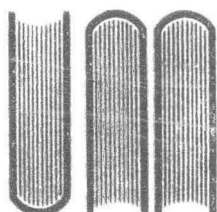


C  
Adm  
\$250

UNIVERSIDAD DE MONTERREY  
DIVISION DE CIENCIAS ECONO-ADMINISTRATIVAS



UNIVERSIDAD  
DE MONTERREY

NIVEL DE SERVICIO AL CLIENTE  
DEL GRUPO ORMEX

PROYECTO PRESENTADO EN OPCION AL TITULO  
DE LICENCIADO EN MERCADOTECNIA  
INTERNACIONAL POR

ANA ESTHER MEDELLIN DIAZ  
ADRIAN TORRES GARCIA  
EDUARDO NASIP HARB HARO

040.6588

M 488c

1996

c. 2

pte. 2

903018

**BIBLIOTECA**  
UNIVERSIDAD DE MONTERREY

Universidad de Monterrey

División de Ciencias Económico-Administrativas

Nivel de servicio al cliente del *Grupo Ormex*

Proyecto presentado en opción al título de  
Licenciado en Mercadotecnia Internacional por

Ana Esther Medellín Díaz  
Adrián Torres García  
Eduardo Nasip Harb Haro

San Pedro Garza García, N.L.

Primavera 1996

## Dedicatorias

### a Dios Nuestro Señor

Quien nos ha acompañado en cada una de nuestras etapas y nos ha guiado por el buen camino.

### a la Virgen María

Por cuidar cada paso que damos.

a Nuestros Padres

Gracias a su apoyo, amor y comprensión, elementos sin los cuales no hubiésemos podido superar los obstáculos de este camino que es la vida.

a Nuestros Hermanos

Por su amor incondicional y su ejemplo, lucharemos hasta llegar a la meta.

a Nuestros Maestros

Por ser los arquitectos de nuestra integridad profesional. Su vocación ha sido y será siempre fuente de inspiración para el futuro que habremos de afrontar.

a Nuestros Amigos

Gracias a su comprensión y ánimo finalizaremos una etapa más en nuestras vidas y comenzaremos a servir a los demás.



# Indice

<b>I. INTRODUCCION</b>	<b>3</b>
<b>II. ANTECEDENTES HISTORICOS DE ORMEX</b>	<b>4</b>
<b>III. OBJETIVOS</b>	<b>5</b>
<b>IV. CONCLUSIONES</b>	<b>6</b>
<b>V. RECOMENDACIONES</b>	<b>7</b>
<b>VI. METODOLOGIA</b>	<b>9</b>
<b>A. DESCRIPCION DEL SISTEMA ADMINISTRATIVO</b>	<b>9</b>
1. ESTRUCTURA	9
2. SISTEMA DE PROCESO DE TRABAJO	12
3. SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA	15
<b>B. DESCRIPCION DE LA MERCADOTECNIA INTERACTIVA</b>	<b>17</b>
1. MERCADOTECNIA EXTERNA ( MEZCLA DE MERCADOTECNIA )	17
a) PRODUCTO	17
(1) Niveles de producto-servicio	17
(2) Mezcla del producto-servicio	17
(3) Clasificación del producto-servicio	18
b) PRECIO	18
c) PLAZA	19
d) PROMOCION	20
2. MERCADOTECNIA INTERNA	20
<b>C. ANALISIS DEL AMBIENTE DE LA EMPRESA</b>	<b>21</b>
1. MICROAMBIENTE	21
2. MACROAMBIENTE	23
<b>D. EVALUACIÓN DEL SERVICIO</b>	<b>24</b>
<b>E. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO</b>	<b>25</b>

<b>A. CUESTIONARIOS</b>	<b>27</b>
<b>B. GRAFICAS</b>	<b>34</b>
<b>C. TABLAS DE FRECUENCIA</b>	<b>35</b>
<b>D. COMPETENCIA</b>	<b>36</b>

## **I. INTRODUCCION**

Ormex surgió para satisfacer las necesidades organizacionales de los diferentes grupos, tanto del sector empresarial como el de consumo. Como cualquier empresa de servicios, la evaluación hecha por los clientes es de vital importancia para que la empresa continúe en línea ascendente y su ciclo de vida sea longevo.

Por ello, el presente trabajo busca evaluar de forma objetiva, el servicio prestado y ello incluye no únicamente la clientela sino también los mismos empleados para así tener una visión global y emitir los juicios apropiados.

## II. ANTECEDENTES HISTORICOS DE ORMEX

El *Grupo Ormex* (Organización de Montajes y Exposiciones) se formó por una fusión de compañías que se dedicaban a ramos similares, donde una se dedicaba a la renta de inmobiliario y la otra al montaje de los mismos.

Los dos propietarios que forman parte de esta compañía, el Ing. José Luis Cabeza y el Lic. José Andrés Lozano, teniendo las mismas necesidades de satisfacer el mercado de montaje y servicio de módulos para exposiciones, se fusionaron para crear el Grupo Ormex en Junio de 1994.

Actualmente *Ormex* se dedica al montaje y renta de inmobiliario de acuerdo a las necesidades de los clientes. Si requiere de equipo extra, lo compra o lo renta, como lo son las mesas, sillas, plantas, repisas, libreros, equipo eléctrico, alfombras, etc.

Además de ofrecer este tipo de servicio dentro del área de Monterrey, cuenta también con estos servicios en la ciudad de México, siendo su segundo consumidor o mercado meta.

La capacidad con la que cuenta el Grupo Ormex en la actualidad es de aproximadamente novecientos stands para exposición, y su misión es de seguir creciendo conforme lo demande el mercado meta.

Las utilidades que hasta el momento ha generado el grupo, se han seguido invirtiendo para continuar expandiéndose en el mercado.

El Grupo Ormex cuenta actualmente con una bodega ubicada en Magnolia # 2604 esquina con Pablo de la Garza; Col. Jardines de la Moderna. El teléfono de dicha empresa es el 354 6248.

### **III.OBJETIVOS**

- a) Evaluar el nivel de servicio que el Grupo Ormex ofrece a sus clientes.
- b) Evaluar la mercadotecnia interna, como factor que impacta en la prestación del servicio.
- c) Proponer soluciones.

## IV.CONCLUSIONES

En cuanto al servicio al cliente, el 88.9 % considera que lo que esperaba recibir del *Grupo Ormex* fue lo obtenido; pero el restante opina que las mamparas deberían de ajustarse de acuerdo a las necesidades del cliente, ya que esperaban una que pudiese ser decorada y a buen precio. (Ver anexo: Gráficas 4 a la 7 y Tablas 1 a la 5)

En cuanto al clima organizacional se observó lo siguiente:

1. Para los empleados, el adiestramiento que presentan es únicamente suficiente para cumplir con su trabajo. Esto se debe a la diferencia cultural existente entre empleados y patrones, ya que consideran que a pesar de la buena preparación de sus superiores estos no denotan interés en enseñarles. Se encontró un bloqueo de entrenamiento de 52%. (Ver anexos: Tabla 6 y Gráfica 8)
2. Los empleados no son motivados, y esto se fundamenta en la falta de interés por parte de ellos y de una forma objetiva de calificarlos. El bloqueo encontrado en motivación fue de 44%. (Ver anexos: Tabla 7 y Gráfica 9)
3. En cuanto al salario, los empleados opinan que sus sueldos son injustos y deberían de recibir más. El bloqueo presentado es de 50%. (Ver anexos: Tabla 8 y Gráfica 10)

## V.RECOMENDACIONES

Al finalizar la investigación podemos recomendar al *Grupo Ormex* lo siguiente:

### En cuanto al Servicio al cliente

Se recomienda que en la parte posterior de la mampara se utilice una estructura para detener el cableado y dar una mejor imagen al stand. El costo de realizar dicha modificación será de aproximadamente \$50 y el beneficio será la satisfacción del cliente.

### En cuanto al Clima Organizacional

1. Dado que el entrenamiento es adecuado, y el bloqueo es a nivel cultural; recomendamos a los administradores tratar de involucrarse más con sus empleados; promoviendo una vez al mes pláticas acerca del desempeño de la empresa y hacerlos participar dentro de la misma, de tal forma que ellos vean su labor como esencial. El costo de esta recomendación no es monetaria ya que únicamente se requiere del tiempo de los administradores y empleados. El beneficio esperado es que los empleados formen parte del equipo, evitando así el que se consideren como un activo más dentro de la empresa.
2. En cuanto a la motivación, podríamos recomendar realizar premios como empleado del mes a aquella persona que sobresalga por méritos propios; colocar un buzón de sugerencias para que los empleados se sientan escuchados, con voz y voto; y realizar una especie de formato en el cual se pueda calificarlos, tomando parámetros como calidad en su trabajo y comentarios de sus compañeros. El costo de llevar a cabo la proposición, es en la realización de los formatos, la adquisición del buzón y dependiendo de la empresa el premio que se dará al empleado del mes; el cual puede consistir en un reconocimiento, un día de descanso o bien ser monetario. Se estima un costo aproximado de: Por el paquete de hojas empleadas para los formatos y gasto de tinta de máquina, \$60.00 (esto será mensual); el buzón y candado (gasto único) \$150.00, hojas de sugerencias \$45.00. El beneficio será contar con un personal que busque superarse, fomentando una sana competencia entre ellos para lograr obtener los premios anteriormente mencionados.\*

---

\* Los precios mencionados fueron obtenidos en las principales tiendas de autoservicio en el área metropolitana de Monterrey.

3. Se recomienda analizar la situación económica de la empresa y dependiendo de esto tratar de incrementar los sueldos. El costo dependerá de la posibilidad de la empresa para incrementar los sueldos y el beneficio será tener satisfechos a los empleados motivándolos a trabajar más.

El *Grupo Ormex* es una empresa líder y el beneficio de estas recomendaciones será que los clientes sigan solicitando los servicios del grupo.



## VI.METODOLOGIA

### A. DESCRIPCION DEL SISTEMA ADMINISTRATIVO

#### 1. Estructura (Descripción de Puestos)

Ing. José Luis Cabeza (Director General)

Se encarga de las cotizaciones, diseño de planos, contratos, gráficas o estadísticas, de la planeación y coordinación de montajes, sacar inventarios entre otras cosas. También tiene trato directo con clientes y lleva la cartera de los mismos. Tiene a su cargo la planeación de la producción.

Lic. José Andrés Lozano (Director Administrativo)

Está encargado de los cobros, pagos que se realizan, lleva la contabilidad, tiene a su cargo ver proveedores, dá cotizaciones, contratos, programas o planeación logística del Grupo Ormex.

Así mismo se encarga de los montajes en el área de Monterrey y en la Zona Norte, que comprende los estados de Tamaulipas, Coahuila y Nuevo León. También está encargado de los inventarios de la compañía, atención a clientes y los costos que se realizan dentro de la organización.

Juan Luis Badillo (Jefe de montajes y fabricación)

Tiene a su cargo la fabricación, mantenimiento y coordinación de todo el personal encargado de los montajes; ayuda también en los inventarios de materiales y lleva el control de nómina. Reporta los resultados al Lic. José Andrés Lozano.

Juan Carlos Talavera

Coordinador de los montajes.

Carlos Rodríguez (Mensajero)

Responsable de hacer pagos de servicios que renta la compañía y de realizar algunos cobros.

Elsa Rodríguez (Asistente)

Funge como secretaria; lleva todos los archivos en orden; es auxiliar de los directores y tiene a su cargo la elaboración de cheques y facturas.

María Oralia Treviño (Secretaria)

Es la recepcionista del Grupo Ormex. Depende directamente de Elsa Rodríguez.

