



INVESTIGACIÓN DE MARCAS DE EMPRESAS DE INGENIERÍA 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.

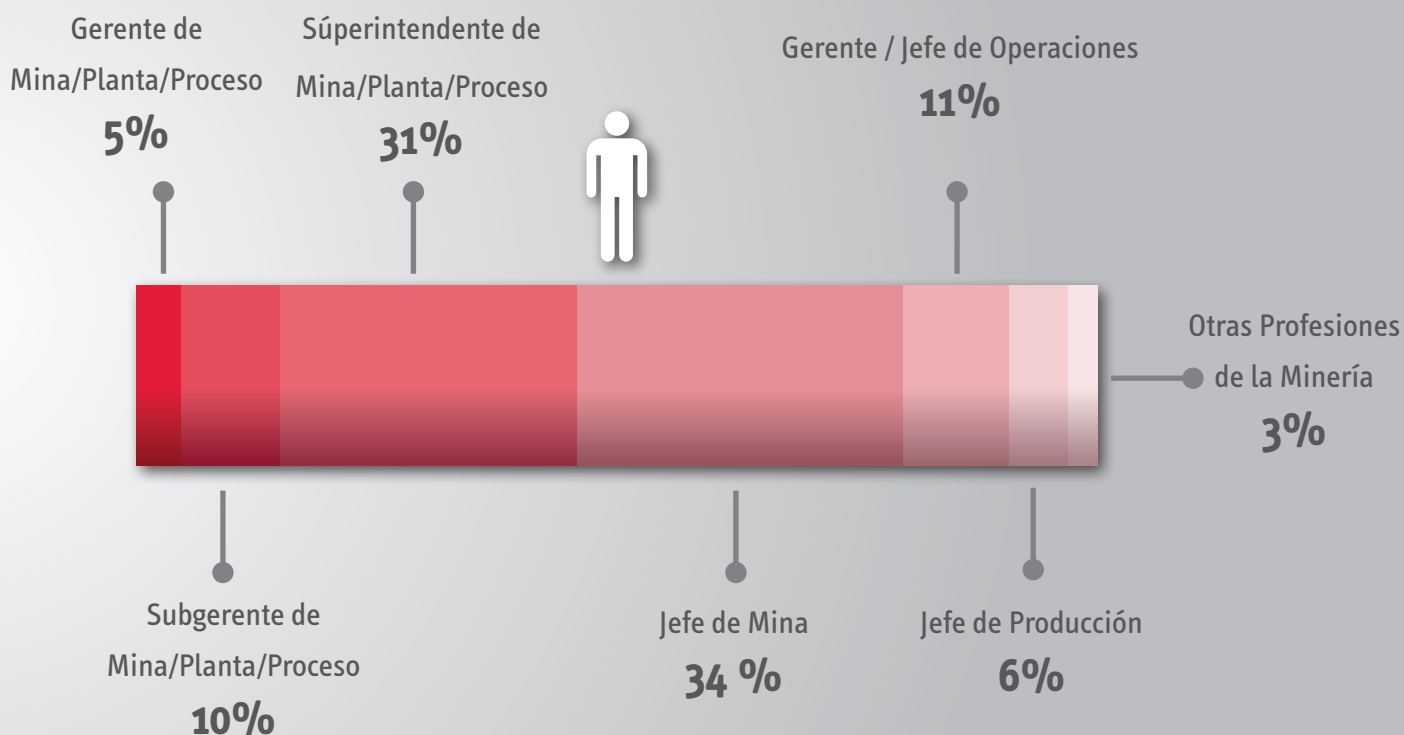
Para esto realizamos encuestas a personas de distintos cargos en las faenas para que dieran a conocer sus opiniones y experiencias sobre las etapas del proceso de selección de un proveedor por sobre otro.

