



UN NEGOCIO VULCANIZADO

Julieta López Pérez recién egresada de la carrera de mercadotecnia tenía distintas ofertas de trabajo, sin embargo, decide trabajar con sus padres en los negocios familiares ya que ella notaba áreas de oportunidad en donde la mercadotecnia puede marcar una ventaja competitiva. El señor Ramón López, padre de Julieta, nunca había entendido ni se había preocupado por entender qué es la mercadotecnia, las ventas de los negocios son en gran medida al esfuerzo de la Madre de Julieta la señora Victoria Pérez de López quien difundía los negocios por medio de relaciones públicas informales con sus amistades y familiares. Los negocios de la familia Sánchez incluían: 8 locales de venta y reparación de llantas, bien ubicados en áreas de mucho tráfico y con poca o nula competencia. El señor López se la pasa la mayoría del tiempo visitando los distintos locales durante la semana haciendo las labores operativas, y la Sra. López está a cargo de la sede principal y desde ahí se encarga de la parte administrativa del negocio. La señora López está feliz de la incorporación de Julieta más no así el Sr. Sánchez quien no cree que Julieta pueda aportar algo distinto a lo que han hecho durante los últimos 15 años. Julieta le asegura a su padre que ella será capaz de aplicar elementos de mercadotecnia al negocio para que estas acciones sean una ventaja competitiva más del negocio.

Los primeros meses

Lo primero que hizo Julieta fue pedirles permiso a los López de estar de planta una semana en cada uno de los 8 locales, para entender bien el negocio. Las labores que realizaría serían ventas, atención al cliente y durante ese tiempo vería los archivos históricos de las ventas y estados financieros.

Durante las siguientes 8 semanas, Julieta notó cosas importantes de las sucursales en donde la totalidad de los empleados eran hombres y por lo general solo había 2 empleados por turno por sucursal. Durante este tiempo pudo observar como los empleados no eran tan amistosos con sus clientes, además que la mayoría de los clientes eran hombres. Sin embargo, cuando ella salió para estar al frente de la sucursal invitando a los automovilistas a que entrarán se dio cuenta que muchas mujeres se animaban a solicitar el servicio.

Otra de las cosas que vio es que, a pesar de que es una labor pesada el cambiar y reparar llantas y de que muy fácilmente se pueden manchar la ropa, los empleados no usaban ningún tipo de uniforme y siempre vestían la misma ropa vieja que les daba muy mal aspecto a los consumidores. Además, los precios no estaban a la vista por lo que el consumidor siempre tenía que preguntar el costo de los mismos y a veces los empleados cobraban distintos en función del tipo de coche y al preguntarles el porque lo hacían así ellos respondían que era por instrucciones de su papá. Las 8 sucursales siempre estaban sucias y aunque

no tenía muchos competidores cercanos, vio que en otros negocios -del mismo corte- no eran tan sucios.

Las 8 sucursales tenían ventas estables por estar en unos puntos de mucho tráfico y por tener mucho tiempo en el mercado, pero carecían de imagen ya que solo se referían al negocio como las vulcanizadoras del señor López. Aunque tenían poca competencia, en 3 de sus sucursales se había abierto al lado de las mismas sucursales de una empresa competidora llamada SG Llantas, (SG como acrónimo de Servicios Gómez), que tenía una imagen de marca definida y sucursales más limpias. Por sus empleados, se enteró que el Sr. Gómez planeaba abrir 5 sucursales más en los mismos puntos que los López tienen sus negocios y que quería llevarse a algunos de los empleados a trabajar en sus sucursales. Cuando Julieta platicaba de esto con el Sr. López, este le contestaba que no se preocupara que ellos habían sido los primeros en el mercado y que ya había enfrentado competencia en el pasado pero que él era el único que seguía en el mercado.

El plan de Julieta

Julieta ya con la experiencia de conocer el negocio de su familia y el estilo administrativo y operativo de las vulcanizadoras, está segura, que si se implementa un plan de mercadotecnia será una ventaja competitiva que ayudará a generar más ingresos. Por lo tanto, en función de las observaciones y en función de su experiencia está decidida a implementar nuevas acciones estratégicas. Su padre le indicó que podría ceder si le presenta un plan coherente de aquellas cosas que implementaría en el negocio.

Preguntas:

¿Cuál crees que tiene que ser la primera actividad que Julieta tiene que hacer para diseñar su plan de mercadotecnia? (20p)

¿Cuáles son las principales tareas que Julieta tiene que llevar a cabo en la dirección comercial con el propósito de agregar valor a la imagen actual del negocio considerando el proceso de compra de sus consumidores potenciales? (20p)

¿Qué criterios de segmentación crees que se pueden aplicar para mejorar el servicio que se ofrece en las sucursales? (20p)

¿Qué acciones recomiendas para enfrentar la futura competencia, tomando en cuenta el concepto de las estrategias corporativas de crecimiento? (20p)

¿Julieta cree que un reposicionamiento del negocio es válido, pero te pide ayuda a ti para evaluar y comparar conceptos, dentro de la ayuda que te pide es que diseñes un logotipo y un nombre de marca para la cadena de vulcanizadoras. Presenta y explica cuál sería tu sugerencia de marca. (20p)