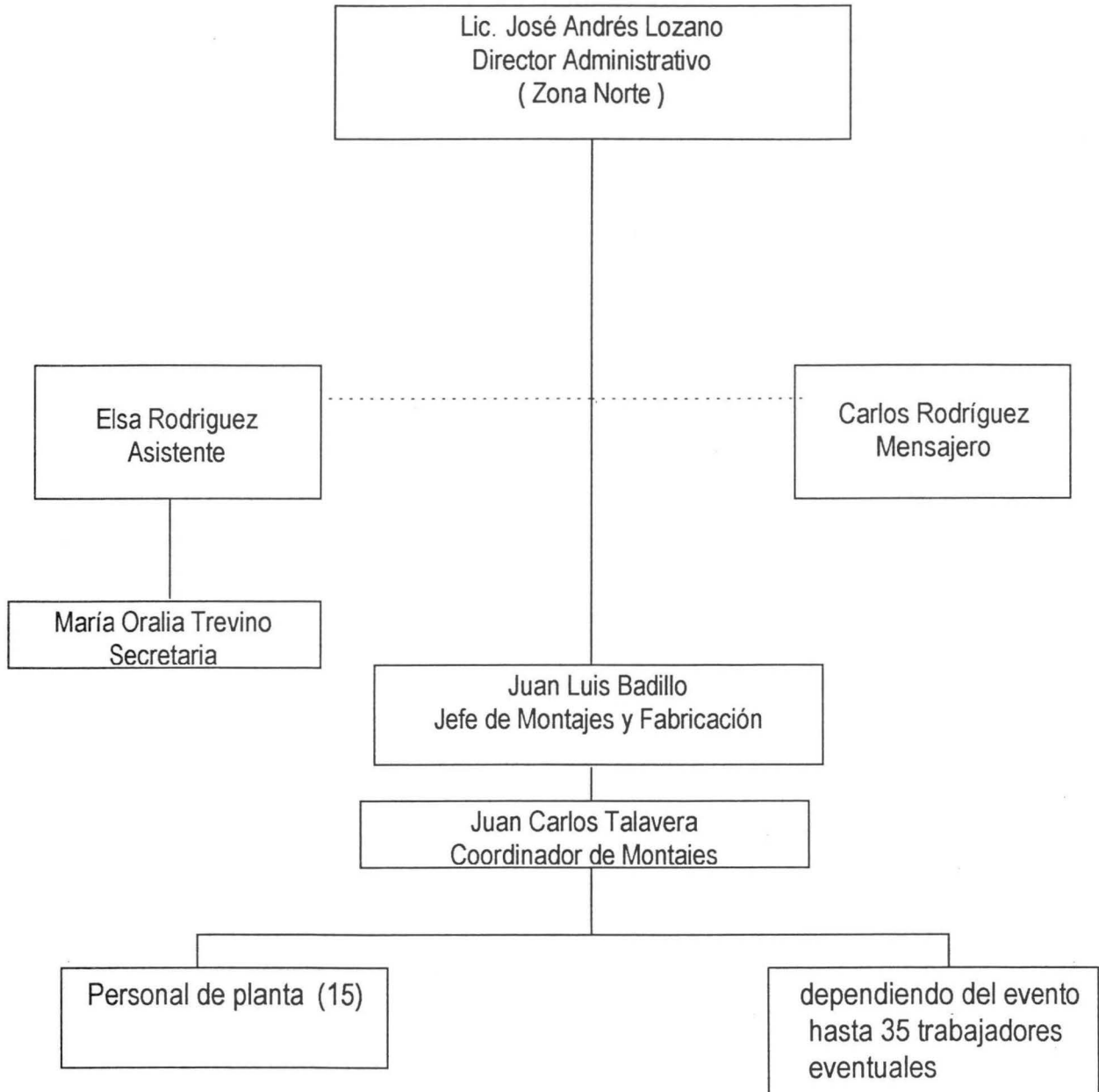
Personal de Planta

Ellos están en la fabricación de los materiales utilizados para montar stands; en realizar los montajes para las exposiciones; se encargan del sistema eléctrico; de cargar todos los materiales para llevarlos en trailers a otros lugares fuera de Cintermex.

Tienen la responsabilidad así mismo de dar mantenimiento a todos los equipos del *Grupo Ormex* , de evaluar y limpiar el mobiliario.

## ESTRUCTURA

A continuación se presenta el organigrama de los puestos:



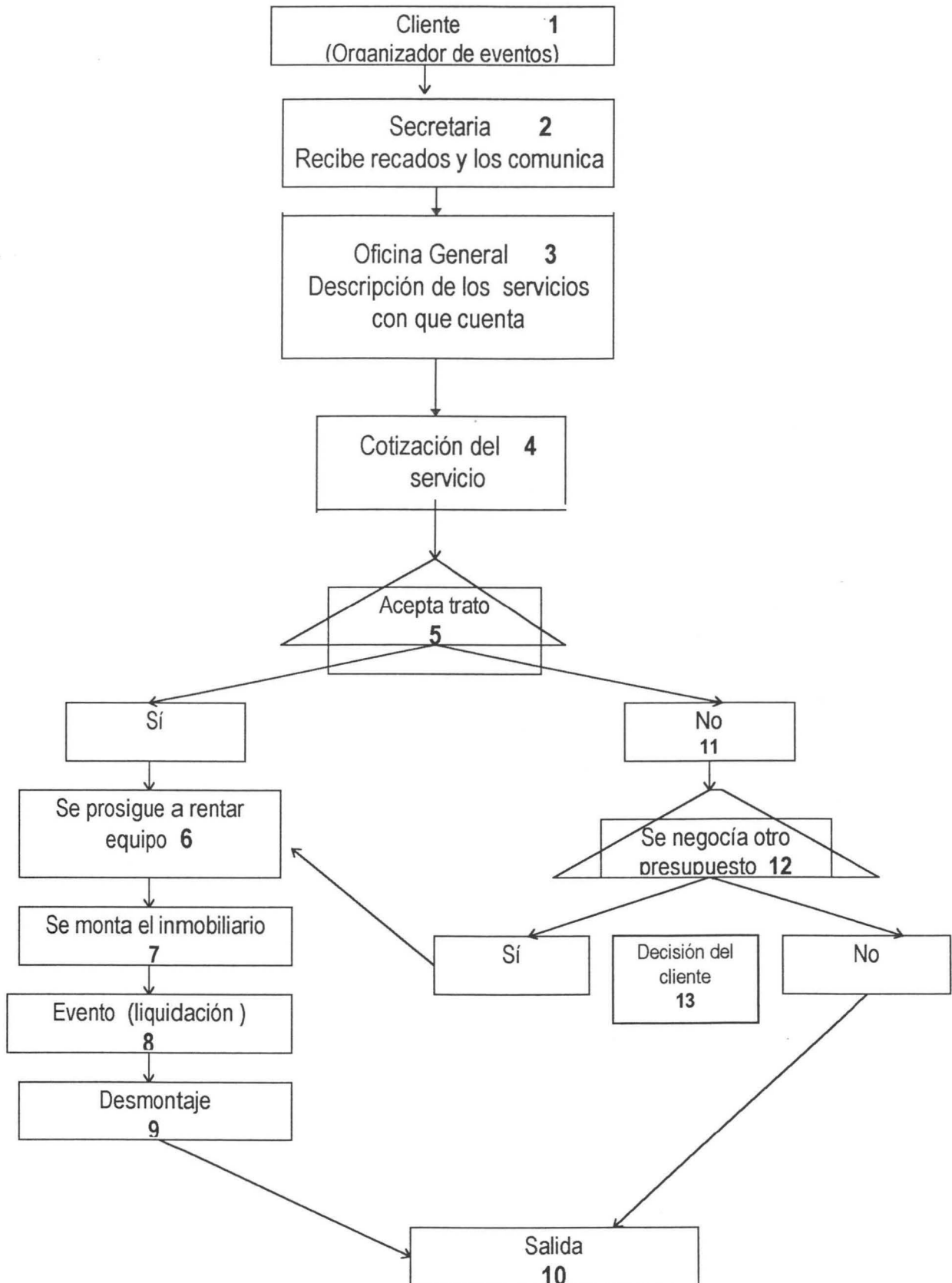
## 2. Sistema de proceso de Trabajo

A continuación se presenta en forma escrita el diagrama de flujo que existe cuando un cliente solicita los servicios de *Ormex*.

- 1 Se comunican al *Grupo Ormex* para obtener información acerca de la renta de equipo e inmobiliario para la organización de eventos.  
Clientes (Organizador de eventos)
- 2 La secretaria recibe información solicitada por los clientes y lo comunica a la oficina general.  
Secretaria
- 3 A continuación se recibe lo solicitado y evalúa lo requerido por el cliente para saber si tiene la capacidad de darle ese servicio.  
Oficina General
- 4 En base a lo observado se hace una cotización.  
Director General
- 5 Si el cliente está de acuerdo en el servicio que le ofrecen y en la calidad del mismo.  
Acepta el cliente el presupuesto
- 6 En base al evento que se vaya a realizar, se van adecuando los materiales para ofrecerle un mejor servicio.  
Se prosigue a rentar el equipo
- 7 De acuerdo al tiempo en que se tenga para montar el equipo, el *Grupo Ormex* organiza tanto sus empleados como el material disponible.  
Se monta el inmobiliario
- 8 Antes de que lleguen los expositores, algunos empleados del *Grupo Ormex* se quedan para finalizar detalles antes de la presentación.  
Evento (liquidación)

- 9** Al finalizar la exposición se revisa el material utilizado para saber si está en buenas condiciones.  
Desmontaje
- 10** Finalización del contrato con el cliente  
Salida
- 11** Si el cliente no está de acuerdo con el precio, se intenta negociar otro presupuesto.  
Rechaza el cliente el presupuesto
- 12** Se analizan mas opciones en cuanto al precio para el servicio que se va ofrecer.  
Se negocia otro presupuesto
- 13** Si el cliente acepta las condiciones propuestas se pasa al punto 6; de lo contrario al punto 10  
Decisión del Cliente

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL SISTEMA DE PROCESO DE TRABAJO



### 3. Sistema de Información de Mercadotecnia

A continuación se describe el análisis que siguen los datos:

#### Organizador de eventos

Los clientes se comunican al *Grupo Ormex* para obtener información de montaje y renta de equipo e inmobiliario para la organización de eventos.

#### Secretaria

Recibe lo solicitado con el cliente y lo manda al Director Administrativo.

#### Director Administrativo

Contabiliza el inmobiliario y agenda de trabajo para saber si puede cumplir con lo solicitado, y éste se pone de acuerdo con Producción para darle datos de las necesidades del solicitante y posteriormente retroalimenta para saber si puede cumplir con lo solicitado.

#### Archivo de presupuesto

Dentro de éste se encuentran los datos de algunos presupuestos aplicables.

#### Preparación de facturas

Presupuesto escrito por parte de la empresa al cliente para mostrale la cantidad a liquidar.

#### Empresa solicitante

En base a su capacidad de pago, ésta liquidará la factura.

#### Verificar forma de pago

Se evalúa la forma de pago por parte de la empresa solicitante para saber si es en efectivo, en cheque, documento por cobrar.

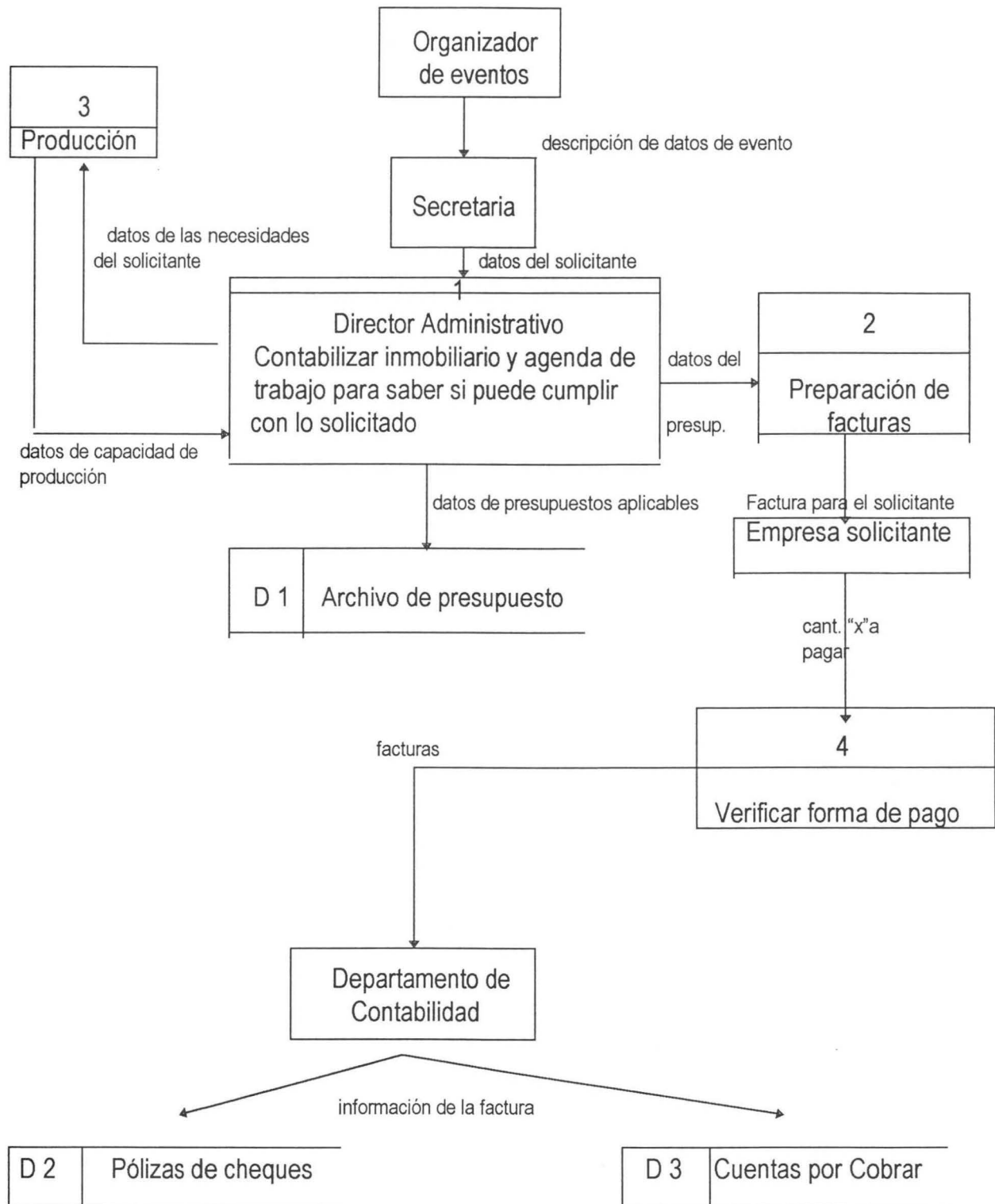
#### Departamento de contabilidad

Registra en los libros contables de la empresa.

