

pro|CHILE



UNIVERSIDAD CATOLICA
DE LA SANTISIMA CONCEPCION



“Diseño de una Estrategia para Internacionalizar los Productos y Servicios de la Industria Metalmecánica de la Región del Bío-bío.”

Alonso de Ribera 2850 • F:041-234 5072
www.cedap.ucsc.cl • cedap@ucsc.cl

Concepción - Chile

Seminario de Cierre del Proyecto

Diseño de una Estrategia para Internacionalizar los Productos y Servicios de la Industria Metalmecánica de la Región del BíoBío

Proyecto Financiado por el Fondo de Innovación para la Competitividad Región del BíoBío.

Andrés Ulloa

Centro de Desarrollo Asia Pacífico CEDAP

Universidad Católica de la Santísima Concepción

Octubre 2013



MOTIVACION DEL PROYECTO

- ▶ La necesidad de ampliar los mercados para las Pymes regionales.
- ▶ La industria metalmecánica regional orientada a la fabricación de maquinaria y equipo para el sector forestal tiene experiencia, madurez y un adecuado nivel tecnológico.
- ▶ Los proveedores forestales chilenos tienen un fuerte reconocimiento en América Latina.
- ▶ La industria forestal chilena es altamente reputada en América Latina y actualmente está invirtiendo en varios países de la Región.
- ▶ ¿Cómo posicionar la industria metalmecánica regional en América Latina, aprovechando las fortalezas de la industria forestal Chilena?

Objetivos del Proyecto

Diseñar una estrategia de comercialización a nivel latinoamericano de productos y servicios producidos por la industria metalmecánica de la Región del BíoBío y de interés para el sector forestal para el corto y mediano plazo.

Objetivos específicos

- ▶ Identificar la demanda por productos y servicios de la industria metalmecánica que sean de interés de la industria forestal de América Latina.
- ▶ Identificar una oferta de valor exportable que pueda satisfacer los requerimientos de los mercados relacionados con la industria forestal de América Latina.
- ▶ Desarrollar actividades de coordinación, de información y de prospección de manera de facilitar el acercamiento y concreción de negocios para la industria metalmecánica regional, en particular de la oferta de valor identificada anteriormente.
- ▶ Proponer un plan de mediano plazo para posicionar la oferta exportable del sector metalmecánico de la Región del Bío-bío en América Latina, relacionado con la industria forestal.

Beneficios del Proyecto

- ▶ **Generar Información de mercado que ayude a orientar el negocio hacia clientes de países de América Latina.**
- ▶ **Identificar la demanda que permita definir una oferta de valor exportable para el sector metalmecánico de la Región del Biobío en productos y servicios relacionados con la industria forestal (focalizar el negocio).**
- ▶ **Identificar nichos de mercado pertinentes a la oferta local.**
- ▶ **Apoyar la diversificación de la matriz de desarrollo productivo de la Región del BíoBío. (De materia prima a maquinaria especializada)**
- ▶ **Contar con un plan de mediano plazo que permita orientar el desarrollo de la industria metalmecánica regional y que genere crecimiento y empleo regional.**

Empresas e Instituciones Participantes

Institución Ejecutora:

Centro de Estudios y Desarrollo Asia Pacífico (CEDAP) de la Universidad Católica de la Santísima Concepción.

Asociados:

**Dirección Regional de ProChile.
A.G.MET BíoBío.**

Empresas Participantes:

**Prosein
Tecbio
Servohidráulica
Teknip
Sigu
Cofadi**

Financia:

Gobierno Regional del BíoBío a través del Fondo de Innovación para la Competitividad (FIC).

RESULTADOS DEL PROYECTO

- ▶ **Prospección de mercados en América Latina.**
 - Análisis de Información Estadística (Mercado y Económica) que permitió seleccionar los mercados de Colombia y Uruguay.
 - Visita inicial a Bogota para prospeccionar el mercado.
 - Rueda de Negocios en Talca .
 - Visita con los empresarios del proyecto a Seminario en Bogotá y rueda de negocios en Medellín.
- ▶ **Diagnóstico sobre la oferta exportable.**
 - Diagnóstico sobre capacidades de gestión de las empresas participantes.
 - Definición de la oferta exportable
- ▶ **Construcción de un Catálogo con oferta exportable**
- ▶ **Definición de una agenda estratégica para los participantes.**

