborador





**El Ranking de Proveedores de la Minería apunta a contribuir a la industria minera y aportar herramientas que permitan a los proveedores reinventarse y adaptarse a las condiciones del mercado, que cambian con frecuencia.**

Felicitamos a los proveedores de la minería premiados por su buen desempeño durante el último año, y por ser un ejemplo de lo que hemos llamado “resiliencia minera”.

Esperamos que, para toda la industria, este reporte sea un impulso que los motive a seguir creciendo y entregando soluciones de calidad mundial.

# MOMENTO DE CERTEZA

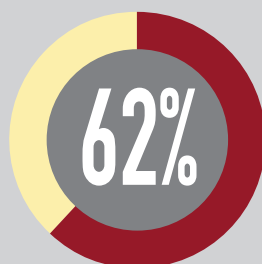
El Ranking de Proveedores de la Minería, que cumple 4 años de historia y hemos perfeccionado a lo largo de ese tiempo, tiene como objetivo proveer de información relevante a la industria minera, de enorme importancia y aporte para nuestro país.

Desde sus orígenes, este reporte busca facilitar la toma de decisiones por parte de las compañías mineras al conocer las opciones que tienen en el mercado para conseguir las soluciones que necesitan, y, al mismo tiempo, fomentar la competitividad de las empresas proveedoras y reconocer el buen desempeño de aquellas que sobresalen.

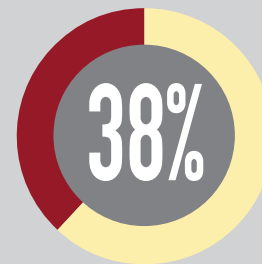
En el escenario actual, los proveedores de la minería juegan un rol fundamental: reinventarse y desarrollar productos y servicios de primer nivel bajo los más altos estándares de calidad, que permitan a la industria mejorar su productividad y seguir creciendo.

Hoy, vivimos un momento de certeza. Porque sabemos que la industria debe continuar desarrollándose. Porque sabemos que aún hay grandes desafíos por delante, que requerirán de todos nuestros esfuerzos. Porque sabemos que la innovación y reinversión de la industria le permitirán sortear con éxito los distintos contextos en que se encuentre.

¿Las licitaciones entregan TODA la información necesaria para tomar la MEJOR DECISIÓN a la hora de comprar?

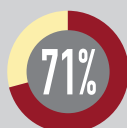


De acuerdo +  
Muy de acuerdo

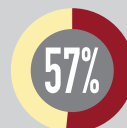


En desacuerdo +  
Muy en desacuerdo

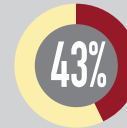
“Pocas veces he recibido OFERTAS NOVEDOSAS desde los proveedores”



está de acuerdo con esta afirmación



cree que los proveedores de la minería son poco innovadores



pero un 43% está en desacuerdo con esa afirmación

DESAFÍO: GENERAR OFERTAS DE VALOR Y CREER EN LA INNOVACIÓN COMO MÉTODO

# CUARTO RANKING DE PROVEEDORES DE LA MINERÍA

El Ranking de Proveedores de la Minería 2015 contempla 15 categorías de premios, tanto por segmentos como por mención espontánea. En total, se entregaron 24 premios, que recayeron en 16 empresas.

## Premiación por Segmentos

Una de las novedades del ranking de este año, es que las áreas de operación –Equipos de Minería de Superficie, Procesamiento de Materiales, Implementos de Seguridad Personal, Automatización, e Ingeniería Conceptual, Básica y de Detalles– fueron segmentadas para reconocer al mejor proveedor de la minería en cada uno de los ámbitos específicos de operación. La elección de estos segmentos responde a la relevancia que tienen dentro de la cadena de valor de las faenas mineras.

En línea con esto, se preparó la base de datos para que fueran consultados, para cada segmento, los actores clave y contrapartes técnicas de cada uno de ellos, que son quienes realmente conocen cómo operan los proveedores.

## Ficha Técnica

Encuestados: 240 personas ejecutivos de empresas mineras (gerentes, superintendentes y jefaturas de área).

Período de aplicación de la encuesta: Mayo y junio de 2015.

Metodología: Encuesta web y telefónico. Considera un universo basado en quienes se relacionan de forma directa con las áreas industriales analizadas (datos estimados desde el estudio de Fuerza Laboral en la Gran Minería Chilena 2014-2023 de Fundación Chile en el año 2013). Datos con un nivel de confianza del 95% y un error del 5%.