#### Cuentas por Cobrar

Registro de las cuentas pendientes por cobrar.

## Diagrama de flujo del Sistema de Información de Mercadotecnia





## **B. DESCRIPCION DE LA MERCADOTECNIA INTERACTIVA**

### **1. MERCADOTECNIA EXTERNA ( MEZCLA DE MERCADOTECNIA )**

#### **a) PRODUCTO**

##### **(1) Niveles de producto-servicio**

###### Producto Básico

El *Grupo Ormex* facilita a los expositores la facilidad de exponer sus productos.

###### Producto Real

El *Grupo Ormex* ofrece los servicios de montaje y renta de inmobiliario para exposiciones.

###### Producto Aumentado

El *Grupo Ormex* proporciona a sus clientes una flexibilidad en el tiempo de sus exposiciones sin variar el precio establecido; esto es, al cliente le cuesta lo mismo rentar el equipo de exposición por tres horas que por cinco días. En cambio, la competencia cobra por hora la renta de equipo para exposiciones.

##### **(2) Mezcla del producto-servicio**

Tiene dos líneas de productos:

- 1.- Montaje; el cual consta solamente de distribuir el inmobiliario en la zona deseada.
- 2.- Renta de inmobiliario; consta de varios servicios dependiendo de las necesidades de sus clientes y son los siguientes:
  - Montaje completo. Consta de mamparas, alfombras, lámparas, contactos eléctricos, muebles y ornamentos.
  - Mamparas Grises. Mamparas acústicas de alfombra gris.
  - Alfombrado. Solamente la alfombra es alquilada.

### (3) Clasificación del producto-servicio <sup>1</sup>

Los servicios que el *Grupo Ormex* ofrece a sus clientes se pueden clasificar en base a los siguientes criterios:

Relacionadas con el vendedor

<u>Naturaleza de la empresa</u>	<u>Sus funciones</u>	<u>Fuente de ingreso</u>
Privadas	Consultoría	Derivadas del Mercado

Relacionadas con el comprador

<u>Tipo de mercado</u>	<u>Forma en que se compra el servicio</u>	<u>Motivos</u>
Mercado Industrial	Servicio de especialidad	Instrumentales

Relacionadas con el servicio

<u>Forma de servicio</u>	<u>Basado en máquina o humano</u>	<u>Contacto alto o bajo</u>
Servicio ordenado	Centrado en el hombre	De contacto alto

#### b) **PRECIO**

El sistema que el *Grupo Ormex* utiliza para cobrar sus servicios, es cobro por evento realizado y no por el número de horas que éste dure.

Para el *Grupo Ormex*, es indiferente que sean tres horas o cinco días los que dure el evento, ya que es el mismo trabajo que tiene que realizar.

El precio que se cobra es por metro cuadrado y se calcula de la siguiente manera para los diferentes tipos de servicios.

- 1.- Montaje completo, \$45 x metro cuadrado
- 2.- Mamparas grises de alfombra gris , 2.60 mts. de altura \$100 x mt. lineal  
5.20 mts. de altura \$200 x mt. lineal.
- 3.- Únicamente alfombrado, \$ 6 x metro cuadrado

<sup>1</sup> Basado en la clasificación de los servicios de Donald W. Cowell de Mercadeo de Servicios. Fondo Editorial Legis, página 31

Las tácticas de precios que usa el *Grupo Ormex* para establecer sus precios son: <sup>2</sup>

a) Precio discreto.

Ya que sus estándares de precios quedan dentro del nivel de la competencia. Cuenta con precios similares a algunos de la competencia.

b) Precio de descuento.

El *Grupo Ormex* maneja el precio de descuento en casos especiales.

Por ejemplo, en el caso de si una exposición A utiliza el servicio de alfombrado y el *Grupo Ormex* se entera de que va haber una exposición B, deja el alfombrado para ofrecérselo al organizador del evento B. Dándole así un descuento por este servicio; esto se puede llegar a realizar ya que las alfombras ya fueron instaladas y este costo no incurre en ellos de manera directa.

c) **PLAZA**

Los principales lugares en donde el *Grupo Ormex* opera dentro del área de Nuevo León, son en Cintermex, en universidades y en algunos casos en ferias al aire libre.

En la ciudad de México presta sus servicios en el World Trade Center, en el Palacio de los Deportes y en Exhibimex.

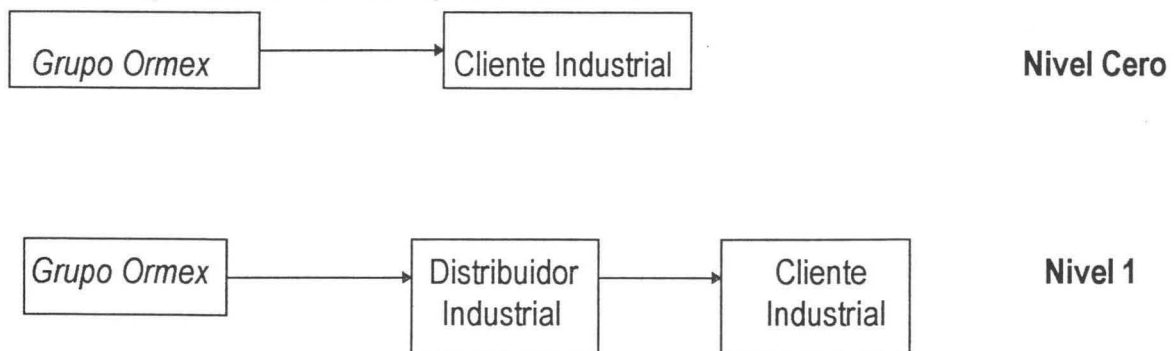
***Canales de Distribución***

Se considera que el *Grupo Ormex* ofrece sus servicios directamente al cliente final, por lo cual, es un canal de nivel cero; aunque ocasionalmente se presenten intermediarios, los cuales llevan comisión por parte de los organizadores.

---

<sup>2</sup> Basado en las tácticas de precios de Donald W. Cowell, de Mercadeo de Servicios pgs. 165 a 170

El Grupo Ormex tiene dos tipos de canales:



#### d) **PROMOCION**

Lo que se maneja es la Publicity, ya que obtienen gratuitamente una forma o imagen determinada entre los consumidores a través de la comunicación boca a boca, y lo que obtienen de esto es una imagen del *Grupo Ormex*. Este tipo de comunicación se va obteniendo en las exposiciones que realiza el *Grupo Ormex* y del grado de calidad con la que desempeñan su trabajo.

Esta compañía en algunos casos adecúa de cierta forma una promoción de ventas al presentarse ciertas circunstancias. Por ejemplo, si en una exposición A, se utilizó el servicio de alfombrado y el *Grupo Ormex* se entera de que va haber una exposición B, deja el alfombrado para ofrecérselo al organizador del evento B dándole un descuento por este servicio; esto se puede llegar a realizar ya que las alfombras ya estaban instaladas y este costo no incurre en ellos.

## 2. **MERCADOTECNIA INTERNA**

Para evaluar el ambiente de trabajo que existe dentro de la organización, se aplicó un cuestionario a todos los empleados que laboran dentro del Grupo Ormex, incluyendo a las secretarías.

El cuestionario aplicado fue desarrollado por Dave Francis y Mike Woodcock y es con la finalidad de detectar si a los empleados se les ha dado un entrenamiento deficiente; si existe una motivación baja; y conocer si el sistema de recompensas que ofrece el Grupo Ormex es injusto. (Ver en anexos: Cuestionario a Empleados)

Dicho cuestionario se adaptó al nivel de educación de los empleados y los resultados se utilizarán para mejorar el ambiente interno de el *Grupo Ormex*.

Los resultados fueron los siguientes:

#### Entrenamiento

Se encontró un bloqueo del 52% en el área de entrenamiento, según los empleados carecen de habilidades adecuadas para desempeñar su trabajo y denotan falta de interés por parte de sus superiores en cuanto al entrenamiento se refiere. (Ver anexos: Tabla 6 y Gráfica 8)

#### Motivación

En el área de motivación se presentó un bloqueo de 44%. Catorce de los veinte encuestados opinan que las personas no muestran interés en su trabajo, doce de veinte consideran que los castigos se repiten más que las recompensas, que se les explota y no se les da una explicación de como se les evalúa. (Ver anexos: Tabla 7 y Gráfica 9)

#### Sistema de recompensas

El bloqueo presentado es de 50%. Todos los empleados (veinte) opinan que la gente debe trabajar muchas horas para obtener un sueldo aceptable, doce están en desacuerdo con los sueldos y les gustaría que se les recompensaran los esfuerzos extras en el trabajo. (Ver anexos: Tabla 8 y Gráfica 10)

### **C. ANALISIS DEL AMBIENTE DE LA EMPRESA**

#### **1. MICROAMBIENTE**

##### Competencia

Se utilizó el directorio telefónico de la Ciudad de Monterrey para identificar aquellas empresas que contarán con los mismos servicios que el Grupo Ormex ofrece.

- Expositor, ubicado en Avenida Morones Prieto # 3026 Poniente entre España y Portugal, Colonia del Carmen; Monterrey, Nuevo León.
- Sypro (Interdex & Proexpo), Avenida Parque Fundidora No. 501 Cintermex, Col Obrera; Monterrey, Nuevo León.

- Full Service, Avenida Madero # 2527-A Ote., Colonia Acero; Monterrey, Nuevo León.
- ExpoStand, Sombrerete # 113, Colonia Mitras Centro; Monterrey, Nuevo León.
- Troya, Julián Villarreal # 1208 Nte. esquina Avenida Colón; Monterrey, Nuevo León.

Se investigó todos los servicios que estas empresas ofrecen y las que tuvieron el servicio más completo, equiparable con la del Grupo Ormex fueron las siguientes:

En primer término, **Expositor**, quien es proveedor oficial de Cintermex. Esta es una agencia de publicidad y servicios múltiples y cuenta con dos tipos de servicios. Uno de los servicios que ofrece es el de Publicidad y Promoción y el otro de montajes especiales.

Dentro del área de la publicidad y promoción, se dedican a realizar campañas de publicidad y promoción; diseñan y elaboran anuncios para prensa, revistas y carteleras; producen jingles y spots para radio y televisión; y realizan impresión de folletos, posters y material promocional.

En lo que se refiere a montajes especiales, ofrecen el servicio de stands para exposiciones industriales y comerciales; montaje de presidiums para congresos y convenciones; módulos de información y registro; renta e instalación de alfombra para tráfico pesado; sistema eléctrico integral con lámparas fluorescentes, decorativas y red eléctrica con contactos dobles polarizados; logotipos, textos y gráficas por computadora; diseño de stands, islas y pabellones.

La empresa Interdex, que ofrece el servicio de intérpretes simultáneos de idiomas y la empresa Proexpo, se unieron para formar una sola compañía llamada **Sypro**. Dentro de los servicios que ofrecen, se encuentran los siguientes:

- \* intérpretes simultáneos de idiomas como el inglés, francés, alemán, italiano, portugués, chino, ruso y japonés
- \* equipo para interpretación simultánea
- \* montaje completo de exposiciones
  - sistema modular Syma (estructura de aluminio y mamparas)
  - sistema de tubo y tela
- \* diseños especiales
- \* displays portátiles
- \* escenarios para convenciones y congresos
- \* alfombra
- \* sistema eléctrico
- \* iluminación
- \* planos de distribución de stands

\* asesoría

La empresa **Troya**, eventos y producciones S.A. de C.V., no es competencia directa del Grupo Ormex, ya que no se especializa únicamente en montaje y renta de inmobiliario para exposiciones. (ver anexos: Competencia)

## 2. MACROAMBIENTE

Los cambios macroeconómicos que se han presentado durante el último año afectaron las múltiples esferas microeconómicas, y esto se refleja en todas las empresas no importando su giro. De tal forma, la crisis económica ha hecho que los diversos inversionistas nacionales y extranjeros cuiden con recelo las inversiones realizadas, incluyendo dentro de este rubro las exposiciones.

