



INVESTIGACIÓN DE MARCAS DE CORREAS TRANSPORTADORAS EN LA MINERÍA CHILENA

phibrand

INTRODUCCIÓN

En Phibrand creemos en la importancia de generar información que aporte y nutra a los mercados industriales (B2B) sobre las expectativas y percepciones de sus respectivos compradores, para así poder generar relaciones comerciales satisfactorias e informadas.

Las marcas y productos del ámbito industrial poseen una mayor complejidad a la hora de conectarse con sus compradores a través del marketing y las comunicaciones, a diferencia de aquellas que se relacionan directamente con el consumidor final (B2C), ya que los proveedores industriales cuentan con muy poca información sobre necesidades y preferencias de sus compradores.

En el contexto de la feria “Exponor 2011” desarrollamos un estudio para saber más sobre cómo los consumidores de las empresas proveedoras de la minería están pensando el mercado y las marcas que participan en él.

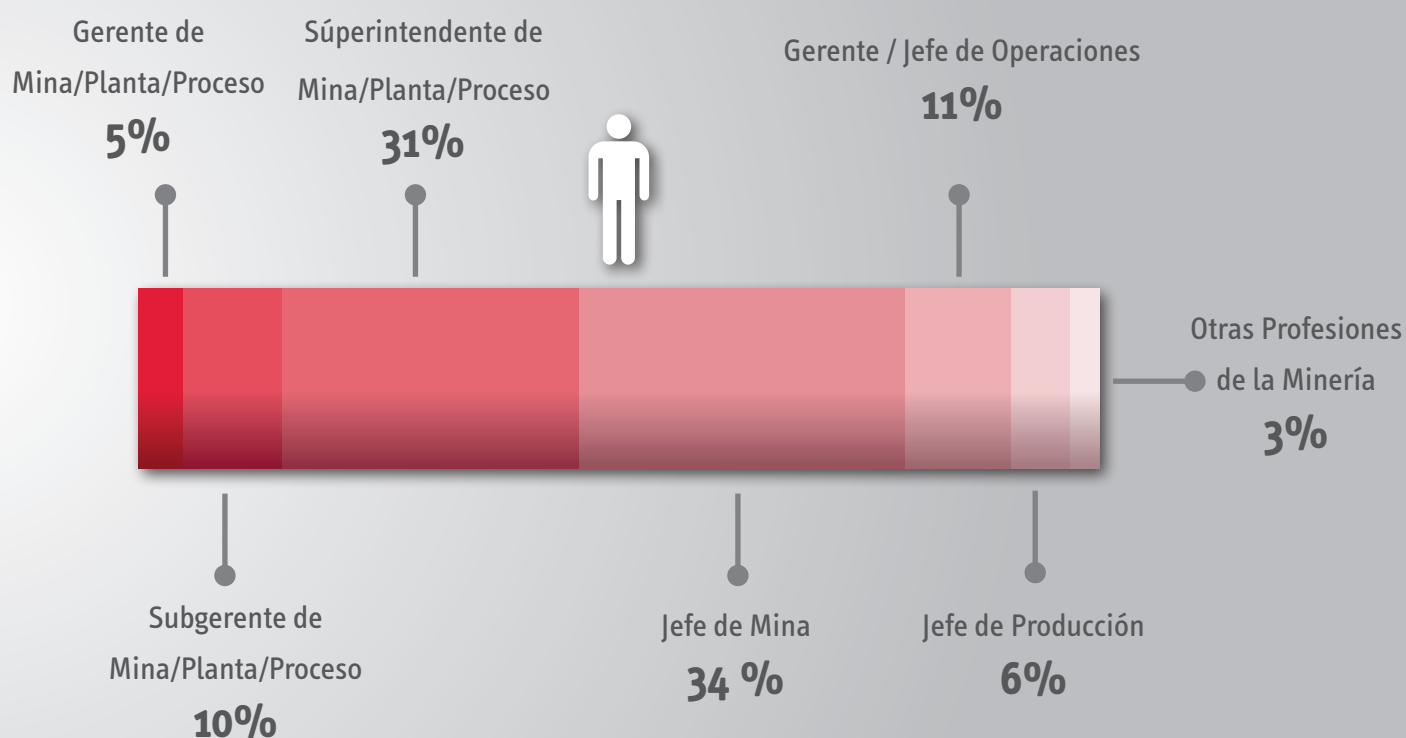
Para esto realizamos encuestas a personas de distintos cargos en las faenas para que dieran a conocer sus opiniones y experiencias sobre las etapas del proceso de selección de un proveedor por sobre otro.

