



SLIDE SLEDGE

Parte I

**PLAN DE MARKETING PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN MARKETING**

Alumno: Jorge Camus
Profesor Guía: Eduardo Torres

Santiago, Octubre 2015

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO	03
<u>ANÁLISIS SITUACIONAL</u>	
I. MEDIOAMBIENTE (ENTORNO)	04
1). DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	04
2) ENFOQUE ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA	05
3) ANALISIS PEST	07
II. INDUSTRIA	17
1) LAS 5 FUERZAS DE PORTER	17
III. COMPETENCIA	19
IV. CONSUMIDOR (MERCADO)	22
1. SEGMENTACIÓN	22
V. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS	25
VI. CONCLUSIONES	26
VII. BIBLIOGRAFÍA	27
VI. ANEXOS	28

RESUMEN EJECUTIVO.

El producto es un innovador martillo de movimiento lineal llamado Slide Sledge que genera mejoras productivas en el mantenimiento de maquinaria pesada, permitiendo realizar esta labor de manera más segura, eficiente y productiva. Específicamente, en Chile está orientado a la minería y constructoras, ya que son compañías que poseen altos estándares de seguridad y por otra parte, en el caso de las mineras, dada la importancia económica de este rubro como pilar en la economía de Chile, siendo las empresas de mantención a faenas y constructoras, los clientes que comprarán y usarán este producto.



Por otra parte, las tendencias de mercado analizadas nos entregan datos relevantes sobre el actual panorama en la minería, para las empresas de mantenimiento y para la construcción, hoy en día, la importancia está enfocada a reducir los costos, aumentar la productividad y a incorporar nuevas tecnologías que permitan mejorar los procesos realizándolos de manera más eficiente y segura.

Este punto es fundamental para el lanzamiento al mercado de este producto, dado que, por su parte, las mineras son el principal foco de este trabajo y ellas suelen externalizan a proveedores el servicio de mantención de maquinarias, lo cual implica generar contratos que involucran multas millonarias por retrasos, entonces, sin duda que estas empresas están preocupadas hoy más que nunca de cada acción que desarrollan, dado el ambiente hostil y apretado actual del rubro, por lo tanto, este producto ayuda a estas empresas a centrarse en una estrategia de diferenciación pensando en un futuro más rentable.

Frente a esto lo más eficiente es cuidar el trabajo realizado y disminuir con tendencia a cero cada falla o retraso. Por lo cual, este plan de marketing se centrará en lanzar al mercado este producto a las empresas de mantenimiento para el rubro de la minería Chilena como primer foco y como segundo las empresas constructoras, dado la similitud en el trabajo a realizar y la posibilidad de incluir esta aplicación.

I. MEDIOAMBIENTE (ENTORNO)

1) DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa Garmendia cuenta con la mayor trayectoria en el mercado de seguridad industrial de Chile, ofreciendo desde 1947 (68 años a la fecha) miles de productos y servicios integrales que buscan responder a las necesidades de protección y seguridad personal en todo tipo de empresas e industrias.

Su alto nivel de diversificación le permite atender la más amplia variedad de clientes y participar en mercados tan diversos como la minería, retail y ferretería, construcción y montajes, servicios, forestales, entre otros. El servicio entregado se destaca por contar con el mayor mix de productos del mercado, una atención a la medida de sus clientes, orientada a brindar soluciones integrales en seguridad industrial y permanente asesoría y capacitación en protección.

La empresa Garmendia cuenta con más de 20 sucursales a lo largo de todo Chile, lo que permite ofrecer la mejor presencia geográfica del rubro con cobertura nacional, desde Arica a Punta Arenas, con expansión en zonas especiales a través de agentes en Chillán, Osorno, Santiago y Concón.

Entre el amplio mix de productos se destacan:

- Calzados de seguridad adaptada a cada rubro.
- El Ropa de seguridad adaptada a cada rubro.
- Equipos e instrumentos de diferentes rubros
 - o Minería
 - o Construcción
 - o Agrícola etc.
- Seguridad para trabajos en altura.
- Refugios Mineros etc.

2) ENFOQUE ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

Está determinado por la visión, misión y la política de calidad de le empresa Garmendia, los cuales son:

a. Visión

“Ser reconocidos como la empresa líder de Latinoamérica en la entrega de valor a nuestros clientes a través de servicios y soluciones de Excelencia en Seguridad Industrial, transformándonos en el principal actor en la protección y seguridad de nuestros clientes”.

Crítica:

Como visión a largo plazo está bien, sin embargo para que el desarrollo se realice es necesario contar con estudios de mercado de las tendencias del mercado y de las necesidades del cliente (actualmente no se realizan).

Por otra parte, es necesario contar con la información de mercado de la competencia, dado que el ser líder implica la comparación y superación de la competencia, actualmente no se conoce esta información.

b. Misión

“Proporcionamos soluciones integrales en EPP, en alianza con nuestros proveedores, con un profundo conocimiento de nuestros clientes, tanto a nivel nacional como latinoamericano, de manera rentable y competitiva mediante una estructura organizacional y un clima laboral que permita alcanzar nuestros objetivos”.

Crítica:

La misión está en desarrollo sólo faltarían los estudios de mercado de la percepción del cliente para que de esta forma se realice el profundo conocimiento de sus clientes.

c. Política de calidad

Nuestra política de gestión integral de Prevención de Riesgos y Calidad comprende la salud y seguridad de nuestros trabajadores, la calidad que entregamos a nuestros clientes, ofreciendo productos innovadores, con asesoría técnica en terreno y soluciones integrales a las necesidades de los trabajadores.

Estamos comprometidos en la mejora continua en nuestros procesos, para elevar el desempeño en seguridad y calidad, mediante la implementación y ejecución de acciones preventivas.

La seguridad es responsabilidad de todos y trabajamos día a día para que cada empleado y cada acción de nuestra compañía contribuya a la prevención de accidentes, reportando, analizando y controlando riesgos de seguridad, de salud y de cuidado ambiental.

3) CONTEXTO INTERNO DE LA EMPRESA:

Actualmente la empresa Garmendia está atravesando por un momento financieramente difícil dado el escenario externo en relación al precio del cobre, lo que ha pegado fuerte en la industria de las empresas que son proveedores para la minería como se comentaba anteriormente.

Por lo cual, el directorio ha tomado decisiones relevantes que implican el cambio del Gerente General y a su vez varias personas han sido desvinculadas de la empresa con el fin de reponerse a los malos tiempos y realizar acciones para rentabilizar de mejor forma los tiempos buenos que el mercado sabe que se viene a futuro.

