



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GENTIÓN EMPRESARIAL
E INFORMATICA**

CARRERA: LICENCIATURA EN MARKETING

**INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, PREVIO LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN MARKETING**

TEMA:

**LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA DE
MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA
COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUAN PIO DE MORA. CÍA. LTDA.
(MATRIZ) EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, AÑO 2018.**

AUTOR:

JHAIR ESTEEVEN MOREJON CAMACHO

DIRECTOR:

ING. CHARLES VISCARRA Mgs.

PARES ACADEMICOS:

ING. GINA ALARCÓN

ING. HEIDY VERGARA

GUARANDA-ECUADOR

2018

CERTIFICADO DEL DIRECTOR

MBA. CHARLES VISCARRA, DOCENTE DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICA

Que el presente proyecto de investigación titulado: **“LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUAN PIO DE MORA. CÍA. LTDA. (MATRIZ) EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, AÑO 2018.”** de autoría de JHAIR ESTEEVEN MOREJON CAMACHO, estudiantes de la carrera de Marketing, reúnen los requisitos correspondientes a las normas establecidas en el Reglamento de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, por lo tanto, faculto a sus autoras, para que continúen con los trámites legales pertinentes.

Guaranda 25 de Junio 2018.



MBA. Charles Viscarra

DIRECTOR

AUTORIA NOTARIADA



La autoría del presente trabajo de grado titulado: **“LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUAN PIO DE MORA. CÍA. LTDA. (MATRIZ) EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, AÑO 2018.”** corresponde a **MOREJON CAMACHO JHAIR ESTEEVEN**, con cedula de identidad numero: 0201968146, de nacionalidad ecuatoriana, de 23 años de edad estado civil: soltero, de profesión estudiante, quien deja constancia de todo lo actuado y firma al pie de la presente autoría notariada.

JHAIR ESTEEVEN MOREJON CAMACHO

C.I. 020196814-6

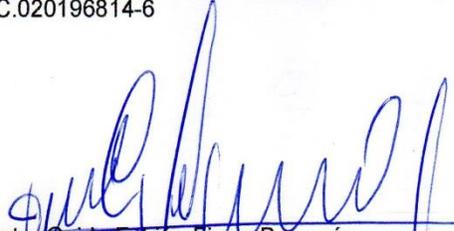


ESCRITURA PÚBLICA
DECLARACION JURADA
SEÑOR JHAIR ESTEEVEN MOREJON CAMACHO

En la ciudad de Guaranda, Capital de la Provincia de Bolívar, República del Ecuador, hoy día LUNES, TREINTA DE JULIO DE DOS MIL DIECIOCHO, ante mí, Doctor GUIDO FABIAN FIERRO BARRAGAN, NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA, comparece el señor JHAIR ESTEEVEN MOREJON CAMACHO, portador de la cédula de ciudadanía número cero dos cero uno nueve seis ocho uno cuatro guion seis. El compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, de estado civil, soltero, capaz de contraer obligaciones, domiciliado en la ciudad de San Miguel de Bolívar, a quien de conocerlo doy fe en virtud de haberme exhibido su cédula de ciudadanía y papeleta de votación cuyas copias adjunto a esta escritura. Advertido por mí el Notario de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinados en forma separada, de que comparece al otorgamiento de la misma sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, juramentado en debida forma, prevenido de la gravedad del juramento, de las penas del perjurio y de la obligación que tiene de decir la verdad con claridad y exactitud, bajo juramento declara lo siguiente: " Previo a la obtención del Título de Licenciado En Marketing, que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación titulado " LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUAN PIO DE MORA. CÍA. LTDA. (MATRIZ) EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, AÑO 2018", son de mi exclusiva responsabilidad en calidad de autor. Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad." (Hasta aquí la declaración juramentada rendida por el compareciente, la misma que queda elevada a escritura pública con todo el valor legal). Para el otorgamiento de esta escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso; y leída que les fue a los comparecientes íntegramente por mí el Notario, se ratifican en todo su contenido y firman conmigo en unidad de acto. Incorporo esta escritura pública al protocolo de instrumentos públicos, a mi cargo. De todo lo cual doy fe.-


SEÑOR JHAIR ESTEEVEN MOREJON CAMACHO
C.C.020196814-6




Doctor Guido Fabian Fierro Barragán
NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA.

