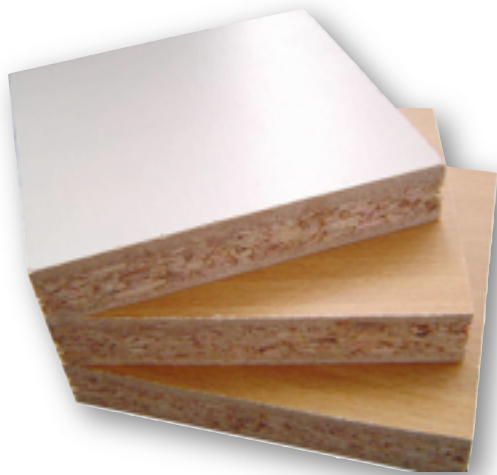


Turolense de Tableros

Estudio del Mercado del Tablero en España



Turolense de Tableros S.A.
Grupo
El Corte Inglés



LA EMPRESA

Turolense de Tableros, actual UTISA, es el primer fabricante de tableros aglomerados y MDF en España.

Sus modernas instalaciones, proporcionan una amplia gama de tableros y una gran producción en su fábrica de Teruel.

SITUACIÓN

El cambio y modernización de la maquinaria, proporcionaban posibilidades de producción que triplicaban las anteriores a su modernización.

Esta situación hizo necesario pasar de un modelo donde prácticamente toda la producción estaba dedicada a proveer a la empresa Móstoles Industrial, el fabricante de muebles del Grupo Corte Inglés, a un modelo de comercialización agresiva.

Era necesario realizar un replanteamiento comercial que estableciera la estrategia de comercialización de la compañía.

ACCIONES

El Mercado del Tablero en España, carecía de información relevante y fué necesario crearla.

Las necesidades principales de información se centraban en:

OBJETIVOS DE INFORMACIÓN

Creación de un Censo de Clientela Potencial

Analizar el posicionamiento de la marca.

Análisis del cliente

Cuantificación y Potencialidad del mercado

Realizar propuestas de actuación.

Los Estudios realizados, se dividieron en 3 Fases:

Fase 1 "Creación de un Censo de Empresas consumidoras de Tablero en España"

Se centralizaron diferentes Bases de Datos y se procedió mediante telemarketing a su enriquecimiento de información y creación del 1º Censo de Empresas del Tablero en España.



Fase 2 “Análisis Cualitativo a empresas del sector”

A través de entrevistas personales a 60 empresas del sector que permitió evaluar los factores principales de elección de proveedores de tablero, posicionamiento de los proveedores actuales, necesidades actuales y tendencias del mercado y fue la base para el diseño de la fase cuantitativa.

Fase 3 “Análisis Cuantitativo”

Basándose en los resultados de la primera fase. Esta fase comprende la recogida de información, la explotación y análisis de los cuestionarios personales realizados a 1.200 empresas del sector de la madera.

CONCLUSIONES

Las conclusiones del estudio aportaban información relativa a:

- ✿ Consumos por tipo de tablero
 - ✿ Consumos por tipo de cliente.
 - ✿ Posicionamiento, presencia y fidelidad de cada fabricante
 - ✿ Motivaciones de compra y necesidades no cubiertas
 - ✿ Cambios estratégicos en el mercado.
 - ✿ Propuestas de actuación
-