

## **TABLA DE CONTENIDO**

<b>RESUMEN .....</b>	<b>2</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>8</b>
1. Alcances.....	8
2. Resultados esperados.....	8
3. Objetivos .....	8
4. Metodología .....	10
<b>PRIMERA PARTE: SOBRE LA EMPRESA, PRODUCTOS Y SERVICIOS.....</b>	<b>12</b>
1. Descripción de la Empresa .....	12
1.1 MISIÓN.....	12
1.2 ORGANIGRAMA.....	13
2. Descripción de los Productos y Servicios.....	14
3. Clientes .....	15
<b>SEGUNDA PARTE: ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....</b>	<b>16</b>
1. Decisión de Exportar.....	16
2. Selección del Mercado Objetivo.....	17
2.1 DOING BUSINESS 2011.....	17
2.2 THE GLOBAL COMPETITIVENESS REPORT 2010-2011.....	18
2.3 CORRUPTION PERCEPTION INDEX 2010.....	18
2.4 ÍNDICE DE ATRACTIVO MINERO (FRASER'S INDEX).....	19
2.5 PROYECCIONES DE INVERSIÓN EN MINERÍA.....	20
2.6 MATRIZ DE DECISIÓN .....	21
3. Descripción del Mercado peruano .....	22
3.1 PRINCIPALES PRODUCTOS MINERO-METÁLICOS.....	22
3.2 PROYECCIONES PRODUCTIVAS DE COBRE .....	23
3.3 CLASIFICACIÓN DE LOS PRODUCTORES DE COBRE.....	23

3.4	ANÁLISIS POLÍTICO-SOCIAL DE INVERSIÓN MINERA .....	24
3.5	PROYECTOS DE INVERSIÓN MINERO-METÁLICAS EN PERÚ .....	25
3.6	INVERSIÓN CHILENA EN EL PERÚ .....	27
3.7	RELACIÓN ECONÓMICA COMERCIAL CON CHILE .....	28
3.8	GASTOS OPERACIONALES DEL SECTOR MINERO PERUANO .....	29
<b>4.</b>	<b>Análisis Competitivo de Porter .....</b>	<b>30</b>
4.1	RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES DE LA INDUSTRIA DE BIOLIXIVIACIÓN .....	30
4.2	AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES: .....	31
4.3	AMENAZA DE SUSTITUTOS .....	33
4.4	PODER DE LOS PROVEEDORES .....	34
4.5	PODER DE LOS COMPRADORES .....	34
<b>5.</b>	<b>Análisis FODA.....</b>	<b>35</b>
5.1	FORTALEZAS DE AGUAMARINA.....	35
5.2	DEBILIDADES DE AGUAMARINA.....	36
5.3	OPORTUNIDADES PARA AGUAMARINA EN PERÚ.....	36
5.4	AMENAZA PARA AGUAMARINA EN PERÚ .....	36
<b>TERCERA PARTE: ESTRATEGIAS DE ENTRADA.....</b>		<b>38</b>
1.	Aspectos Culturales y de Negociación.....	38
2.	Estrategia escogida .....	40
2.1	ESTRATEGIA A CORTO PLAZO .....	40
2.2	ESTRATEGIA A LARGO PLAZO.....	42
3.	Ubicación geográfica del Hub de minería con los posibles clientes para AguaMarina.....	42
4.	Segmentación de los posibles clientes .....	45
5.	Descripción del socio estratégico.....	47
6.	Posicionamiento.....	48
7.	Plan de Marketing .....	48
7.1	PRODUCTO.....	48
7.2	PRECIO.....	49
7.3	PROMOCIÓN .....	49

7.4	PLAZA O DISTRIBUCIÓN.....	50
8.	Proyecciones de Ventas .....	50
9.	Operaciones.....	53
10.	Recursos Humanos .....	54
11.	Análisis financiero .....	55
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>		<b>57</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>		<b>59</b>
<b>ANEXOS .....</b>		<b>62</b>
	ANEXO A : OBSTÁCULOS A ENFRENTAR POR LOS EXPORTADORES DE SERVICIOS DESDE CHILE A PERÚ....	62
	ANEXO B - PARÁMETROS DE OPERACIÓN Y DE COSTOS DEL PROCESO DE BIOLIXIVIACIÓN .....	64
	ANEXO C - CRONOGRAMA DE CONFLICTOS SOCIALES EN PERÚ .....	67
	ANEXO D – RECOMENDACIONES CULTURALES PARA HACER NEGOCIOS EN PERÚ .....	68
	ANEXO E – PROCESOS DE EXTRACCIÓN DEL COBRE .....	69
	ANEXO F – EVALUACIÓN DE AGUAMARINA EN EL PROGRAMA CLUSTER BHPBILLITON .....	70