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** SÓLO DOS EMPRESAS DE INGENIERÍA CONCENTRAN LA MAYOR CANTIDAD DE PREFERENCIAS.
- 2** LAS EMPRESAS DE INGENIERÍA SON EVALUADAS EN BASE A SU EXPERIENCIA, PERO NO ES EL ÚNICO FACTOR QUE INFLUYE.
- 3** LOS COMPRADORES INDUSTRIALES SABEN QUE LA CALIDAD ES LO PRINCIPAL, PERO SIEMPRE HAY ALGO MÁS.
- 4** LOS ESFUERZOS DE LOS PROVEEDORES DEBIERAN ENFOCARSE A MEJORAR LOS ASPECTOS PRODUCTIVOS.

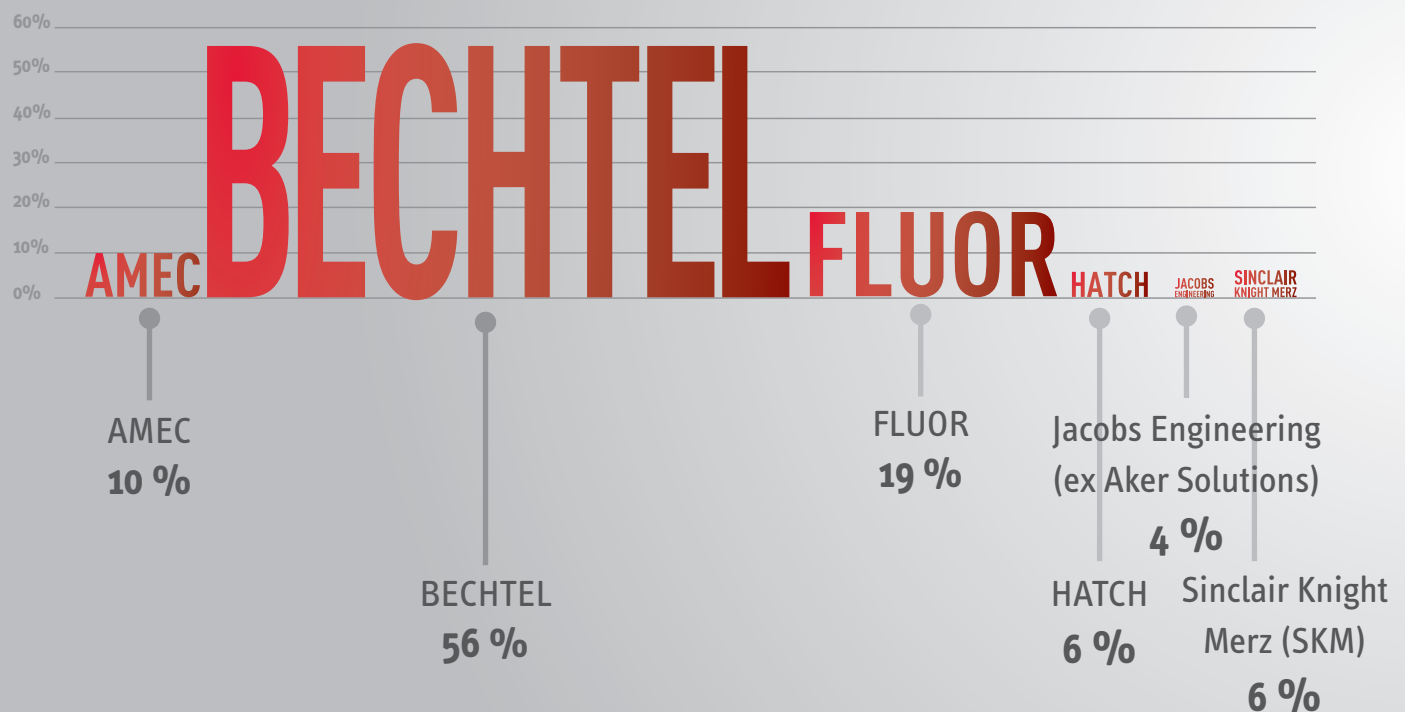