RESULTADOS DEL PROYECTO

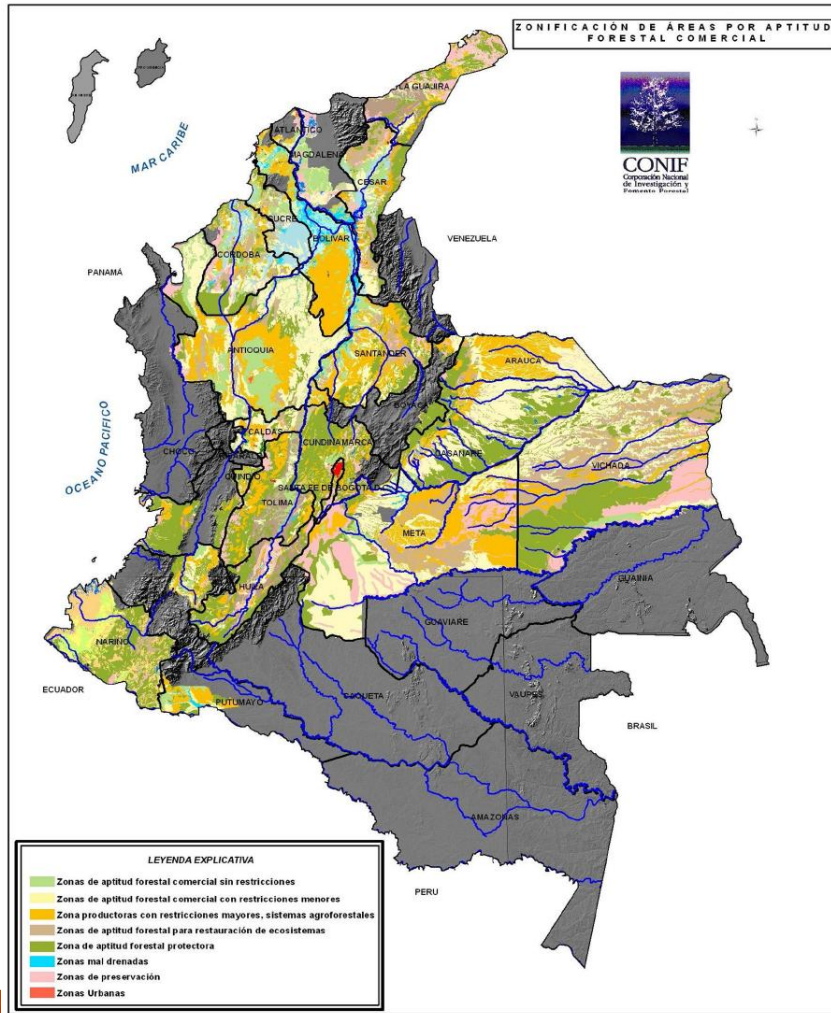
Prospección de mercados en América Latina.

1.- Visita a Bogotá Colombia por parte del Equipo CEDAP. Reuniones con:

- Prochile Colombia
- Asociación Nacional de Ingenieros Forestales.
- Corporación Nacional de Investigación y Desarrollo Forestal.
- Revista del Mueble y la Madera.
- Proyectos Forestales.
- Aristizabal y Jinete.
- Refocosta
- Inmunizadora Serrano
- Pizano



RESULTADOS DEL PROYECTO Mercado Colombiano



Potencial total: 17 mill de ha.

Potencial inmediato: : 5,1 mill. ha

Potencial con restricciones: 12,1 mill.
ha

Hoy 350.000– 400.000 ha comerciales

Meta 2014: 600.000 ha comerciales

Meta 2025: 1.500.000 ha

Lento cumplimiento de metas.

50.000 nuevas ha por año.

Fuente: Proexport Colombia

RESULTADOS DEL PROYECTO

Mercado Colombiano

▶ Debilidades:

- Títulos de dominio.
- Institucionalidad del sector forestal.
- Tamaño de los terrenos para terrenos abandonados.
- Infraestructura. (puertos, caminos)
- Lejanía de los Puertos. (Transporte fluvial: río Magdalena, río Orinoco).
- Menos posibilidades de economías de escala.
- Poca claridad en el destino de las plantaciones. (Poca visión del negocio)
- Riesgo comercial, político, guerras.
- En tecnología Chile es poco conocido.
- Competencia con Bosque Nativo

▶ Oportunidades:

- Desarrollo incipiente pero con mucho potencial (como Brasil).
- Tecnología muy atrasada, (no requieren lo mejor)
- Variedad de especies y terrenos
- Oportunidades especies introducidas y no para madera nativa (no explotable)
- Comenzando la fase de explotación.
- Gran mercado interno que consume poca madera (gran potencial).
- Chile es un socio muy importante para Colombia.
- Negocio de Bonos de Carbono y uso del subsidio esta generando masa boscosa.

