

# ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

## MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**“Estrategias de marketing de servicios para la fidelización de clientes en la empresa Tower and Tower - Lima 2020”**

**Trabajo de Investigación  
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios

**Autor:**  
Bach. Chambi Canaza, Igor Wilder

**Docente Guía:**  
Mg. Leo Rossi, Ernesto Alessandro

**TACNA – PERÚ**

**2020**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) auto (es)”

## **DEDICATORIA**

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo.

Todo este trabajo ha sido posible gracias a ellos.

## **AGRADECIMIENTOS**

Mi profundo agradecimiento a todas las autoridades y personal de la empresa Tower and Tower S.A., por confiar en mí, abrirme la puerta y permitir realizar todo el proceso de investigación.

## INDICE

<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo 1 – ANTECEDENTES DEL ESTUDIO .....</b>	<b>5</b>
<b>1. TÍTULO DEL TEMA: .....</b>	<b>5</b>
<b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>5</b>
<b>3. OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>6</b>
<b>3.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>6</b>
<b>4. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO .....</b>	<b>6</b>
<b>4.1. Justificación Teórica. –.....</b>	<b>7</b>
<b>4.2. Justificación Metodológica. – .....</b>	<b>7</b>
<b>4.3. Justificación Práctica. - .....</b>	<b>7</b>
<b>5. METODOLOGÍA.....</b>	<b>8</b>
<b>6. DEFINICIONES .....</b>	<b>9</b>
<b>7. ALCANCES.....</b>	<b>11</b>
<b>8. LIMITACIONES DEL ESTUDIO .....</b>	<b>11</b>
<b>Capítulo 2 – MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1. Gestión de Residuos Sólidos en Perú .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.1. Residuos sólidos .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.2. Residuos industriales .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.3. Recolección, transporte de residuos sólidos no municipales.....</b>	<b>13</b>
<b>2.1.4. Disposición final .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.5. Manejo de residuos sólidos en el Perú .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1.6. Importancia de un Relleno de seguridad .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Aspectos teóricos de Marketing.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2.1. Definiciones.....</b>	<b>17</b>
<b>2.2.2. Estrategias de Marketing.....</b>	<b>18</b>

2.3. Tipos de clientes.....	21
2.4. Análisis Crítico.....	23
<b>Capítulo 3 - MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>25</b>
3.1. Antecedentes generales de la Organización.....	25
3.1.1. Breve Historia.....	25
3.1.2. Descripción de la empresa.....	26
3.1.3. Misión, Visión y valores.....	27
3.1.4. Ubicación.....	28
3.1.5. Servicios de Tower and Tower.....	29
3.1.6. Estructura Organizacional.....	33
3.2. Análisis FODA Comercial.....	34
3.3. Análisis Crítico.....	35
<b>Capítulo 4 – DIAGNÓSTICO .....</b>	<b>37</b>
4.1. Análisis situacional actual (Macroentorno):.....	37
4.1.1. Sector Industria.....	37
4.1.2. Sector Hidrocarburos .....	38
4.1.3. Sector Energía Y Minas .....	39
4.2. Análisis Externo PESTEL.....	40
4.2.1. Político .....	40
4.2.2. Económico.....	41
4.2.3. Social.....	42
4.2.4. Tecnológico .....	42
4.2.5. Ecológico.....	43
4.2.6. Legal.....	44
4.3. Análisis Externo (Micro entorno): .....	45
4.3.1. Rivalidad entre empresas competidoras: .....	45
4.3.2. Amenaza de entrada de nuevos competidores: .....	45

4.3.3. Amenazas de productos sustitutos:.....	46
4.3.4. Poder de negociación de los proveedores:.....	46
4.3.5. Poder de negociación de los compradores:.....	46
4.4. Perfil del Cliente.....	46
4.5. Principales Competidores.....	47
4.6. Entrevista sobre el área de Marketing .....	48
4.7. Encuesta de percepción sobre atención al cliente .....	51
4.8. Determinación de puntos Críticos .....	60
<b>Capítulo 5 - PROPUESTAS DE MEJORAS Y/O SUGERENCIAS .....</b>	<b>62</b>
5.1. Plan de Mejora .....	62
5.1.1. Objetivos comerciales .....	62
5.1.2. Lineamientos estratégicos propuestos.....	62
5.2. Propuesta de Plan de Acción .....	64
5.3. Presupuesto de inversión para plan de acción.....	67
5.4. Mecanismos de control y seguimiento.....	68
5.5. Sugerencias finales .....	69
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>71</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>73</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>76</b>
<b>Anexo 1. Modelo de entrevista sobre el área de Marketing.....</b>	<b>76</b>
<b>Anexo 2. Modelo de Encuesta efectuada.....</b>	<b>77</b>

## INDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1: Principales Competidores de Tower and Tower SA.....</b>	<b>47</b>
<b>Tabla 2: Empresas encuestadas de Tower and Tower SA. ....</b>	<b>53</b>
<b>Tabla 3: Propuesta de Plan de Acción para ejecución de lineamientos estratégicos comerciales en Tower and Tower SA. para 2021. ....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 4: Propuesta de Presupuesto de Marketing en Tower and Tower SA. ....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 5: Encuesta de satisfacción al cliente .....</b>	<b>77</b>

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figuras 1: Logo de Tower and Tower SA. ....</b>	<b>27</b>
<b>Figuras 2: Oficinas de Tower and Tower SA.....</b>	<b>28</b>
<b>Figuras 3: Planta de tratamiento Tower and Tower SA.....</b>	<b>29</b>
<b>Figuras 4: Principales procesos en Tower and Tower SA. ....</b>	<b>30</b>
<b>Figuras 5: Equipamiento e instalaciones Tower and Tower SA.....</b>	<b>30</b>
<b>Figuras 6: Planta y presentaciones Tower and Tower SA. ....</b>	<b>31</b>
<b>Figuras 7: Almacenes de productos peligrosos en Tower and Tower SA. ....</b>	<b>32</b>
<b>Figuras 8: Estructura Organizacional de Tower and Tower SA. ....</b>	<b>33</b>
<b>Figuras 9: Nivel de Satisfacción de Tower and Tower SA. ....</b>	<b>53</b>
<b>Figuras 10: Nivel de receptividad sobre inquietudes de Tower and Tower SA</b>	<b>54</b>
<b>Figuras 11: Nivel de satisfacción sobre el trato del personal comercial.....</b>	<b>55</b>
<b>Figuras 12: Nivel de Satisfacción de Tower and Tower SA.....</b>	<b>56</b>
<b>Figuras 13: Nivel de satisfacción post venta: documentos en Tower and Tower SA .....</b>	<b>57</b>
<b>Figuras 14: Nivel de seguridad sobre pesaje en Tower and Tower SA .....</b>	<b>58</b>
<b>Figuras 15: Nivel de satisfacción post venta: eficiencia en pagos y otros en Tower and Tower SA.....</b>	<b>59</b>

## RESUMEN EJECUTIVO

Tower and Tower S.A. es una compañía peruana fundada en Lima el 13 enero de 1997 por el Ing. Mecánico José Huerta Alatrística, cuenta con más de 20 años de experiencia en el cuidado y protección del Medio Ambiente, reflejada en la gestión integral de Residuos Sólidos: Recolección, Transporte, Tratamiento y Disposición Final de Residuos sólidos del ámbito No Municipal en su propio Relleno de Seguridad ubicado en la provincia de Chincha, departamento de Ica – Perú.

La motivación principal del trabajo es mejorar el enfoque de sus estrategias de marketing puesto que existe un gran mercado por trabajar en este sector que ha venido siendo afectado por el estancamiento de la economía, falta de compromiso de las empresas con el manejo de sus residuos y por la normativa que muchas veces no se adecua a la realidad, siendo necesario contar con una línea de estrategias de mejora definidas así como con un mejor compromiso de la empresa a nivel de inversión para la consecución de nuevas metas y sostenibilidad de resultados organizacionales. Por ello se planteó como objetivo central el definir estrategias de marketing de servicio para fidelización de los clientes de la empresa Tower and Tower, Lima 2020.

Para diagnosticar los puntos críticos se utilizó la metodología de análisis PESTEL, así como los análisis FODA para la organización, los servicios y de los potenciales competidores, también análisis documental de informes y resultados propios de la gestión de la empresa entre los que se evaluará la segmentación efectuada, las características de la marca y atributos del servicio. Asimismo, se encuestó a personal vinculado con el área comercial, y se encuestaron a clientes a fin de conocer sus niveles de percepción sobre los servicios y alguno de sus productos que ofrece la empresa y con ello identificar las oportunidades de mejora.