## Premiación por Mención Espontánea

Por cuarto año, presentamos al Mejor Proveedor de la Minería 2015, distinción que recae por mención espontánea entre los encuestados.

Además, el ranking 2015 contempló reconocimientos para el Proveedor Más Innovador, el Mejor Proveedor Nacional, y el Mejor Proveedor Regional, premios que destacan cualidades altamente valoradas al interior de la industria.

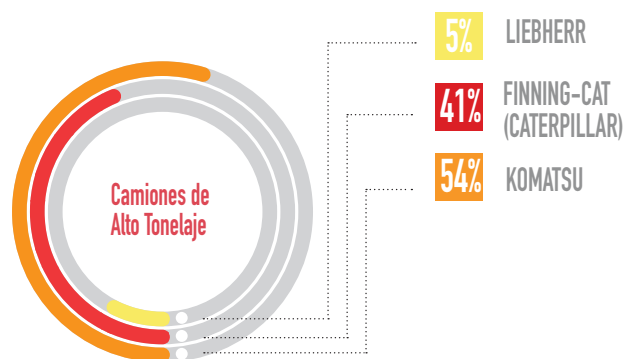
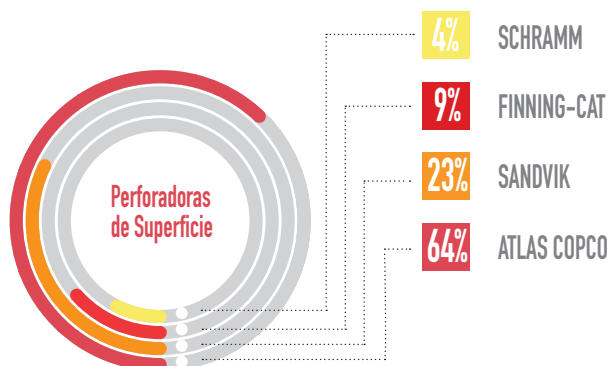
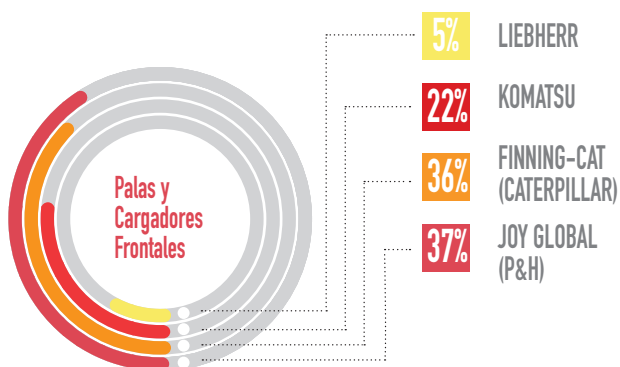
Las distinciones por mención espontánea tienen un valor especial, y es el hecho de que las marcas surgen de manera natural por parte de los encuestados, lo que demuestra su posicionamiento en el mercado y reconocimiento por parte de las compañías.