AUTORÍA DEL TRABAJO

Yo, Jhair Esteeven Morejo Camacho, en calidad de autor del trabajo de investigación: “LA ATENCIÓN Y SERVICIO AL CLIENTE COMO ESTRATEGIA DE MARKETING PARA EL FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO JUAN PIO DE MORA. CÍA. LTDA. (MATRIZ) EN EL CANTÓN SAN MIGUEL, AÑO 2018”.

Autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a nuestro favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8, 19 y demás pertinentes de la ley de la propiedad intelectual y su reglamento.

Así mismo autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el art. 144 de la ley orgánica de educación superior

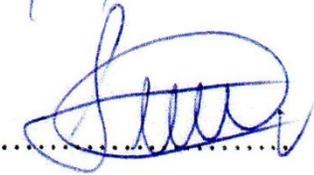
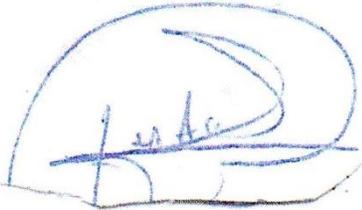
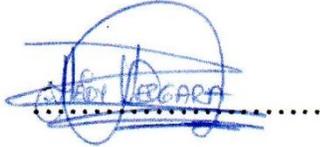
Firma:



Jhair Esteeven Morejon Camacho

C.I. 0201968146

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Tribunal	Fecha	Firma
Eco. Sergio Fierro PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	20/06/2018	
Ing. Charles Viscarra DIRECTOR	20/06/2018	
Ing. Gina Alarcón PAR ACADÉMICO 1	20/06/2018	
Ing. Heidi Vergara PAR ACADÉMICO 2	20/06/2018	

DEDICATORIA

El siguiente proyecto de investigación dedico primero a Dios por haberme dado salud para continuar cada día cumpliendo los objetivos propuestos, de igual manera a mis padres por haberme brindado el apoyo necesario para continuar con el desarrollo del proyecto con sus charlas y consejos han motivado constantemente para ser una persona de bien, pero más que nada por su amor infinito.

Jhair Morejon

AGRADECIMIENTO

En el proyecto de investigación eh aplicado mis conocimientos aprendidos en las aulas de la institución por ende agradezco a los docentes que han brindado sus conocimientos para seguir cumpliendo con la meta establecida de igual manera a mis padres por darme su apoyo moral y económico que me han servido de ayuda para salir adelante cada día y culminar mis objetivos programados.

Jhair Morejon

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DEL DIRECTOR	II
AUTORÍA DEL TRABAJO	III
APROBACIÓN TRIBUNAL GRADO	IV
DEDICATORIA	VII
AGRADECIMIENTO	VIII
ÍNDICE GENERAL	IX
RESUMEN EJECUTIVO	XI
ABSTRAC	XII
INTRODUCCIÓN	1
RESULTADOS	7
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	9

Apéndices.....	10
<i>Apéndice 1: Entidad financiera parte externa</i>	<i>11</i>
<i>Apéndice 2: Entidad financiera parte interna</i>	<i>12</i>
<i>Apéndice 3: Entidad financiera parte interna</i>	<i>13</i>
<i>Apéndice 4: Entidad financiera parte interna</i>	<i>14</i>
<i>Apéndice 5: Encuesta socios</i>	<i>15</i>

RESUMEN EJECUTIVO

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora. Cía. Ltda. (Matriz). Se encuentra ubicado en el cantón San Miguel de Bolívar actualmente consta con 6877 socios que gozan de los beneficios que le brinda la institución como son sus productos y servicios.

El propósito de este proyecto de investigación es mejorar su atención y servicio al cliente a un largo plazo con el objetivo de fortalecer la institución y sea mejor que la competencia cada día aumentando socios para mejorar la rentabilidad, sus utilidades y sea solvente en el mercado.

