



---

---

## ÍNDICE

### CAPÍTULO I

#### INTRODUCCION

1.1 Planteamiento del problema	1
1.2 Objetivo general	3
1.3 Objetivos específicos	3
1.4 Justificación	3
1.5 Alcances	4
1.6 Limitaciones	5
1.7 Capitulación	5

### CAPÍTULO II

#### MARCO TEÓRICO

2.1 Organización	7
2.1.1 Componentes de la organización	8
2.2 Tipos de empresa	9
2.2.1 Empresas de servicios	9
2.3 Mercadotecnia	11
2.3.1 Triangulo del marketing de servicios	12
2.4 Mercadotecnia interna	13
2.5 Modelo de Leonard Berry de Mercadotecnia Interna	16
2.5.1 Factor humano en las organizaciones	17
2.5.2 Involucramiento del empleado en la organización	18
2.5.6 La mezcla de la mercadotecnia	23
2.5.7 Atracción y retención del empleado	26
2.5.8 Satisfacción del empleado	27
2.5.8.1 Motivación	27
2.5.8.1.1 Teoría de la Jerarquía de las Necesidades de Maslow	29
2.5.8.1.2 La motivación en el proceso productivo	30
2.5.9 Calidad de servicio y satisfacción del cliente	32



---

---

2.5.10 Ventaja y estrategia competitiva	35
2.6 Valor Agregado	36
2.6.1 Cadena de Valor de los Servicios	38

### **CAPÍTULO III**

#### **METODOLOGIA**

3.1 Proceso de la investigación	40
3.2 Problema de investigación	41
3.3 Objetivos de investigación	41
3.3.1 Objetivo general	41
3.3.2 Objetivos específicos	41
3.4 Tipo de investigación	42
3.5 Fuente de datos	42
3.5.1 Fuente de datos primarios	42
3.5.2 Fuente de datos secundarios	43
3.6 Diseño de la investigación	43
3.7 Selección de la muestra	44
3.7.1 Tipo de muestra	44
3.7.2 Tamaño de la población	45
3.8 Recolección de datos	45
3.9 Instrumento de medición	47
3.10 Análisis de datos	50
3.11 Confiabilidad y Validez	50

### **CAPÍTULO IV**

#### **DESCRIPCION DE LA EMPRESA GRUAS Y ASISTENCIA GUADALUPE**

4.1 Historia	52
4.2 Misión	53
4.3 Visión	53



---

---

4.4 Competencia	54
4.5 Clientes	54
4.6 Servicios	58
4.7 Proceso	58

## **CAPÍTULO V**

### **RESULTADOS**

5.1 Resultados	62
5.1.1 Resultados empleados	62
5.1.1.1 Resultados Q12	63
5.1.2 Resultados Clientes	75
5.1.2.1 Resultados SERVQUAL	76
5.1.3 Resultados Grupo Focal	83
5.2 Resumen de Análisis de datos	91

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

6.1 Introducción	96
6.2 Resumen ejecutivo	97
6.3 Análisis de la situación interna de la empresa	97
6.4 Objetivo	98
6.5 Estrategia de Mercadotecnia Interna	98
6.5.1.1 Mezcla de mercadotecnia	99
6.5.1.2 Producto	99
6.5.1.3 Plaza	102
6.5.1.4 Promoción	102
6.5.1.5 Precio	106
6.5.1.6 Personas	107
6.5.1.7 Proceso	107
6.5.1.8 Evidencia Física	110



## **CAPÍTULO VI**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

7.1 Conclusiones	112
7.1.1 Empleados	112
7.1.1.1 Q12	112
7.1.2 Clientes	115
7.1.2.1 Percepción de la calidad en el servicio	115
7.2 Recomendaciones	117

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>121</b>
-----------------------------------	------------