PERFIL DE LOS ENTREVISTADOS



EVALUACIÓN DEL MERCADO DE LAS EMPRESAS DE INGENIERÍA EN LA MINERÍA CHILENA

LA CALIDAD DEL CAPITAL HUMANO DE UNA EMPRESA DE INGENIERÍA

Marcas de Empresas de Ingeniería:
Más Reconocida



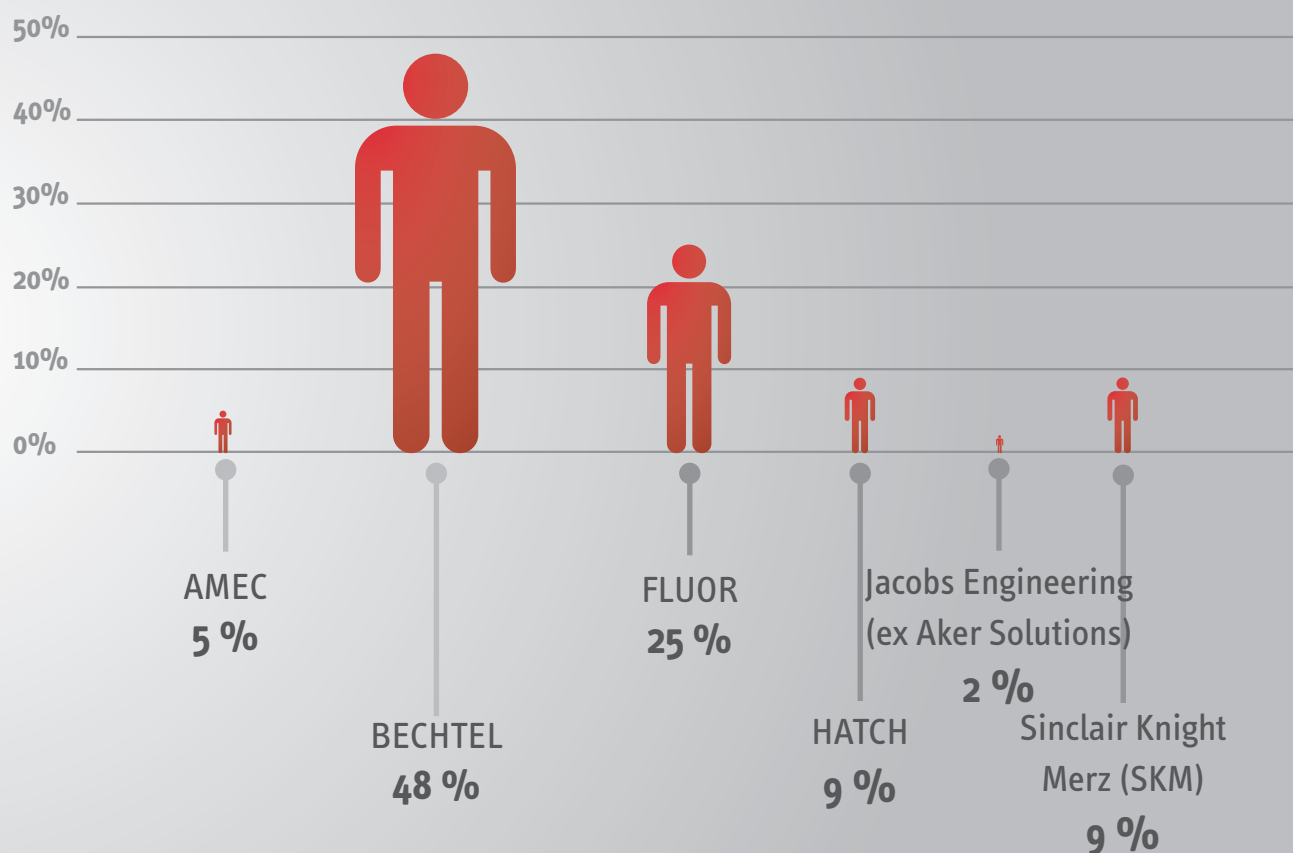
Bechtel es la empresa más reconocida en el mercado, atrayendo por sí sola más del 50% del total de preferencias en este ámbito.

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

SIEMPRE ES RELEVANTE ¿QUÉ ES LO QUE TÚ ESTÁS POTENCIANDO?

