

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



“Alternativas para la Fidelización y Captación de Socios a Través de un Plan de Marketing en la Cooperativa el Buen Samaritano Ltda. Sucursal Cobija.”

Proyecto de Grado para Optar al Grado de Licenciado en Administración de Empresas

POSTULANTE: Univ. Georgina Mabel Álvarez Sensano

TUTOR: Lic. José Luis Segovia Saucedo

Cobija – Pando – Bolivia

2012

RESUMEN

El plan de marketing es una herramienta de gestión por la que se determina los pasos a seguir, las metodologías y tiempos para alcanzar unos objetivos determinados. Así tenemos que el Plan de Marketing forma parte de la planificación estratégica de una compañía. No podemos olvidar que no debe ser una actividad aislada, sino, por el contrario debe estar perfectamente unida al resto de departamentos de la empresa (Finanzas, producción, calidad, personal etc...). El plan de marketing es una herramienta que nos permite marcarnos el camino para llegar a un lugar concreto. Difícilmente podremos elaborarlo si no sabemos donde nos encontramos y a donde queremos ir. Este es, por lo tanto, el punto de partida.

“La atención y el servicio al cliente es responsabilidad de todos y cada uno de los miembros de su equipo de trabajo”

El marketing tradicional ha tocado techo. Para tener hoy éxito empresarial (y en el marketing) necesitamos crear ventajas claras para nuestros clientes. Saber realmente quiénes son nuestros competidores y dónde estarán en dos años. Sorprender a los clientes, hacer cosas que no hacen los competidores, hacer que el cliente esté contento. Se trata de conseguir y mantener (fidelizar) al cliente; debemos fijar los valores de nuestra compañía, los objetivos y nuestra visión de futuro. (Philip Kotler).

"En nuestra empresa el cliente es lo mas importante" una premisa que debería ser piedra angular de toda compañía, pero que para muchas empresas latinoamericanas no pasa de ser mas que un cliché pasado de moda. Infortunadamente, aún en épocas donde las empresas deberían ser más proactivas en su trato para con sus clientes, muchas de ellas actúan como si les estuviesen haciendo una gran favor al permitirles adquirir sus productos. No obstante, la globalización de los mercados, el comercio electrónico y la alta competitividad, están haciendo que este estilo de empresas se encuentre en vías de extinción.

Lo cierto es que las mejores compañías en el mundo han sido fundadas sobre esta premisa: La atención y el servicio al cliente son su mayor obsesión. Quienes se encuentran a la vanguardia en sus campos de acción son aquellas para las cuales la satisfacción del cliente es la fuerza motriz más importante.

Después de más de una década de trabajar con empresarios y profesionales de todos los rincones del planeta, he podido llegar a la conclusión de que el objetivo de cualquier empresa no puede ser sino uno solo: Crear y mantener clientes. Muchos empresarios erróneamente piensan que el propósito de una nueva empresa es generar ganancias, vender más que sus competidores o ser líder en su industria. Lo cierto es que las ganancias, las ventas, el posicionamiento en el mercado y las utilidades, son simplemente una medida, un termómetro de qué tanto está la empresa cumpliendo con su verdadero propósito que es crear y mantener clientes.

TITULO DE LA PROPUESTA

Alternativas para la Fidelización y Captación de Socios a Través de un Plan de Marketing en la Cooperativa el Buen Samaritano Ltda. Sucursal Cobija.

ANEXO No. 1
ENCUESTA A SOCIOS ACTIVOS

OBJETIVO: Solicitamos a usted muy comedidamente en contestar estas preguntas que servirá en la elaboración del proyecto de grado académico para obtener el Título de Administrador de Empresas.

1.- ¿El servicio al cliente que le brinda la Cooperativa el Buen Samaritano Ltda. Sucursal Cobija es?

Muy Buena Buena Mala Regular

2.- ¿Usted como socio de la Cooperativa el Buen Samaritano Ltda. Sucursal Cobija considera que el personal que labora debe estar capacitado al Servicio al cliente?

SI NO

3.- ¿Considera usted que la Cooperativa el Buen Samaritano Ltda. Sucursal Cobija le brinda respaldo económico?

SI NO

4.- ¿Confía usted plenamente en la Cooperativa el Buen Samaritano Ltda. Sucursal Cobija?

SI NO

5.- ¿Que le gustaría a usted que mejorara la Cooperativa el Buen Samaritano Ltda. Sucursal Cobija?

Infraestructura	Área Administrativa
Área de Recepción	Área de Crédito

6.- ¿Usted como socio que le gustaría que realizara rifas la Cooperativa el Buen Samaritano Ltda. Sucursal Cobija? Rifas cada:

6 meses

12 meses

Otros

7.- ¿Esta de acuerdo con los documentos para realizar un crédito?

SI

NO

8.- ¿Qué opina usted sobre el Área Administrativa?

Buena

Mala

9.- ¿Le gustaría a usted recibir capacitación?

SI

NO

10.- ¿En que área le gustaría estar capacitado?

Liderazgo Empresas

Manejo de Pequeñas Empresas

Servicio al Cliente

7.- ¿Estaría de acuerdo que el primer crédito sea de un monto de?

\$2000.00

\$4000.00

Otros

8.- ¿Le gustaría una aprobación inmediata de su crédito?

SI

NO

9.- ¿Le gustaría a usted una tasa de interés?

Variable

Fija

10.- ¿El tiempo ideal que a usted le gustaría para que le atiendan sobre una queja?

6 horas

12 horas

24 horas

