

Cartera minera de US\$ 64,000 millones exige fortalecer técnicas comerciales de proveedores

El director del Instituto de Mercados Industriales (IMI), Mario Urech, advirtió que algunas empresas todavía tienen dificultades para definir sus procesos comerciales, desde identificar las necesidades del cliente hasta presentar soluciones diferenciadas.

OCTUBRE 22, 2026



Créditos de imagen: Difusión

La cartera de 66 proyectos mineros en Perú, valorizada en más de US\$ 64,000 millones, abre oportunidades para las empresas proveedoras. Para aprovecharlas, sin embargo, necesitan fortalecer sus equipos comerciales y diferenciar sus propuestas de valor, sostuvo el director del **Instituto de Mercados Industriales (IMI)**, **Mario Urech**, durante el XI B2B Summit Perú 2026.

El ejecutivo expresó optimismo sobre la ejecución de nuevas iniciativas y señaló que los responsables de logística, abastecimiento y operaciones de las compañías mineras también mantienen expectativas favorables.

En este escenario, advirtió que algunas empresas todavía tienen dificultades para definir sus procesos comerciales, desde identificar las necesidades del cliente hasta presentar soluciones diferenciadas. **“Muchas veces son *basics* que a muchos les cuestan”**, afirmó Mario Urech.

Como parte de la mejora comercial, destacó la venta consultiva, el Customer Success Management y el Challenger Sales, enfoques que buscan comprender mejor al cliente y comunicar con claridad el valor de cada propuesta.

La digitalización también contribuye a optimizar las ventas mediante herramientas que agilizan cotizaciones, reuniones y registros de información. No obstante, el ejecutivo subrayó que la tecnología debe complementar las relaciones personales, especialmente en sectores complejos como la minería.

“Hoy por hoy, la relación personal, la gestión de venta sofisticada de las personas, de los ejecutivos comerciales y gerencias es aún más importante y va a quedarse así un buen tiempo más”, señaló Mario Urech.

En operaciones alejadas geográficamente y con altas exigencias técnicas, la confianza entre proveedores y clientes sigue siendo fundamental. “La relación y la confianza que dé una persona, un ejecutivo, al dar una promesa [...] y cumplirla y dar la cara, es indispensable”, remarcó.

El **XI B2B Summit Perú 2026** se realizó el 15 de octubre en el hotel DoubleTree by Hilton El Pardo, en Miraflores, Lima. El encuentro reunió a especialistas y ejecutivos para compartir herramientas de ventas B2B adaptadas a los mercados locales.