El *Grupo Ormex* menciona que dicha crisis afectó sus operaciones por el motivo mencionado anteriormente, y suena lógico pensar que entre mayor solvencia exista en el medio; mayor serán las exposiciones y las ganancias del Grupo.

En cuanto a fuerza naturales, *Ormex* es una empresa que no contamina con sus servicios y no contribuye a la explotación de los mismos, pues utiliza metales y plásticos en sus productos.

En cuanto a las fuerzas tecnológicas siempre busca dar un servicio más completo sin la intervención de subcontratantes. Para lograr esto *Ormex* diseña y crea su propio material y busca contar con toda la tecnología necesaria para dar un servicio completo que los demás competidores no tienen, como la invención de material para sus módulos.

En lo que respecta a las fuerzas políticas, la inestabilidad del País (guerrillas, secuestros, magnicidios, narcotráfico, etc.) ha hecho que inversionistas extranjeros desconfíen en venir a México y los nacionales traten de cualquier forma en evitar dejar su capital aquí; y esto repercute en los eventos que se realizan afectándose las ventas del *Grupo Ormex*.

En las fuerzas culturales, la ideosincrasia de los individuos es vital. Dado a la constante metamorfosis de la sociedad occidental y la búsqueda de la superación en todos los ámbitos; la organización de diversos congresos y eventos de adiestramiento de ejecutivos favorecen a *Ormex*, pues sus servicios son parte indispensable en el desarrollo de estos eventos. Tomando en cuenta así mismo que Monterrey es una ciudad con gente emprendedora.

#### **D. Evaluación del Servicio**

Se aplicó un cuestionario a los clientes del *Grupo Ormex* para saber si lo que esperaban recibir por parte de la empresa fue lo obtenido. Esta encuesta se realizó vía telefónica a todos los clientes y los resultados fueron los siguientes:

Ver en anexos: Gráficas (3 a la 7) y Tablas 1 a la 5

El 34 % de los encuestados utiliza solamente el servicio de montaje del *Grupo Ormex*; el 33 % utiliza tanto el montaje como el servicio completo; el 22 % únicamente montaje y mamparas; y 11 % rentan alfombra y mamparas.

Ver en anexos: Gráfica 3 y Tabla 1

Cuando se les preguntó a los clientes que utilizaban el servicio de montaje, que era lo que esperaban recibir del servicio y lo que realmente recibieron, la gran mayoría coincidió en que lo esperado era lo que se recibió. En el caso de calidad, la recibida fue mayor que lo esperado.

Ver en anexos: Gráfica 4 y Tabla 2

Los que solicitaban el servicio completo, coincidieron en todo, incluso la atención al cliente y la calidad fueron mayores lo recibido que lo esperado.

Ver en anexos: Gráfica 5 y Tabla 3

En cuanto al servicio de mamparas, lo que se esperaba recibir no coincidió con lo recibido, pues se esperaban mamparas decorativas y funcionales para colocar las instalaciones de luz y buen precio; y lo que se recibió fue calidad solamente.

Ver en anexos: Gráfica 6 y Tabla 4

En lo que respecta al servicio de alfombrado, lo que se esperó fue calidad y es lo que se recibió.

Ver en anexos: Gráfica 7 y Tabla 5



## **E. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO**

El *Grupo Ormex*, por ser líder en el mercado de montaje y renta de inmobiliario, se encuentra bien enterado, aproximadamente de un 90 a un 93 % , de la gran mayoría de los eventos que se realizan en todo el año en la zona norte del país.

Se dice que el *Grupo Ormex* es líder ya que de todo el mercado existente, cuenta con un 40 % de la participación total; un 30 % son posibles clientes que pueden tener a través de concursos o cotizaciones; un 20 % son clientes que se pierden en concursos; y de un 7 a un 10% son los clientes permanentes de la competencia. \*

Según estimaciones, el *Grupo Ormex* cuenta con un 70 % del mercado en la zona norte, mientras que la competencia tan solo representa el 30 % restante. Para detectar la variación en las ventas del *Grupo Ormex*, se estimó el índice de estacionalidad para el año de 1995 siendo el mes que reporta mayores ganancias el de julio, esto debido al magno evento realizado por las distintas compañías muebleras del norte de la región. El mes en donde se registraron las menores ganancias fue abril debido a la temporada de vacaciones. (Ver Anexo: Gráfica 1 y 2 de Estacionalidad)

Las estrategias que el *Grupo Ormex* utiliza para aumentar la cantidad de clientes que le solicitan los servicios de montaje y renta de inmobiliario son:

- Integrar todos los servicios de la empresa en cuanto al montaje; alfombras; sistema eléctrico; mamparas; renta de inmobiliario y equipo; y en un futuro, el diseño de stands especiales. Esto con el fin de disminuir los costos y no tener que subarrendar material.
- Contar con alfombras propiedad de la compañía.
- En cuanto a los clientes nuevos, ofrecerles precios bajos para que éstos sean atractivos enfatizando el servicio prestado.

Lo cual, bajo el Modelo de Ansoff es llamada de Penetración de Mercado.  
(Ver Anexo: Tabla 9)

---

\* Fuente: Lic. José Andrés Lozano (Director Administrativo del Grupo Ormex)

## **VII. Anexos**

## ***A. Cuestionarios***

Cuestionario a clientes.

Buenos \_\_\_\_\_. Somos estudiantes de la Universidad de Monterrey y estamos realizando un estudio del servicio que ofrece el Grupo Ormex. Agradecemos de antemano su cooperación.

1.- Cuáles son los servicios que usualmente solicita del Grupo Ormex?

a) Montaje \_\_\_\_\_ b) Renta de Inmobiliario \_\_\_\_\_

Nota: Marque solamente los servicios que ha solicitado al Grupo Ormex

2.- En cuanto al servicio de montaje que el Grupo Ormex ofrece:

a) Qué espera de éste?

---

---

b) Qué fue lo que recibió?

---

---

3.- En cuanto al servicio de renta de inmobiliario que es: 1) servicio completo; 2) renta de mamparas grises; y 3) alfombrado.

Servicio Completo:

a) Qué espera de este servicio?

---

---

b) Qué fue lo que recibió?

---

---

Renta de mamparas grises

a) Qué espera de este servicio?

---

---

b) Qué fue lo que recibió?

---

---

Alfombrado

a) Qué espera de este servicio?

---

---

b) Qué fue lo que recibió?

---

---

## Encuesta a Empleados

Buenos \_\_\_\_\_. Somos estudiantes de la Universidad de Monterrey y estamos realizando un trabajo para una materia de nuestra carrera. Agradecemos conteste las oraciones con la mayor franqueza posible. Este cuestionario es ANONIMO

Instrucciones: Lea cada frase numerada y marque con una "x" si está de acuerdo o no con lo que lea. Le pedimos marcar solo una opción por pregunta.

1.- La empresa tiene buena organización, pero existen cosas que se pueden cambiar

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

2.- Ayudaría si las personas le echaran "mas ganas" a su trabajo.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

3.- Existe gran desacuerdo acerca de los sueldos

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

4.- Los patrones y los jefes parecen no tener tiempo suficiente para tomar en serio el entrenamiento que se nos dá.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

5.- No nos motivan ofreciéndonos algo a cambio, así que a la gente no le interesa echarle más ganas a su trabajo.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

6.- Casi siempre mis compañeros se van por un sueldo más alto

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

7.- En las distintas partes de la empresa, los compañeros tienen diferente comportamiento acerca de cómo se les entrena, algunos lo toman en serio y otros no.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

8.- Los castigos parecen repetirse más seguido que las recompensas

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

9.- Los que son buenos en el trabajo es por casualidad no por que lo hayan aprendido.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

10.- Se aprovechan de la gente, no se le recompensa adecuadamente por el gran esfuerzo que hace.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

11.- La forma en que se paga hace que el trabajo no se haga de la mejor manera.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

12.- Los jefes tuvieron que aprender solos y piensan que otros deberían hacerlo igual

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

13.- A los compañeros en la empresa no se le dá una buena explicación acerca de como los califican en el trabajo.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

14.- En general, no existe una forma adecuada para recompensar un esfuerzo muy grande

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

15.- Los jefes no saben como entrenar a los trabajadores.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

16.- Si las cosas anduvieran mal, los dueños no estarían bien preparados para ayudar a la empresa

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

17.- La empresa no paga lo suficiente como para que gente mejor capacitada venga a la empresa.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

18.- Se produciría más si la gente supiera como hacer las cosas bien.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

19.- No siento apoyo en lo que hago

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

20.- Los compañeros tienen que trabajar muchas horas para sacar un sueldo aceptable

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

21.- A los compañeros no se les motiva para que traten de mejorar lo que saben.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

22.- Los compañeros no tienen la oportunidad de participar en cosas de la empresa, y como resultado, no se sienten motivados a ayudar.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

23.- Los compañeros se sienten como si trabajaran en un lugar de segunda.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

24.- La calidad se mejoraría si los compañeros supieran más de su trabajo

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

25.- La empresa paga sueldos más bajos que el promedio y los compañeros no están contentos

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo



26.- Lo que la empresa ofrece aparte del sueldo, es menos de lo que otras empresas ofrecen.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

27.- No es raro que los nuevos compañeros a veces tienen una mala impresión de la empresa si se considera la forma en que los tratan los primeros días.