1) ANÁLISIS PEST

a. Político

El rol que juega la minería pública es muy relevante para el Chile, siendo un pilar fundamental para la economía del país. Cabe destacar que Chile posee un liderazgo internacional en este rubro y desde el punto de vista de la inversión, la ministra de minería, Aurora Williams, sostiene que la minería pública está muy consolidada y la decisión de capitalizar a Codelco, le da un dinamismo importante al sector.¹ El 30% de los proyectos para los próximos 10 años son de minería pública. Por otra parte desde el punto de vista de la inversión privada, se está invirtiendo en proyectos que permitan mantener los niveles de producción y los nuevos proyectos están a la espera del momento más oportuno de invertir, esto debido a que existe incertidumbre económica por la constante caída del precio del cobre. *“Cuando estamos a un precio alto la preocupación mayor es vender y actualmente cuando estamos a un precio bajo la preocupación es el control de costos”.*

Según el presidente de la SONAMI, Alberto Salas en el periodo comprendido entre 2005 – 2013, el sector productivo contribuyó con el 20% del financiamiento fiscal. Por lo tanto, el aporte de la minería al fisco, mediante los excedentes de Codelco y la tributación de la minería privada, alcanzó en este lapso los US\$80.000 millones. *“Esto es equivalente a la sumatoria de los presupuestos del congreso Nacional, del poder judicial, de la contraloría general de la república, y de los ministerios de salud, vivienda, minería, energía, medio ambiente y secretaria general de la presidencia”*²

Por otra parte, Alejandro Werner, economista en jefe de Fondo monetario nacional, explica que el motivo de recorte en las previsiones de crecimiento, se debe a que en Chile la incertidumbre en torno al impacto en las reformas políticas parece estar afectando a la inversión.³

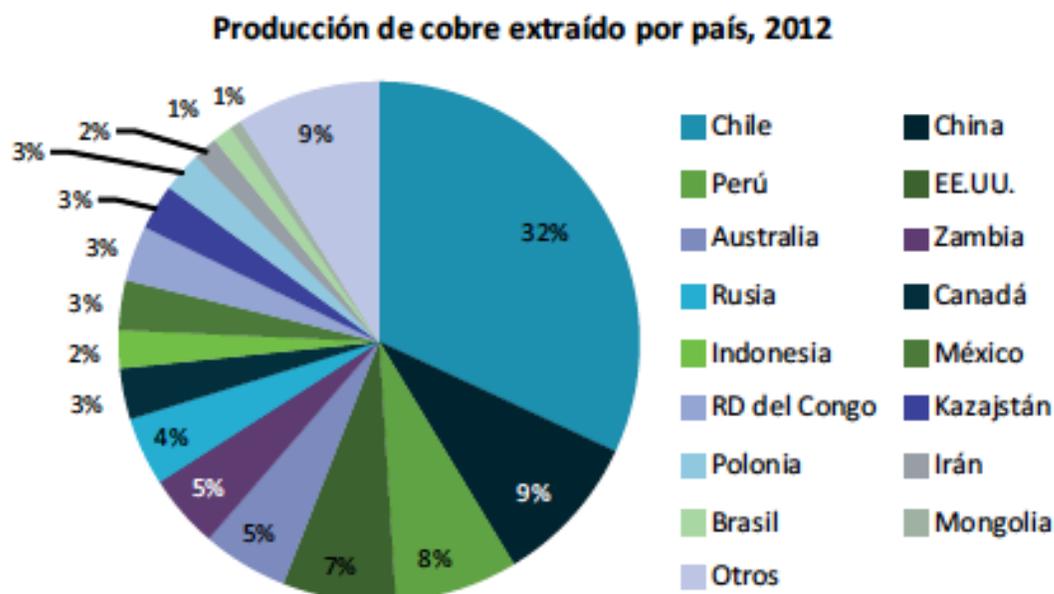
¹ Williams, Aurora, Ministra de Minería. Entrevista Revista Minera (febrero - 2015)

² Salas, Alberto, Presidente de la SONAMI. Entrevista Revista Minera (febrero - 2015)

³ Werner, Alejandro, Economista en Jefe de Fondo monetario nacional. Entrevista Revista Minera (febrero - 2015)

b. Económico.

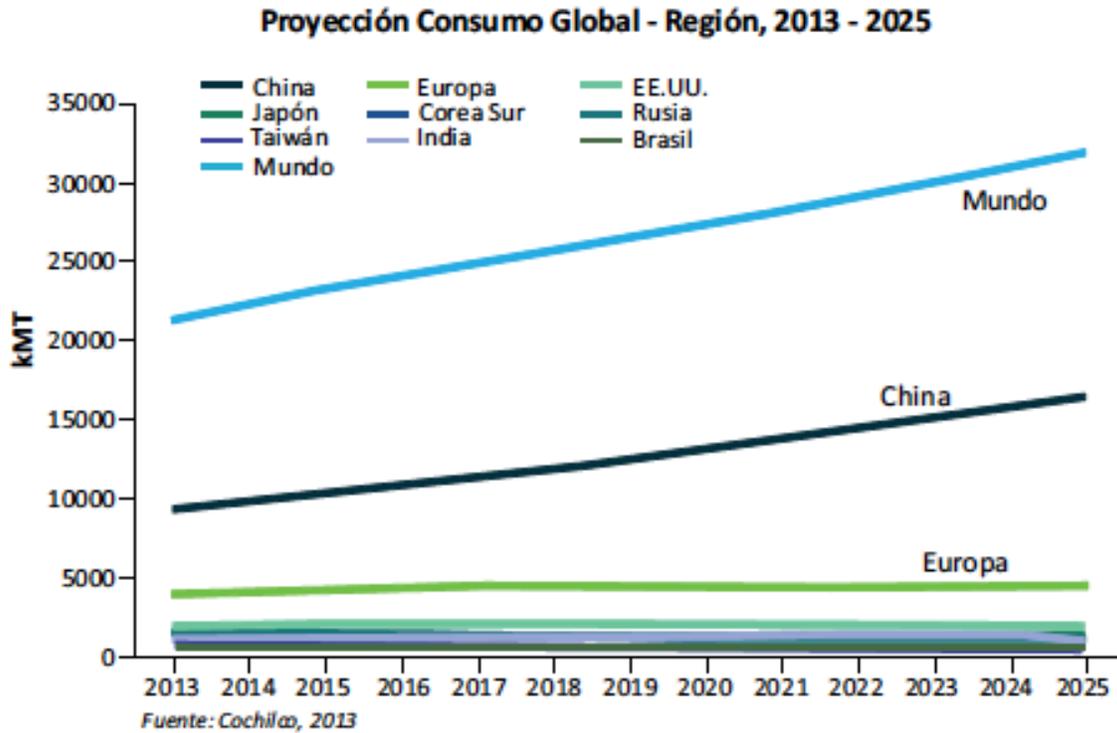
Chile tiene las mayores reservas de cobre del mundo, con un 28% de ellas, más del doble que las reservas que quedan en Perú.⁴



Fuente: Cochilco, 2013

La minería es una industria que se enfrenta a ciclos de precios en el tiempo, lo cual sin duda está principalmente influenciado por el precio del mismo cobre. El actual escenario de caída en el precio de este metal afecta a uno de los pilares más sólidos del desarrollo económico y social de todo el país. Lo que conlleva acciones como por ejemplo el anuncio del Fondo monetario internacional, el cual rebajó sus perspectivas para el crecimiento del PIB de Chile en 2015 desde el 3,3% estimado en octubre de 2014 hasta 2,8%. Esto se debe por una parte a China (principal importador y mayor consumidor de cobre del mundo, responsable por el 43% del consumo en el 2012) ya que su economía presenta signos de enlentecimiento, lo cual afecta directamente el precio del metal. Las expectativas del PIB de China son del 7,1% para el 2015 y de 6,9% para 2016. Por otra parte, se prevé que hacia el 2025, China represente más de la mitad del consumo global de cobre.

