

## Capítulo VI

### 6. Conclusiones

En este último capítulo se presentan las conclusiones del estudio basadas en los objetivos que se plantearon en un inicio, la forma en que se lograron y las soluciones más eficaces que se encontraron.

El objetivo de este estudio fue realizar un plan de mercadotecnia para conocer las condiciones y necesidades de las empresas de las ciudades de Veracruz y Boca del Río en los servicios de limpieza y jardinería, con el fin de proporcionar información útil y veraz que facilite a la empresa CiNiA de México la decisión de expansión a este nuevo mercado.

Tal objetivo se alcanzó primeramente mediante una investigación de mercados, gracias a la cual se logró conocer la situación actual de los mercados de Veracruz y de Boca del Río, y a partir de ello se realizó un plan de mercadotecnia específico para la penetración de la empresa CiNiA de México al mercado nuevo.

Se observó que existe un amplio mercado con personal propio en los servicios de limpieza y jardinería, sin embargo, aunque en menor medida, también existe la tendencia a que las empresas subcontraten dichos servicios.

Uno de los puntos más importantes que arrojó la investigación de mercados fue que la mayoría del mercado meta mostró disposición y apertura para contratar personas con discapacidad.

Además, se comprobó que existen varias empresas competidoras en los servicios de limpieza y de jardinería, sin embargo, ninguna está fuertemente posicionada en el mercado y solamente hay una que ofrece simultáneamente ambos servicios. Esto representa otra ventaja para la empresa CiNiA de México ya que al entrar a Veracruz la empresa no se enfrenta con ninguna compañía fuerte que esté acaparando gran parte del mercado.

Por otro lado, uno de los aspectos negativos es que las empresas se encuentran satisfechas con sus actuales servicios de limpieza y de jardinería, además de que han estado con la competencia por periodos superiores a un año; sin embargo, no se descarta la posibilidad de que CiNiA de México sea de su interés ya que se dicen abiertas a la inclusión de personal con discapacidad y la oferta de la nueva empresa podría resultarles atractiva.

Otra de las actividades específicas que sirvieron para alcanzar el objetivo general fue la de investigar si existen instituciones que estén dispuestas a apoyar a la empresa CiNiA de México en su entrada al mercado de Veracruz. Se encontró, a través de la visita al Centro de Atención Múltiple No. 54, que dicha institución tiene mucho interés en colaborar con la empresa capacitando a sus alumnos con labores relacionadas con los servicios de limpieza y de jardinería, todo esto con el fin de incorporarlos en un futuro dentro del personal de la empresa en Veracruz. Por esto, se recomienda a la empresa que haga contacto con dicho CAM y con otras instituciones que también se dediquen a la asistencia de personas con discapacidad, con el objetivo de crear convenios de colaboración.

Aunado a todo esto, el gobierno del Estado de Veracruz ha ofrecido la donación de un terreno de aproximadamente 300m<sup>2</sup> para establecer las instalaciones de CiNiA de México en Veracruz y no se incurrirán en grandes gastos de equipo ya que en un inicio la empresa será una subsidiaria de servicios, por lo que no se requiere de grandes instalaciones ni maquinaria.

Finalmente, para alcanzar el objetivo general de la presente tesis, se realizó un plan de mercadotecnia como opción estratégica para la compañía, en donde se tomó como base la información que se obtuvo con respecto al atractivo y a la situación competitiva de la empresa CiNiA de México en el mercado de Veracruz.

El plan de mercadotecnia tiene como objetivo cubrir los aspectos positivos del mercado y atacar los negativos, lo cual se realizó en parte mediante una selección adecuada de medios publicitarios para la fase de arranque de la empresa en el nuevo mercado, así como gracias a un análisis financiero.

Se encontró en la investigación de mercados para CiNiA de México que el medio más efectivo por el cual las empresas de limpieza y de jardinería competidoras se han dado a conocer es la publicidad de boca en boca o la recomendación, lo cual quiere decir que el objetivo inicial de la empresa es darse a conocer, y conforme la empresa se vaya posicionando y ganando mercado, la recomendación se dará por sí sola.