# MEJOR DESEMPEÑO 2015

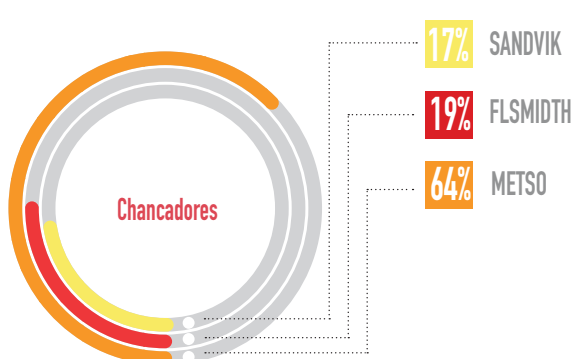
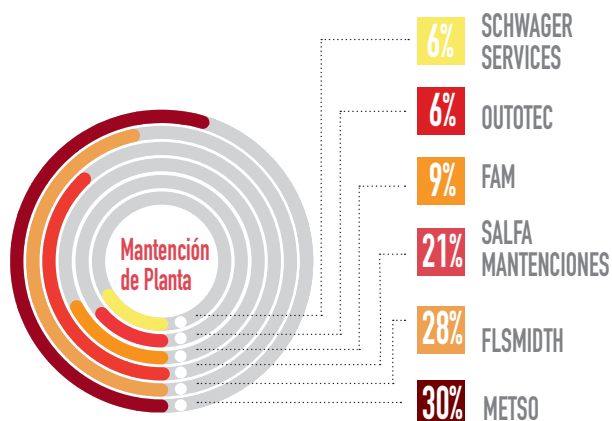
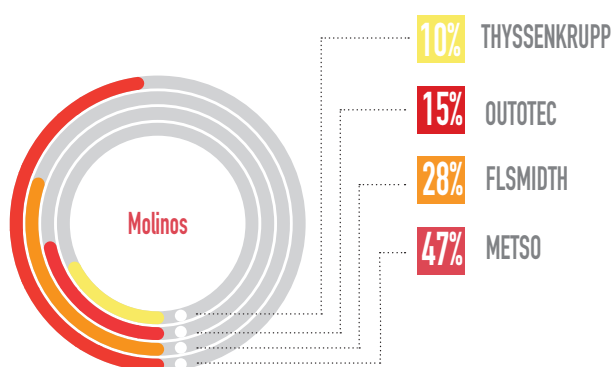
Este año, premiamos a 8 empresas por su excelente desempeño en las 5 áreas de operación que mide nuestro ranking. Algunas de las empresas reconocidas tienen ya una trayectoria en esta medición, y figuran en los primeros lugares desde sus inicios en 2012. Otras, habían mostrado buenos desempeños en el área y hoy consolidan su liderazgo en sus segmentos específicos, gracias a la segmentación con que innovamos este año.

Estos premios tienen el valor de identificar al Proveedor de Mejor Desempeño en sus ámbitos específicos de operación.

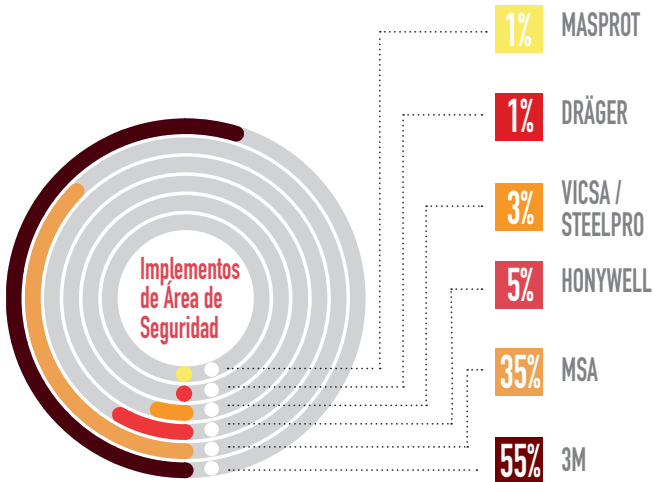
## Área de Equipos de Minería de Superficie