⁴ Futuro de la Minería en Chile, Estudio CSIRO, disponible en: <http://www.mch.cl/wp-content/uploads/sites/4/2015/01/El-futuro-de-la-miner%C3%ADa-en-Chile.pdf>

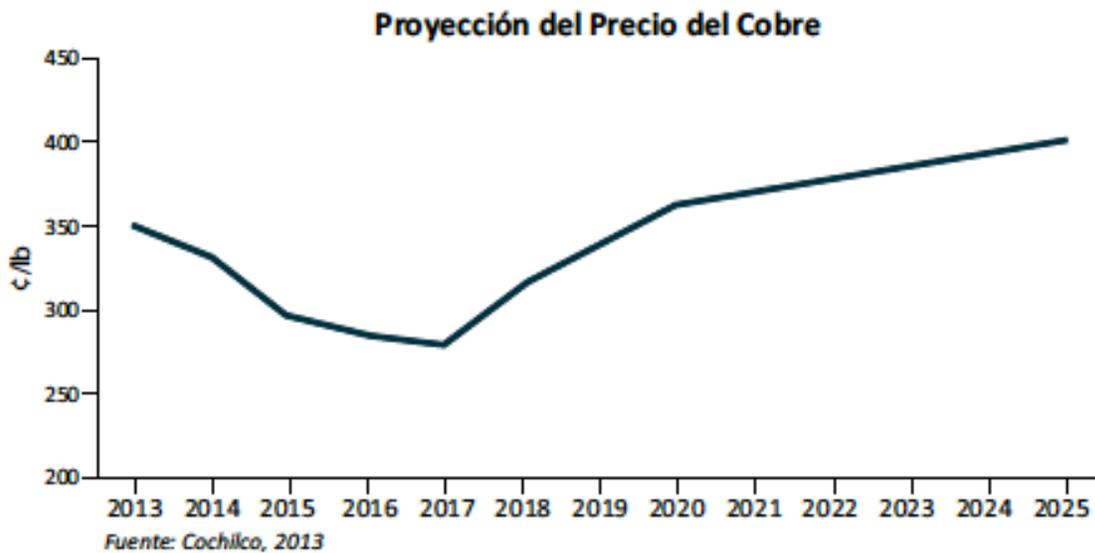


Alberto Salas, presidente de la SONAMI, expresa que en el periodo comprendido entre 2005 – 2013, el sector productivo generó el 15% del PIB del país, aportó el 59% de las exportaciones totales y contribuyó con el 20% del financiamiento fiscal.

Por cada centavo de dólar que cae el precio del cobre, Chile deja de recibir US\$128 millones de exportaciones.⁵

Una baja del 5,3% experimentará el precio del cobre durante el 2015. Cochilco proyecta un punto bajo en el 2017, después del cual los precios comenzarán a repuntar.

⁵ Salas, Alberto, Presidente de la SONAMI.



Estas cifras indican que el entorno económico es incierto y la disminución del crecimiento de Chile se ve altamente afectado ya que la comisión Chilena del cobre, redujo su proyección para este año como consecuencia de la caída del precio del petróleo, la apreciación del dólar en los mercados internacionales, así como también la desaceleración gradual por el que atraviesa la economía china.

Frente a este escenario, las compañías mineras y en especial Codelco, apuestan por la disminución en sus costos, para mejorar así sus excedentes y productividad.

Por otra parte y según el estudio de CSIRO Chile sobre el futuro de la minería en Chile, uno de los cinco escenarios futuros planteados es el Colapso del Cobre: En el que la industria del cobre de Chile no se mantiene competitiva a nivel mundial, ya que los costos laborales y domésticos de energía aumentan, y emerge competencia de menor costo.

Los principales factores que afectan la rentabilidad de la minería son los costos y la productividad; el acceso asequible a la energía, y el agua, ya que las mineras chilenas siguen dependiendo del carbón y el petróleo importado y de las plantas de desalinización para el agua y el capital humano.

El Centro de Estudios del Cobre y la Minería (CESCO) ha proyectado para el periodo 2011-2020 inversiones por un total de \$327 mil millones en la industria de minerales de Latinoamérica. De dicho total, se estima que \$75 mil millones se invertirán en la industria minera chilena.⁶

Por otra parte y dada la actual escasez de profesionales idóneos disponibles en la industria minera de Chile, se estima que se requerirá cerca de unos 20.000 a 44.000 operadores, profesionales y personal de mantención para que se sumen a la industria hacia el 2020. Frente a esto, algunas compañías tales como Anglo American, Antofagasta Minerals, BHP Billiton, Codelco y Collahuasi ya han acordado trabajar en un programa de desarrollo conjunto con el objetivo de capacitar hasta 28.000 trabajadores en oficios relacionados con la minería hacia fines del 2015.

c. Social

En la actualidad, en las compañías mineras del país ya no se habla de responsabilidad social sino que de sustentabilidad. Este nuevo enfoque, que contempla las dimensiones ambiental, social y económica, ha llevado a que las empresas asuman una gestión integral responsable y mantengan además su competitividad en el mercado.

Pero un hecho que ha impulsado este cambio es que las comunidades están mucho más alertas. Y es así como hoy es impensable que las compañías mineras empiecen a trabajar un proyecto minero sin considerar el entorno. Es más, muchas de ellas se preocupan primero de los temas ambientales y comunitarios, y cuando encuentran una solución a éstos, inician la fase de evaluación técnica y económica.

En esta nueva visión ha sido clave que las compañías mineras se consideran un miembro más de la comunidad donde están realizando los proyectos, en que junto con representantes de la comunidad y el gobierno local, que generalmente son los municipios, buscan la forma de cómo se relacionarán en el largo plazo.

Dentro de la dimensión social, el enfoque de los programas que llevan a cabo las mineras se relaciona principalmente con lo que la comunidad considera que está más carente. En

⁶ Percepciones chilenas hacia la minería Encuesta a la ciudadanía – Resultados 2014

Chile, por ejemplo, una de las preocupaciones principales es el mejoramiento de la educación —la mayoría de las grandes mineras poseen importantes iniciativas al respecto—, mientras que en Sudáfrica es el combate contra el Sida.

Para reforzar la sustentabilidad del sector, en la dimensión económica, además de generar trabajo, se han transferido buenas prácticas a proveedores y contratistas. A nivel ambiental se financian proyectos o actividades destinados a la protección o reparación del entorno, la preservación de la naturaleza o la conservación del patrimonio ambiental.