Marcas de Empresas de Ingeniería:

Cuenta con los ingenieros más calificados



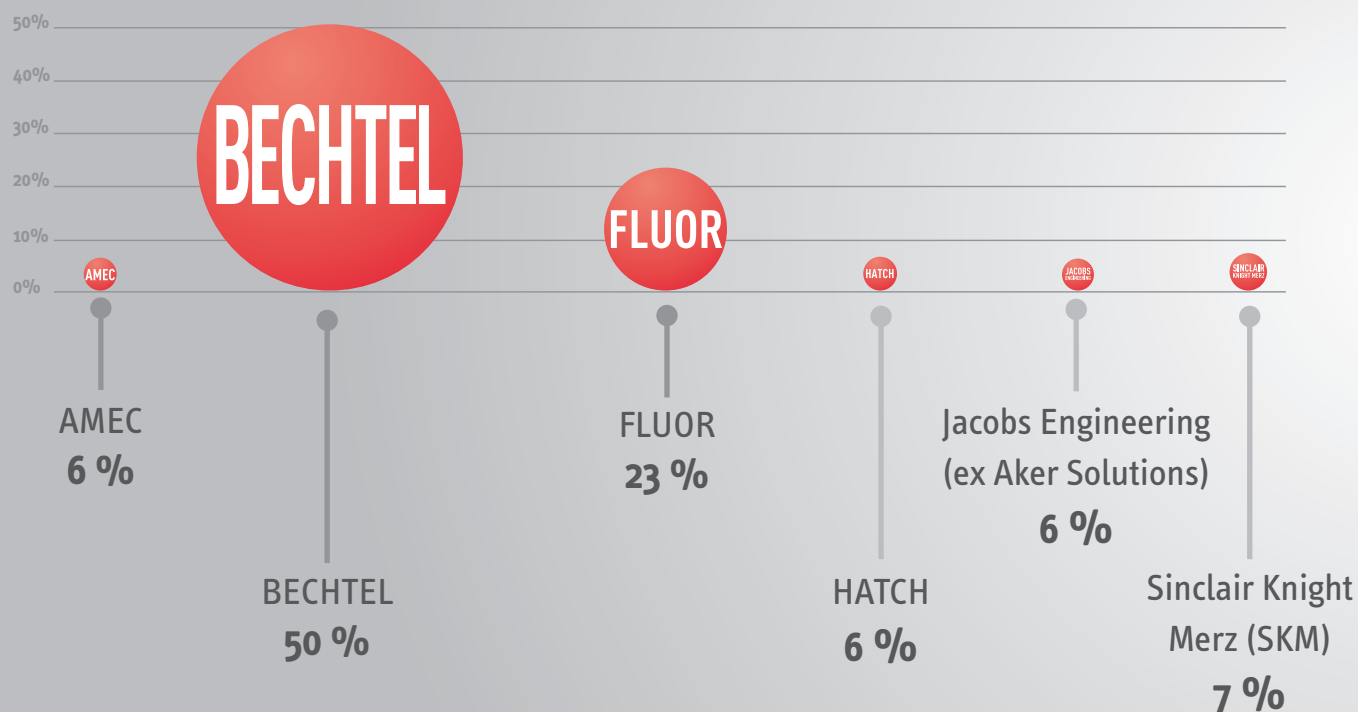
En términos del nivel de calificación del personal de la empresa, **Bechtel** disminuye un poco en cantidad de selecciones, pero aún así concentra casi la mitad de los encuestados, marcando una notoria diferencia con Fluor, su más próximo competidor.

La imagen de **Fluor** sobre la calidad de sus ingenieros aumenta considerablemente en relación al reconocimiento de la marca, pero aún así se mantiene bastante alejado de la percepción de Bechtel por parte del mercado.