Mediante este proyecto se podrá capacitar a los empleados que brinden un servicio de calidad que los clientes estén satisfechos, de visitar el lugar y de adquirir sus productos y servicios.

Los clientes podrán exponer sus quejas en un buzón de sugerencias lo cual la entidad financiera podrá notar sus falencias para poder mejorarlas esto es de mucha ayuda porque se están referenciando en lo que el cliente está necesitando y exigiendo al momento de adquirir sus productos o servicios.

Con las garantías que le brindan la entidad se sientan seguros y motivados al momento de invertir su dinero manejándose con protocolo guía para que puedan obtener información de los clientes con el fin de saciar las necesidades y poder fidelizarlos.

ABSTRAC

The Juan Pio de Mora Savings and Credit Cooperative. Inc. Ltda. (Matrix). It is located in the canton San Miguel de Bolívar currently has 6877 members who enjoy the benefits offered by the institution such as their products and services.

The purpose of this research project is to improve its long-term customer service and attention in order to strengthen the institution and be better than the competition every day increasing partners to improve profitability, profits and be solvent in the market.

Through this project, employees can be trained to provide a quality service that customers are satisfied with, visit the place and acquire their products and services.

The clients will be able to present their complaints in a suggestion box, which the financial institution will be able to notice its shortcomings in order to improve them. This is very helpful because they are referencing what the client is needing and demanding when purchasing their products or services.

With the guarantees provided by the entity, they feel safe and motivated when investing their money, managing themselves with a guide protocol so that they can obtain information from clients in order to satisfy their needs and be able to retain them.

INTRODUCCIÓN

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pio de Mora. Ltda. Se ha constituido por un grupo de inversionistas para formar esta entidad financiera en el cantón San Miguel esta idea fue creada por un grupo de maestros, licenciados, ingenieros para el beneficio del pueblo. Con el tiempo esta entidad financiera crece en el ámbito laboral, implementando su infraestructura, tecnología adecuada al manejo financiero, empleados con desempeño en cada departamento que le establecen, mediante esto fue tomando posesión en el mercado sanmigueleño, con clientes que sentían que su dinero está seguro en la misma, brinda créditos de acuerdo al usuario o necesidad, pólizas, seguros, transacciones a otros países, tiene alianzas estratégicas con médicos y medicina para que sus clientes cuiden su salud, lo que esto atrae a que los propios usuarios de esta entidad hablen bien de ella y motiven a las personas que se creen su cuenta de ahorros créditos para que puedan apreciar esta experiencia propia que está proporcionando.

Mediante investigaciones de mercado la entidad financiera ha podido crecer en el mercado dentro de la provincia como fuera de ella en muchas ciudades con infraestructura propia. Por ende la empresa se debe constituir y manejar como una política interna de la institución la atención y servicio al cliente para establecer una buena comunicación, y de esta manera la persona que visita tenga la seguridad de invertir en la Cooperativa, dando una buena presencia ampliar las instalaciones y departamentos de la institución con sus respectivos nombres para que puedan ubicar fácilmente, mejorar en los aspectos negativos para seguir siendo solventes en el mercado laboral.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

En el siguiente proyecto de investigación se utilizaron temas como:

Atención al cliente

Toda persona que trabaja dentro de una empresa y toma contacto con el cliente, la misma aparece identificada como si fuera la organización misma.

Estadísticamente está comprobado que los clientes compran buen servicio y buena atención por sobre calidad y precio.

Brindar un buen servicio no alcanza, si el cliente no lo percibe. Para ello es necesario tener en cuenta los siguientes aspectos que hacen a la atención al público. (López, S. 2000)

Según López dice que la atención y servicio al cliente es una parte fundamental de la empresa que a los clientes varias de las veces no les interesa los precios sino como son atendidos en la empresa y el comportamiento de los empleados hacia el cliente.

Atención rápida: A nadie le agrada esperar o sentir que se lo ignora. Si llega un cliente y estamos ocupados, dirigirse a él en forma sonriente y decirle "Estaré con usted en un momento".

A los clientes no les gusta esperar por lo tanto las empresas deben aplicar estrategias de atención y rotación inmediata para brindar un buen servicio a los clientes y que los empleados les presten atención a las necesidades que el cliente está deseando.