Otra cosa que ha cambiado es que antes las compañías mineras entregaban balances anuales, pero hoy utilizan reportes de sustentabilidad o sostenibilidad, por ejemplo del Global Reporting Initiative (GRI), donde se consignan todas las acciones emprendidas por la minera durante el año. Estos procesos son auditados por reconocidas consultoras nacionales e internacionales y también por organizaciones no gubernamentales (ONGs).⁷

Según un estudio sobre las percepciones chilenas hacia la minería. (Encuesta ciudadana) sobre ¿Qué representa la minería para los chilenos?

En general, la minería se considera pilar económico central y necesario para Chile.

Al comparar las respuestas de las personas que viven en diferentes partes del país, vimos que los participantes ubicados en la región Metropolitana concordaban con esta afirmación más fuertemente que aquellos que vivían en regiones mineras y no-mineras.

Tabla 2

⁷ Artículo Online, disponible en: <http://www.sonami.cl/files/presentaciones/663/01.-%20Chile%20Pais%20Minero%20SONAMI%20El%20Mercurio.pdf>

LA IMPORTANCIA DE LA MINERÍA EN CHILE



Tabla 2 Calificaciones medias de la relación macro entre la minería y Chile, en general y para cada región analizada.

ÍTEM	MEDIA DE NIVEL DE ACUERDO (DESVIACIÓN ESTÁNDAR)			
	 GENERAL	 MINERAS	 NO-MINERAS	 METROPOLITANA
La minería es central para Chile	6.19 (DE = 1.29)	6.10 (DE = 1.29)	6.11 (DE = 1.37)	6.46 (DE = 1.15)
La minería no es necesaria para Chile	2.37 (DE = 2.08)	2.62 (DE = 2.14)	2.57 (DE = 2.26)	1.70 (DE = 1.54)
La minería contribuye significativamente al nivel de vida en Chile	5.92 (DE = 1.43)	5.94 (DE = 1.35)	5.88 (DE = 1.44)	5.92 (DE = 1.54)
La minería apoyará la prosperidad futura de Chile	5.88 (DE = 1.45)	5.91 (DE = 1.37)	5.81 (DE = 1.50)	5.92 (DE = 1.53)
La minería contribuye significativamente a la economía de Chile	6.18 (DE = 1.24)	6.12 (DE = 1.23)	6.12 (DE = 1.34)	6.36 (DE = 1.12)

Clasificado en una escala del 1 (en lo absoluto) al 7 (en gran medida).

Por otra parte, los beneficios percibidos que genera la minería para el país, las comunidades las áreas regionales, y los individuos. Estos incluyen el empleo, las mejoras a la infraestructura regional como resultado de la minería, y los beneficios económicos generales. *En términos generales, aquellas personas que viven en áreas mineras percibieron los beneficios derivados de la minería de manera mucho más positiva que aquellos ubicados en áreas no-mineras y en la región Metropolitana.*

Los chilenos confían y aceptan más a la industria minera cuando sienten que esta los escucha y se muestra receptiva ante sus preocupaciones, cuando los beneficios de la minería se reparten con equidad, y los marcos legislativos y regulatorios que tenemos habilitados generan la confianza en que industria hará lo correcto.

Por otra parte, la minería apuesta en el desarrollo de formar capital humano avanzado, respondiendo a los desafíos de una minería que asegure el bienestar y el desarrollo para Chile y el mundo, para esto, las universidades y centros de investigación tienen también mucho que aportar. Un lugar destacado en esta tarea posee el Centro Avanzado de Tecnología para la Minería (AMTC por su sigla en inglés) de la Universidad de Chile, cuya misión es generar investigación multidisciplinaria de clase mundial, transferir nuevas tecnologías.

d. Tecnológico

El desarrollo de un proyecto minero enfrenta diversos y complejos procesos, desde el descubrimiento de un yacimiento hasta la comercialización de los productos. Por otra parte y debido al aumento de la demanda creciente que experimenta el cobre, la situación es más difícil al tener que responder a esta mayor demanda explotando yacimientos más profundos, con leyes cada vez más bajas y mineralogías más complejas.

Lo señalado impacta de manera significativa en la productividad de las operaciones, lo que ha requerido de parte de las empresas mineras un uso más intenso de tecnologías e innovación para viabilizar sus operaciones, desde el punto de vista técnico como económico.

La incorporación de mayor tecnología e innovación se requiere en todos los ámbitos del negocio, tanto en temas operacionales como de gestión. Un rol significativo lo desempeñan las empresas proveedoras de equipos y servicios, las que, atendiendo las necesidades de las compañías mineras, desarrollan permanentemente nuevos productos que hacen más eficientes las actividades y operaciones claves de exploración, extracción y procesamiento de minerales.

Pero también se requiere tecnología e innovación en el entorno del negocio principal, como por ejemplo en toda la línea de desarrollo que existe en relación con el uso de energías alternativas. De esta manera, incorporando diversas mejoras en este ámbito, la industria minera ha logrado mantenerse como una actividad sustentable y fundamental para la economía del país.⁸

⁸ Artículo Online, disponible en: <http://www.sonami.cl/files/presentaciones/663/01.-%20Chile%20Pais%20Minero%20SONAMI%20El%20Mercurio.pdf>

La minería avanza permanentemente hacia mejores estándares operacionales, sobre la base de nuevos equipos, sensores y software especializados de modelamiento de operaciones y procesos.

Innovación y tendencias

Para enfrentar las necesidades de eficiencia, productividad y continuidad operativa de la industria, los proveedores de servicios de mantenimiento han ido ajustando sus modelos y prácticas a las nuevas tendencias, como es la mantención proactiva.

“Se han ido añadiendo nuevas tendencias y filosofías de mantenimiento, de tal forma que actualmente podemos hablar de un nuevo enfoque, el cual se centra en técnicas proactivas a fin de encontrar la causa raíz de la falla, para minimizar su ocurrencia”, asevera Francisco Javier Méndez, gerente comercial en Empresas Comin. Puntualiza que el mantenimiento basado en esa condición consiste en realizar mediciones sistemáticas de las variables operacionales de una maquinaria o equipo industrial.

*“Al monitorear y registrar, mediante inspecciones periódicas, parámetros claves en el desempeño de una máquina, como variables operacionales, niveles de vibraciones, ruidos ultrasónicos, estado de lubricantes, tiempo entre fallas, es posible obtener patrones o señales que, al analizarlos, permiten determinar la condición del equipo y, de esta manera, planificar actividades de mantenimiento específicas y programar el momento oportuno para la intervención del activo”.*⁹

Casos como tecnologías avanzadas de exploración, nuevos desarrollos computacionales para definir, evaluar y planificar la explotación de un yacimiento, la automatización y manejo remoto de equipos, y el control en tiempo real de todas las áreas del negocio, son ejemplos representativos donde la tecnología e innovación están aportando de manera muy significativa a la industria minera. A través de su historia, la minería en Chile ha sido el escenario propicio para la implementación de diversos avances tecnológicos de impacto mundial. En un comienzo utilizando o adaptando tecnologías desarrolladas en otros países, a las que posteriormente se sumaron diversos desarrollos nacionales.

