



## CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, se vive un ambiente de fuerte competitividad entre las empresas. Cada día, existen nuevos productos, mejores servicios, mayores mercados que se abren para dar paso a las empresas que luchan por conseguir el poderío en el mercado. Por esta razón, se ha incrementado el interés de las empresas por crear nuevas estrategias que logren alcanzar diferentes objetivos.

El uso de la mercadotecnia como estrategia para lograr el éxito empresarial ha ido incrementando en los últimos días. Las empresas más importantes a nivel nacional e internacional, emplean a la mercadotecnia como una de las estrategias para conseguir diferentes objetivos de manera exitosa.

La mercadotecnia interna funge como una de los principales tipos de mercadotecnia para la creación de estrategias sostenibles y favorables de una organización. La mercadotecnia interna, se basa en la filosofía de que hay que preocuparse por el empleado tanto como se hace con los clientes (Cahill, 2006). En las empresas de servicios, se hace más recurrente este tipo de mercadotecnia ya que los empleados siempre se encuentran en contacto directo con el cliente; y la empresa se debe preocupar por ofrecer un servicio excelente orientado al cliente, pero esto se logra implementando estrategias internas.

La empresa Grúas y Asistencia Guadalupe, ubicada en el municipio de Río Blanco Veracruz, es una empresa de servicios que se dedica principalmente al arrastre y salvamento de vehículos. Cuenta con 40 años trabajando en parte de estado de Veracruz, siendo de las primeras en instalarse en estas zonas de la República Mexicana.



La situación actual de la empresa es considerada estable, sin embargo, la necesidad de proponer nuevas estrategias que ayuden a mejorar su desempeño ante el mercado y ante sus competidores para seguir ofreciendo el mejor servicio dentro de las zonas que abarca, es de gran importancia, ya que uno de los objetivos que sostiene dicha empresa es ofrecer el mejor servicio de grúas en la zona y extender sus servicios en diversas zonas del país. Por esta razón, es importante el uso de la mercadotecnia como uno de los caminos hacia el éxito.

Como en cualquier empresa, ésta es operada por personas con el apoyo de otros recursos materiales, sin embargo, las primeras poseen la capacidad de aprender, modificar, crear, entre otras; aquí se encuentra la gran importancia de los recursos humanos. Cabe mencionar, que para que los empleados de una organización, exploten todas sus capacidades en beneficio de ellos mismos y de la empresa necesitan tener las herramientas, condiciones y oportunidades adecuadas para desarrollarlas. Senge (1998) hace referencia a que en una organización que quiera sobrevivir al contexto actual es un dialogo continuo con su publico; que sea capaz de interpretar las demandas que recibe y poder responder; pero, para poder dialogar con el mercado, la organización debe ser capaz de mantener su propio dialogo interno

Para la empresa de Grúas y Asistencia Guadalupe es importante integrar a todos los recursos internos para iniciar un camino hacia el éxito y también lograr un nuevo enfoque de servicio en la empresa, generando beneficios como el crecimiento, el posicionamiento, el aprendizaje y ventajas competitivas.

Por último, hay que recordar que las personas que colaboran en una compañía tienen gran impacto sobre los clientes; por ésta razón, los empleados son los principales creadores de valor en la empresa y la mercadotecnia interna se encargara de involucrar a los integrantes de una organización hacia un mismo fin.



## **1.2 OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de mercadotecnia interna que permita mejorar el desempeño interno de Grúas y Asistencia Guadalupe para influir en la calidad de servicio otorgado a cliente externo.

## **1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Identificar áreas de mejora dentro de la organización
- Analizar el ambiente interno de la empresa
- Analizar las percepciones que tienen los clientes externos de la empresa
- Identificar los valores agregados que ofrece la empresa a sus clientes externos
- Diseñar propuestas de mejora con un enfoque a valor agregado

## **1.4 JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad, se han generado una serie de cambios en todos los ámbitos de las sociedades dentro de los que resalta el interés que ha nacido en las empresas por crear nuevas estrategias de mercadotecnia, no solo para mantenerse en el mercado, si no, para cubrir las necesidades que cotidianamente el consumidor exige

Así como, la mercadotecnia externa se preocupa por sus clientes, la mercadotecnia interna se preocupa por el cliente interno (empleados) de una organización, conociendo sus necesidades y deseos y cubrir la demanda que presenta. No sólo para que el empleado trate al cliente con amabilidad, con cortesía, con una sonrisa, con disposición o que resuelva todas sus preguntas acerca del servicio, si no, para que el empleado se sienta plenamente satisfecho y a gusto con su trabajo que hace



en la organización para que este influya en el proceso de interacción de empleado hacia la empresa y hacia los clientes externos (Cahill, 2006).