La información que presentamos otorga una primera mirada a las expectativas de los consumidores de productos y servicios en los mercados industriales de la minería, y puede constituirse en un recurso importante para la toma de decisiones en comunicación y marketing de las empresas proveedoras de la minería chilena.

DATOS PRINCIPALES:

- 1** UNA EMPRESA DE CORREAS TRANSPORTADORAS ES CLARAMENTE LA MÁS RECONOCIDA, PERO LA COMPETENCIA TIENDE A IGUALARSE CUANDO SE EVALÚAN TEMAS COMO CALIDAD O PERSONAL DE LA EMPRESA.
- 2** LA CALIDAD ES EL FACTOR PRINCIPAL A LA HORA DE DECIDIR POR UN PROVEEDOR DE CORREAS TRANSPORTADORAS.
- 3** LOS COMPRADORES INDUSTRIALES SABEN QUE LA CALIDAD ES LO PRINCIPAL, PERO SIEMPRE HAY ALGO MÁS.
- 4** LOS DESAFÍOS A FUTURO QUE DEFINE EL MERCADO APUNTAN A ENFOCARSE A MEJORAR LOS ASPECTOS PRODUCTIVOS.

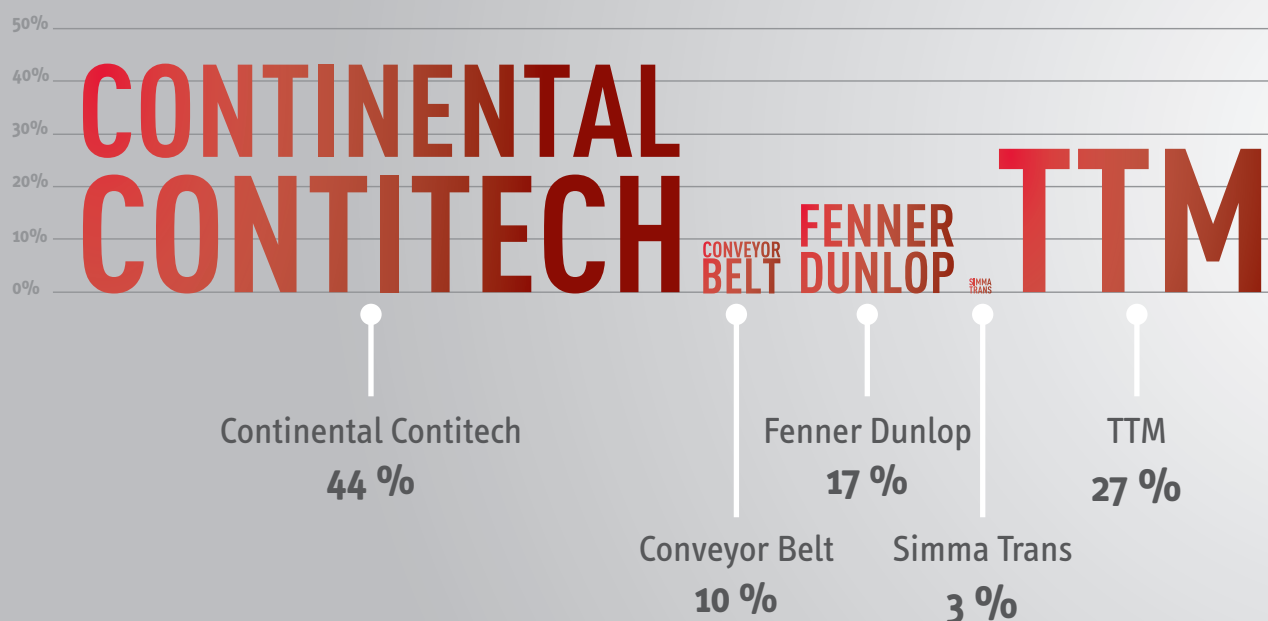
PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS



EVALUACIÓN DEL MERCADO DE LAS CORREAS TRANSPORTADORAS

CONTINENTAL CONTITECH ES LA MÁS RECONOCIDA,

Marcas de Correas Transportadoras:
Más Reconocida

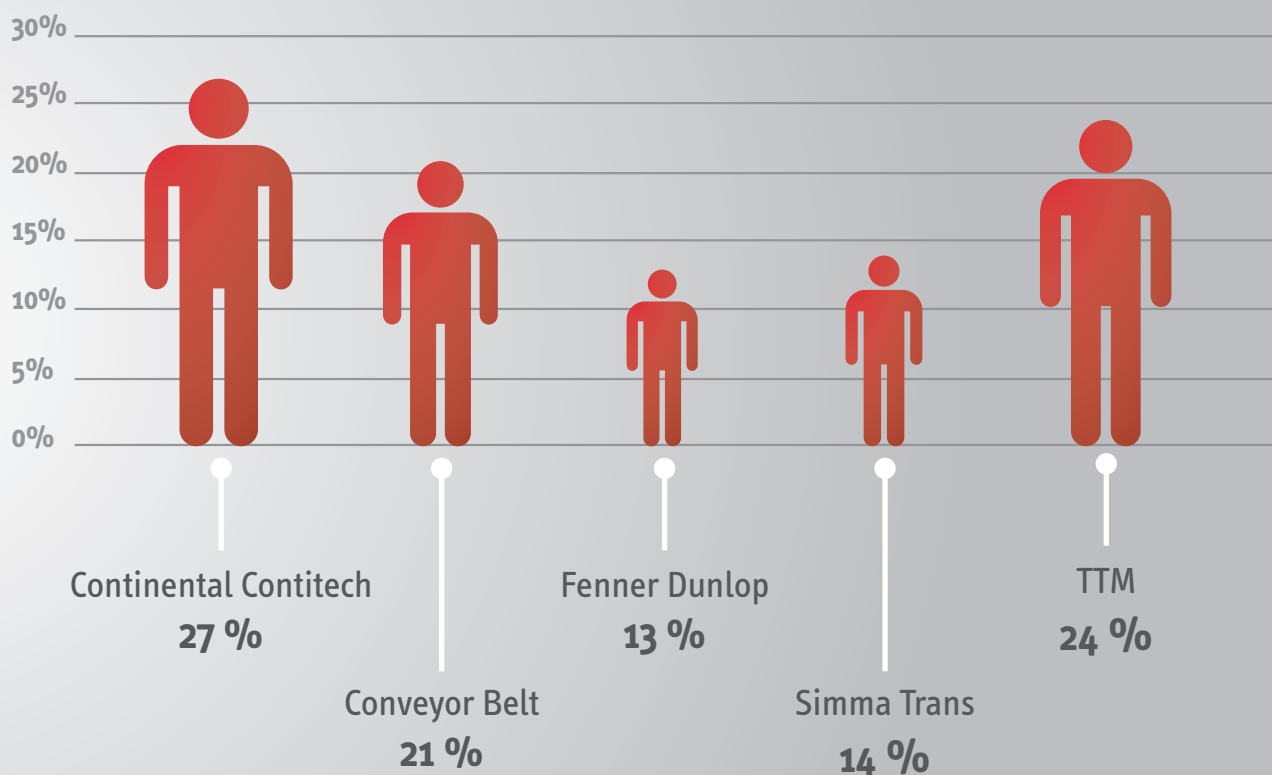


Los datos señalan que en términos de reconocimiento de marca **Continental Contitech** posee una posición superior en relación a sus competidores **TTM** y **Fenner Dunlop** le siguen como las marcas más reconocidas de la industria.

Para tener un mayor conocimiento sobre las expectativas de los consumidores industriales respecto al mercado de las correas transportadoras hemos realizado una serie de preguntas, que apuntan a diferenciar las características de las marcas que participan en él, además de generar información sobre sus preferencias en relación a los principales atributos para seleccionar un proveedor por sobre otro.

PERO AL EVALUAR CALIDAD DEL PERSONAL LAS PREFERENCIAS SE ESTANDARIZAN.