RESULTADOS DEL PROYECTO

Viaje de negocios a Colombia

- ▶ Participación en Seminario Forestal en Bogotá–
- ▶ Rueda de Negocios en Medellín:

- COLASERRIOS
- INMUNIZADORA SERYE
- ASERRÍO MADEPÁTULA
- REFORESTADORA DEL CARIBE
- TABLEMAC
- SILVOTECNIA
- NUCLEOS DE MADERA
- REFORESTADORA CACERI
- INMUNIZADORA DE MADERAS



RESULTADOS DEL PROYECTO DIAGNOSTICO

- ▶ Diagnóstico de empresas participantes
 - Fortalezas técnicas.
 - Debilidades comerciales

- ▶ Definición de oferta exportable.
 - Cosecha y Transporte
 - Aserrío y Subproductos
 - Remanufacturas
 - Otros productos para el área forestal.

OFERTA EXPORTABLE

▶ COSECHA Y TRANSPORTE

- Garras tronqueras
- Torres de maderero
- Grúas móviles
- Descortezadores mecánicos

▶ REMANUFACTURAS

- ▶ Filtros de polvo
- ▶ Filtros rotatorios (líquido-sólido)
- ▶ Transporte mecánico (Tortillo sin eje).
- ▶ Sistemas de extracción de polvo y viruta.
- ▶ Cuchillos para parchadoras de paneles.
- ▶ Trozador de block, rerip
- ▶ Prensas para paneles (madera sólida).
- ▶ Prensas para vigas laminadas.
- ▶ Equipos para pintado de molduras.

▶ ASERRIO Y SUBPRODUCTOS

- ▶ Mesas de transporte de tablas
- ▶ Cintas transportadoras de aserrín y chips
- ▶ Equipo para transporte neumático
- ▶ Sistemas de captación de aserrín
- ▶ Grúas para el manejo de trozos
- ▶ Escáner para manejo de trozos, canteo y despunte;
- ▶ Software optimizadores en el manejo de trozos
- ▶ Línea de mecanización de trozos
- ▶ Canteadoras optimizadas.
- ▶ Singularizador despuntador y apiladores de tablas.
- ▶ Balde chipero
- ▶ Harnero clasificador para chips
- ▶ Repuestos de astilladoras
- ▶ Guías y partes de guías
- ▶ Sierras múltiples
- ▶ Mesas de Tijera

OFERTA EXPORTABLE

- ▶ Otras máquinas y equipos para el área forestal.
 - Unidades oleohidráulicas
 - Cilindros oleohidráulicos
 - Equipos de levante
 - Equipos de filtrado de aceite
 - Equipos de filtración de agua.
 - Válvulas rotatorias y de compuerta.

RESULTADOS DEL PROYECTO CONFECCION DEL CATALOGO



DEFINICION DE UNA ESTRATEGIA

Objetivos de la estrategia

1. Generar información permanente sobre los requerimientos de mercados internacionales en el sector metalmecánico.
2. Potenciar la llegada a mercados externos.
3. Afianzar lazos de cooperación entre empresas del sector metalmecánico.
4. Diseñar estrategias de marketing apropiadas para los mercados de destino.
5. Construir una identidad regional de la empresas ligadas al sector.

DEFINICION DE UNA ESTRATEGIA

Principales Líneas de Acción:

Generar un Programa de apoyo al desarrollo comercial del sector metalmecánico en la región del Biobío. (PADC)

Vigilancia tecnológica

Potencie el desarrollo de alianzas estratégicas

Fomente la investigación aplicada

Se desarrollen actividades comerciales en conjunto

Generar un plan de desarrollo de competencias internas en gestión y comercialización.

Elaborar un plan de marketing para salir a mercados externos que contemple:

Visita de Ferias en conjunto

Estrategias de distribución.

Consortio de Empresas Metalmeccánicas



ESTRATEGIA: CORTO PLAZO

▶ PRESENCIA EN LOS MERCADOS EXTERNOS:

- ASISTENCIA A LAS FERIAS DE MAQUINARIA Y EQUIPO
 - (MARZO: FERIA DEL MUEBLE EN BOGOTA).
- DEFINIR CANALES DE DISTRIBUCION.
- MEJORAR LOS CANALES DE COMUNICACIÓN: PAGINA WEB DE LA EMPRESA.

GRACIAS