A EXCEPCIÓN DE FLUOR, EL RESTO DE LAS EMPRESAS TIENE MUCHO TERRENO POR RECORRER

Marcas de Empresas de Ingeniería:

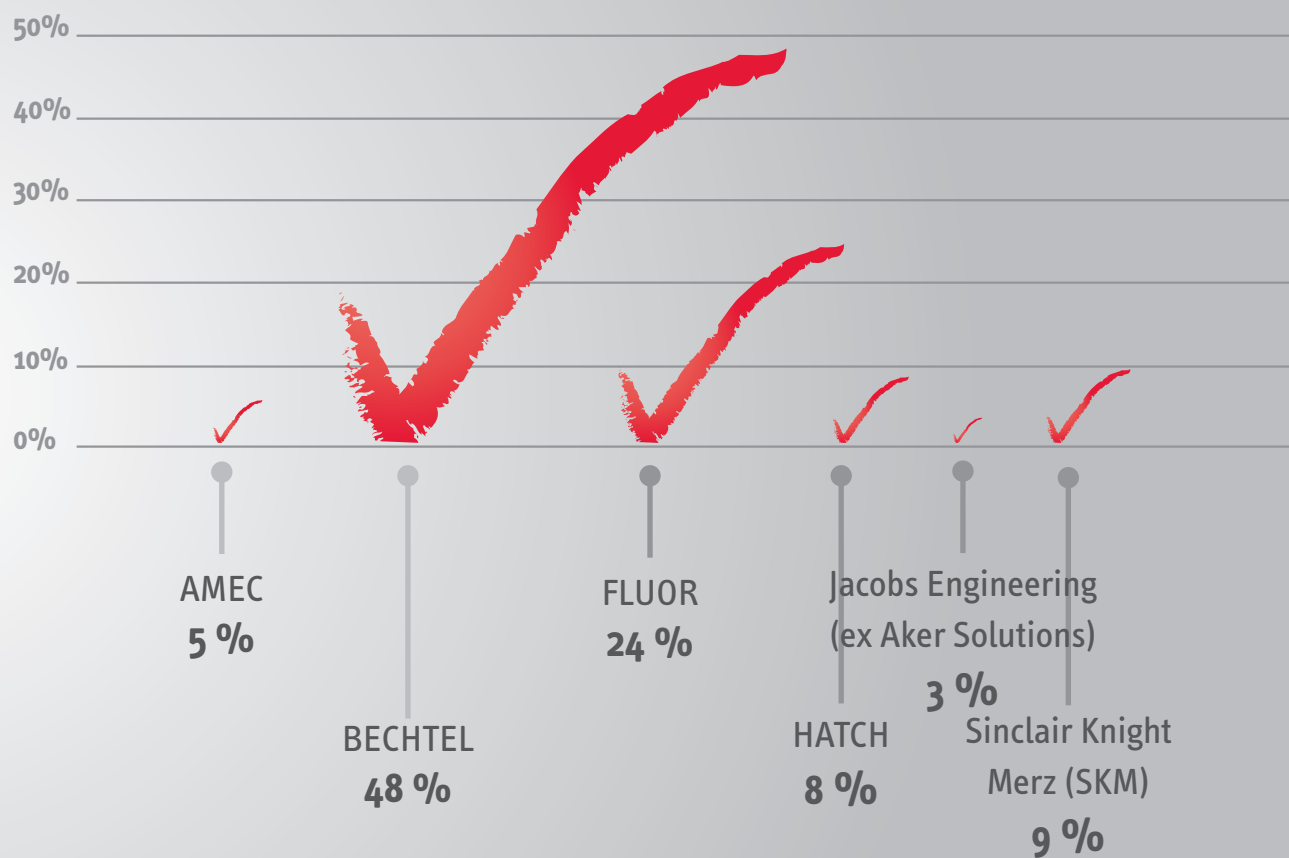
La escogerías para una nueva opción minera



Estos atributos son importantes para las empresas de ingeniería hoy en día, ya que es fundamental ser la primera opción para quien va a comenzar una nueva operación minera, como también es importante poseer la confianza del cliente en que el proveedor efectivamente hará el trabajo requerido.

