



PROGRAMA DE MERCADEO
DISEÑO DE PIEZAS PROMOCIONALES PARA LA COOPERATIVA
DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS.
INFORME FINAL 2018
VILLAVICENCIO - META

JUAN SEBASTIAN LESMES PATIÑO
CÓDIGO: 153003316



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de pasantía se refiere al diseño de piezas promocionales para la cooperativa de la universidad de los llanos, donde se implementó y aplicó diferentes estrategias en el diseño en herramientas promocionales con el fin de dar solución a diferentes problemáticas que se identificaron, como la carencia en la implementación de piezas promocionales para una divulgación de información más eficiente garantizando un mayor impacto de aspectos esenciales de la cooperativa. Su actualización y mejoramiento de imagen de los activos digitales como su página web.

La realización de una encuesta de satisfacción de los clientes de la cooperativa con una metodología clara que permitió evaluar aspectos cualitativos y cuantitativos, creando un concepto claro que determine un crecimiento constante de los miembros de la cooperativa.

De esta manera se determinaron mejoras considerables en la percepción de la Cooperativa de la Universidad de los Llanos. De ahora en adelante nos dirigiremos a la Cooperativa de la universidad de los Llanos como la Counillanos.

PLANTIAMIENTO DEL PROBLEMA

No se han desarrollado estrategias que permitan generar un concepto claro en la implementación herramientas de promoción y satisfacción de los clientes de la Counillanos, con base a lo anterior se busca desarrollar estrategias que permitan determinar el nivel de satisfacción de los clientes y crear piezas promocionales que generen un impacto visual mucho mayor. Creando posibilidades más amplias para el desarrollo de un esquema promocional satisfactorio para la Counillanos y sus miembros.

JUSTIFICACIÓN

Se determinó el nivel de percepción que tienen los clientes frente a los servicios recibidos por parte de la cooperativa, acompañados de un trabajo y piezas promocionales que garantizaron un mayor impacto visual en la renovación de elementos audiovisuales, generando un mayor alcance de las personas interesadas y sus miembros.

La importancia en la que radica este proceso de pasantía fue el garantizar a la Counillanos el poder establecer pilares sólidos en un punto de partida laboral importante, mostrando un panorama global de nuevas tendencias y la relevancia en la implementación de estas, garantizando el éxito en la actividad económica en la que se desempeña.

OBJETIVOS

Objetivo General.

Diseñar estrategias de promoción y satisfacción para los clientes de la Counillanos, que permita establecer un nivel de percepción y por medio del mejoramiento visual de la página web en el II periodo académico del 2018.

Objetivos Específicos.

- Crear piezas promocionales que permitan establecer un mejor impacto visual en la página web de la Counillanos.
- Generar contenidos audiovisuales, para la promoción en la Counillanos.
- Diseñar una encuesta de satisfacción que permita conocer el nivel de percepción de los clientes de la Counillanos.

METODOLOGÍA

Es necesario establecer el tiempo como recurso y administrarlo como un propósito claro en el proceso de generar un debido cumplimiento de los objetivos ya establecidos, de esta manera se busca establecer todos los procesos y metodologías de una forma eficiente frente a las actividades a realizar, generando resultados contundentes que brinden un panorama de los impactos visuales las piezas promocionales y una percepción clara.

• Se estableció como objetivo principal de la encuesta de satisfacción, conocer la percepción que tienen los asociados frente a los servicios recibidos y aspectos esenciales de Counillanos.

• Su diseño muestral está enfocado a todos los miembros y asociados que pertenecen a la comunidad de Counillanos, con un número de asociados representativo de 420 asociados el desarrollo de la encuesta se calculó con la siguiente fórmula.

$$n = \frac{Nz^2 p.q}{(N-1) e^2 + z^2 p.q}$$

N: Población = 420

N.C: Nivel de confianza = 95%

e: Error = 10.18%

P = 50%

q = 50%

z = 1.96

$$n = \frac{420(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(419)(0,1018)^2 + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{403,3680}{4,3422 + 0,9604}$$

$$n = \frac{403,3680}{5,3080}$$

$$n = 76$$

•La encuesta se desarrolló por medio de un diseño de instrumento que implica un lenguaje claro, sencillo y formal garantizando la comprensión de las diferentes preguntas, por un canal de comunicación directo (E-mail.) por el cual se envió garantizando la facilidad y accesibilidad de responder la encuesta; las preguntas fueron abiertas y cerradas resaltando aspecto cualitativos y cuantitativos de Couillanos y su duración un superaba los tres (3) minutos al diligenciarla.