Confiabilidad: Los clientes quieren que su experiencia de compra sea lo menos riesgosa posible. Esperan encontrar lo que buscan o que alguien responda a sus preguntas. También esperan que, si se les ha prometido algo, esto se cumpla.

Los clientes cada vez que visitan la empresa quieren que esta le genere garantías al momento de utilizar sus servicios por ende se debe generar confianza desde la presentación de los empleados y expresarse de una mejor manera de acuerdo a la personalidad de los clientes.

Atención personal: Nos agrada y nos hace sentir importantes la atención personalizada. Nos disgusta sentir que somos un número. Una forma de personalizar el servicio es llamar al cliente por su nombre.

A los clientes se debe hacer sentir importante primero presentarse, brindarle carisma, atención y buen trato con la finalidad de que el cliente este satisfecho en un ambiente agradable y se pueda fidelizar a la institución.

Personal bien informado: El cliente espera recibir de los empleados encargados de brindar un servicio, una información completa y segura respecto de los productos o servicios que brindan.

El personal de la institución debe estar bien informado llevar un registro de los clientes que tanto frecuentan el lugar de la misma manera recibir capacitaciones para brindarle una buena atención y servicio al cliente.

El cliente.

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de sus clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que interviene en el juego de los negocios.

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa. De nada sirve que el producto o el servicio sean de buena calidad, a precio competitivo o esté bien presentado, si no existen compradores.

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender tan bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser definido y ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo.

Necesidades básicas del cliente

Es necesario que aprenda a descubrir cuando el deseo se vuelve una necesidad. El deseo es el anhelo de poseer algo; por tanto, es una fuerza impulsora, caprichosa, asfixiante, progresiva, que hace que cuando usted satisface uno aparezcan dos o tres más. Por su parte la necesidad es la carencia de algo y está relacionada con la existencia humana; es más profunda, significativa y es prioritaria en la toma de decisiones del consumidor.

Si quiere mantenerse en el mercado o incrementar su participación conozca algunas necesidades del consumidor.

Necesidad de ser comprendido: quienes eligen su servicio necesitan sentir que se están comunicando en forma efectiva; esto significa que deben interpretarse correctamente los mensajes que envían las emociones o barreras del lenguaje pueden interponerse o impedir una comprensión adecuada.

Necesidad de ser bien recibido: ninguna persona que esté tratando con usted y se sienta como una extraña o mal tratada regresará. La gente necesita sentir que usted le agrada su presencia, o que por lo menos su asunto es importante para la gente de su empresa.

Necesidad de sentirse importante: el ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas que, por lo general, son mal tratadas o ignoradas. Cualquier cosa que usted haga para hacer que el cliente se sienta especial será un paso en la dirección correcta.

Necesidad de comodidad: los clientes necesitan comodidad física; un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios. También necesitan comodidad psicológica; la seguridad de que se les atenderá de manera adecuada y la confianza en que usted satisfará sus necesidades.

MÉTODO

En el proyecto de investigación se utilizaron métodos como:

Inductivo

El método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización; y la contrastación.

Deductivo (deduce)

El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez, no hay forma de que la conclusión no sea **verdadera**.

Histórico

El método histórico o también llamado "*Historiología o Teoría de la Historia*" es una disciplina que se aplica sobre la descripción de los hechos históricos y el tipo de análisis científicos necesarios a nivel general para explicar los hechos.

Descriptivo

El método descriptivo es uno de los métodos cualitativos que se utilizan en investigaciones que tienen el objetivo de evaluar algunas características de una población o situación particular.

Bibliográfico

El método de investigación bibliográfico se dirige a mostrar el testimonio subjetivo de una persona en el que se recogen tanto los acontecimientos como las valoraciones que esta persona hace de su propia existencia. La investigación biográfica es esencialmente una descripción fenomenológica que exige de cuatro habilidades en el investigador: observar, escuchar, comparar y escribir

RESULTADOS

En las encuestas realizadas a los clientes de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora. Cía. Ltda. (Matriz) San Miguel se pudo conocer que la atención y servicio al cliente no es confortable por lo que visitan el lugar por lo tanto se aplicará estrategias que mejoran el desarrollo de la entidad con el fin de satisfacer a los clientes y fidelizarlos a la misma para generar mayor solvencia en el mercado superando a la competencia.

