

EVENTO IMI B2B SUMMIT: COMPARTIR DATOS ESTRATÉGICAMENTE

Proteger los datos con sentido y compartir información clave con clientes y proveedores, para una mejor gestión del negocio, es uno de los principales retos que hoy enfrenta la industria minera en su estrategia B2B. *Por Marina Parisi*

“Uno de los principales desafíos que enfrenta la industria minera en su estrategia B2B, es compartir la información. Ello permitiría transparentar aquel dato clave que ayudaría tanto al cliente como al proveedor”, aseguró Roberto Mora, PhD Southern Denmark University (Dinamarca). “Hay que proteger los datos con sentido y aquí el reto es compartir información relevante, sin sentir que va a ser utilizada en forma inadecuada”. El ejecutivo hizo esta reflexión durante el desarrollo de la séptima versión del evento IMI B2B Summit Co-Creando Valor Industrial, realizado en octubre pasado y organizado por IMI B2B (Instituto de Marketing Industrial). El encuentro, que estuvo marcado por la permanente interacción entre expositores y público asistente, profundizó en la exitosa implementación de la estrategia B2B y Customer Services, en Chile y el resto del mundo.

E-COMMERCE A LA BAJA

Parecía lógico: que el e-commerce iba a arrasar con el comercio tradicional, debido al auge que experimentó durante la pandemia. Lo cierto es que tras el fin de las restricciones sanitarias impuestas por el Covid, hoy los indicadores muestran todo lo contrario.

“Los hábitos adquiridos por el consumidor durante el confinamiento no se consolidaron y el comercio físico sigue liderando las ventas, de acuerdo a una medición global efectuada entre 2019 y 2022”, reveló Mora. “Si bien la pandemia digitalizó muchas cosas, también generó un levantamiento de la importancia del cara a cara y su incidencia en ciertas dimensiones del negocio”. De hecho, si las ventas del e-commerce en Chile bordearon los US\$12 mil millones en 2021 (su mayor valor histórico), éstas anotaron una importante caída del 13% en 2022 (US\$10.500 millones), siendo el primer

retroceso en la historia de las ventas on line de nuestro país, según la CCS (Cámara de Comercio de Santiago). Un escenario similar se aprecia en Estados Unidos. Su e-commerce se ralentizó hasta llegar al 6,7% en el primer semestre del 2022, siendo este ritmo incluso inferior al registrado antes de la pandemia, de acuerdo al DOC (Departamento de Comercio de Estados Unidos).

IMPORTANCIA MARKETING INDUSTRIAL

“¿Qué piensa la fuerza de ventas respecto del equipo de marketing?”, preguntó Mora a los asistentes. “Los de marketing no saben de productos, no saben de procesos y tampoco saben de ventas”, respondió sin dudar uno de los presentes.

“La verdad es que la gran mayoría de los vendedores piensa de forma similar”, indicó el experto. “El problema es que los ejecutivos de ventas tienen esta idea, incluso cuando no es así. Asimismo, si hubiera una mejor planificación de marketing industrial, se podría tener una fuerza de ventas más barata. Pero, en Latinoamérica los gerentes no lo ven”, sentenció Mora.

“Sin duda, la interacción entre el público asistente y especialistas con experiencia en estrategia B2B y

marketing industrial, es un elemento distintivo de este evento”, enfatizó Mario Urech, socio fundador de IMI B2B. “Una instancia de este tipo a sala llena y durante 12 horas continuas es muy valiosa, dado que la audiencia conformada por gerentes, clientes, proveedores y representantes de la academia, puede analizar y aprehender todos estos conceptos universales más fácilmente”.

“Logramos convocar a un grupo importante de participantes, pese a que el marketing industrial no está tan posicionado en las empresas mineras y tampoco en los proveedores. Estos últimos necesitan desarrollar más capacidades para entender los requerimientos de su cliente (faena minera). Por ello hoy estamos entregando estas valiosas herramientas”, afirmó Carlos Parada Meyer, director ejecutivo de NetMin y co-organizador del evento.

El encuentro contó además con la participación de destacados panelistas como Wesley Johnston, Phd de la Georgia State University; Antonio Velásquez, gerente corporativo de Abastecimiento de Antofagasta Minerals; y Katherine Pulgar, gerente de abastecimiento de Minera Los Pelambres.



Foto: Vialcorp

Antonio Velásquez Soza, gerente corporativo de Abastecimiento de Antofagasta Minerals.

“Los proveedores mineros necesitan desarrollar más capacidades y herramientas de marketing industrial para entender los requerimientos de su cliente”, sostuvo Carlos Parada Meyer, director ejecutivo de NetMin y co-organizador del evento.

Foto: Iván Rodríguez



José Vargas Allendes, supply chain manager de Bechtel y Katherine Pulgar, gerente de Abastecimiento de Los Pelambres.

IMI B2B SUMMIT DIALOGÓ EN TORNO A COMPARTIR INFORMACIÓN POR PARTE DE LA INDUSTRIA

La séptima versión del evento IMI B2B Summit Co-Creando Valor Industrial, realizado en octubre pasado y organizado por IMI B2B (Instituto de Marketing Industrial), estuvo marcado por la permanente interacción entre expositores y público asistente, profundizando en la exitosa implementación de la estrategia B2B y Customer Services, en Chile y el resto del mundo.

Fotos: Iván Rodríguez



1: Wesley Johnston, Roberto Mora y Mario Urech

2: Mario Urech, Katherine Pulgar, José Vargas y Wesley Johnston

3: Guillermo Cifuentes, Roberto Mora, Jorge Mejías y Carlos Parada

4: Marcelo Lorca, Carlos Esteban Iturra, Jaime Solar y Daniel Salga

5: Gonzalo García, Felipe González, Gisselle Flores y Ahmed Hatibovic



CON LAS “NOCHES POLACAS” SIERRA GORDA SCM CULMINÓ PROGRAMA DE INTERCAMBIO ESTUDIANTIL

Todo un éxito resultó el intercambio estudiantil de cuatro alumnos de la comuna de Sierra Gorda, quienes contaron su experiencia a profesores y compañeros de las localidades de Baquedano y Sierra Gorda en las “Noches Polacas”, iniciativa que reunió a la comunidad educativa de ambos poblados, en torno a la cultura, el arte, las costumbres y gastronomía polaca. La actividad, impulsada por Sierra Gorda SCM, se realizó en las escuelas G-130 Estación Baquedano y el Complejo Educacional Caracoles de Sierra Gorda.

Fotos: Sierra Gorda SCM

1: Muestra artística en las “Noches Polacas”

2: Los asistentes disfrutando de la actividad

3: Comunidad, asistentes y parte del equipo de Sierra Gorda

4: Actividades en las escuelas G-130 y complejo educacional Caracoles

5: Noche Polaca en la Escuela G-130



nme

Nueva Minería y Energía



FUNDICIONES Y REFINERÍAS: NUEVO MODELO