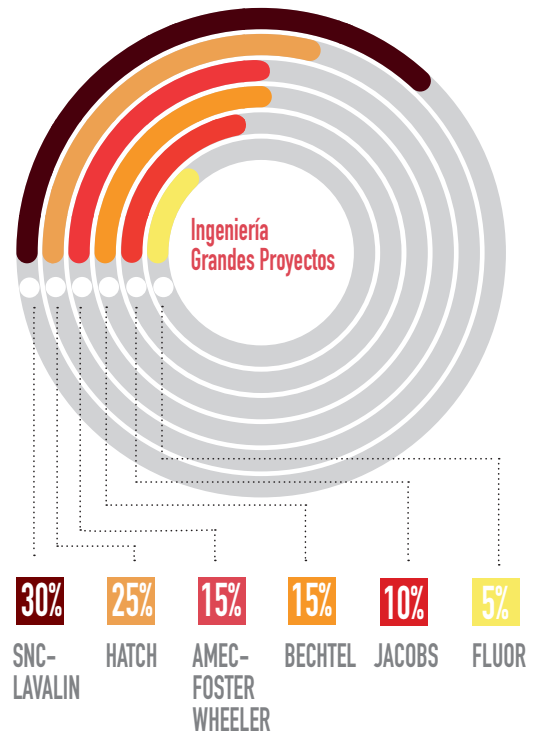
## Área de Procesamiento de Minerales



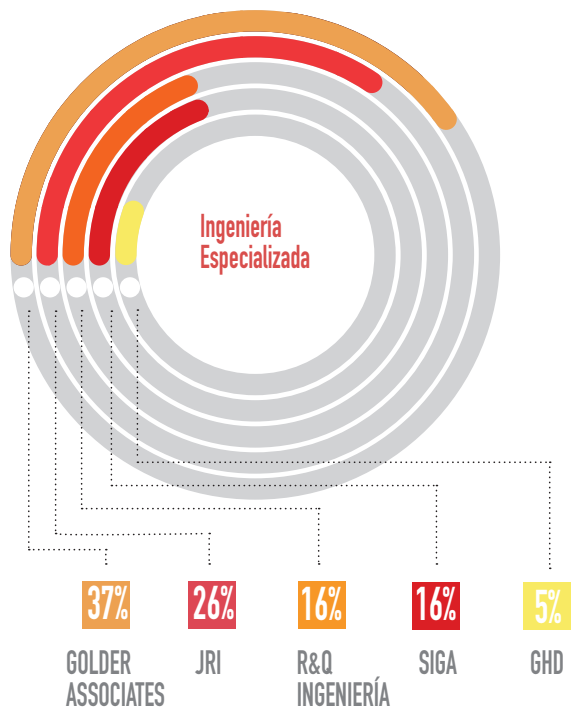
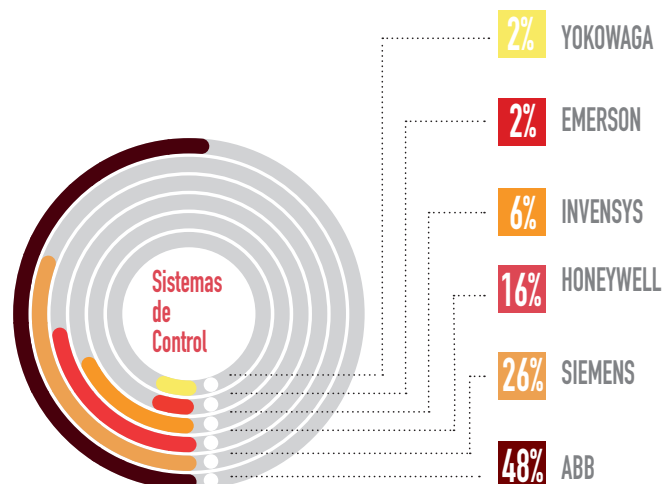
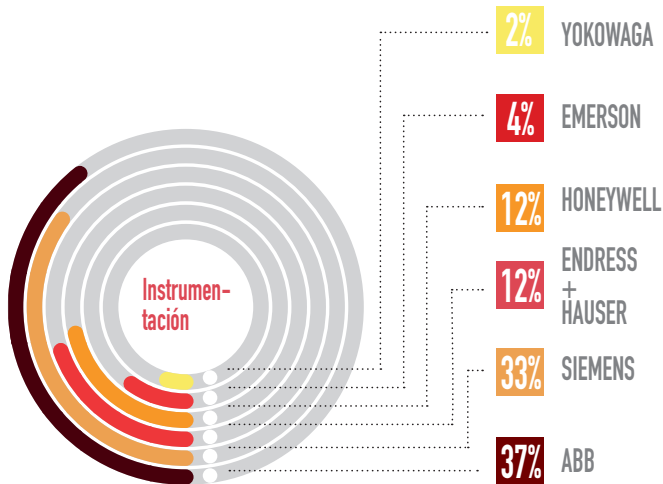
### Área de Implementos de Seguridad Personal



### Área de Ingeniería Conceptual, Básica y de Detalles



### Área de Automatización



# VENTA PROACTIVA, MOTOR DE INNOVACIÓN Y DESARROLLO

¡Qué difícil es vender! a un cliente nuevo, doblemente difícil si se es Pyme, tres veces más difícil si vendo servicios y cuatro veces más difícil si lo hago en un período contractivo. Y lo más difícil es vender reconociendo que nos acomoda más mantener a nuestros clientes, que captar nuevos.

¿Cuántos equipos comerciales basan su modelo de venta en la solicitud de algún cliente? Si son como la mayoría de los más de 400 proveedores con los que hemos trabajado, seguramente comparten el mismo modelo. El modelo reactivo de venta: eficiente para “mantener clientes”. Y seguramente también comparten la práctica de utilizar el mismo modelo para venderles a nuevos clientes. Este pequeño gran error es una de las causas principales de los desalentadores resultados en la búsqueda de nuevos clientes.