Las estrategias se aplicarán en atención y servicio al cliente para que los empleados estén capacitados al momento de atender a los usuarios que les generen confianza y explique los beneficios que les brindan la entidad.

La empresa mejorando sus estrategias y teniendo una guía de atención y servicio al cliente podrá manejar como políticas internas desde la matriz hasta las agencias sucursales que tiene dentro y fuera de la provincia Bolívar con un servicio de calidad a los socios y empleados.

DISCUSIÓN

Mediante este proyecto de investigación la entidad financiera se enfoca a la atención y servicio al cliente lo cual ha realizado encuestas a los clientes con información confiable que ha podido notar que tiene falencias en ciertos puntos como son:

Que en su mayoría la atención y servicio al cliente es muy buena no llega a la categoría excelente por eso se propone crear un protocolo (guía) que se maneje como una política interna de la institución con información de los clientes y cuáles son sus opiniones para poder mejorar.

Los clientes dicen que los empleados de la entidad financiera deben ser evaluados y recibir capacitaciones acerca de atención y servicio al cliente, mediante un análisis se propone realizar capacitaciones a los empleados de cómo tratar a los clientes, como se deben presentar, deben estar uniformados correctamente con identificativos de la cooperativa.

Los usuarios no están conformes con la ubicación de las instalaciones y muchos de ellos dicen que son muy angostas de esta forma se propone ampliar las instalaciones para que los clientes tengan mejor movilidad dentro de ella con sus respectiva señaléticas de cada departamento.

Con estas estrategias la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juan Pío de Mora (Matriz) San Miguel mejorara su atención y servicio al cliente generando nuevas expectativas a ellos con una atención de primera calidad haciéndoles sentir importantes con el objetivo de que regresen de manera continua a utilizar sus productos y servicios ofertados por la misma.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

López, S. 2000. Recepción y Atención Al Cliente, Editorial Thompson

Tscholhl, J.2005. Como conservar clientes con un buen servicio, Editorial Pax México.

Mary Coulter, 2010. Administración, Pearson, 10ma edición.

Santa Paella Stracuzzi y Feliberto Martins Pestana, 2012, Metodología de la investigación cuantitativa, 3ra Edición.

Fidias G. Arias, 2012, El proyecto de Investigación: Introducción a la investigación científica, 6ta edición, editorial Episteme

Mario Enrique Uribe Macías, 2013, Gerencia del servicio, 2da edición, Ediciones de la U, Bogotá.

Renata Paz Couso, 2010, Atención al cliente, 1era edición, Ediciones de la U, Bogotá.

Prieto Herrera Jorge Eliécer, 2014, Gerencia del servicio: La clave para ganar todos, 3era edición, Ecoe ediciones, Bogotá.

Web grafía

Webgrafia(<http://www.juanpiodemora.fin.ec/>)