PARA ESTAR EN EL MISMO NIVEL DE EVALUACIÓN QUE LAS MARCAS MEJOR RANKEADAS

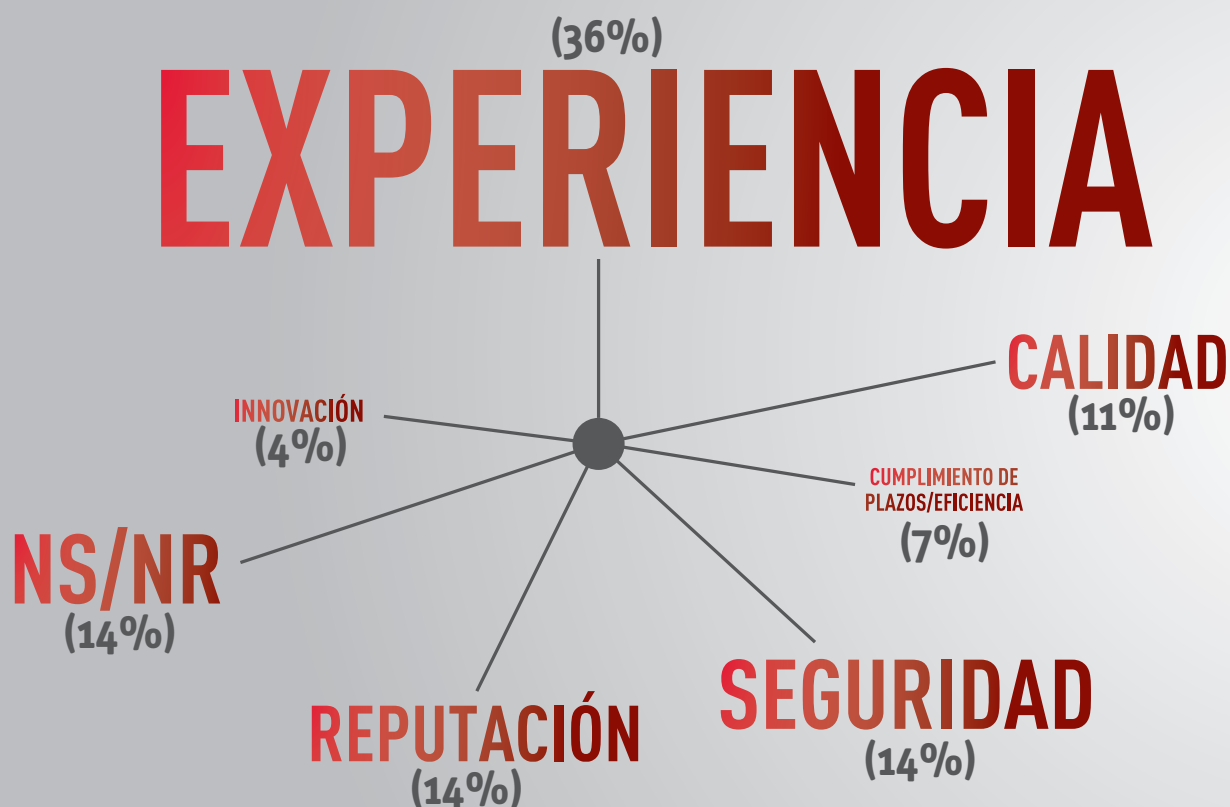
Marcas de Empresas de Ingeniería:
“Va a terminar el trabajo”



Bechtel mantiene su posición dominante en estos ámbitos y **SKM** se consolida como una constante tercera opción.

SON MUCHOS LOS FACTORES QUE PUEDEN INCIDIR EN LA DECISIÓN DE CONTRATAR UNA EMPRESA DE INGENIERÍA. EL FACTOR DE INNOVACIÓN NO ES UNO DE ELLOS. ¿CON QUE IDEA ES ASOCIADA TU MARCA?

Lo primero que necesitas saber para contratar una empresa de ingeniería (respuesta espontánea)



En términos de las necesidades de información de los consumidores, las preferencias favorecen la idea de que es primordial conocer la experiencia en el rubro de la empresa de ingeniería. La seguridad y la reputación le siguen y ambas poseen el mismo grado de importancia para los compradores.