Marcas de Correas Transportadoras:
Personal de Primer Nivel

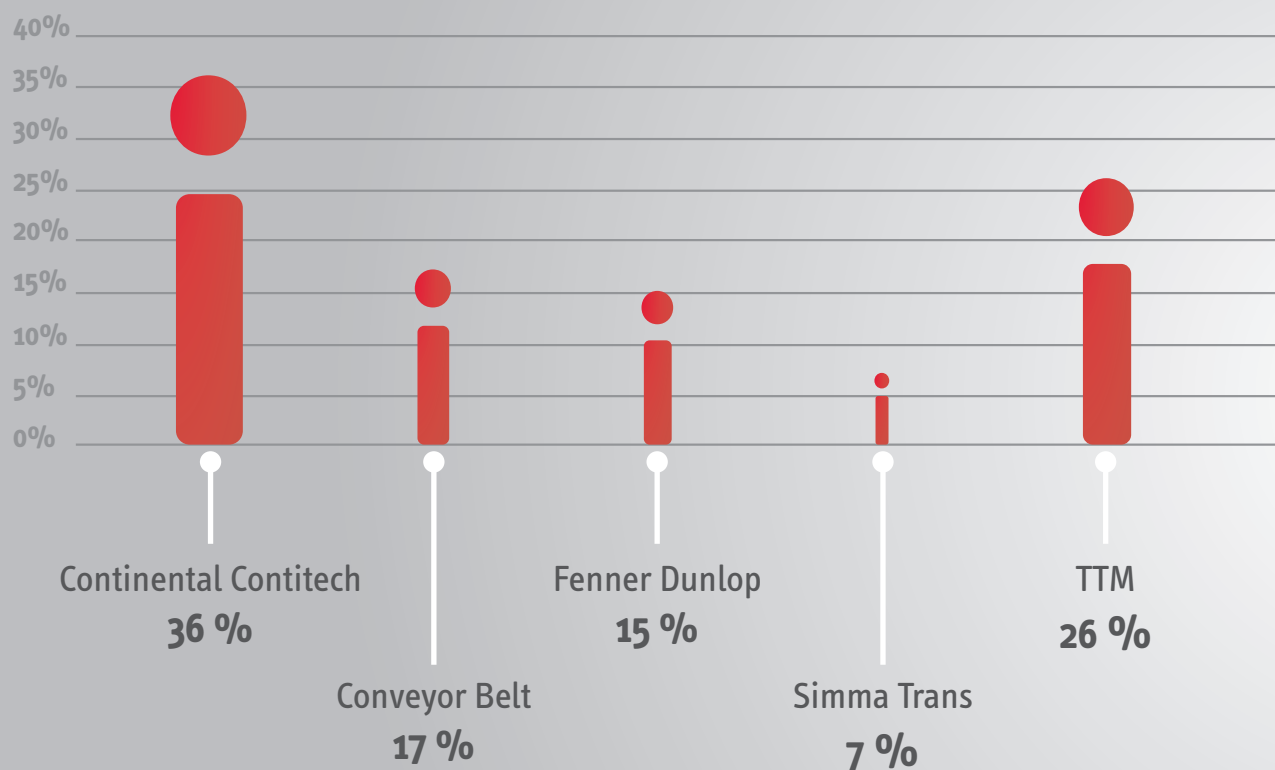


Las diferencias se estrechan si hacemos referencia al capital humano de las empresas, porque si bien **Continental** mantiene su ventaja, **TTM** y **Conveyor Belt** ganan terreno.

No basta con ser la Marca más reconocida del mercado, también es importante complementarlo con un posicionamiento que le entregue valor, como puede ser el caso del desarrollo del capital humano.

LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS SON ASPECTOS IMPORTANTES

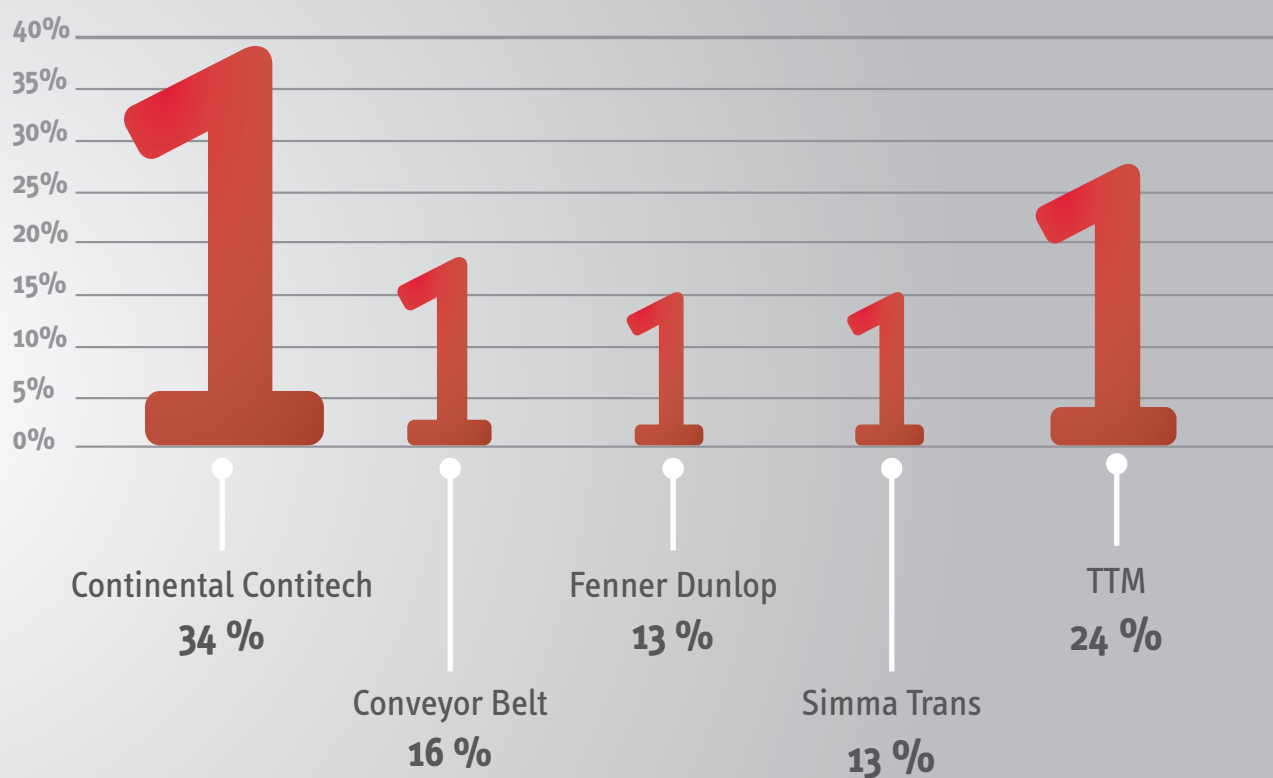
Marcas de Proveedores Correas Transportadoras:
Desarrolla Innovaciones