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

28.- A mis compañeros les gustaría tener más retos en su trabajo

\_\_\_\_\_

de acuerdo

\_\_\_\_\_

no estoy de acuerdo

29.- Yo, en lo personal, me siento mal pagado

\_\_\_\_\_

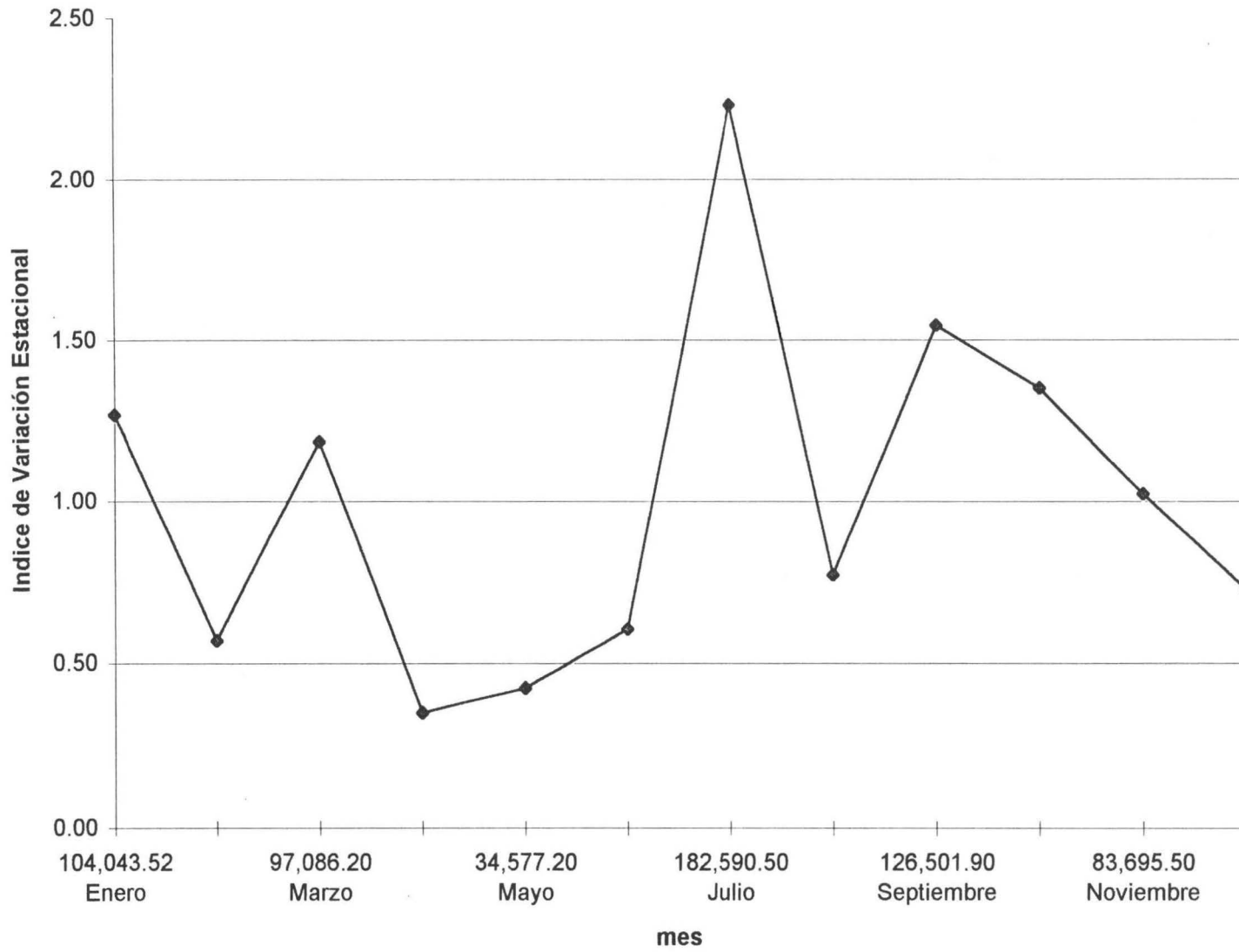
de acuerdo

\_\_\_\_\_

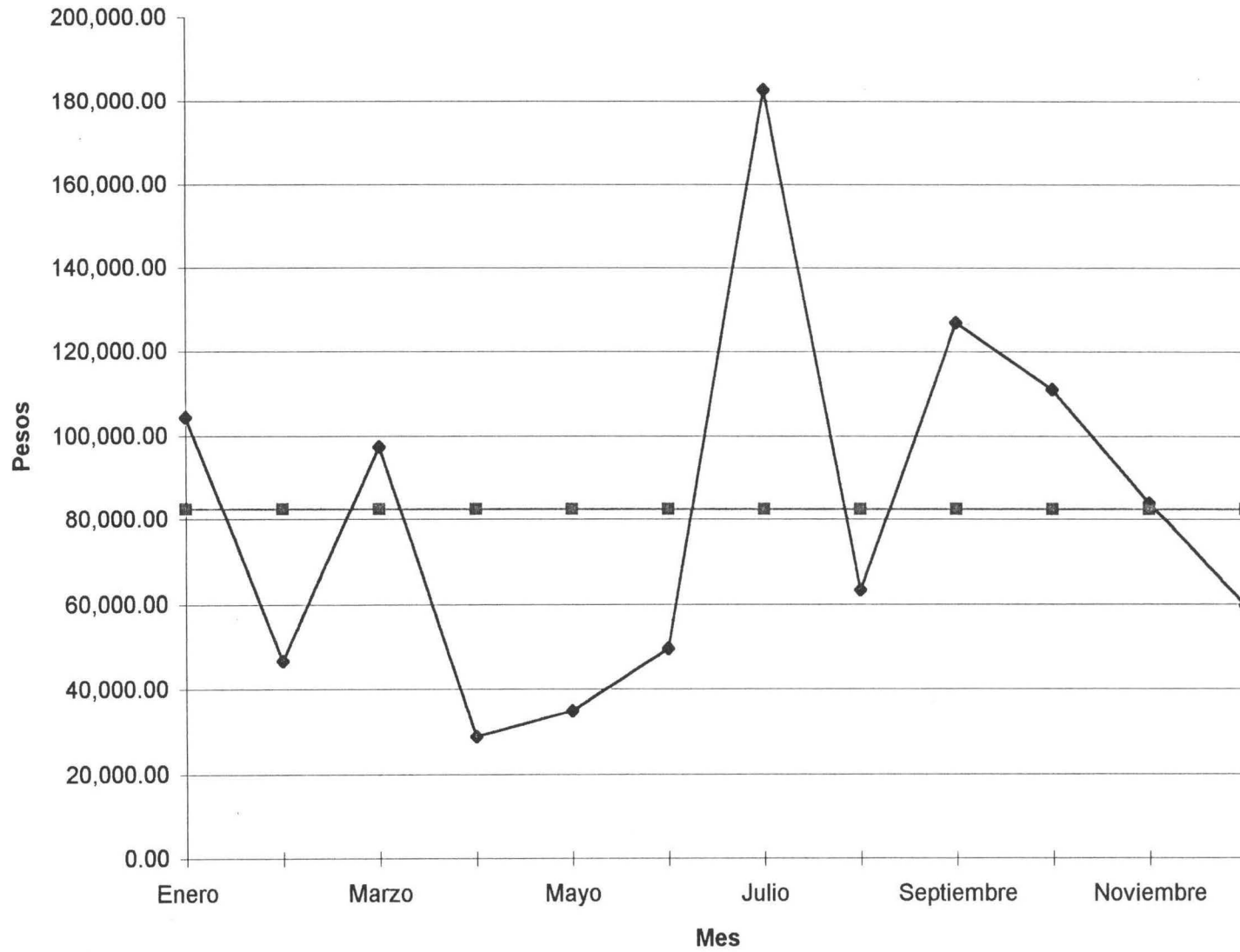
no estoy de acuerdo

## ***B. Graficas***

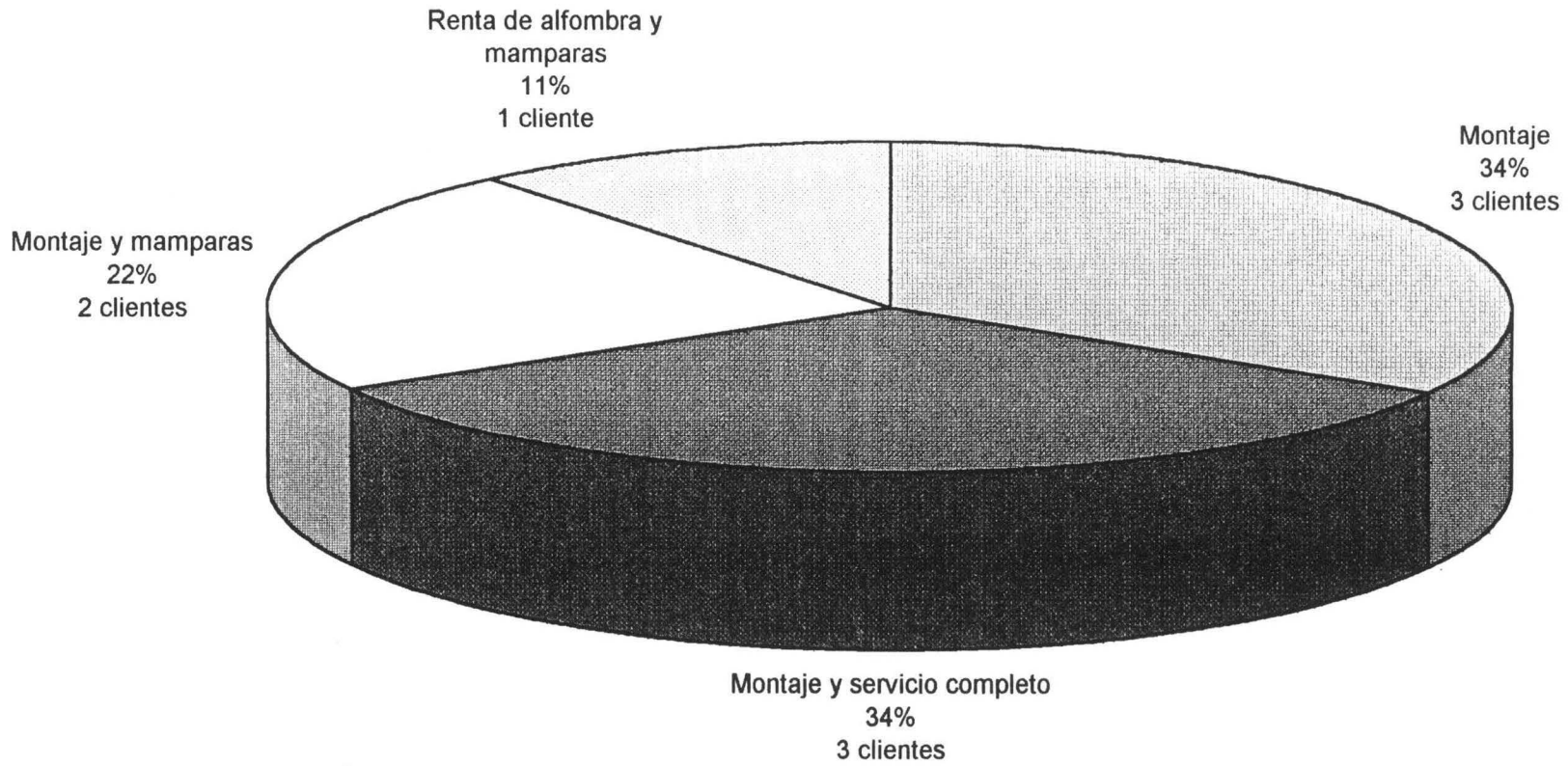
**Gráfica 1**  
**Estacionalidad 1995**



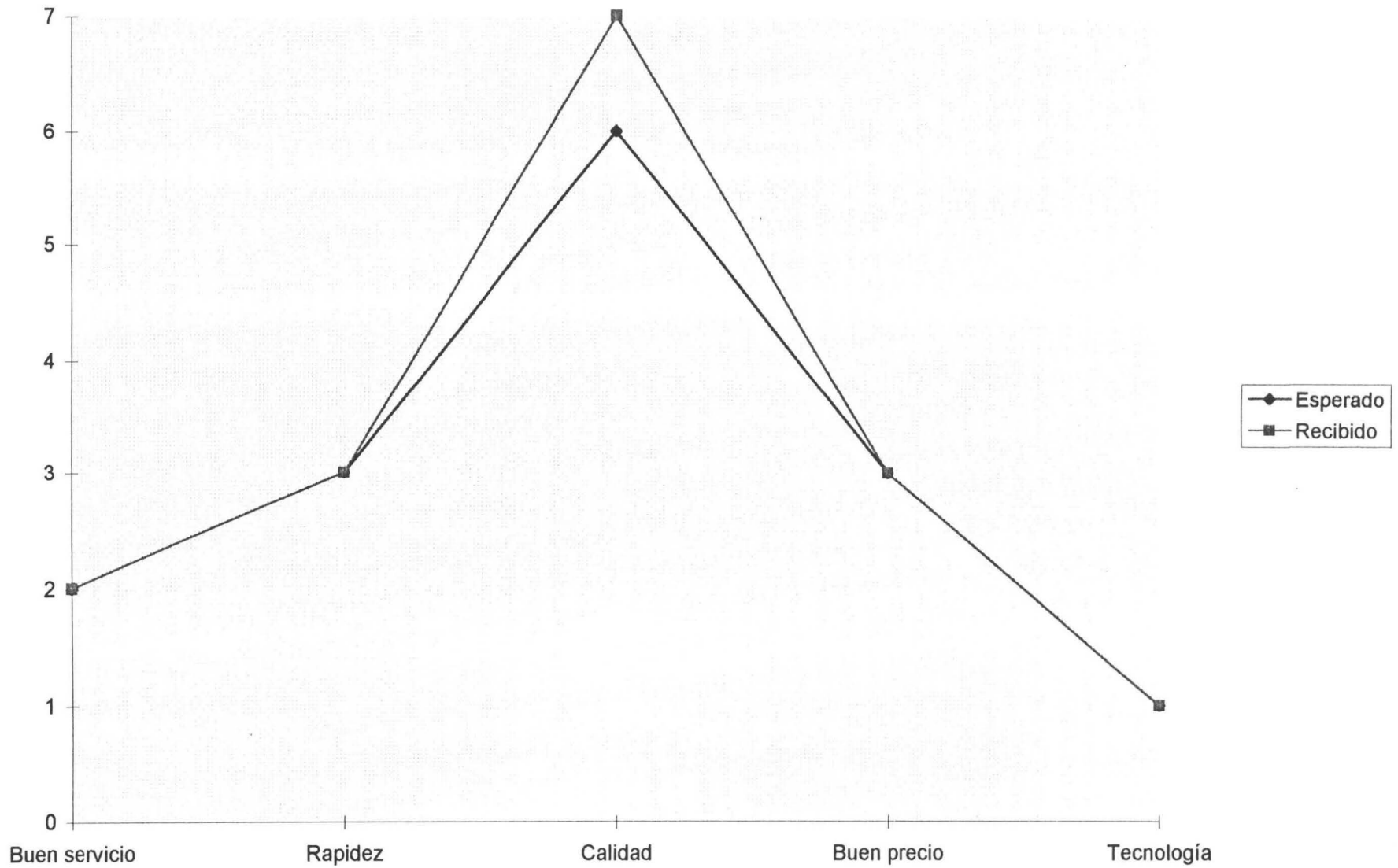