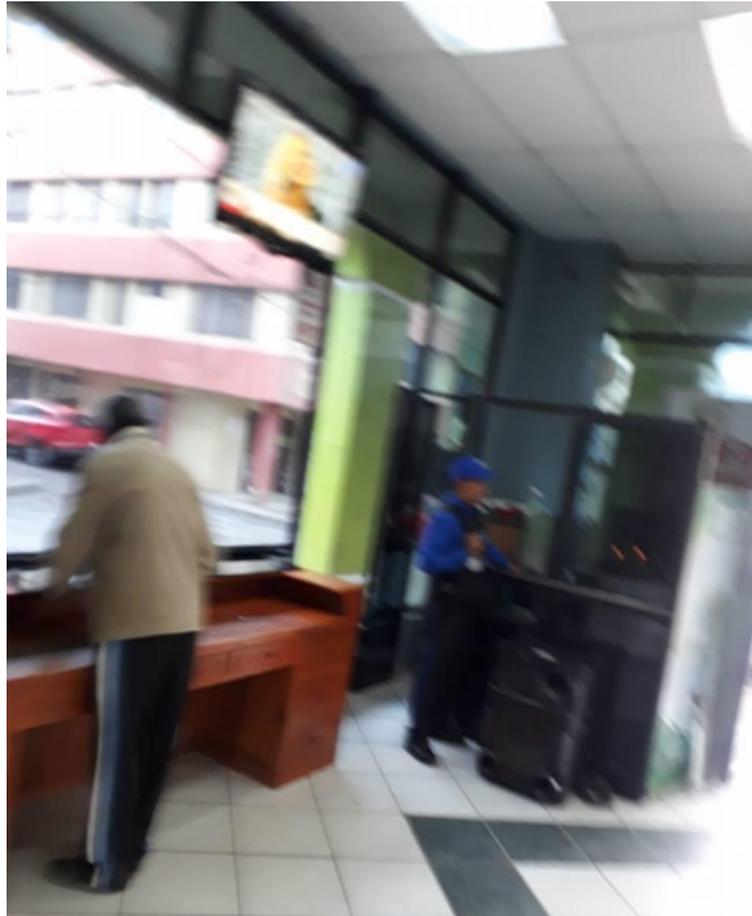
APÉNDICES

Apéndice 1: Entidad financiera parte externa



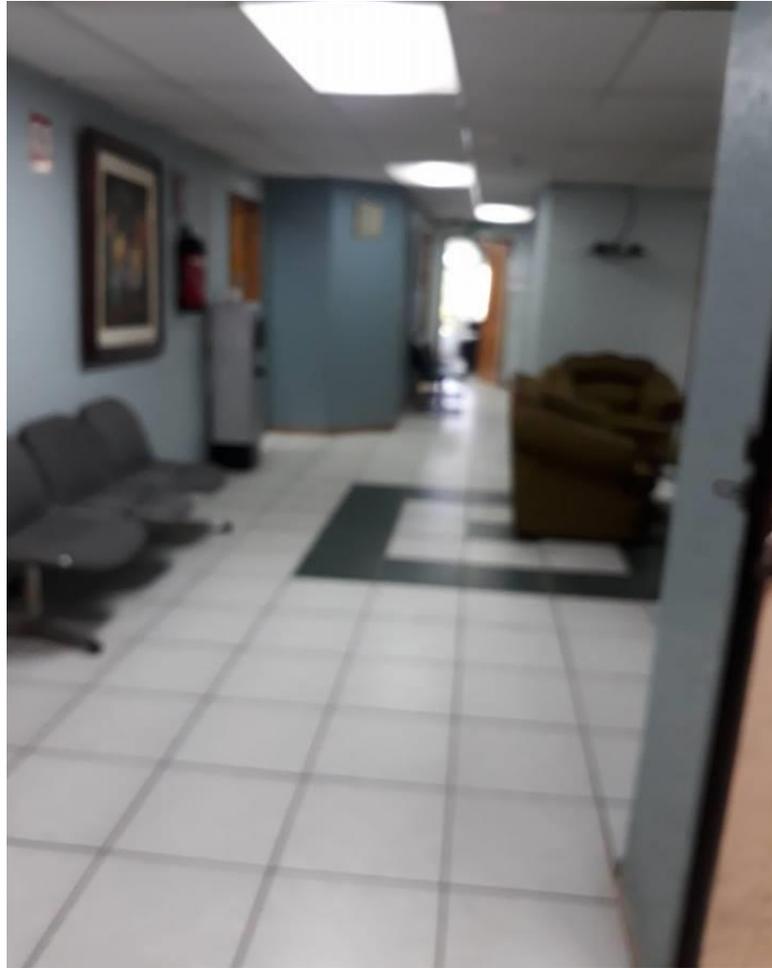
FUENTE: Jhair Morejon

Apéndice 2: Entidad financiera parte interna



FUENTE: Jhair Morejon

Apéndice 3: Entidad financiera parte interna



FUENTE: Jhair Morejon

Apéndice 4: Entidad financiera parte interna



FUENTE: Jhair Morejon

Apéndice 5: Encuesta socios



FUENTE: Jhair Morejon