Respecto a la asociación de las marcas a los conceptos “Innovación” y “Calidad de Productos” no existen diferencias muy marcadas. **Continental** y **TTM** confirman su liderazgo, mientras Simma Trans aumenta su valor de marca en relación a la calidad de los productos ofertados.

EN LA MINERÍA, Y TAN SÓLO DOS MARCAS SON LAS MÁS DESTACADAS EN ESTE ÁMBITO.

Marcas de Proveedores Correas Transportadoras:
Ofrece los Mejores Productos



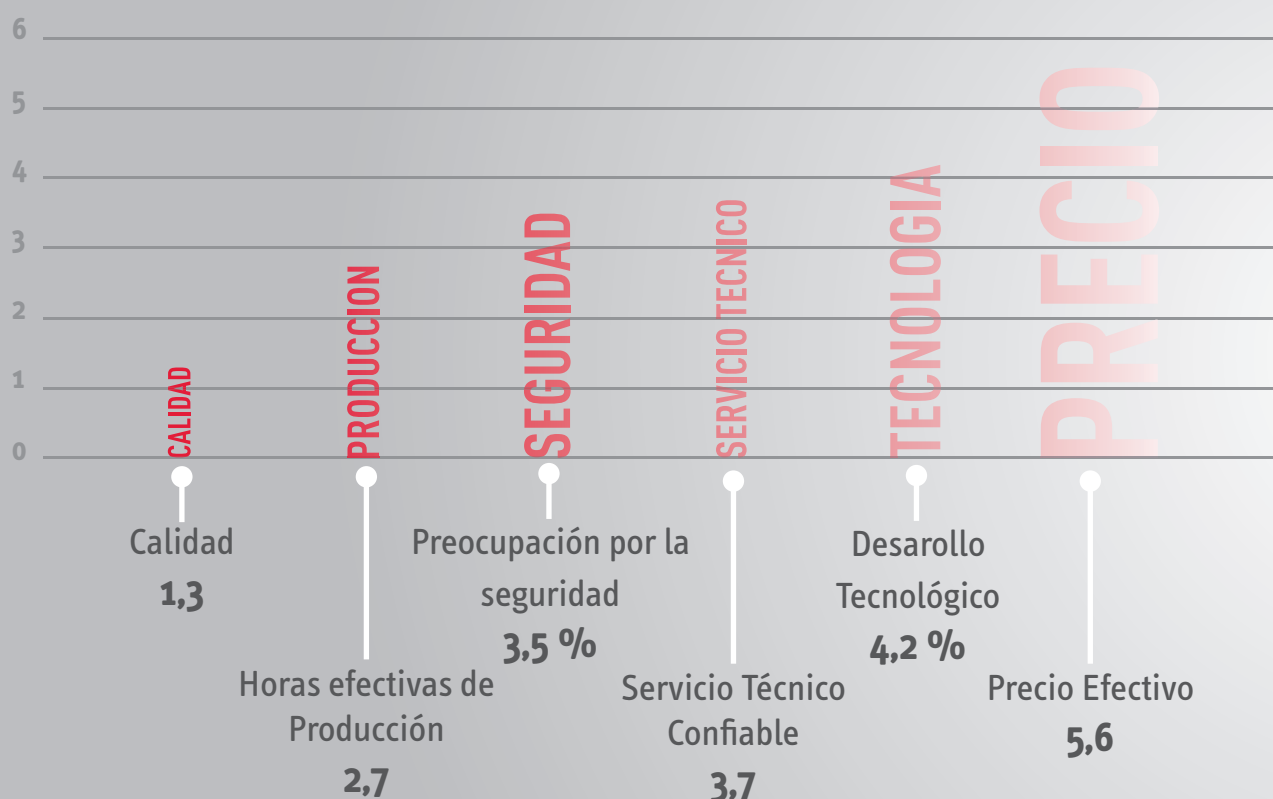
El Mercado señala a una empresa como la más reconocida, pero la preferencia no es tan marcada en la evaluación de aspectos específicos de las marcas.