Se podría decir que “venta es venta”, provenga de un cliente nuevo o de uno antiguo. Sin embargo, debemos estar de acuerdo en que para avanzar necesitamos de nuevos clientes: como motor de desarrollo, que motiva la creatividad y la competencia.

En este escenario, quiero compartir con ustedes un par de tópicos que nos ayuden con esta misión: (i) la venta proactiva como método para conseguir clientes nuevos y (ii) la comunicación como herramienta para apoyar ese proceso.

## Venta Proactiva

Quiero darles 2 datos. El primero: “la gran mayoría de los usuarios en la minería (79%) buscan primero soluciones y luego a proveedores”. Esto inmediatamente me lleva a concluir que necesita más de preguntas, que de discursos de venta. Más de ofertas creativas que de listado de productos.

El segundo: “casi un 40% de los usuarios cree que la licitación, como método de compra, no entrega suficiente información a la empresa mandante respecto a proveedores u ofertas”. Si quiero ganar un cliente nuevo, una licitación podría no ser la mejor

forma para dar a conocer una oferta concreta, ya que es difícil identificar necesidades reales o “dolores”.

## Comunicación Corporativa en Minería

Respecto a la comunicación corporativa, ¿tenemos la certeza de que usamos las estrategias de comunicación correctas? ¿Se distingue entre acciones de comunicación para mantener y para captar? ¿Las acciones para captar realmente me están ayudando a ello?

Respecto a esta última idea, algunos datos:

“Cada medio para cada objetivo”. Hemos demostrado que no todos los medios sirven para todo. Las necesidades en la minería tienen muchas características, pero pueden clasificarse en de corto y de largo plazo, y los consumidores mineros buscan información también de corto y largo plazo. Más relevante aún: clasifican a los distintos medios en minería en estos dos tipos.

Cabe señalar que la venta directa es un medio como cualquier otro (ferias, revistas, seminarios, etc.), por tanto tiene cierto alcance y debe complementarse con los demás para que sea efectivo.

“Soluciones más que logos”. Ya lo decía: se buscan soluciones más que proveedores. La reputación de la marca, a través de su desempeño en el tiempo, mide de alguna manera la resistencia que tendrán los proveedores a la hora de enfrentar nuevos clientes.

En consonancia con este último punto, el ranking de proveedores es la única herramienta que transversalmente en la industria ha logrado identificar esta resistencia. Y no sólo eso: a la vez tiene el valor de reconocer a las empresas del rubro que han sabido adaptarse, innovar y reinventarse.

## MEJOR PROVEEDOR NACIONAL 2015 Mención Espontánea

En nuestro país, conviven hoy no sólo grandes multinacionales de la minería, sino que también han surgido empresas nacionales que se han posicionado en el mercado y ofrecen soluciones bajo estándares de calidad de nivel mundial. Por ello, este año quisimos reconocer a las empresas de origen criollo a través de este reconocimiento por mención espontánea a los Mejores Proveedores Nacionales 2015.



## MEJOR PROVEEDOR REGIONAL 2015 Mención Espontánea

Este año, quisimos identificar a los mejores proveedores de la minería a nivel local, que se han desarrollado gracias al crecimiento de los mercados en diferentes puntos del país, y que son altamente valoradas por las compañías mineras, ya que ofrecen soluciones adaptadas al contexto específico en el que se encuentran. Felicitamos con entusiasmo a las 5 empresas que son reconocidas como los Mejores Proveedores Regionales 2015.





## MEJOR PROVEEDOR 2015 Mención Espontánea

**T**enemos el honor de presentar a ustedes a los Mejores Proveedores de la Minería 2015, que fueron escogidos por mención espontánea.

Las tres empresas galardonadas han mostrado un desempeño sobresaliente desde el inicio de esta medición, en 2012, lo que demuestra su trabajo constante por ofrecer productos y servicios de primera calidad.



## PREMIO A LA INNOVACIÓN 2015 Mención Espontánea

Una de las novedades este año, es el reconocimiento a la innovación, valor tan importante en las industrias para su adaptación a los cambios del mercado, y que en la minería puede hacer diferencias importantes en la productividad y competitividad. Felicitamos al Proveedor Más Innovador de la Minería 2015.