**Gráfica2**  
**Estacionalidad 1995**



**Gráfica 3**  
**Servicios que usualmente solicita del Grupo Ormex**

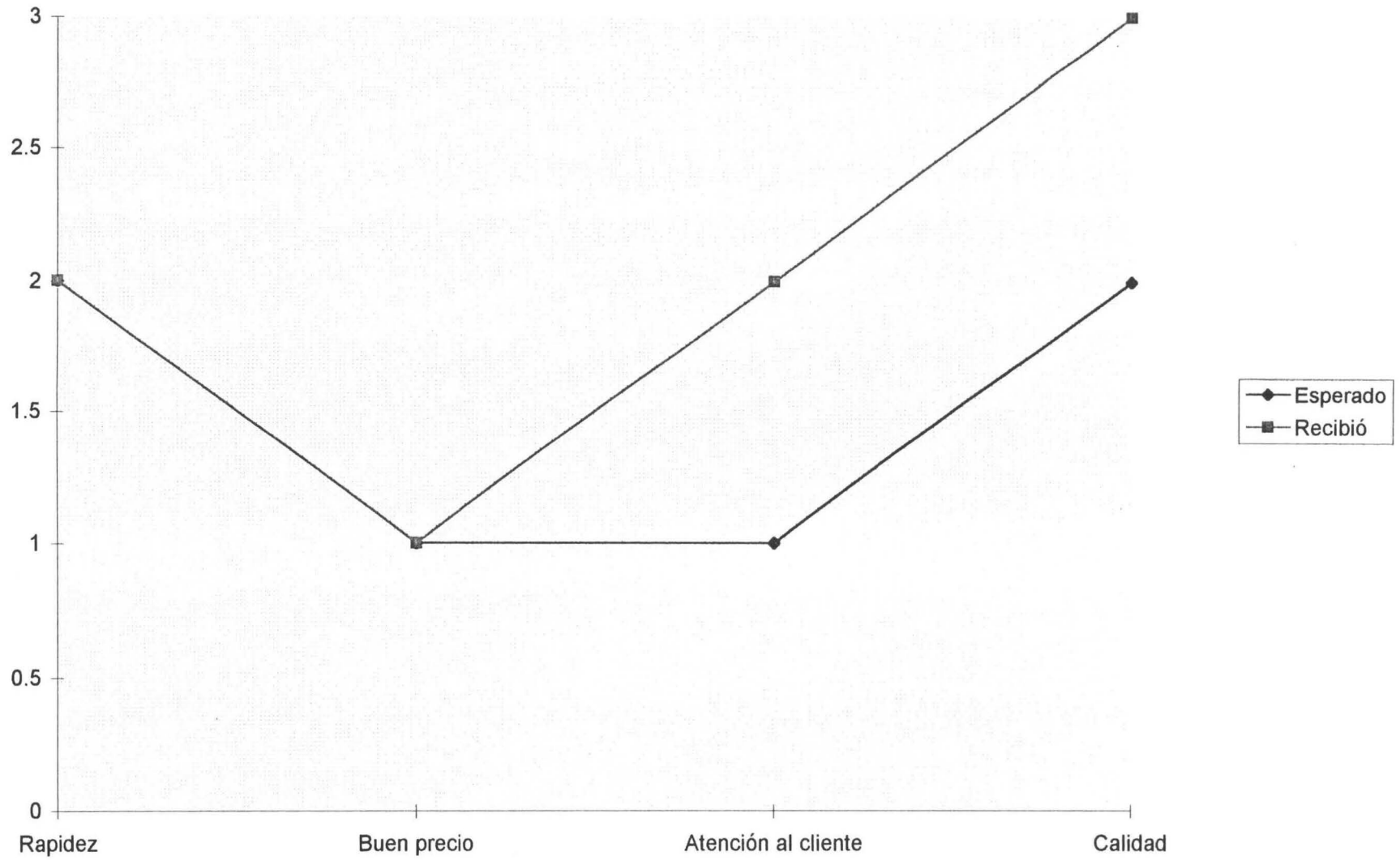


**Gráfica 4**  
**En cuanto al montaje, lo que se esperaba recibir y lo que se recibió**

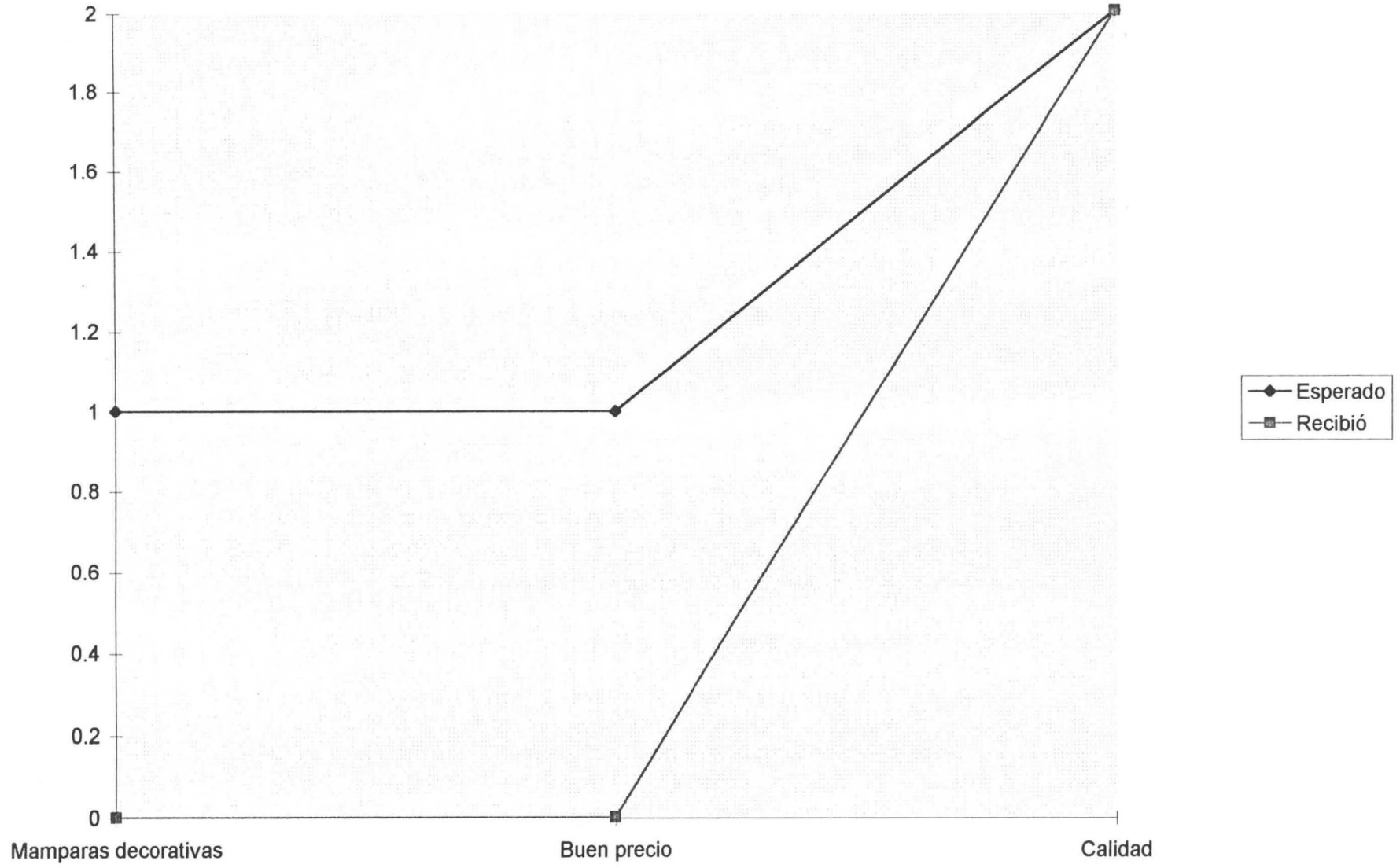


Fuente: Tabla 2

**Gráfica 5**  
**En cuanto al servicio completo que Ormex ofrece**



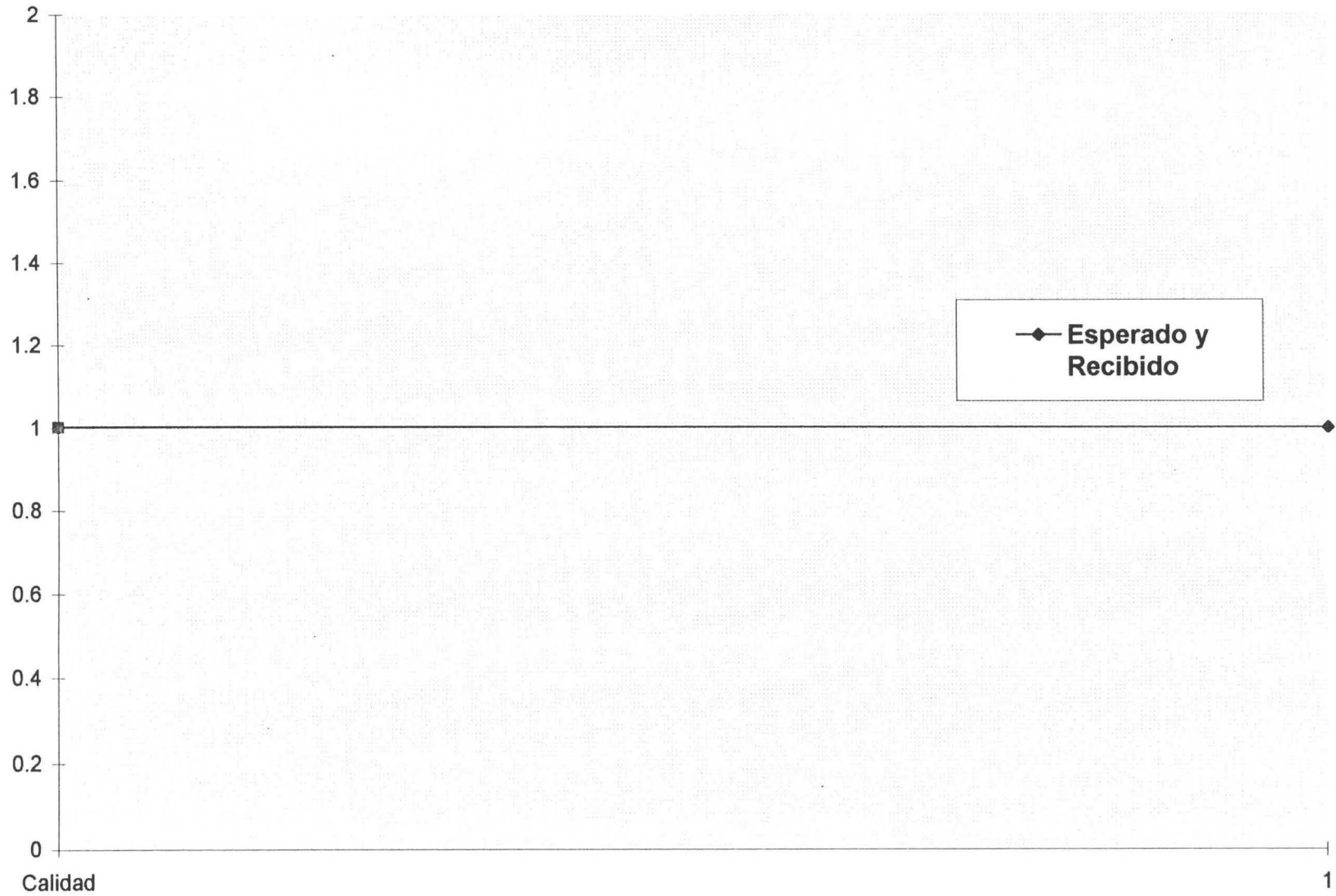
**Gráfica 6**  
**En cuanto al servicio de mamparas**