El reconocimiento de Marca puede ser un activo, pero debe ser manejado de forma estratégica, para así poder plasmarlo en un posicionamiento que la enriquezca.

FACTORES PRIORITARIOS PARA SELECCIONAR UN PROVEEDOR DE CORREAS TRANSPORTADORAS

LA CALIDAD SE CONSOLIDA COMO EL ASPECTO PREPONDERANTE A LA HORA DE LA DECISIÓN DE COMPRA.

Promedio (Es más importante mientras más cerca a 1)



El ítem que tiene la más alta prioridad a la hora de seleccionar un proveedor de correas transportadoras es la calidad de los productos que ofrecen las Marcas. Mientras las horas efectivas de producción le siguen en la escala de prioridades.

La seguridad, el servicio técnico y el desarrollo tecnológico poseen un nivel de importancia similar, mientras el precio efectivo queda alejado como la última prioridad.

Es importante destacar que estos son aspectos muy difíciles de comunicar e implantar como una imagen precisa en los compradores.

EL MERCADO DE LOS PROVEEDORES DE LA MINERÍA

MUCHA GENTE PIENSA QUE SIN EXPERIENCIA NO PUEDE COMPETIR EN UN MERCADO, PERO LOS DATOS DEMUESTRAN LO CONTRARIO.

El atributo más importante para seleccionar un proveedor, sin tomar en cuenta el precio