•En su ejecución se desarrolló por medio de la búsqueda continua de conocer las diferentes opiniones, sugerencias y percepciones que tenían los asociados, frente a preguntas que iban desde la disposición de ayudar de los colaboradores hasta como califica los créditos.

DESARROLLO DE OBJETIVOS

Diseñar piezas promocionales que permitan establecer un mejor impacto visual en la página web de la Counillanos.

Después de observar y revisar la página web de la Counillanos, se estableció con la gerencia y el comité de la cooperativa que era imperativo tomar acciones que permitieran generar una mayor afinidad con los clientes de la cooperativa por este medio, de esta manera se realizó visitas periódicas con las cuales se determinaron los mejores espacios para realizar fotografías.

Las fotografías que se realizaron, permitirán que se pueda actualizar el encabezado dinámico de la página web de la Counillanos. Generando una imagen más frescas con un sentido de actualidad para la cooperativa.

A continuación se expondrán las fotografías del encabezado dinámico ya establecidas y las fotografías capturadas para su actualización, estas fotografías se podrán observar en el archivo adjunto donde se permite observar toda la galería fotográfica.



•Counillanos cuenta con eventos, servicios y convenios importantes para los miembros de la cooperativa, de esta manera se identificó cada uno de los eventos programados en el tiempo que se inició el proceso para la culminación de la pasantía profesional, los diferentes servicios complementarios y cada uno de los convenios que benefician directamente a cada asociado de la cooperativa.



CUADRO RESUMEN DE CRÉDITOS (ACUERDO 01 DE OCTUBRE 16 2014)						
<i>Pregunta por nuestros créditos</i>						
CRÉDITO	COMPETENCIA	PLAZO MAX	CUANTÍA MAX	TASA DE INTERÉS	GARANTÍA	NOVACIÓN
ORDINARIO	COMITÉ CRÉD	60 MESES	500% APORTES	1.3% MES	- A 10 DÍAS PRIME Y CANCELACIÓN - A 30 DÍAS PRIME Y CANCELACIÓN	CANCELADO EL 20%
EDUCATIVO	COMITÉ CRÉD	12 MESES	200% APORTES	1.05% MES	- A 10 DÍAS PRIME Y CANCELACIÓN - A 30 DÍAS PRIME Y CANCELACIÓN	CANCELADO EL 50%
PERSONAL	GERENCIA	12 MESES	80% APORTES	1.3% MES	PRIME Y AUTORIZACIÓN ETC	CANCELADO EL 20%
PRIMAS Y H. CÁTEDRAS	GERENCIA	SUELDO HASTA 6 MESES	70% DE LAS PRESTACIONES	1.6% MES	PRIME Y AUTORIZACIÓN ETC	

Counillanos

Paga tus Servicios Públicos

IMP. PREDIAL Y OTROS
DEJA SUS PAGOS EN LA OFICINA DE
COUNILLANOS



La Counillanos cuenta con convenios importantes y considerables, buscando una diversidad que garantice un servicio y beneficio variado para los asociados, estos convenios van desde escuelas de conducción hasta servicios funerarios. A continuación podrán observar algunos de los convenios que posee la cooperativa.

Los
Counillanos
Convenios
Para ti

PREGUNTA POR
NUESTRO CONVENIO CON



Gimnasio



Los
Counillanos
Convenios
Para ti

PREGUNTA POR
NUESTRO CONVENIO CON



SALUD
Medicina prepagada



Los
Counillanos
Convenios
Para ti

PREGUNTA POR
NUESTRO CONVENIO CON

Un homenaje al amor



Planes Excequiales



Los
Counillanos
Convenios
Para ti

PREGUNTA POR
NUESTRO CONVENIO CON



Polizas y Seguros
Todo Riesgo



Los
Counillanos
Convenios
Para ti

PREGUNTA POR
NUESTRO CONVENIO CON



Centro de Enseñanza Automovilística

Cursos de automovilismo y
licencias de conducción



Los
Counillanos
Convenios
Para ti

PREGUNTA POR
NUESTRO CONVENIO CON



Soats



Generar contenidos audiovisuales, para la promoción en la Counillanos.

Los contenidos audiovisuales para la cooperativa, generan una expectativa e innovación, en todo el proceso de consolidación y crecimiento a través de los años este aspecto no ha sido relevante para su desarrollo. De esta manera se desarrollaron una serie de piezas que le permiten a la Counillanos contar con otra clase de elementos mejorando su parte visual.