Fuente: Tabla 4

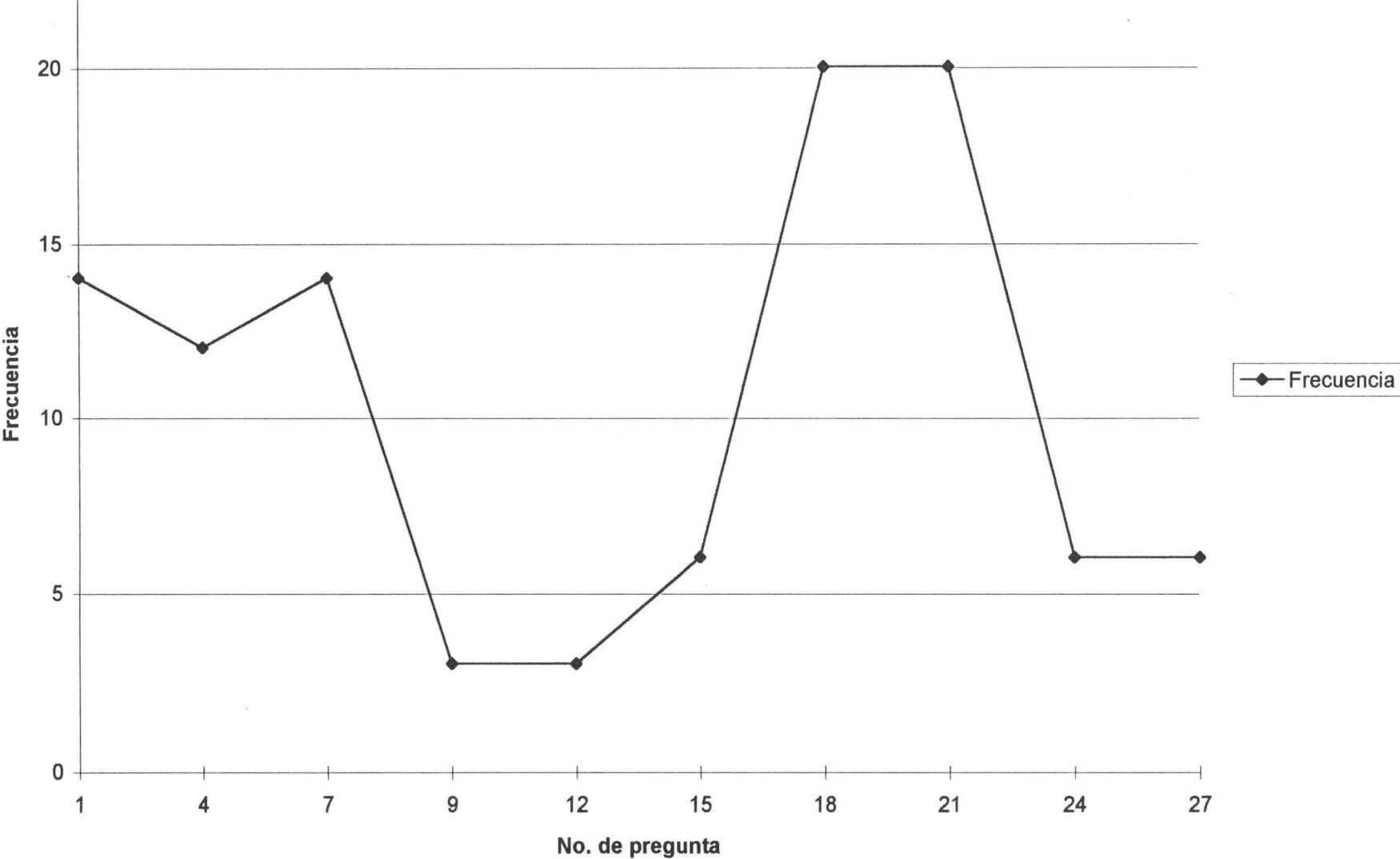


**Gráfica 7**  
**En cuanto al alfombrado**



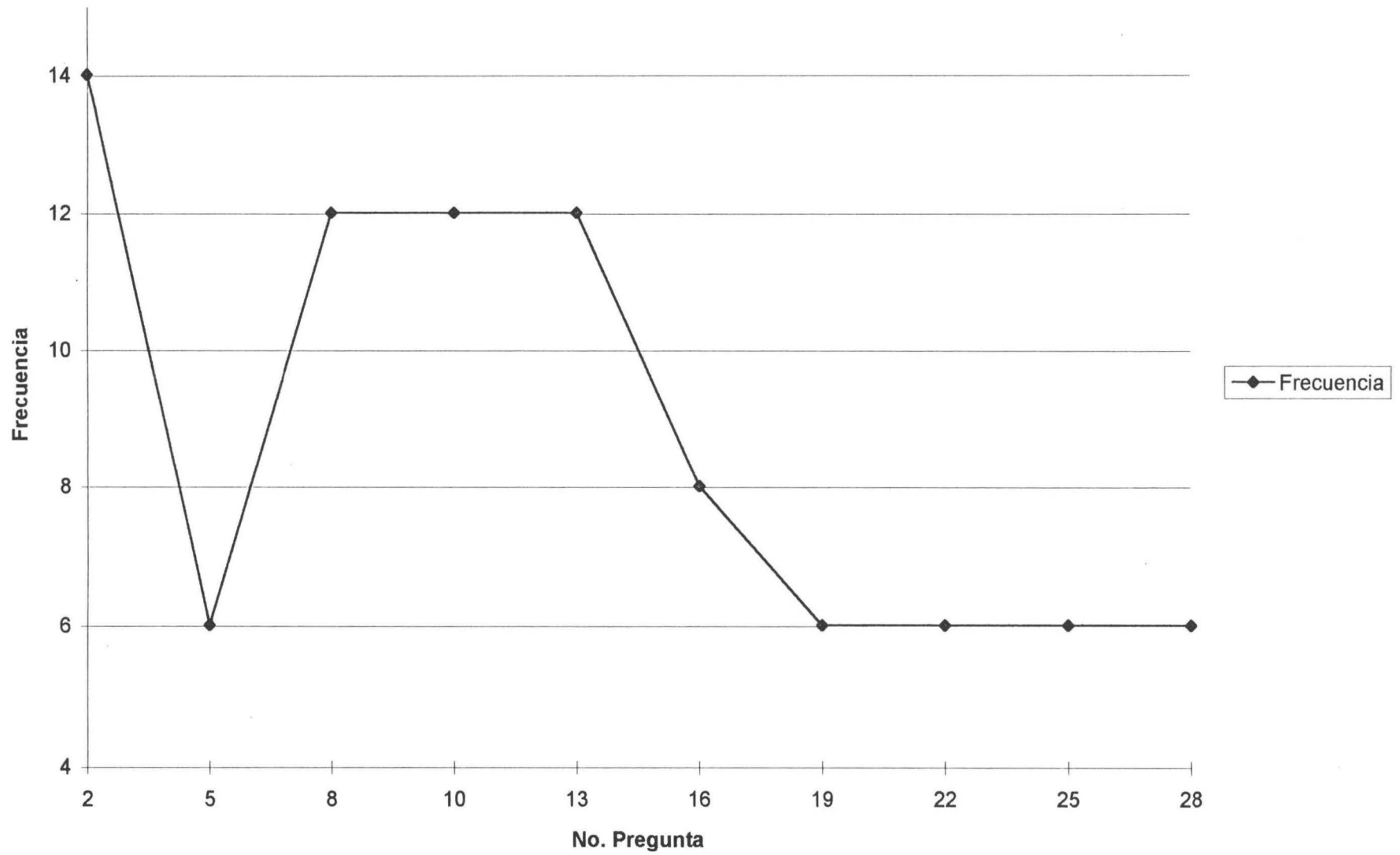
Fuente: Tabla 5

**Gráfica 8**  
**Bloqueo de entrenamiento deficiente**



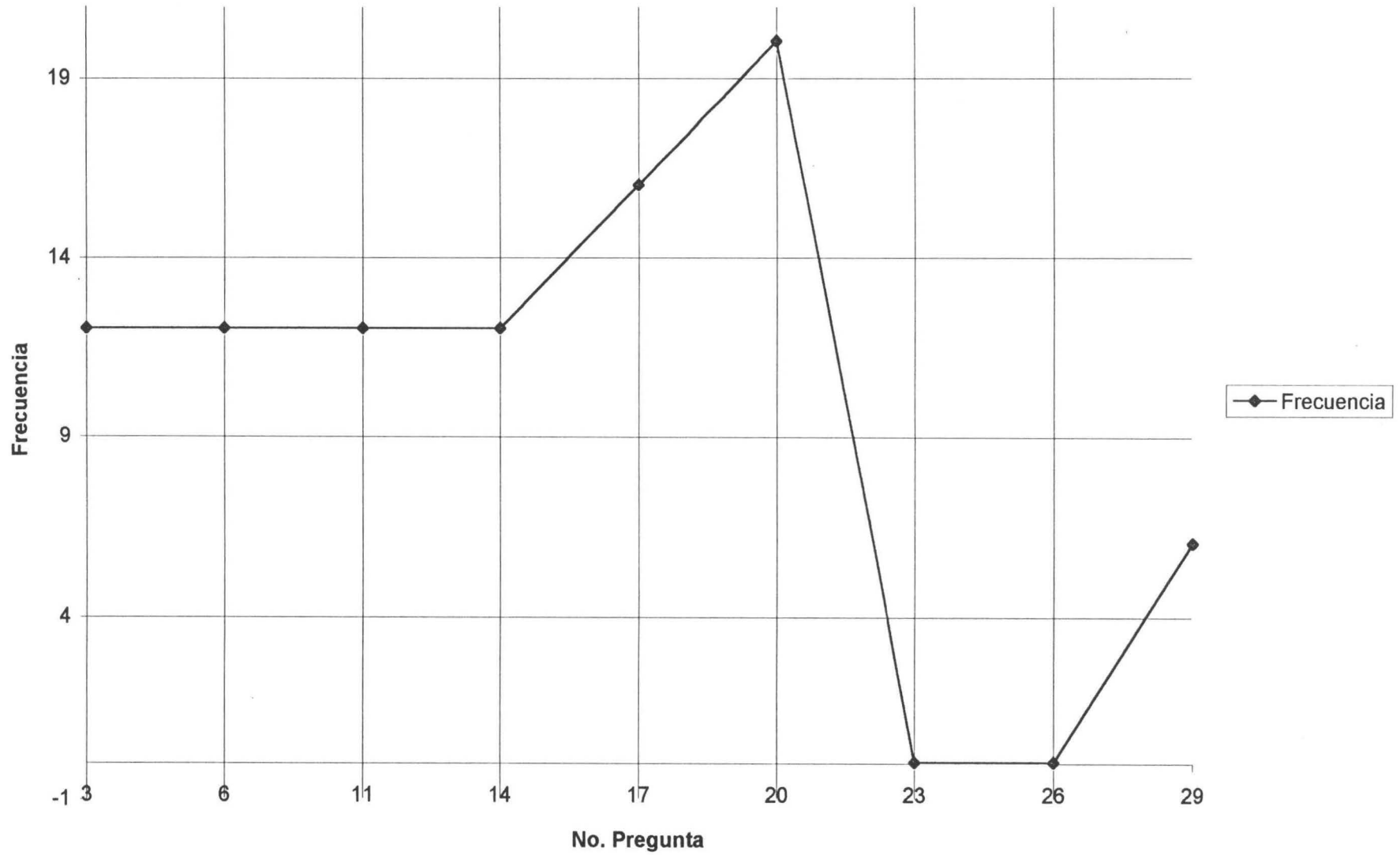
Fuente: Tabla 6

**Gráfica 9**  
**Bloqueo de Motivación**



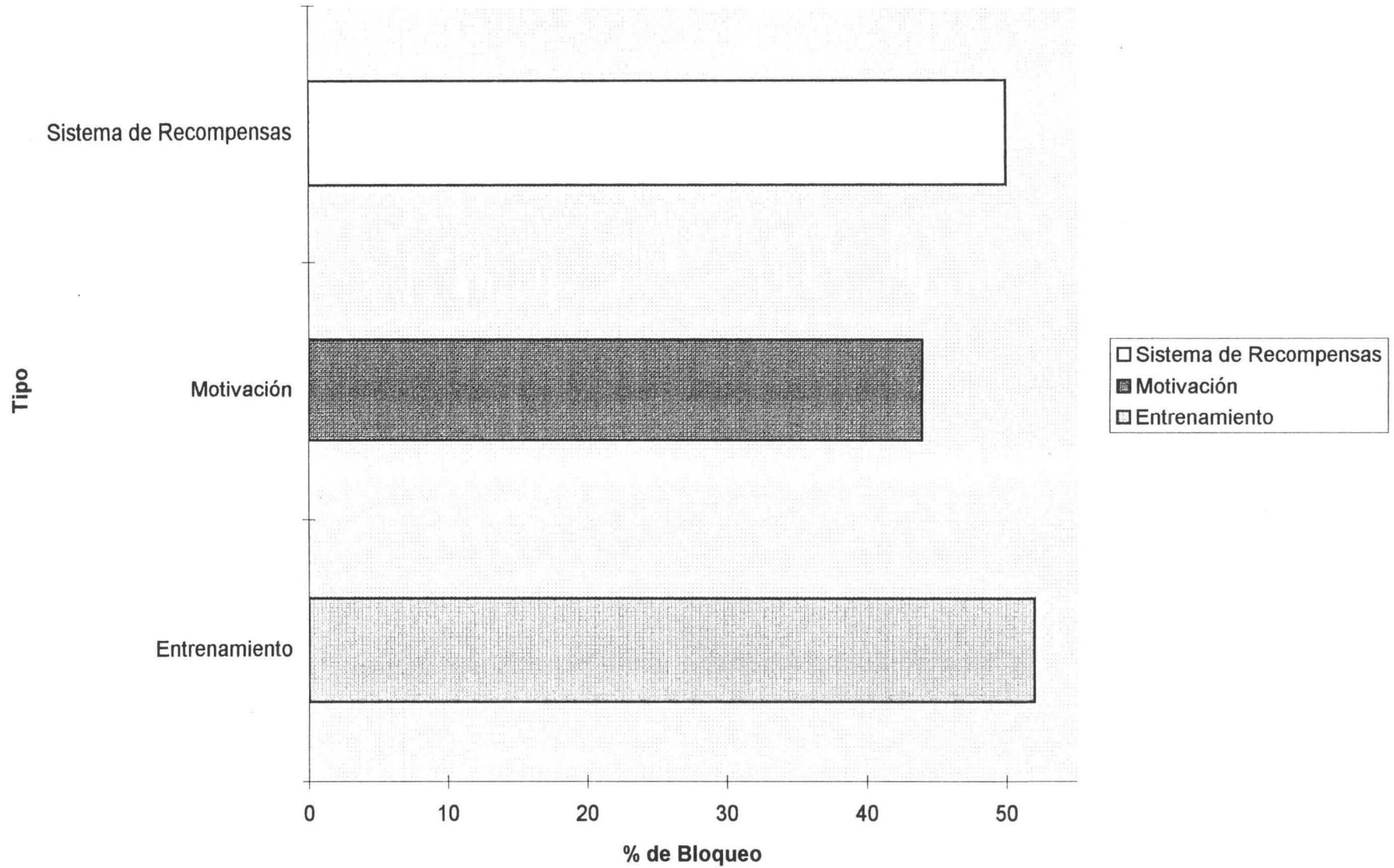
Fuente: Tabla 7

**Gráfica 10**  
**Bloqueo del Sistema de Recompensas**



Fuente: Tabla 8

**Gráfica 11**  
**Bloqueos dentro de la organización**



Fuente: Tablas 6 a la 8

## ***C.Tablas de frecuencia***

## TABLA 1

### Servicios que usualmente solicita del *Grupo Ormex*

Montaje	34 %	3
Montaje y Servicio Completo	34 %	3
Montaje y Mamparas	22 %	2
Renta de alfombra y mamparas	11 %	1
	100 %	9

## TABLA 2

### En cuanto al montaje

	¿Qué esperaba recibir?		¿Qué recibió?	
Buen Servicio	25 %	2 clientes	25 %	2 clientes
Rapidez	38 %	3	38 %	3
Calidad	75 %	6	88 %	7
Buen Precio	38 %	3	38 %	3
Tecnología	13 %	1	13 %	1

### TABLA 3

#### En cuanto al Servicio Completo

	¿Qué esperaba recibir?	¿Qué recibió?
Rapidez	66 % 2 clientes	66 % 2 clientes
Buen Precio	33 % 1	33 % 1
Atención al Cliente	33 % 1	66 % 1
Calidad	66 % 2	100 % 3

### TABLA 4

#### En cuanto al Servicio de Mamparas

	¿Qué esperaba recibir?	¿Qué recibió?
Mamparas Decorativas	50 % 1 cliente	0 % ningún cliente
Buen Precio	50 % 1	0 %
Calidad	100 % 2	100 % 2



## TABLA 5

### En cuanto al Servicio de Alfombrado

	¿Qué esperaba recibir?	¿Qué recibió?
Calidad	100 % 1 cliente	100 % 1 cliente

## TABLA 6

### BLOQUEO DE ENTRENAMIENTO DEFICIENTE

No. preg. encuesta a empleados	De Acuerdo	En desacuerdo
1	14 empleados	6 empleados
4	12	8
7	14	6
9	3	17
12	3	17
15	6	14
18	20	0
21	20	0
24	6	14
27	6	14
	104 empleados	96 empleados

## TABLA 7

### BLOQUEO DE MOTIVACION BAJA

No. preg. encuesta a empleados	De Acuerdo	En Desacuerdo
2	14 empleados	6 empleados
5	6	14
8	12	8
10	12	8
13	12	8
16	8	12
19	6	14
22	6	14
25	6	14
28	6	14
	88 empleados	112 empleados

## TABLA 8

### BLOQUEO DE SISTEMA DE RECOMPENSAS INJUSTO

No. preg. encuesta a empleados	De Acuerdo	En Desacuerdo
3	12 empleados	8 empleados
6	12	8
11	12	8
14	12	8
17	16	4
20	20	0
23	0	20
26	0	20
29	6	14
	90 empleados	90 empleados

Tabla 9

PARRILLA DE ANSOFF

	Productos Actuales	Nuevos Productos
Mercados Actuales	<p><b>Grupo Ormex</b></p> <p>Estrategia de penetracion de mercados</p>	<p>Estrategia de desarrollo de productos</p>
Nuevos Mercados	<p>Estrategia de nuevos mercados</p>	<p>Diversificacion</p>

## ***D.Competencia***

# TROYA

Servicios para eventos y espectáculos

## TARIMAS

- ESCENARIOS
- TARIMAS (en cualquier superficie, desniveles, albercas, etc.)
- PASARELAS • ESTRADOS
- PISTA DE BAILE
- PRESIDIUIM • PODIUM

## GRADAS

- GRADAS METALICAS REFORZADAS

## EQUIPO DE SONIDO

- PARA GRUPOS MUSICALES • CONCIERTOS
- EVENTOS MASIVOS • AUDITORIOS
- CONFERENCIAS • DAT
- MICROFONOS INALAMBRICOS
- RADIOS DE INTERCOMUNICACION

## ILUMINACION

- PUENTES DE ALUMINIO • LUCES PAR 64
- GENIE SUPER TOWER • CUARZOS
- INTELLABEAM • SEGUIDORES
- LIKOS • CAJAS DE HUMO

## TECHOS

- CARPAS PARA EVENTOS SOCIALES
- TECHOS PARA ESCENARIOS
- TECHOS ARMABLES PARA EVENTOS (hasta 1600 m2)

## CONTRATACION DE:

- ARTISTAS NACIONALES
- SHOWS Y GRUPOS MUSICALES

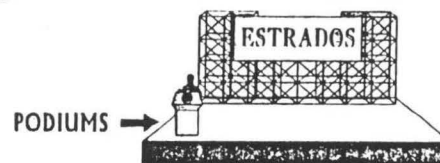
ABRACADABRA

Cherokee Band

Kiroqui

MARIACHI  
& SAN MARCOS

## ESCENOGRAFIAS



## PROYECTORES

- DE 3 CAÑONES • PANTALLAS GIGANTES
- DE CARRUSEL • TELEVISORES
- DE ACETATOS • VIDEOCASETERAS

## PLANTA DE LUZ

- PLANTA DE LUZ DIESEL (hasta 250 kva)

## STANDS

- STANDS PARA EXPOSICIONES (mamparas)
- DISEÑO Y FABRICACION DE STANDS PARA PROMOCIONES

## ESCENOGRAFIAS

- DISEÑO Y FAB. DE ESCENOGRAFIAS
- DISPLAYS