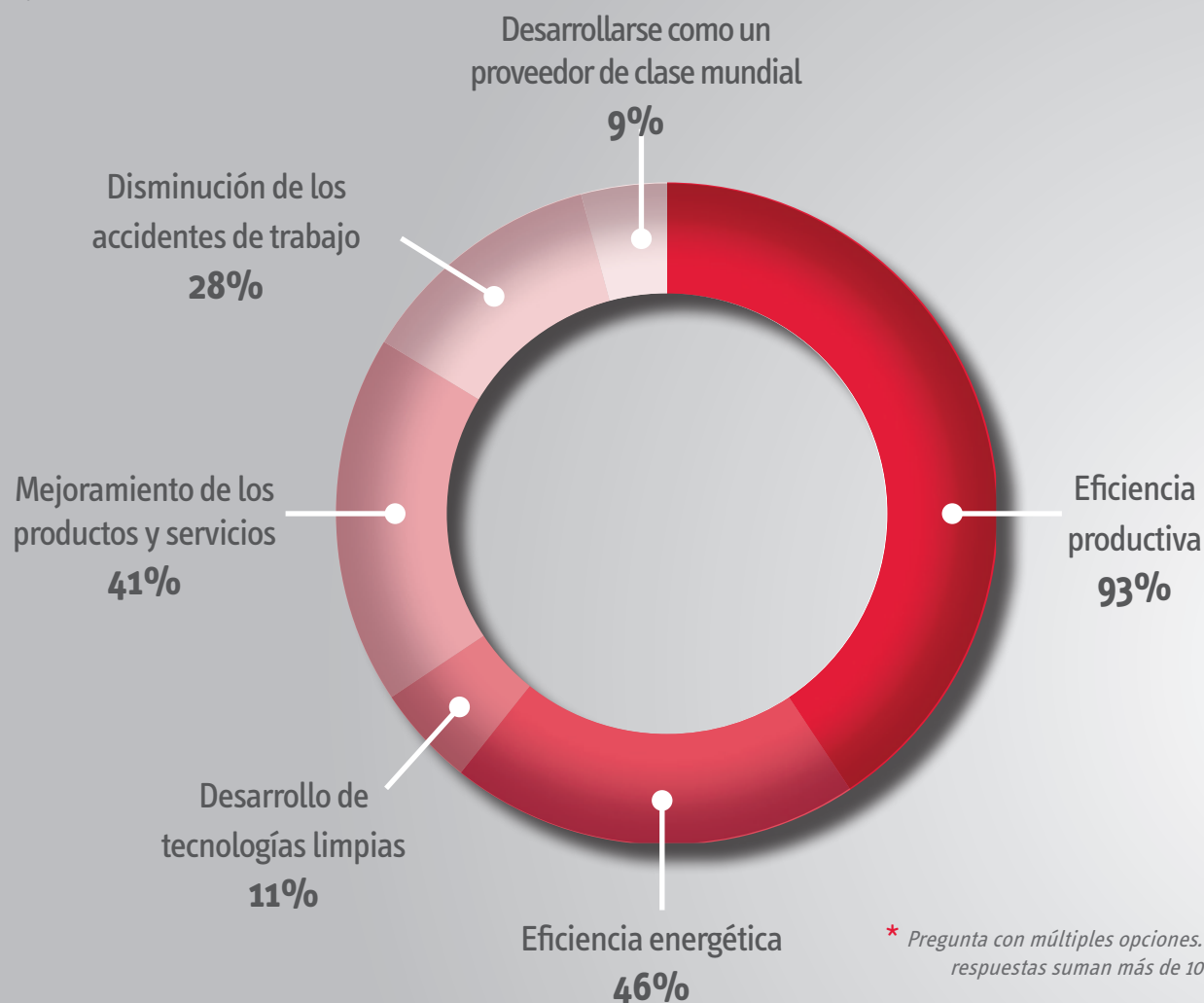


Según el mercado, el factor principal para seleccionar proveedores tiene que ver con la calidad de los productos que ofrecen. La calidad es un concepto muy amplio que puede tener distintas acepciones según el producto que se venda, por lo que la forma de comunicar este atributo debe ser cuidadosamente seleccionada.

La seguridad es un atributo muy importante en la minería, pero no es el principal diferenciador a la hora de seleccionar un proveedor.

CASI EL 100% DE LOS ENCUESTADOS CREE QUE SUS PROVEEDORES DEBIERAN DARLE MAYOR IMPORTANCIA A LOS PROCESOS PRODUCTIVOS.