Por medio de la implementación de estas diferentes piezas se refleja el proceso laboral, servicio al cliente y expresa la confianza y dedicación que tiene la cooperativa para sus asociados. A continuación se podrá observar las piezas y elementos que se diseñaron, sin embargo se adjuntaran al archivo magnético en la entrega final.

Micro perforado: Para la cooperativa los micros perforados generan un mejor impacto visual en la parte física y externa de la oficina de la Counillanos, de esta manera brinda una clara identificación de la Universidad de los Llanos tanto para los asociados como a público interesado.



Flayer de promoción: Entendiendo que la Counillanos es una cooperativa cerrada, donde los asociados solo pueden ser docentes, administrativos y personal de servicios generales. De la Universidad de los Llanos es importante que la cooperativa realice estrategias de promoción donde se haga publicidad y divulgue información sobre los servicios que ofrece la cooperativa.

La Counillanos ofrece cuatro tipos de créditos para sus asociados, sin embargo el siguiente flayer está enfocado en los créditos ordinario, educativo y personal con el objetivo de captar más asociados en el proceso de adquisición de estos y que se vea reflejado en el aumento de los créditos por la implementación de estas estrategias.



Spot publicitario: La implementación en el uso de herramientas Audiovisuales en la Counillanos permite renovar el ambiente laboral, estas actividades muestran la calidad del servicio al cliente, la labor que desempeñan los colaboradores, informa a los asociados y promociona la cooperativa con contenido audio visual para implementar en las diferentes plataformas virtuales.

Diseñar una encuesta de satisfacción que permita conocer el nivel de percepción de los clientes de la Counillanos.

Tomando como referencia la norma ISO 9001 del 2015 nos especifica en la sección 9.1.2 sobre la satisfacción del cliente lo siguiente:

La organización debe realizar el seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas. Más allá de los requisitos; la satisfacción del cliente se ha considerado como un factor estratégico de éxito para la empresa.

Con base a la anterior referencia y entendiendo la importancia que tiene el campo de la “satisfacción al cliente” en un proceso continuo de crecimiento y encaminado al éxito empresarial. La Counillanos y su consejo acordaron realizar una encuesta de satisfacción, de esta manera permite conocer el nivel de percepción de los clientes, tomando en cuenta varios aspectos esenciales en el proceso de prestación de servicios al ser una cooperativa de créditos.

La encuesta de satisfacción para los clientes de la Counillanos, busca determinar la percepción de los asociados en puntos clave, determinando el funcionamiento esencial en la atención de los asociados, de esta manera con la opinión de los asociados es sumamente importante con las cuales se busca generar un proceso de atención con mayor eficiencia y eficacia

Análisis de la encuesta de satisfacción.

•Caracterización de la encuesta:

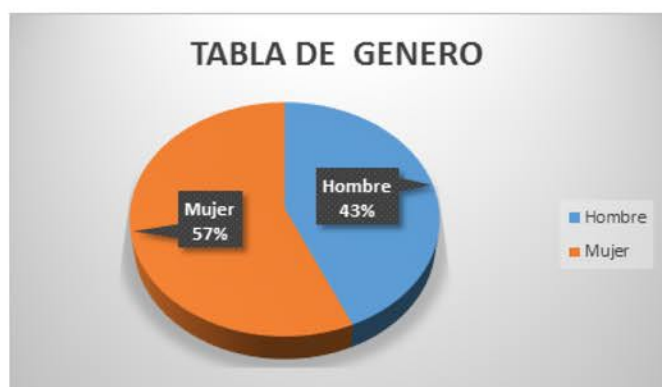


TABLA DE GENERO

Hombre	33
Mujer	43
Total	76

Al realizar la encuesta se observa que hubo una participación de 76 asociados en total, al analizar la participación por genero se determina que hombres y mujeres tuvieron una iniciativa por desarrollar la encuesta muy pareja, donde las asociadas fueron 43 que diligenciaron la encuesta, con un porcentaje de 57% y los asociados que diligenciaron la encuesta fueron 33, con una porcentaje de 43%.