### ¿Qué significa innovar en la minería chilena?

Hoy día muchas de las políticas públicas ejecutadas en minería apuntan al desarrollo de proveedores innovadores. El caso australiano se presenta como el faro que los proveedores de la minería deben seguir para asegurar la continuidad y extensión de la capacidad industrial del país.

El problema es que en Chile desconocemos la profundidad y el desgaste del concepto de innovación en minería. Sabemos que la industria necesita constantemente de productos y servicios flexibles, que permitan su adaptación a distintos contextos operacionales, pero como los datos de este año señalan, nos cuesta definir a la industria minera como un polo de innovación.

Gracias al apoyo de CORFO Antofagasta y el Ministerio de Minería, estamos ejecutando una investigación que permitirá definir los campos de acción de los proveedores mineros en términos de innovación. El objetivo principal del proyecto es determinar buenas prácticas de innovación de los proveedores mineros en el desarrollo de productos y servicios y difundirlas en la mayor cantidad de empresas que requieran este tipo de guías.

Encadenamientos productivos, relación con los centros de investigación, y barreras económicas y sociales presentes en las compañías compradoras, serán parte de los resultados que entregaremos al ecosistema minero para que el sistema de innovación

de la industria alcance el potencial que Chile necesita para su desarrollo productivo.

Para lograr el objetivo del proyecto, se llevará a cabo una serie de entrevistas a actores relevantes del entorno minero de la región de Antofagasta, como empresas mineras, grandes proveedores internacionales, centros de investigación y proveedores Pyme de la región. A través de ellas, se busca una mirada amplia del entorno de innovación de la región de Antofagasta, con el fin de identificar aquellos puntos que distancian a los actores, los que se convierten en brechas y dificultan que la industria se consolide como un polo innovador.

Nuestro punto de partida es que la innovación debe desarrollarse en un ambiente que la propicie, pues de lo contrario solo se lograrán iniciativas aisladas y no una industria minera basada en la innovación tecnológica. Ante esta situación, tratamos de aportar a un proceso complejo que involucra una serie de factores y tareas. Por un lado, esperamos contribuir al desarrollo de proveedores por medio de la identificación de buenas prácticas de innovación, y en paralelo, esperamos entregar insumos para una mejor comprensión del funcionamiento interno de la industria minera.

# PERFILANDO EL RANKING DE LOS PROVEEDORES HACIA EL FUTURO

Con cada nueva iteración, El Ranking de Proveedores de la Minería, se va configurando como una herramienta que brinda mayor información y ofrece una mirada más precisa de los proveedores de la minería en Chile, respondiendo así a las necesidades que requiere una industria competitiva.

Sin embargo, aún queda mucho potencial por explorar y nuestro interés es mejorar en estas 3 áreas:

## Estudio

El Ranking es un estudio objetivo y nuestra tarea en el corto plazo es que entregue información comprehensiva de la industria, ajustada a las necesidades de las empresas mandantes y proveedores, sin dejar de lado su tarea de relevar aquellos proveedores que destacan durante el año.

## Metodología

En orden de cumplir con lo anterior, cada año de Ranking es un nuevo desafío metodológico que busca establecer las mejores variables, preguntas y diseño muestral, para entregar la información más fidedigna posible.

En ese sentido cabe destacar que la representatividad aquí es entendida no como una muestra que la asegura, sino un trabajo en torno a un “criterio censal” en busca de la opinión de todos quiénes toman decisiones en torno a un segmento definido y que será más inclusiva año a año.

## Frecuencia

Entendemos que un estudio que pretenda establecer el pulso de una industria tan dinámica como la minería, no puede quedarse con una medición anual. En ese sentido, apuntamos a realizar más mediciones durante el año y construir así una plataforma de información actualizada que destaque a aquellos proveedores de mejor desempeño en distintos momentos del año.

Es así como en el mediano plazo, deseamos establecer el Ranking de Proveedores de la Minería, como una potente herramienta de gestión, precisa, representativa y actualizada, acorde con las necesidades de la industria minera.

phibrand<sup>®</sup>

Magnere 1540, Of. 801, Providencia – Santiago

T: +562 2 321 39997 / +562 2 321 39948

[www.phibrand.com](http://www.phibrand.com)