⁹ Artículo Online, disponible en: Mantenimiento de plantas: Personal calificado y gestión proactiva. <http://www.mch.cl/informes-tecnicos/mantenimiento-de-plantas-personal-calificado-y-gestion-proactiva/>

En los últimos años, un ejemplo de este avance tecnológico, particularmente asociado a la faena minera operativa, es la flota de camiones autónomos que operan en la División Gabriela Mistral de Codelco. Ésta es considerada como la primera operación a nivel mundial que realiza todo el transporte de sus minerales en camiones sin conductor, que se guían a través de un sistema de GPS.

e. Ecológico

La minería fue una de las primeras actividades productivas cuyas compañías tenían departamentos de medio ambiente con personal especializado y con un gerente a cargo del tema. Y es así como también muchas mineras realizaban Estudios de Impacto Ambiental (EIA) de sus proyectos cuando no era una obligación

El impacto en el medioambiente, particularmente la calidad del agua, y el impacto en el sector agrícola fueron los predictores negativos más fuertes de la aceptación. En general, los impactos negativos de la minería fueron calificados de manera considerablemente más fuerte por aquellos ubicados en las regiones mineras, seguidos por aquellos encuestados que residían en regiones no mineras y, luego, por quienes vivían en el área Metropolitana.

II. INDUSTRIA

1) LAS 5 FUERZAS DE PORTER

f. Poder de negociación de los Clientes

Los clientes finales son mineras y su poder de negociación es alto, dado los altos estándares que exige y necesita el rubro. La disposición a pagar es rentable para los proveedores que son empresas de mantenimiento, siempre que se cumplan con ciertos criterios de conveniencia para la minera, de no cumplir normalmente existen multas y un futuro incierto para un determinado proveedor, dado que las mineras siempre tendrá un nuevo proveedor esperando su lugar.

Por otra parte, la existencia de pocas mineras hace que la competencia entre proveedores sea teóricamente alta, y es teórica dado que el trabajo es constante y de alta demanda, por lo cual no es raro ver a la competencia trabajando para el mismo cliente al mismo tiempo y en el mismo lugar. El precio no es un factor crítico o por lo menos no está por sobre el riesgo o las pérdidas que se avecinan si las mineras eligen mal a un proveedor.

En el caso de las constructoras el poder de negociación de los clientes es bajo, dado que la mayoría de las constructoras grandes venden cuando están en proyecto y el cliente final desconoce los detalles del trabajo de las constructoras.

g. Poder de negociación de los Proveedores

El poder de negociación es bajo, sin embargo la necesidad de contar con un proveedor eficiente para las mineras es fundamental, lo que implica un grado de complicidad con el proveedor y le permite a las mineras externalizar procesos específicos a un proveedor.

En cuanto a una amenaza de la industria para con el proveedor, esto no es tal dado la mutua necesidad de las partes. Es necesario destacar que cada vez los proveedores se especializan más tanto como las exigencias de mejor productividad y disminución de costos por parte de las mineras aumentan.

En las constructoras el poder también es bajo, dado que se basan en exigencias de compra de las constructoras y pueden modificar el proyecto ante cualquier eventualidad.

h. Amenaza o barreras de entrada de nuevos competidores entrantes

Las barreras de entrada son medias, dado el grado de especialidad del rubro y que las empresas proveedoras entregan la más alta calidad de productos con tecnología internacional a las mineras al igual que las empresas constructoras.

i. Amenaza de productos sustitutos

El producto es un sustituto en si, dado que mejora y disminuye el riesgo principalmente de uso del combo y el cincel. Por lo cual no existen por el momento otros sustitutos.

j. Rivalidad entre los competidores

Existe alta rivalidad entre competidores del rubro, por lo cual es probable que de existir otro producto la competencia lo lance al mercado. Sin embargo hasta el momento internacionalmente no se ha encontrado otro producto similar y está con patente exclusiva.

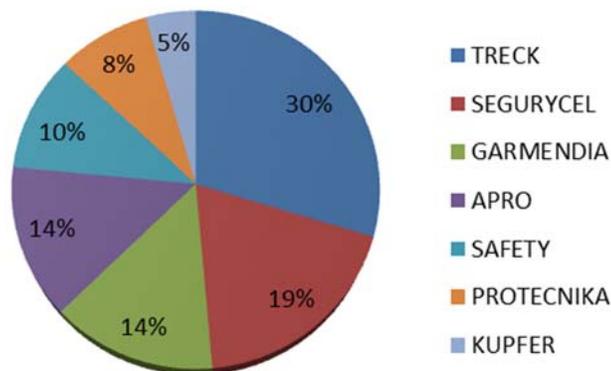
III. COMPETENCIA

La competencia de Garmendia está compuesta principalmente por 6 empresas, las cuales son: TRECK, SEGURYCEL, APRO, SAFETY, PROTECNKA y KUPFER. Y que eventualmente pueden ser representantes de otras marcas similares al Slide Sledge luego de que la patente venza y se puedan crear competencias o representar productos sustitutos con otra tecnología y que resuelva el mismo problema (actualmente no existe al menos en EEUU y que sea de conocimiento de la marca Slide Sledge).

Participación de mercado:

De las cuales en aspectos generales, de acuerdo a los datos internos de la empresa, TRECK lidera el mercado con una participación de mercado del 30% en ventas del año 2014, seguida por SEGURYCEL con 19% y luego GARMENDIA con 14% y muy de cerca APRO también con 14%, como se demuestra en el gráfico.

PARTICIPACIÓN DE MERCADO



Marketing Mix por competencia:

De acuerdo al rubro, es posible decir que las acciones que realizan las diferentes marcas son muy similares y carecen de diferenciación clara, actualmente todos venden o distribuyen productos similares, en algunos casos con las mismas marcas, en otros son representaciones extranjeras que son competencia en todo el mundo. En el caso del precio el mercado cobra aproximadamente un 35% de margen, sin embargo se realizan descuentos por volumen, contratos, licitaciones y acuerdos específicos.