TABLA DE OCUPACIÓN

Docente	54
Administrativo	17
Pensionados	5
Total	76

Al observar la encuesta se determina la participación de los asociados por sus cargos, de esta manera se determina que los docentes que diligenciaron la encuesta fueron 54 con un porcentaje de 71%, los administrativos que diligenciaron la encuesta fueron 17 con un porcentaje de 22% y los pensionados tuvieron una participación mucho menor pero sin embargo se refleja que los pensionados que diligenciaron la encuesta fueron 5 con un porcentaje de 7%.

Análisis de la encuesta por cada pregunta:

Pregunta N° 1: ¿En términos de calidad como califica el servicio que ha recibido en Counillanos?

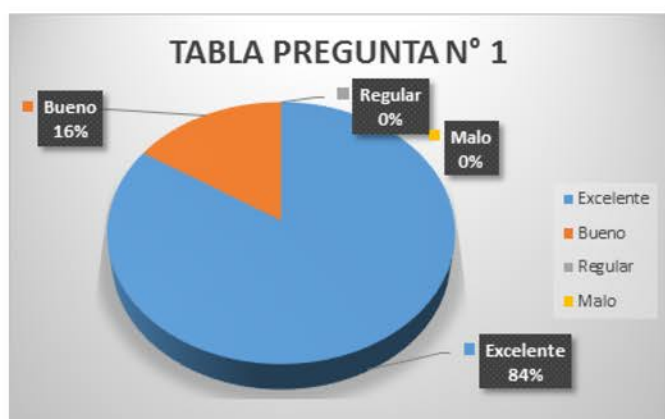


TABLA PREGUNTA N° 1	
Excelente	64
Bueno	12
Regular	0
Malo	0
TOTAL	76

Los asociados al responder la pregunta, en términos de la calificación en la calidad de los servicios recibidos en Counillanos, se observa que es positiva, los asociados calificaron en la encuesta “Excelente” tuvo una participación de 64 asociados con un porcentaje de 84%, una participación de 12 asociados calificando la encuesta como “Bueno” con un porcentaje de 16% para un total de 76 asociados.

Pregunta N° 2: ¿Los servicios que ofrece Counillanos se ajustan a sus necesidades?



TABLA PREGUNTA N° 2	
Sí	73
No	1
Tal vez	2
TOTAL	76

Ante la pregunta numero dos los asociados respondieron de una manera positiva donde 73 asociados de 76 respondiendo “Sí” con un porcentaje de 96 % esto garantiza que la labor realizada por la cooperativa destaca y es oportuna frente a las diferentes necesidades que se puedan presentar para los asociados, de esta manera se refleja que la participación negativa fue mínima, casi nula con un asociado que respondió que “No” y dos con “Tal vez”.

Pregunta N° 3: ¿La información brindada en el momento de hacer su solicitud si fue clara?



TABLA PREGUNTA N° 3	
Sí	76
No	0
TOTAL	76

Para los asociados en la pregunta número tres, al referirse en el proceso de comunicación y de información, la Counillanos y sus colaboradores superan todas las expectativas ya que esta pregunta en la encuesta tuvo una participación de los 76 asociados que diligenciaron la encuesta, esto se ve reflejado en un 100% que explica que la labor desempeñada por todos los miembros de la cooperativa es eficiente, eficaz y sobre todo con mucha claridad la cual no deja espacio a la duda de los asociados.

Pregunta N° 4: ¿Cómo califica nuestros créditos?



TABLA PREGUNTA N° 4		
	4	
1	0	0
2	1	1,3
3	3	3,9
4	24	31,6
5	48	63,2
TOTAL	76	

Al evaluar los créditos que ofrece la Counillanos, es determinante conocer el nivel de percepción por parte de los asociados, ya que en este punto centra toda la actividad que realiza la cooperativa, al observar la participación se determina que la satisfacción por parte de los asociado, en la cual se establece un rango de calificación donde “1” los créditos son deficientes y “5” los créditos son excelentes. Los resultados que arrojo la encuesta por parte de los asociados se recopilaron de la siguiente manera, 48 de los 76 asociados seleccionaron la opción “5” con un porcentaje de 63% superando las expectativas del ejercicio con los asociados al determinar el nivel de percepción, la opción “4” tuvo una participación de 24 asociados con un porcentaje de 32%.

Pregunta N° 5: ¿El tiempo de respuesta a sus solicitudes de crédito es el adecuado?