Robles (2001), señala que “la integración y motivación del denominado trabajador se ha convertido en una verdadera prioridad para las grandes empresas, conscientes de que la inteligencia y el talento personal de sus empleados es la única materia prima que puede diferenciarlas de la competencia” (p.31). Es decir, cada empleado que esta dentro de una organización se ha convertido en uno de los más importantes recursos que pueda tener.

Por estas razones, es necesario empezar a crear estrategias de adentro de la organización hacia fuera de ella. Es decir, empezar a crear estrategias de mercadotecnia interna donde la satisfacción de los clientes internos influya en la satisfacción de los clientes externos.

## **1.5 ALCANCES**

- El estudio de mercadotecnia interna se enfocara únicamente a los miembros que colaboran en la organización Grúas Guadalupe.
- La investigación y resultados obtenidos pueden ser útiles como ejemplo a otras organizaciones
- Las propuestas de este estudio son factibles de ser consideradas por los propietarios de la empresa para su implementación
- El estudio propondrá sugerencias de mejora en dicha empresa.



## 1.6 LIMITACIONES

- El estudio solo es valido únicamente para la empresa Grúas y Asistencia Guadalupe
- El estudio está sujeto sólo a empleados que colaboren en el mismo tiempo del estudio
- El proyecto no abarca su implementación en la organización
- No asegura el éxito total de la empresa, ya que únicamente se centra en mercadotecnia interna, dejando fuera temas como el financiero.

## 1.7 CAPITULACIÓN

A continuación se presentara una breve explicación del contenido de los capítulos incluidos en este trabajo.

### *Capítulo 1*

Este apartado abarca el planteamiento del problema como razón del proyecto, así como el objetivo general, objetivos específicos, justificación, y por ultimo alcances y limitaciones del estudio.

### *Capítulo 2*

El marco teórico se presenta en este capitulo, dando a conocer las bases teóricas que fundamentan el proyecto. Dicha información será citada de fuentes confiables, como libros académicos. La estructura de la información pretende ir de lo general a lo particular, mostrando definiciones básicas hasta modelos que fundamentan el estudio. Entre los cuales se encuentra el Modelo de Mercadotecnia Interna propuesto por Leonard Berry.



### *Capítulo 3*

El contenido de este capítulo incluye la metodología que se utilizó en el proyecto la cual es propuesta por Hernández, Fernández y Baptista. Se muestra el tipo de investigación que se realizó, el método, la población, la muestra, los instrumentos aplicados para la obtención de datos requeridos, entre ellos se encuentra el Q12, el SERVQUAL, Grupos focales y entrevista a profundidad.

### *Capítulo 4*

En este capítulo se muestra la historia y las características de la empresa, como su origen, la trascendencia, el crecimiento, misión, visión, clientes internos, mapeo de clientes externos y el proceso que se lleva a cabo para realizar un servicio de grúa.

### *Capítulo 5*

En ésta parte se pueden observar los resultados del estudio y un resumen del análisis de resultados. Este análisis se representa con gráficas de barras para identificar fácilmente la situación de cada variable y también a manera de resumen para el grupo focal realizado.

### *Capítulo 6*

En este apartado se encuentra la propuesta de Plan de Mercadotecnia Interna para la empresa Grúas y Asistencia Guadalupe, en base a los resultados obtenidos en la investigación previa.

### *Capítulo 7*

Por último se presentara las conclusiones y recomendaciones finales para la empresa basadas en los resultados finales y su propósito será resumir todos los temas revisados y posteriormente realizar recomendaciones para la empresa.