Por otra parte la plaza es principalmente en tiendas, las cuales con excepcion de una marca, todas tienen tiendas en las siguientes ciudades como mínimo:

- Santiago
- Rancagua
- Antofagasta
- Coquimbo
- Copiapó
- Iquique

MARCA	PRODUCTO	PRECIO	PLAZA	PROMOCIÓN
	Calzado de seguridad EPP Ropa de seguridad Equipos e instrumentos	35% margen promedio.	11 Tiendas a lo largo de do Chile Tienda Web Venta por catálogo Venta telefónica	- Ferias RRPP - E-mailing - Revistas de nicho - Merchandising
	- Calzado de seguridad - EPP - Ropa de seguridad - Equipos e instrumentos	40% margen promedio.	- 15 Tiendas a lo largo de todo Chile - Tienda Web - Venta por catálogo - Venta telefónica	- Ferias RRPP - E-mailing - Revistas de nicho - Merchandising
	- Calzado de seguridad - EPP - Ropa de seguridad - Equipos e instrumentos	20% margen promedio.	- 12 Tiendas a lo largo de todo Chile - Tienda Web - Venta por catálogo - Venta telefónica	- Ferias RRPP - E-mailing - Revistas de nicho
	- Calzado de seguridad - EPP - Ropa de seguridad - Equipos e instrumentos	35% margen aprox.	- 1 Tiendas en Santiago - Tienda Web - Venta por catálogo - Venta telefónica	- Ferias RRPP - E-mailing - Revistas de nicho
	- Calzado de seguridad - EPP - Ropa de seguridad - Equipos e instrumentos	35% margen promedio.	- 8 Tiendas a lo largo de todo Chile - Tienda Web - Venta por catálogo - Venta telefónica	- Ferias RRPP - E-mailing - Revistas de nicho
	- Calzado de seguridad - EPP - Ropa de seguridad - Equipos e instrumentos	35% promedio.	- 16 Tiendas a lo largo de todo Chile - Tienda Web - Venta por catálogo - Venta telefónica	- Ferias RRPP - E-mailing - Revistas de nicho

IV. CONSUMIDOR (MERCADO)

1) SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El mercado está determinado por 2 segmentos, los cuales están divididos por el tipo de maquinaria que utilizan como se expresa en el siguiente cuadro¹⁰:

Nº	SEGMENTO	RUBRO	TIPO DE MAQUINARIA	CANTIDAD DE EMPRESAS	MONTO DE VENTAS (miles de UF)
1	Maquinarias pesadas, medianas y pequeñas	- Minería (empresas de mantención de faenas) - Constructoras	- Retroexcavadora - Excavadora - Cargadora - Scoop Tram - Bulldozer - Rotopala - Mototrailla - Dragalina - Camiones - Conveyor	- Mineras: 244 faenas activas y 6.120 empresas - Constructoras: 74.350	Mineras: 1.246.986 Constructoras: 4.350
3	Maquinarias específica	- Industriales - Militares - Flotas y camiones - Ferrocarril - Agrícolas	- Conveyor - Maquinarias de confección de producto específico - Envasadoras - Tanques - Camiones - Ferrocarriles - Recolectoras - Tractores - Removedoras	- E. Industriales: 54.921 - Militares: 3 - Ferrocarriles: 5 - Transporte: 98.160 - Agrícolas: 86.044	E. Industriales: 1.909.048 Militares: n/a Ferrocarriles: n/a Transporte: 989.031 Agrícolas: 551.613

- **SEGMENTO 1: Maquinarias pesadas y pequeñas:**

- o Mineras y empresas de mantención de mineras

Las mineras tienden en su mayoría a externalizar los servicios de mantenimiento de su maquinaria pesada, pero muchas veces, tienen algunos procesos que resuelven internamente. Realizan 2 tipos de extracciones, subterránea y a cielo abierto, Codelco

¹⁰ SII: Artículo Online, disponible en: http://www.sii.cl/estadisticas/empresas_rubro.htm

es el primer productor de cobre del mundo y es también la empresa más grande de Chile, el año 2006, la mina producía 418.332 toneladas métricas finas anuales de cobre, para lo cual necesita maquinaria pesada y especializada. Las operaciones básicas en cualquier tipo de mina son tres: arranque (tumbe), carga (rezagado) y transporte (acarreo).

Faenas y empresas de mantenimiento

Para determinar el tamaño de las mineras es importante indicar las faenas mineras que están en operación, la cuales son 244 activas. Y para cubrir con la demanda de estas faenas a continuación se entrega un cuadro con las empresas de mantenimiento más relevantes:

NOMBRE EMPRESA		NOMBRE EMPRESA	
1	SALFA	34	Mantenición y Control Industrial Ltd.
2	SOMACOR	35	MEGSA
3	SIMALGA	36	LOYER & LOYER
4	Mantenición y Montajes Industriales	37	Servicios Rps Mantenición Industrial
5	INSTAPLAN	38	Ser. de Mantenición Ind. Felipe A. Pa
6	Servicios Globales de Mantenimiento	39	Serv. de Bobinados y Mantenición De
7	TERMIKA	40	KAURI
8	AMMI	41	Servicios Const. Mont. Mant. y Asesor
9	MANTA	42	ARCHE
10	INTECMA	43	Empresa de Mantenición Industrial Lt
11	I&M	44	Serv. de Mant. Pedro A. Fernández M
12	MARIA TEJADA MANT.	45	Profesionales del Mantenimiento Ltd.
13	CARRILLO	46	Serv. de Perf. Habili. y Mantenición
14	S Y S	47	Reparación y Mant.de Ascensores Tor
15	MANTPREDICT	48	INNING
16	SOC. SERVICIOS Y MANTENCIÓN	49	Lira Construcciones Mantenimiento
17	ANDREA DEL PILAR	50	Serv de Mant y Rep Ind Hidráulica B
18	VALDERRAM	51	FRISEM
19	ARIDOS	52	REAM
20	Serv. de Mantenición Industrial Ltda.	53	Servicios y Mantenciones Araucanía
21	Soc. de Serv. de Mant. Const. y Obr	54	Soluciones en Ingeniería y Mant.
22	SINTEC	55	EHRMANTRAUT
23	Serv. Intg. de Mante. y Lubricantes	56	Mantenición y Asesorías Ltda.
24	Ing. y Mantenición Industrial Limitad	57	Serv. de Mantenición Para la Minería
25	Serv. de Rep. y Mantenición Ind. Ltd.	58	INFRARED
26	RODRIGO FIGUEROA	59	Ing. Mantenición y Proyectos Ltda.
27	Mantenimientos y Aspiraciones Ltda.	60	Mantenición y Reparación Industrial
28	SERVIMANT	61	SGZ
29	Mantenición Maule y Compañía Limitada	62	Soc. De Ingeniería en Mantenición. Industrial
30	Mantenición y Repar. de Motores Erwi	63	NARCISO G
31	Mantenimientos Industriales Ltda.	64	Serv. Transporte y Mantenición

32	San Francisco Ing. y Mantenimiento	65	Soc. de Servicios de Mantención
33	MANHELU	66	Servicios de Mantenimiento Industrial

- o Empresas constructoras

En Chile existen aproximadamente 3.400 empresas registradas, de las cuales el 26% se encuentra en la región metropolitana y las maquinarias que utilizan son principalmente, retroexcavadoras, excavadoras, grúas, Bulldozer y camiones pesados.

- **SEGMENTO 2: Maquinarias específicas**

Este segmento está compuesto por diferentes rubros de los cuales las maquinarias no son similares entre sí, sin embargo este segmento implica que son maquinarias específicas de cada uno de esos rubros.