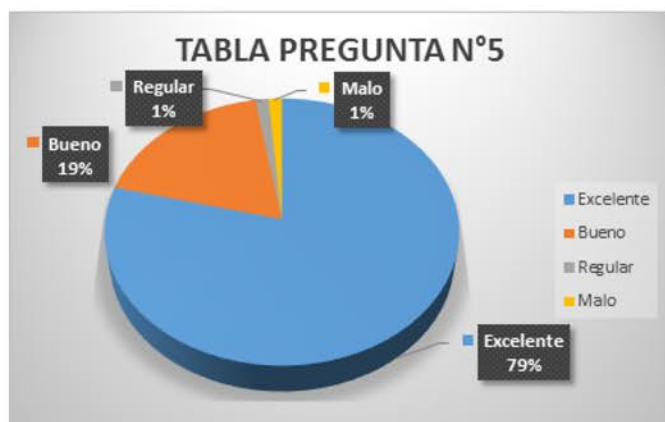


TABLA PREGUNTA N°5

Excelente	60
Bueno	14
Regular	1
Malo	1
TOTAL	76

Respecto a las solicitudes que realizan los asociados en la Counillanos, se evidencia que los colaboradores realizaron un trabajo oportuno para atender las diferentes solicitudes en los créditos de los asociados con la mayor eficiencia, esto se refleja por medio de la participación de la encuesta, donde 60 asociados calificaron como “Excelente” este proceso, con un porcentaje de 79% superando las expectativas, 14 asociados calificaron este proceso como “Bueno” con un porcentaje de 19%; de esta manera la participación negativa no es significativa ya que no supera el 1%.

Pregunta N° 6: ¿Cómo califica la disposición para ayudar por parte del personal de Counillanos?

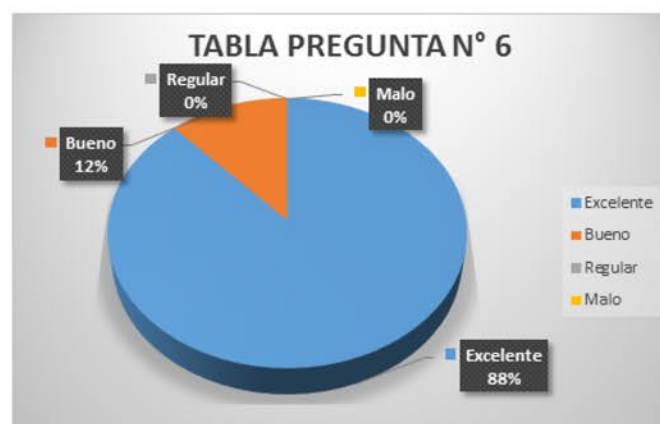


TABLA PREGUNTA N°6

Excelente	67
Bueno	9
Regular	0
Malo	0
TOTAL	76

La amabilidad, cordialidad y disposición que proporciona a los asociados se refleja por medio de la encuesta que es oportuna eficiente y supera las expectativas ya que la participación de 67 asociados la calificaron como “Excelente” lo que se refleja con 88% generando una afinidad respecto al servicio recibido por los colaboradores de la Counillanos a ellos.

Pregunta N° 7: ¿Conoce acerca de los convenios de la Counillanos?

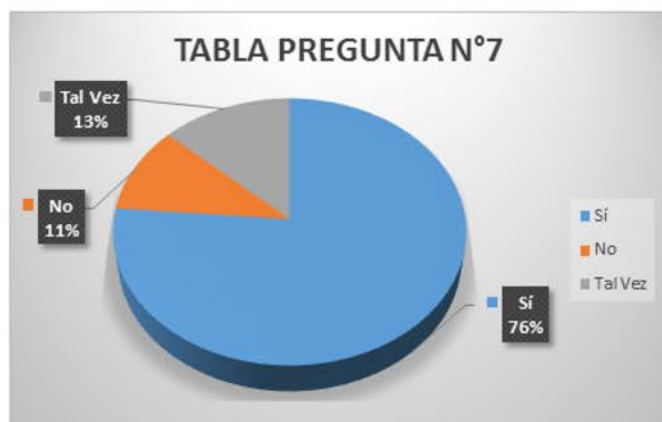


TABLA PREGUNTA N° 7	
Sí	58
No	8
Tal Vez	10
TOTAL	76

Los convenios son importante para la Counillanos de esta manera es imperativo entender si los asociados conocen estos convenios, ya que ellos son los principales beneficiarios, por lo cual, por medio de la encuesta se observa que 58 asociados conocen los convenios con un 76%, 10 asociados no tiene claridad de los convenios establecidos con un participación de 13% y 8 asociados no tiene idea de los diferentes convenios generados por parte de la cooperativa con una participación de 11%.