Es aconsejable contactar a los clientes que se tienen actualmente en la ciudad de Puebla cuyas empresas tengan filiales en Veracruz con el fin de que recomienden a CiNiA de México de manera interna como su actual proveedor de servicios de limpieza y de jardinería. Asimismo, se recomienda que la persona que ocupe el puesto de gerente general se encargue de llevar a cabo las relaciones públicas de la empresa con el fin de contactar clientes para la firma de nuevos contratos.

Por otro lado, se recomienda a CiNiA de México que emprenda una campaña de publicidad con el fin de promocionar a la empresa y darla a conocer. El plan de mercadotecnia proporcionó la selección de medios más adecuados para llegar al mercado meta conforme al capital que la empresa puede destinar para dicha campaña. Se aconseja que la campaña esté compuesta por anuncios en el periódico, en el directorio y en un espectacular.

Es recomendable que la empresa realice un cóctel de inauguración invitando a gerentes de Recursos Humanos de las empresas privadas de Veracruz que podrían interesarse en la subcontratación de los servicios de limpieza y de jardinería. Esto con el fin de empezar la labor de relaciones públicas, dar a conocer a la empresa, y tener un primer acercamiento con los posibles clientes de la empresa.

Una de las fases del plan de mercadotecnia es el análisis del proyecto en números, por ello se llevó a cabo una proyección financiera con 3 escenarios: uno pesimista, uno moderado, y un último optimista.

Las diferentes proyecciones se entregarán a la empresa con el objetivo de darle a conocer que cualquiera de ellas podría suceder, mas no se puede predecir con exactitud cuál de los 3 escenarios será el que ocurra; sin embargo, conforme a la experiencia de crecimiento que se ha tenido en la ciudad de Puebla, el escenario optimista resulta ser el

más apegado a la realidad, por cual se puede decir que sí es viable que la empresa CiNiA de México expanda sus operaciones a la ciudad y puerto de Veracruz en el año 2007. Algunos argumentos que favorecen dicha aseveración son que se reclutará cada vez más personal en respuesta a nuevos contratos, y, por consiguiente, los ingresos de la empresa irán en aumentos bimestrales; asimismo, la recuperación de la inversión se dará en un plazo de 4 años.

Después de haber realizado el presente estudio, se puede decir que en la actualidad se están logrando en el país cambios significativos en cuanto a la inclusión de personas con discapacidad, iniciado por la empresa CiNiA de México en el proceso de organización orientado a mejorar la calidad de vida y el desarrollo social, y de esta manera integrar en todos los aspectos a los ciudadanos que enfrentan un reto mayor al de la generalidad de la población. Este importante sector de la población inspira y motiva a crear nuevas perspectivas, nuevos horizontes que los incluyan.

Se tiene el reto de promover una cultura en toda la comunidad y en toda la nación, en donde se integre a cada una de las personas que por distintas circunstancias requieren de aprendizaje y de seguimiento, adaptados a sus condiciones específicas.

A manera de conclusión, se puede decir que sí se recomienda a la empresa CiNiA de México la expansión hacia el puerto de Veracruz ya que resulta conveniente tanto financiera como socialmente, además de que existe un gran número de personas con discapacidad en el país y son pocas las empresas que las emplean.

La expansión de una empresa lleva consigo la diversificación no sólo de sus actividades, sino también de su cultura organizacional, y al reproducir el modelo de CiNiA de México en otra ciudad, se da pie a que demás organizaciones contraten personal con discapacidad y se vaya incorporando la idea de inclusión en la vida laboral.

Al expandirse el negocio de CiNiA de México al puerto de Veracruz, la empresa tendrá presencia en la región y al mismo tiempo se dará a conocer que la organización es rentable con miras a localizarse en más estados de la República Mexicana.

Cada ciudad tiene necesidades diferentes, es por ello que es esencial hacer un estudio de cada mercado, ya que incluso se pueden descubrir nuevos servicios que pueden ser atendidos por parte de la empresa y diversificar su línea de servicios para satisfacer al consumidor final.