---

---

## ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS

### FIGURAS

**Figura 2.1**

Características de los servicios 10

**Figura 2.2**

Triangulo de marketing de servicio 12

**Figura 2.3**

Modelo de Mercadotecnia Interna de Leonard Berry 16

**Figura 2.4**

Jerarquía de Compromiso de Gallup 20

**Figura. 2.5**

Elementos esenciales del marketing interno 26

**Figura 2.6**

Pirámide de las necesidades de Maslow 30

**Figura 2.7**

Motivación en el trabajo 32

**Figura 2.8**

Percepción de la calidad y satisfacción del cliente 34

**Figura 2.9**

Determinantes del valor agregado del cliente 37

**Figura 2.10**

Cadena de valor en los servicios 39



<b>Figura 4.1</b>	
Proceso de servicio de Grúas y Asistencia Guadalupe	61
 <b>TABLAS</b>	
<b>Tabla 2.1</b>	
Mezcla tradicional de marketing	24
 <b>Tabla 2.2</b>	
Mezcla ampliada de Marketing de servicios	25
 <b>Tabla 3.1</b>	
Proceso de la Investigación	40
 <b>Tabla 3.2</b>	
Clasificación de los ítems del Q12 por variable	48
 <b>Tabla 3.3</b>	
Clasificación de los ítems del SERVQUAL por variable	59
 <b>Tabla 4.1</b>	
Recursos de Grúas y Asistencia Guadalupe	52
 <b>Tabla 5.1</b>	
Herramientas	91
 <b>Tabla 5.2</b>	
Talentos	93
 <b>Tabla 5.3</b>	
Estímulos	94



**Tabla 5.4**

Imagen 95

**Tabla 6.1**

Producto 99

**Tabla 6.2**

Promoción 104

**Tabla 6.3**

Procedimiento 108

**Tabla 6.4**

Evidencia Física 110

**GRÁFICAS**

**Gráfica 5.1**

Sexo 62

**Gráfica 5.2**

Tiempo trabajando en Grúas y Asistencia Guadalupe 63

**Gráfica 5.3**

Que tan satisfecho se encuentra en Grúas Guadalupe como lugar para trabajar 64

**Gráfica 5.4**

Conozco lo que se espera de mí en el trabajo 65

**Gráfica 5.5**

Tengo el equipo y los materiales necesarios para hacer mi trabajo correctamente 65

**Gráfica 5.6**

En mi trabajo, cada día tengo la oportunidad de hacer lo que mejor sé hacer 66

**Gráfica 5.7**

En la última semana, he recibido reconocimiento o elogios por un trabajo bien hecho 67

**Gráfica 5.8**

Mi jefe/supervisor o alguna otra persona en el trabajo, demuestra tener genuino interés en mi como persona 68

**Gráfica 5.9**

Hay alguien en mi trabajo que estimula mi desarrollo personal y profesional 69

**Gráfica 5.10**

En el trabajo, mis opiniones parecen contar 70

**Gráfica 5.11**

La misión o propósito de la empresa hace que sienta que mi trabajo es importante 71

**Gráfica 5.12**

Mis compañeros de trabajo están dedicados y comprometidos a hacer un trabajo de calidad 72

**Gráfica 5.13**

Tengo un(a) mejor amigo(a) en el trabajo 73





**Gráfica 5.14**

Durante los últimos seis meses, alguien en el trabajo me ha hablado sobre mi progreso 74

**Gráfica 5.15**

Este último año, he tenido oportunidades de aprender y crecer personal y profesionalmente 75

**Gráfica 5.16**

Satisfacción del cliente 76

**Gráfica 5.17**

Tangibilidad 77

**Gráfica 5.18**

Confiabilidad 78

**Gráfica 5.19**

Seguridad 80

**Gráfica 5.20**

Empatía 81

**Gráfica 5.21**

Responsabilidad 82



## **ANEXOS**

### **ANEXO 1**

Grupo Focal

### **ANEXO 2**

Cuestionario aplicado a los empleados (Q12)

### **ANEXO 3**

Cuestionario a clientes (SERVQUAL)

### **ANEXO 4**

Explicación de cada ítem contenido en el Q12

### **ANEXO 5**

Tabla de resultados de los empleados por área de trabajo y dividida por variable

### **ANEXO 6**

Tablas de resultados de los clientes externos dividida por variable

### **ANEXO 7**

Frase: “Operador Capacitado”

### **ANEXO 8**

Frase: “Como en las nubes viajara su vehiculo...”

### **ANEXO 9**

Frase: “Gracias por confiar su auto en nuestras manos”

### **ANEXO 10**

Frase: “No somos los únicos pero si los mejores”



**ANEXO 11**

Entrevista personal con el propietario de la organización

**ANEXO 12**

Entrevista con los clientes

**ANEXO 3**

Comentarios de la encuesta a empleados y clientes

**ANEXO 14**

Observaciones