- o Empresas agrícolas
- o Maquinarias industriales
- o Militar
- o Flotas y camiones
- o Ferrocarriles

V. OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Entre el 20% y el 50% de los costos de operación en la minería tiene directa relación con el mantenimiento.• Las altas multas que son aplicadas a las empresas de mantenimiento por parte de las mineras por retrasos en los tiempos de parada en la producción en faenas.• Las tendencias de aumentar la productividad y optimizar sus procesos, con la finalidad de reducir costos, sobre todo en periodos de bajo crecimiento como el actual. Tanto para el rubro minero como para la construcción.• Actualmente, el mantenimiento es considerado como una unidad productiva más, formando parte crucial de los resultados del proceso minero.• Contar con operaciones seguras y menos expuestas a riesgos es uno de los focos de la industria minera.• Ser los primeros en lanzar y tomar acciones para posicionar la marca.
Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Las marcas de la competencia pueden tomar representaciones de productos sustitutos y distribuirlos en Chile• Luego de que pase el periodo en patente, el producto puede ser copiado fácilmente, dado su bajo grado de complejidad.• El mercado está con bajo crecimiento y la diferencia de precio entre el combo y el cincel es muy distante.• En el rubro de la construcción, Garmendia no es el proveedor más fuerte.

VI. CONCLUSIONES

De acuerdo al análisis llevado a cabo es posible discernir sobre el estado del mercado, el cual se encuentra en recesión y las oportunidades y amenazas de estos, con lo cual el tener en cuenta a la competencia es un punto muy relevante.

Es necesario destacar que tal vez el punto más fuerte encontrados en este análisis pensado en un concepto con una sola palabra sería: “SEGURIDAD” dado que es lo que necesitan las empresas y el que tiene que ver con todos los factores que podría beneficiar el Slide Sledge, el cual en el caso de las empresas de mantención, les mejoraría los tiempos de mantención y por ende baja su posibilidad de tener multas aplicadas por las faenas.

Por otra parte, pese a que el mercado está muy desarrollado en aspectos técnicos y que genera una rentabilidad relevante, está sin duda alguna con bajo desarrollo de marketing, el cual se realiza de forma genérica para toda la empresa o competencia y que carece de acciones concretas por producto.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- Williams, Aurora, Ministra de Minería. Entrevista Revista Minera (febrero - 2015)
- Salas, Alberto, Presidente de la SONAMI. Entrevista Revista Minera (febrero - 2015)
- Werner, Alejandro, Economista en Jefe de Fondo monetario nacional. Entrevista Revista Minera (febrero - 2015)
- Futuro de la Minería en Chile, Estudio CSIRO, disponible en:
<http://www.mch.cl/wp-content/uploads/sites/4/2015/01/El-futuro-de-la-miner%C3%ADa-en-Chile.pdf>
- Percepciones chilenas hacia la minería Encuesta a la ciudadanía – Resultados 2014
- Artículo Online, disponible en:
<http://www.sonami.cl/files/presentaciones/663/01.-%20Chile%20Pais%20Minero%20SONAMI%20El%20Mercurio.pdf>
- Artículo Online, disponible en: Mantenimiento de plantas: Personal calificado y gestión proactiva. <http://www.mch.cl/informes-tecnicos/mantenimiento-de-plantas-personal-calificado-y-gestion-proactiva/>
- SII: Artículo Online, disponible en:
http://www.sii.cl/estadisticas/empresas_rubro.htm

VIII. ANEXOS

- **Presentación Plan de Marketing**



ÍNDICE



- 1. PROPUESTA DE VALOR →
- 2. SEGMENTOS Y TARGET →
- 3. OBJETIVOS DE VENTA →
- 4. OBJETIVOS Y ESTRATEGIA DE MKT →
- 5. ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO →
- 6. MARKETING MIX →
- 7. PRESUPUESTO →



1. PROPUESTA DE VALOR

2 personas, reducción de productividad



1 persona, aumento de productividad



SAFER, FASTER, AND EASIER THAN A SLEDGE HAMMER



SAFETY FIRST Eliminates need holding of Chisel or Punch	MORE ACCURATE Linear Impact Instead of Wasteful Arcing Motion	LESS DOWNTIME Powerful & Precise Impact with No Mis-hits	INCREASED PRODUCTIVITY One Man Now Does Job of Two
---	---	--	--



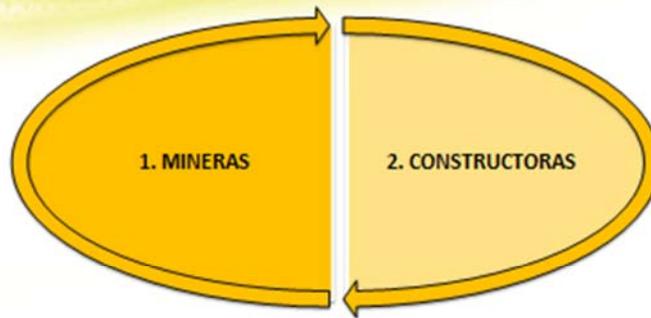
2. SEGMENTOS



Sit: Artículo Online, disponible en:
http://www.sii.cl/estadisticas/empresas_rubro.htm



2. TARGET



LUIS FARÍAS

- 45 años
- Jefe de Compras de una empresa de Mantenimiento
- Ing. Mecánico

ROBERTO ÁLVAREZ

- 40 años
- Jefe Prev. Riesgos
- Adm. Empresas

OSVALDO SOTO

- 40 años
- Jefe Adquisiciones Constructora
- Adm. Empresas



3. OBJETIVOS DE VENTA



VENTAS POR ZONA	VENTAS MARTILLOS (Q)	VENTAS MARTILLOS (P)
Arica y Parinacota	17	20,400 USD
2da Región	126	151,200 USD
Coquimbo	73	87,600 USD
Centro	60	72,000 USD
Sur	52	62,400 USD
Total general	328	393,600 USD



VENTAS POR ZONA	VENTAS MARTILLOS (Q)	VENTAS MARTILLOS (P)
Arica y Parinacota	4	5,191 USD
2da. Región	13	15,574 USD
Coquimbo	17	20,765 USD
Centro	164	197,272 USD
Sur	118	141,897 USD
Total general	317	380,700 USD



4. OBJETIVOS

- Lograr penetración de mercado en el 60% del segmento de las faenas mineras en un año.

- Lograr top of mind de la marca Slide Sledge en el 70% las faenas mineras en un año.

- Lograr penetración de mercado en el 15% del segmento de constructoras en un año.

- Lograr top of mind de la marca Slide Sledge en el 20% del segmento de constructoras en un año.