Entre los principales resultados, luego de la aplicación de instrumentos de recolección se puede apreciar que entre las principales dificultades comerciales radican en la falta de un presupuesto sostenido para actividades comerciales, de marketing y promoción, la necesidad de contar con estudios permanentes de las nuevas tendencias de mercado, necesidades del consumidor/cliente y de potenciales nuevos clientes, por lo que la empresa no cuenta con una estrategia definida en el plano comercial entre las principales necesidades y oportunidades que debieron ser resueltas y enfocadas en la propuesta de mejora que se presenta como corolario del presente trabajo.

En esa línea es que se definió en el Capítulo final, una propuesta de estrategias comerciales a fin de optimizar procesos esenciales del área de marketing de la empresa, el mismo que deberá tener un efecto positivo en el posicionamiento de mercado de la marca, además de una estrategia de diversificación, penetración y sobre todo orientada en una nueva configuración competitiva de precios. Se planteó además un plan de acción que acompañe el desarrollo de las estrategias propuestas con la asignación de responsables encargados, alineamiento de estrategias, cronograma sugerido, sugerencias de implementación, objetivos a medir, indicadores de gestión para evaluar las acciones y el mecanismo de control y evaluación que se sugiere se deba utilizar para medir el impacto y sostenibilidad de la propuesta, considerando con ello haberse dado cumplimiento a los objetivos de investigación.

## INTRODUCCIÓN

Tower and Tower S.A. se creó por el espíritu emprendedor de su fundador y Gerente General, Jose Edmundo Huerta Alatriza. La empresa inicia sus operaciones en el año 1997, como una empresa de recuperación de Lubricantes usados. A través de estos años se consolidó en el sector medioambiental brindando servicios de manejo personalizado de residuos Peligrosos.

Actualmente la empresa ofrece principalmente el manejo integral de residuos sólidos, desde su evaluación y transporte hasta su valorización y disposición final, contando con todos los permisos de ley exigidos para poder desarrollar su actividad. Para ello se cuenta con un relleno de Seguridad ubicada en la Quebrada Cruz de Lázaro S/N. sector Lomas de Huatiana Carretera Chavín – Chincha alta – Chincha – región Ica.

Su favorable ubicación a 200 Km de la Ciudad de Lima, le permite ser el único relleno de seguridad cerca a los distintos generadores de la Macro región Sur y que en la actualidad no se le está explotando en las dimensiones que se requiere. Dicho análisis está reflejado en el presente Plan Estratégico, en el cual se va a establecer los objetivos y estrategias para lograr posicionar a Tower and Tower como líder en brindar soluciones integrales en la gestión ambiental y así pueda expandir sus operaciones a nivel nacional cumpliendo con las leyes de cuidado del medio ambiente, lo cual es su VISION. Es por ello que tiene que seguir lo planteado en la MISION y presentarlo al mercado para contribuir a través de sus clientes al desarrollo sostenible de los distintos objetivos ambientales a través de los servicios innovadores en el marco del respeto a la ley, la vida y la salud, conservando siempre su política de protección del medio ambiente.

Por ello manteniendo los principios y valores propios de esta institución es que planteamos en el presente Plan estratégico, para los próximos años el reforzamiento del área Comercial con personal y herramientas tecnológicas del Marketing digital que nos permita aprovechar las ventajas que tiene y poder afrontar la competencia en el mercado con políticas de precios los cuales desvirtúan los servicios de cuidado del medio ambiente de manera responsable. Para ello se requerirá la contratación de una empresa experta en campañas de Marketing que ponga a Tower and Tower ante el mercado como la solución para todos los problemas ambientales que se puedan presentar, dándole a Tower and Tower la imagen que le corresponde, frente al mercado.

Para el desarrollo del presente trabajo se planteó en el Capítulo I, el planteamiento inicial de la investigación, definiendo el problema, los objetivos del trabajo, la metodología, alcances y limitaciones de este. En el Capítulo II se desarrollan los principales contenidos académicos, modelos y soporte de referencias conceptuales que dan respaldo a nuestra propuesta. Por su parte, en el Capítulo III se presenta a la institución materia de investigación, dando cuenta de su constitución, estructura, principales servicios y algunos productos, así como el estado situacional actual de la misma.

Finalmente, en el Capítulo IV se desarrolla el diagnóstico mostrando la aplicación de análisis e instrumentos de recolección, cuyos resultados culminan en la determinación de puntos críticos sobre los que en Capítulo V se presenta finalmente la propuesta de lineamientos estratégicos comerciales para la empresa Tower and Tower S.A., cumpliendo con ello con los objetivos planteados en el presente trabajo de investigación aplicado.