- LEYENDAS EN HIELO SECO

## PUBLICIDAD

- IMPRESION DE POSTERS, BOLETOS E INVITACIONES
- MANTAS, BANDERINES Y PUBLICIDAD PARA EVENTOS
- DISEÑO GRAFICO, ROTULACION Y SEÑALIZACION POR COMPUTADORA (calcomanias).
- ARTICULOS PROMOCIONALES, GAFETES, E IMPRESION EN SERIGRAFIA

369-67-96 OFNA. EN CINTERMEX

## SERVICIOS PARA GRADUACIONES

- \* **ESCENARIOS** : DISEÑO , FABRICACION Y MONTAJE.
- \* **GRUPOS MUSICALES**: CONTRATACION DE ARTISTAS , COMO: ABRACADABRA , CHEROKEE BAND, OQUIROQUI, MARIACHI SAN MARCOS.
- \* **BIRRETES**: PARA GRUPO DE GRADUANDOS O PARA AMBIENTE EN UN EVENTO.
- \* **ARREGLOS DE MESA** : EJ. CANASTITO CON FLORES Y GLOBOS.  
BIRRETES DE CARTON ,  
FLORES.
- \* **ARREGLOS PARA ENTRADA PRINCIPAL**: CON GLOBOS DE COLORES  
CON UN BIRRETE
- \* **PANTALLAS GIGANTES**: 2X3 M , 3X4M , Y 5X4M CON PROYECTOR FRONTAL  
Y BACK (ATRAS)
- \* **GRABACION DEL EVENTO**: EN CIRCUITO CERRADO EN EVENTOS DE GRADUACION,  
  
INCLUYE  
UTILIZAR DOS CAMARAS INTERCONECTADAS A UN  
VIDEO-SWITCHER, PARA CUBRIR PRESIDIO Y PISTA  
DE BAILE. ASI COMO TRES A CUATRO CAMARAS PARA  
FILMAR EL RECORRIDO EN LAS MESAS DEL EVENTO.
- \* **SERVICIO DE IMPRESION**: INVITACIONES  
BOLETOS  
PASES  
PUBLICIDAD  
DIPLOMAS  
MISALES, Y TODO TIPO DE IMPRESION.
- \* **IMPRESION DE ARTICULOS PROMOCIONALES**: PLUMAS,  
LLAVEROS,  
SEPARADORES.
- \* **CONTRATACION DE** : EDECANES  
PERSONAL DE SEGURIDAD  
MAESTRO DE CEREMONIAS



# EXPOSITOR

SERVICIO COMPLETO PARA EXPOSICIONES

Lic. Rogelio Castillo

Director General

Tel. & Fax

(8) 346-9260



Arte y  
Servicios  
Especiales  
S.A. de C.V.

: Recuerde ...  
: somos una Agencia de Publicidad  
: y Servicios Múltiples.

Morones Prieto 3026 Pte. Col. del Carmen  
Monterrey, N.L. México C.P. 64710

## Publicidad y Promoción

- \* Campañas de publicidad y promoción
- \* Diseño y elaboración de anuncios para prensa, revistas y carteleras
- \* Producción de jingles y spots para radio y t.v.
- \* Impresión de folletos, posters y material promocional

## Montajes Especiales

- \* Stands para exposiciones Industriales y Comerciales
- \* Montaje de Presidium para Congresos y Convenciones
- \* Módulos de Información y Registro (ver muestras)
- \* Renta e instalación de alfombra para tráfico pesado
- \* Sistema eléctrico integral con lámparas fluorescentes, decorativas y red eléctrica con contactos dobles polarizados
- \* Logotipos, textos y gráficas por computadora
- \* Diseño de stand, islas y pabellones



Proveedor Oficial





*Abril 1º, 1996*

*Si usted requiere de un servicio confiable y completo, para su próxima exposición, PROEXPO se lo proporciona y le asesora en cuanto a las mejores alternativas disponibles.*

*Entre los servicios que usted puede elegir, se incluyen:*

- . Montaje Completo de Exposiciones  
Sistema modular Syma (estructura  
de aluminio y mamparas).  
Sistema de Tubo y Tela.*
- . Diseños Especiales.*
- . Displays Portátiles.*
- . Escenarios para Convenciones y Congresos.*
- . Alfombra.*
- . Sistema Eléctrico.*
- . Iluminación.*
- . Planos de Distribución de Stands.*
- . Asesoría.*

*Para su próxima exposición, permítanos presentarle alternativas que se ajusten a sus objetivos y a su presupuesto.*

*En el teléfono 369 66 21 y fax 369 69 69 Ext. 6879 estamos a sus órdenes.*

*Atentamente,*

*Sr. Alberto Cabrera P.  
Asesor de Servicios,  
PROEXPO.*

# Impacto Visual Para Su Exposición



**ProExpo**  
MONTAJE DE EXPOSICIONES

NEW TELEPHONE  
(83) 69 66 2

ASESORIA • MONTAJE DE STANDS • ILUMINACION • PLANOS DE DISTRIBUCION • DISEÑOS ESPECIALES  
GRUPO INTERDEX, S.A. de C.V. TEL. (83) 31-28-60 AURELIANO RAMOS No. 3323-B COL. HIDALGO MONTERREY, N.L. C.P. 64290 MEXICO

903018

**BIBLIOTECA**  
UNIVERSIDAD DE MONTERREY