La experiencia y la reputación no son atributos que se puedan hacer propios de la nada, simplemente existen o no, por lo que es muy importante resaltar de la mejor forma posible los aspectos en que la marca sobresalga, para así eliminar el riesgo de presentarse con una imagen poco acorde a las expectativas de quienes toman la decisión de selección de proveedores.

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

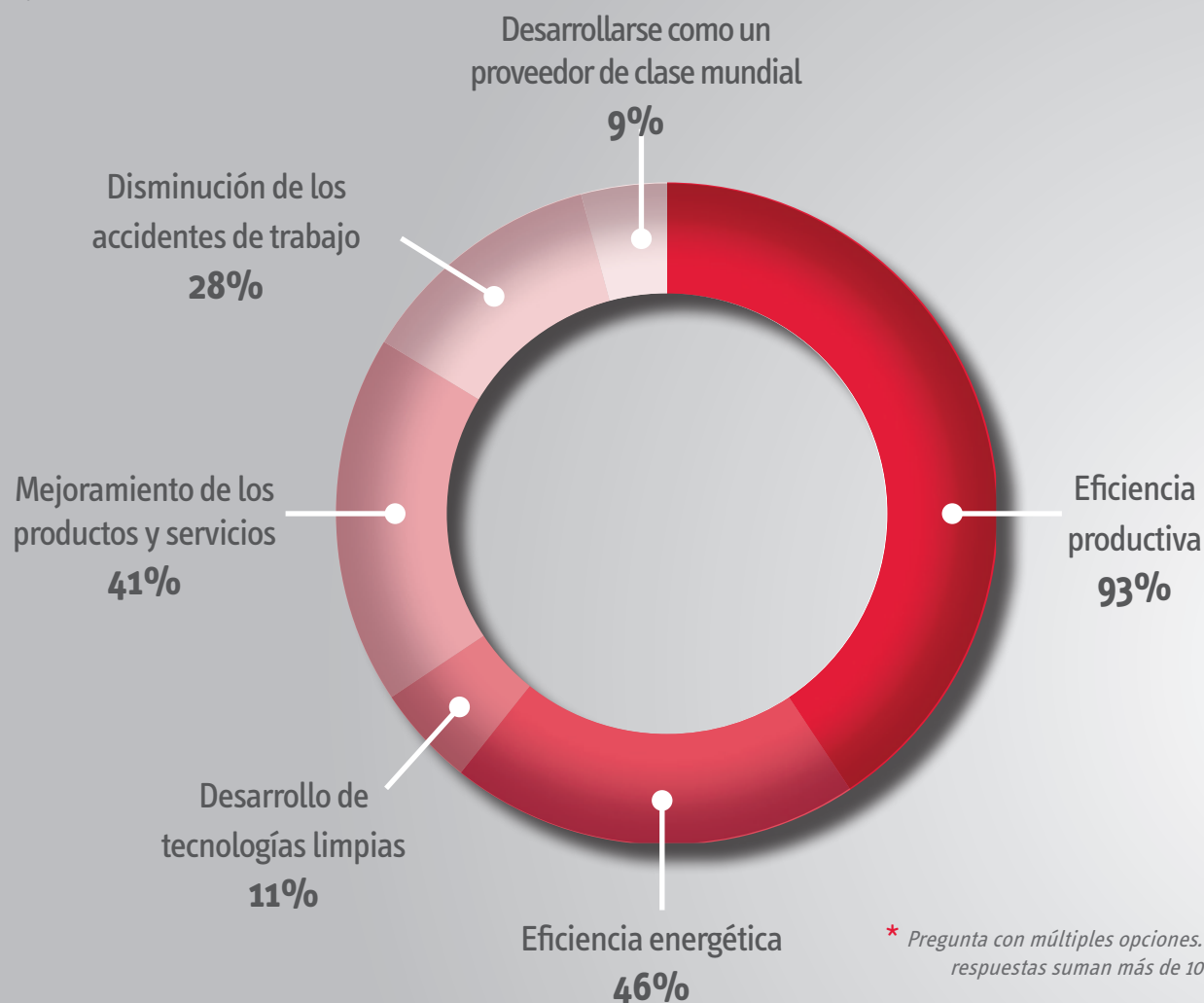


Según el mercado, el factor principal para seleccionar proveedores tiene que ver con la calidad de los productos que ofrecen. La calidad es un concepto muy amplio que puede tener distintas acepciones según el producto que se venda, por lo que la forma de comunicar este atributo debe ser cuidadosamente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