¿Dónde deberían enfocar sus esfuerzos los proveedores de la minería? *

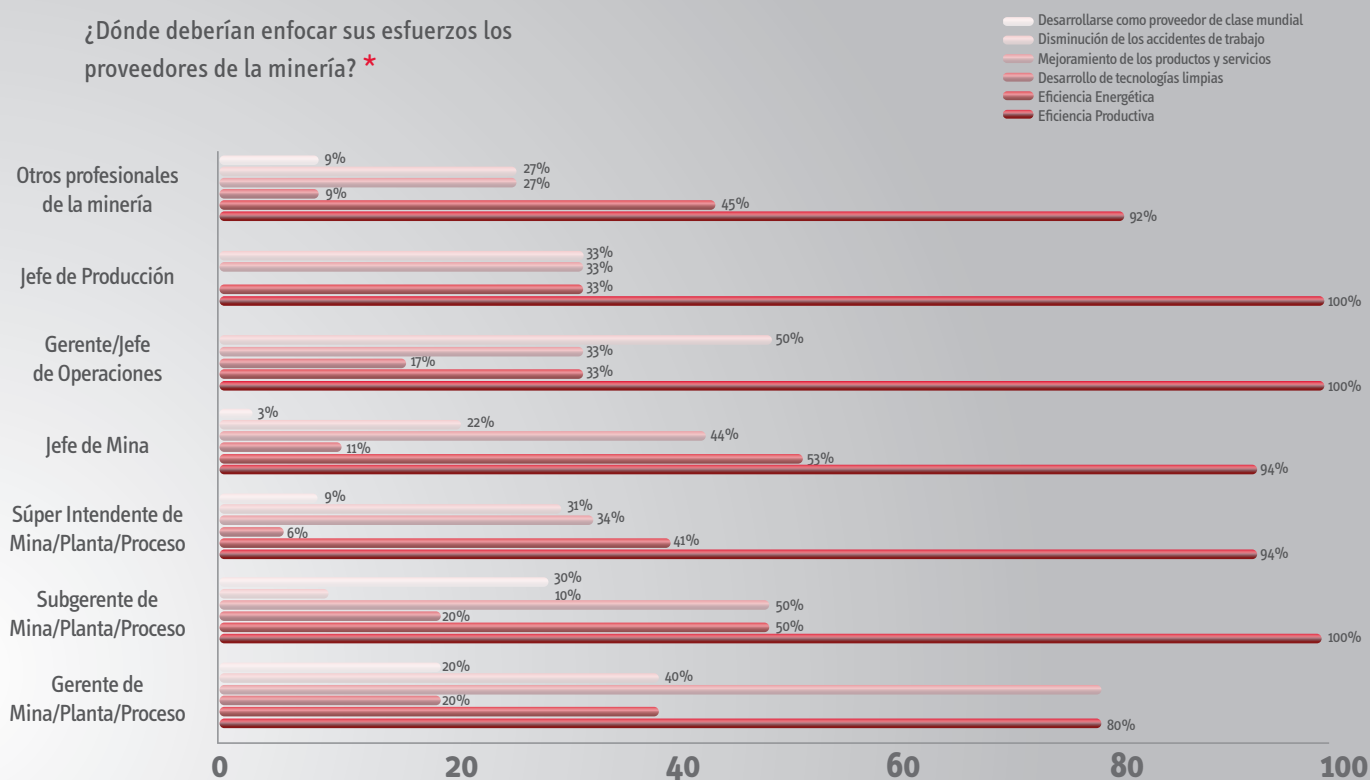


En su mayoría los entrevistados piensan que los proveedores de la minería deberían enfocar sus esfuerzos en la eficiencia productiva, lo que deja clara la importancia que le dan a los procesos en este mercado. A su vez eficiencia energética es el punto que le sigue en las preferencias, mostrando que el mercado minero no queda fuera del debate energético que vive el país. Y en tercer lugar cabe destacar la preferencia “mejoramiento de los productos y servicios”, donde se muestra que el mercado de la minería piensa que sus proveedores pueden seguir perfeccionándolos.

Si bien existen programas de grandes mineras que apuntan a desarrollar proveedores de clase mundial, los datos señalan que muy pocas personas piensan que convertirse en uno deba ser un aspecto importante a considerar en el desarrollo a largo plazo.

SI DESAGREGAMOS SEGÚN EL CARGO DE LOS ENCUESTADOS PODEMOS OBSERVAR QUE MIENTRAS MAYOR SEA LA RESPONSABILIDAD EN LA EMPRESA MAYOR TAMBIÉN SERÁ EL INTERÉS EN TEMAS QUE NO SON EXCLUSIVAMENTE PRODUCTIVOS.

¿Dónde deberían enfocar sus esfuerzos los proveedores de la minería? *



* Pregunta con múltiples opciones. Las respuestas suman más de 100%

La eficiencia energética, el mejoramiento de los productos y servicios, y sobre todo la eficiencia productiva son ideas transversales a los cargos en la faena. Claramente se constituyen como los desafíos primordiales en los que las empresas proveedoras deben enfocar sus esfuerzos

Es importante destacar que la idea de desarrollarse como proveedor de clase mundial cobra fuerza solo en los estamentos más altos de la estructura jerárquica de las faenas, probablemente por su visión a largo plazo del desarrollo de la empresa.

En la minería, probablemente más que en ningún otro mercado, el énfasis en la producción es una constante diaria, por lo que no sorprende que aspectos muy valorados socialmente (cómo el cuidado del medio ambiente) pero que no son determinantes en el desarrollo de las faenas, no se encuentren entre las primeras prioridades de quienes participan en este mercado.

EN RESUMEN

Las comunicaciones en los mercados industriales revisten de gran complejidad, tanto por los perfiles de quienes toman la decisión de compra como también por los medios de comunicación que se pueden utilizar para llegar a ellos.

Las preferencias de los compradores son bastante claras, tanto en relación con las empresas proveedoras como también respecto a las razones de compra, pero esto no significa que con acciones comerciales y comunicacionales concretas las opciones del mercado puedan ser modificadas. Las oportunidades existen para quienes están dispuestos a identificarlas, y los datos aquí recopilados son una buena forma de comenzar a hacerlo.

En Phibrand esperamos que la información contenida en este informe sea de utilidad para quienes toman decisiones de comunicación en las empresas proveedoras del mercado de la minería.

FICHA TECNICA

Investigación realizada entre los días 13 y 17 de Junio del 2011 a 104 asistentes de la feria Exponor realizada en la ciudad de Antofagasta.

phibrand

Es una empresa especializada en marketing industrial con una gran dedicación a la investigación de los mercados industriales.

A través de la investigación desarrollada por un equipo multidisciplinario desarrolla estrategias de comunicación adecuadas al contexto específico de la empresa industrial en su escenario competitivo.

Para más información visita
www.phibrand.com



phibrand

www.phibrand.com

© 2011