

Competir y crecer: Estrategias para destacar en el mercado de canteras en Daule

PROBLEMA

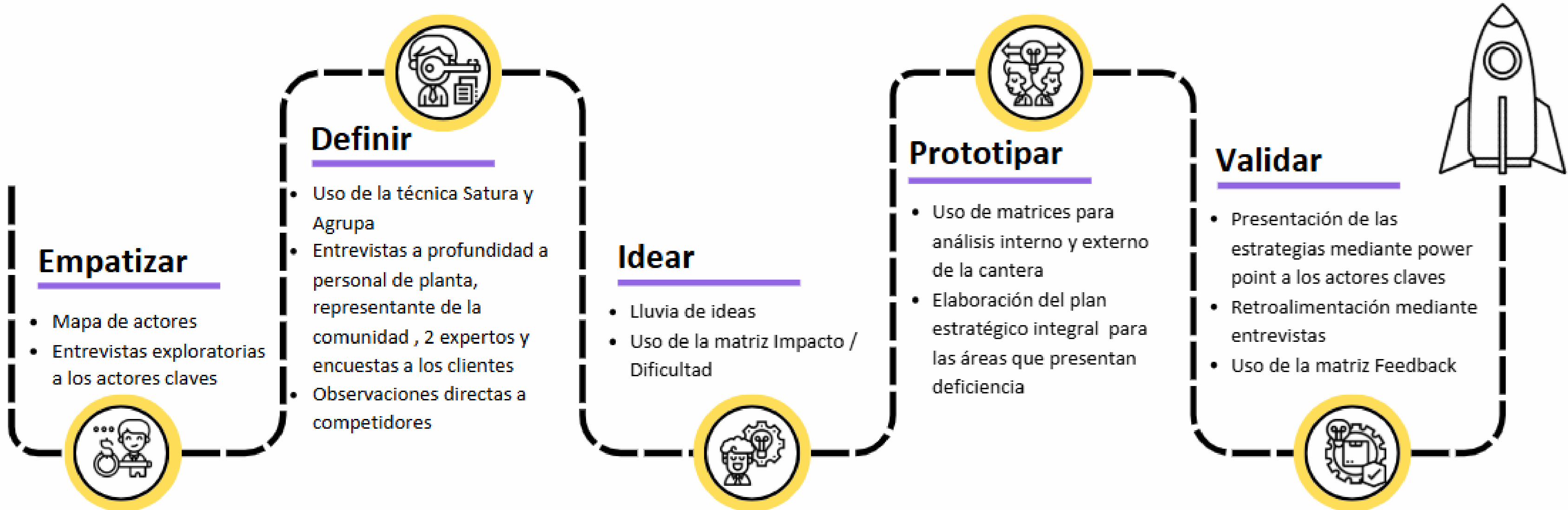
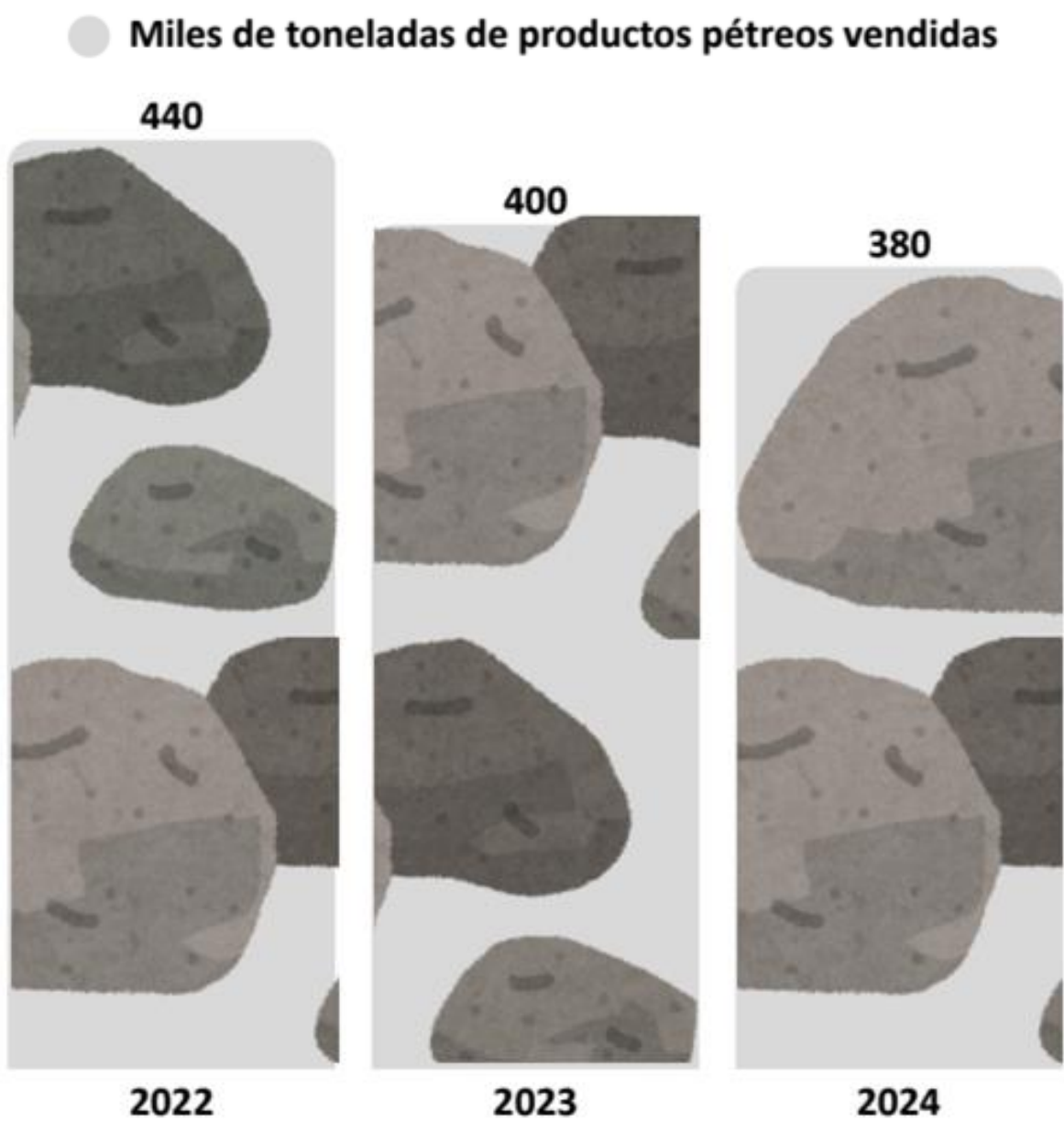
La cantera en estudio enfrenta un escenario comercial complejo, con una demanda baja e inestable que ha reducido sus ventas en un 30% desde el inicio de sus operaciones en 2022, afectando su sostenibilidad financiera. La competencia informal con precios más bajos agrava la situación. Aunque la cantera cuenta con personal capacitado, procesos normativos y compromiso ambiental, no ha logrado posicionarse efectivamente en el mercado.

OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores que inciden el posicionamiento de una cantera en el mercado de productos pétreos, mediante el estudio del comportamiento del consumidor, la competencia y la percepción de marca, para proponer estrategias que mejoren su demanda y competitividad.

PROPUESTA

Se aplicaron técnicas de investigación mixtas, integrando enfoques cualitativos y cuantitativos para lograr un análisis más completo del objeto de estudio.



RESULTADOS

Se diseñó un plan estratégico integral orientado a optimizar las áreas de marketing, ventas y despacho basado en el estudio de comportamiento del consumidor realizado mediante encuestas a clientes de la cantera, fortaleciendo el posicionamiento competitivo y mejorando la eficiencia del servicio al cliente.



Mencionan la falta de información en tiempo real de los despachos.



Les gustaría recibir seguimiento postventa.



No conocen de la entrega de certificaciones de calidad gratuitas.



CONCLUSIONES



El análisis integral confirmó que el posicionamiento competitivo de la cantera depende de factores internos como la calidad certificada, el cumplimiento normativo y la organización de procesos, y de factores externos como la competencia informal, la estacionalidad de la demanda y el uso creciente del marketing digital.



La comparación de estrategias comerciales mostró que los competidores con mayor presencia digital, promociones frecuentes y flexibilidad logística logran captar más clientes, mientras que la cantera analizada conserva ventajas técnicas, pero con baja visibilidad en medios masivos.



El estudio del comportamiento del consumidor evidenció que los clientes priorizan calidad, cumplimiento de plazos, transporte incluido y facilidades de pago, aunque existe una brecha en la comunicación de estos atributos, lo que limita la captación de nuevos clientes.