
CAPÍTULO 6

6.1 INTRODUCCIÓN

En el presente capítulo se realizarán las conclusiones y recomendaciones del proyecto de tesis. Este capítulo tiene como objetivo englobar todos los temas revisados a lo largo de este trabajo, para poder llegar a una conclusión concisa y posteriormente desarrollar recomendaciones.

6.2 CONCLUSIONES

A través del desarrollo del plan de Marketing interno se pretende atacar el problema por el que atraviesa la industria de tractocamiones. Como se ha mencionado en el capítulo primero, actualmente se vive un ambiente de mucha competencia, ya que la entrada de nuevos competidores al mercado Mexicano, han permitido que empresas ya establecidas como Kenworth, tengan que modificar sus estrategias corporativas con el fin de poder seguir siendo líder en nuestro país.

Kenworth a través de una encuesta realizada por Bimsa se ha podido percatar de que la calidad de sus productos ya no siguen siendo el único factor en la decisión de compra. Existe otro factor muy importante que se llama calidad en el servicio. Es por esta razón que se ha desarrollado este proyecto, con el fin de poder aprovechar las ventajas competitivas de Kenworth y agregarle este ingrediente para poderse mantener como líder único.

La revisión bibliográfica de teorías administrativas, ha servido para conocer con mayor profundidad acerca del Marketing interno, ya la identificación de los recursos permiten el desarrollo de una estrategia y una ventaja competitiva. Se ha llegado a la conclusión de que no hay plan de Marketing interno que no comience por la identificación de los recursos. En la industria comercializadora de tractocamiones como se ha mencionado anteriormente existe una

nueva tendencia orientada hacia la calidad en el servicio. Para poder ser competitivos ante este nuevo mercado, será necesario identificar los recursos con los que cuenta la empresa.

Se han identificado los siguientes recursos que podrán generar una ventaja competitiva a la marca. Estos son: imagen, prestigio y liderazgo. Existe un último recurso, que es el más importante y causa del estudio de este proyecto: recurso humano. El recurso humano es un factor tan importante que permitirá que la marca siga siendo líder ante las nuevas exigencias del mercado.

Por esta razón, aplicar las estrategias de Marketing a los recursos internos de la organización, traerán consigo una mayor satisfacción de los clientes internos, que se refleja en la satisfacción de los clientes externos y que a su trae consigo beneficios económicos para la organización.

Para el desarrollo del plan de Marketing interno, se tuvo que analizar los recursos humanos de la empresa, siguiendo el modelo de Rafiq y Ahmed (2000) que nos presenta cinco variables que influyen en la satisfacción del cliente: coordinación e integración inter-funcional, motivación, satisfacción en el trabajo, empowerment y orientación al cliente.

Mediante el estudio realizado se pudo observar que cada una de estas variables están vinculadas la una a la otra pero en diferente intensidad. Se pudo ver que las variables que influyen más en la satisfacción del cliente son en orden de importancia: empowerment, coordinación e integración inter-funcional y orientación al cliente. Esto tiene mucho sentido, ya que existe un nuevo enfoque dentro de las organizaciones que evade la burocracia y permite que cada uno de los trabajadores pueda tomar decisiones en aras de una mejor atención al cliente.

Para que los empleados puedan ser capaces de tomar sus propias decisiones, forzosamente se necesita empowerment y no como una herramienta, sino mas bien como una estrategia corporativa que permita satisfacer mejor las necesidades de los clientes. Ante estas tendencias, se concluye que los trabajadores vistos como recursos estratégicos necesitarán tener poder de decisión que permita cumplir con las necesidades de los clientes.

Estas estrategias están incluidas en el plan de Marketing interno en el que se ha propuesto nueve diferentes productos junto con su plan de mercadeo es decir precio, plaza, promoción, procesos, evidencia física y personas, con el fin de poder mejorar las condiciones actuales de los trabajadores y que estos a su vez puedan comprometerse con la organización en la obtención de una mayor satisfacción de los clientes.

Los productos derivados del plan de Marketing interno necesitarán forzosamente el compromiso de la alta gerencia ya que no basta con implementar estrategias, si no que se debe conseguir el trabajo en equipo y el trabajo en conjunto con la gerencia. Por otra parte es importante mencionar que en aras de realizar un plan a largo plazo, se necesitará fomentar en los trabajadores una cultura organizacional que permita tanto a los trabajadores como a la dirección el compromiso a futuro.

Haciendo referencia a la teoría basada en los recursos, que postula que el éxito de los productos finales es el reflejo de los recursos estratégicos, se ha podido detectar que en el caso de la concesionaria Kenworth, el éxito de la satisfacción de los clientes finales serán el reflejo del compromiso de los trabajadores y la alta gerencia en satisfacerlos. Este compromiso inicia con el desarrollo del presente proyecto.

6.3 RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la concesionaria Tractocamiones Kenworth de Veracruz implemente el plan de Marketing interno elaborado en el capítulo cinco del presente trabajo. Para ello se tendrán que aplicar los nueve productos mencionados.
- Una vez implementado el plan, se recomienda a la empresa que evalúe la aplicación interna, es decir los resultados en el clima organizacional como sistema de control.
- Posteriormente se recomienda que la empresa de seguimiento a las estrategias elaboradas para así conocer el efecto del plan interno en los clientes externos.



-
-
- Con base a los resultados de la implementación se recomienda se realicen los ajustes necesarios.
 - Realizar encuestas periódicas de satisfacción del cliente final una vez al año.
 - Estar al tanto de los resultados que arrojen las investigaciones realizadas por la marca Kenworth con relación a los cambios de las necesidades de los clientes.