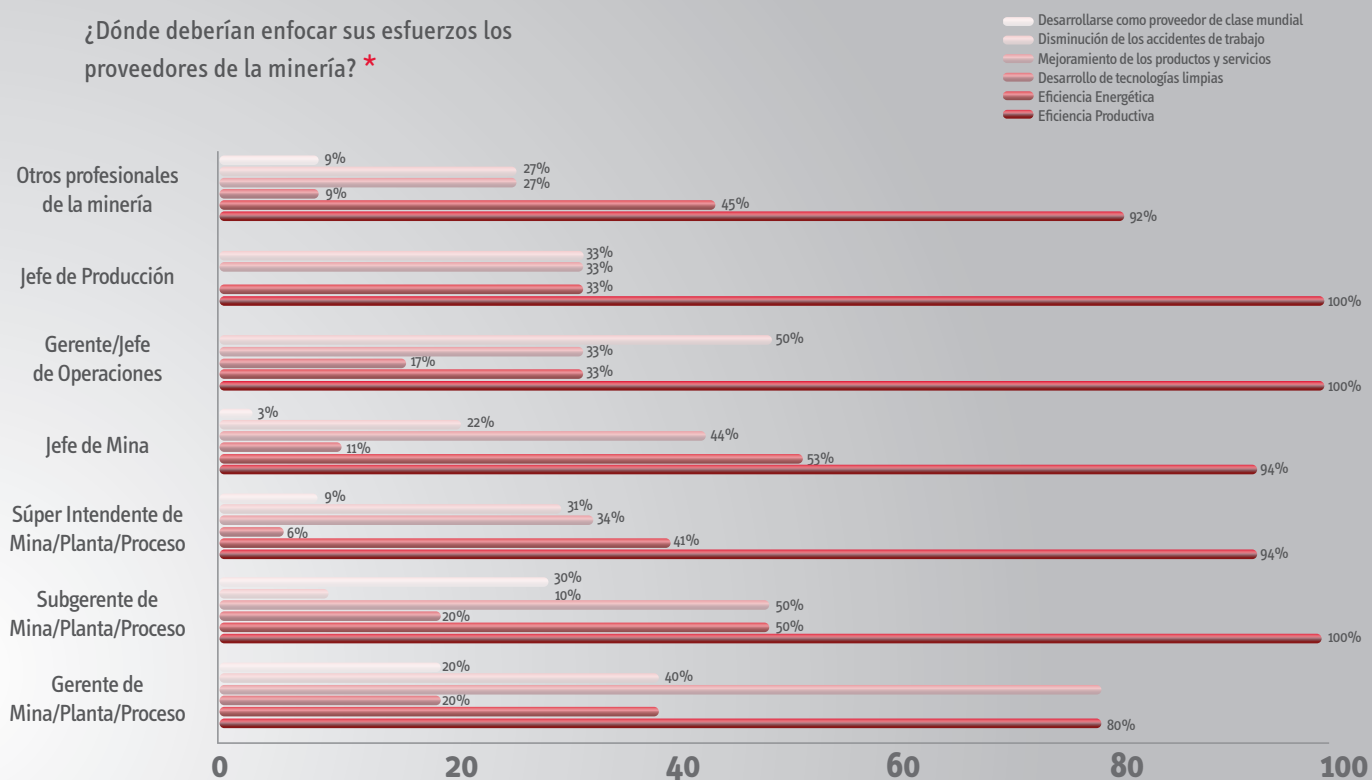


En su mayoría los entrevistados piensan que los proveedores de la minería deberían enfocar sus esfuerzos en la eficiencia productiva, lo que deja clara la importancia que le dan a los procesos en este mercado. A su vez eficiencia energética es el punto que le sigue en las preferencias, mostrando que 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