ESTRATEGIA DE MKT

Desarrollo de mercado (2 ejes centrales):

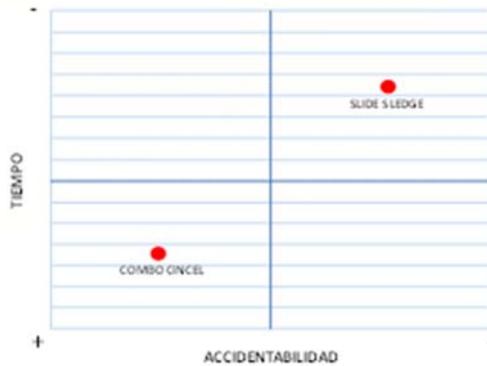


Que cambie la forma en que realiza las mantenciones de sus maquinarias:

- + eficiente
- + beneficios económicos
- reducción de tiempos
- reducción de accidentabilidad



POSICIONAMIENTO



"El SS una nueva tecnología que reemplaza al combo y al cincel reduce el tiempo de mantenimiento con sólo una persona y también la accidentabilidad"



Maq. diseñada en conjunto con Oryfus Global Trade y PM de Garmendia



6. MARKETING MIX. PRODUCTO



SAFETY FIRST
Eliminates Hand-holding of Chisel or Punch

MORE ACCURATE
Linear Impact Instead of Wasteful Arcing Motion

LESS DOWNTIME
Powerful & Precise Impact with No Mis-hits

EXTREMELY POWERFUL
Easily Withers Over 15,000 psi Impact

INCREASED PRODUCTIVITY
One Man Now Does Job of Two

VERSATILE
Quick-change "Application Specific" Tips

Rubber Maintenance
Small Equipment
Heavy Equipment
Military
Plant/Truck
Weld

MULTI-HEAD VERSATILITY FOR ALL APPLICATIONS




Slide Sledge
MULTI-HEAD HAMMER

PRECIO

$$\text{COSTO PLAZA} + 30\% \text{ MARGEN MÍNIMO} + 15\% \text{ MARGEN MOVIL} = 45\% \text{ MARGEN PRECIO DE LISTA}$$

ARTÍCULO	FOB Distribuidor (moneda de Origen)	COSTO PLAZA USD	\$ Comisión venta USD	MARGEN mínimo	MARGEN DCTOS.	Total margen sin descuentos	PVP GARMEN DIA USD
29050 21 lb / 46" BMF Hammer + 1 Pin Driver Tip	423.36	489.91	15.07	30.00%	5.00%	35.00%	753.71
28050 14 lb / 30" BMF Hammer + 1 Pin Driver Tip	394.56	456.58	14.05	30.00%	5.00%	35.00%	702.43
26050 13 lb / 46" Hammer + 1 Pin Driver Tip	372.96	431.59	13.28	30.00%	5.00%	35.00%	663.98
25050 9 lb / 30" Hammer + 1 Pin Driver Tip	341.28	394.93	12.15	30.00%	5.00%	35.00%	607.58



Slide Sledge
MULTI-HEAD HAMMER

BRIEF COMUNICACIONAL

Nombre de campaña:

- Lanzamiento SS (Slide Sledge)

Conceptos de Campaña:

- Seguridad
- Precisión
- Eficiencia
- Ahorro de horas hombre

4 ejes de campaña:

- RRPP
- MEDIOS TRADICIONALES
- MEDIOS DIGITALES
- MERCHANDISING Y POP



Slide Sledge
MULTI-HEAD HAMMER

PLAZA Y PROMOCIÓN

APLICACIÓN JUEGO "MINA SS"
PARA EXPOMIN



Slide Sledge
MULTI-HEAD HAMMER

GARMENDIA PRESENTA INNOVADOR MARTILLO DE MOVIMIENTO LINEAL SLIDE SLEDGE

**PUBLICIREPORTAJE
"LANZAMIENTO SS"
REVISTAS DE MINERÍA Y
CONSTRUCCIÓN**



El equipo tiene una capacidad de impacto de más de 15.000 psi, transmite el 100% de la fuerza de golpe y reduce el riesgo de accidentes por trabajos con cambio y cincel.

Fue a los constructores, la seguridad, Garmendia, la empresa con mayor trayectoria en el mercado de seguridad industrial en el país, reconocidamente presente, al desarrollar martillo SlideSledge®. El innovador herramienta que en una sola pieza reemplaza el cambio y el cincel entregando más productividad al trabajo y seguridad a los operarios.

El SlideSledge tiene un mecanismo de línea que concentra la fuerza y entrega un impacto preciso, evitando daños en los golpes.

"El martillo que estamos presentando al mercado nacional no solo reemplaza al cincel y al cambio en la mayoría de los trabajos de mantenimiento y reparación en ferros, también permite que una persona realice la labor que nor-

malmente hacen dos. Además, gracias a su tecnología el cambio reduce la carga de trabajo, disminuye los tiempos de forma y evita lesiones profesionales al desplazarse por calles de escombros, hormigones, rocas del ducto y protección de equipos", explica Marcelo Viqueco Product Manager de Garmendia.

Uno de los ejemplos del martillo es que transmite el 100% de la fuerza de golpe con una capacidad de impacto de más de 15.000 psi. En definitiva, el SlideSledge hace los trabajos de mantenimiento de ferros de manera rápida y sencilla.

El SlideSledge dispone de 4 modelos, 28 puntos intercambiables e incluye un puntero fabricado de aluminio. Este, proporciona del cliente, los cuales se pueden

utilizar en diversas aplicaciones y ferros. Entre los ejemplos de puntos intercambiables se pueden mencionar de pasadores, de control de punto cerrado para juntas, para juntas y tornillos, de separadores de riel, de pasador para líneas grandes, para juntas, juntas y rodamientos, los puntos intercambiables de excarros, etc.

"Si hemos mejorado los herramientas son recibidas por los clientes y ellos, naturalmente, atacan más ferros. La idea sería contar con un SlideSledge por ferros", explica Marcelo Viqueco.

El martillo del SlideSledge puede ser de 3 tipos: tamaño ancho, 13, 14 y 15. Entre sus medidas y medidas y viene en dos dimensiones, de 28 pulgadas (71,9 centímetros) y 34 pulgadas (86,3 centímetros).

"Este martillo es ideal para cualquier trabajo con alta exigencia de seguridad, como la minería", explica Marcelo Viqueco.

Estudio de Medios Conde de Medios MCT Industrial U. de Chile. Evaluación NMI segmentos usuario y avasión. Nov. 2024

**MERCHANDISING
"DEMOSTRACIONES SS"
EN FAENAS DE CLIENTE**



STAND DEMOSTRACIÓN SS "LLAVE DE GOLPE"
PARA EXPOMIN



7. PRESUPUESTO (resumen)

MEDIO	DETALLE
RRPP	\$ 4.000.000 (50% paga el proveedor)
TRADICIONALES	\$ 11.545.000
DIGITALES	\$ 2.500.000
MERCHANDISING Y POP	\$ 1.800.000 (Catálogos los paga el proveedor)
TOTAL PRESUPUESTO	\$ 19.845.000
TOTAL PRESUPUESTO GARMENDIA	\$ 16.845.000