Pregunta N° 8: Si, su respuesta anterior fue "Si" ¿Cómo califica los convenios?

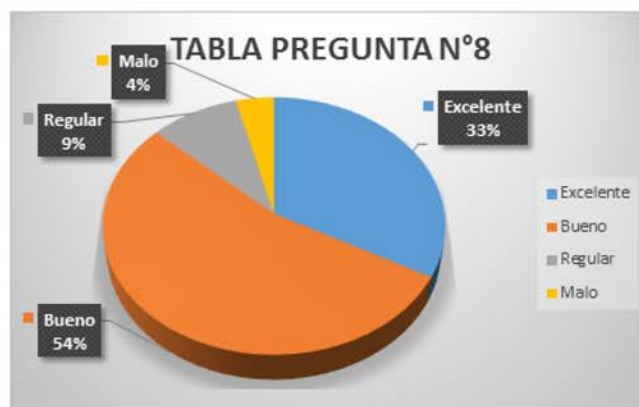


TABLA PREGUNTA N°8	
Excelente	25
Bueno	41
Regular	7
Malo	3
TOTAL	76

Respecto a la pregunta anterior es necesario conocer la percepción de los asociados frente a los convenios y entender cuál fue su calificación. Por medio de la encuesta implementada se observa que 25 asociados calificaron como "Excelentes" los convenios con un 33%, 41 asociados calificaron los convenios como "Bueno" con un 54%, lo que significa que la mayoría de los asociados están conformes y ven oportunos los convenios a los que pueden acceder; sin embargo 7 asociados calificaron como "Regular" con un 9% y 3 asociados los calificaron como "Malo" con un 4%.

Pregunta N° 9: ¿Conoce los servicios complementarios, distintos a los de crédito en Counillanos?

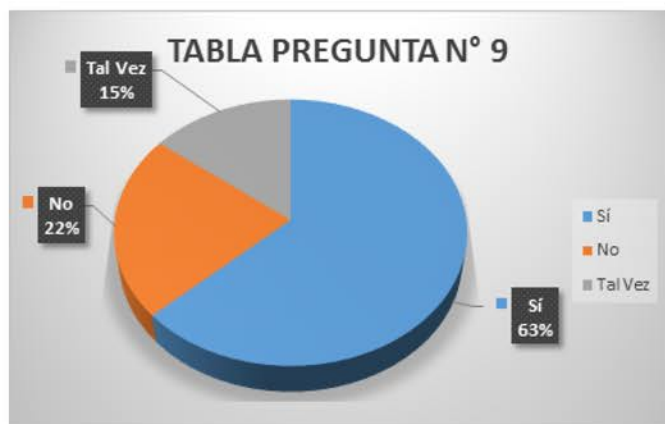


TABLA PREGUNTA N° 9	
Sí	48
No	17
Tal Vez	11
TOTAL	76

La prestación de un servicio integral es imperativo para la Counillanos de esta manera los servicios complementarios juegan un papel importante en los asociados ya que la cooperativa entiende el valor del tiempo y la disposición a la hora de ir a cancelar los servicios públicos y de más. Por medio de la encuesta se determina que 48 asociados calificaron que “Sí” conocen los servicios complementarios con un 48%, lo cual es positivo ya que los asociados hacen uso recurrente de estos, 17 asociados calificaron que “No” conocían estos servicios con un 22% y 11 asociados no tiene claridad de los servicios complementarios con un 15%.

Pregunta N° 10: Si, su respuesta anterior fue "Si" ¿Cómo califica los servicios complementarios?



TABLA PREGUNTA N°10

Excelente	25	NO RESPONDE
Bueno	23	
Regular	2	
Malo	0	
NR	26	
TOTAL	76	

En el desarrollo integral que ofrece la Counillanos para los asociados es importante, conocer la percepción que tienen frente a los servicios complementarios es necesario, ya que estos servicios ofrecen facilidades y son una motivación más al tener en cuenta por ser parte de la cooperativa, revisando la encuesta se observa que 25 asociados calificaron como “Excelente” con un 35% lo que es positivo ya que los asociados hacen uso frecuente de estos servicios, 23 asociados calificaron como “Bueno” con un 30% continuando con el lineamiento positivo y afinidad por parte de los asociados frente a estos servicios.

Pregunta N° 11: ¿Con que entidades o que otros servicios le gustaría que Counillanos estableciera convenios?

CARACTERIZACIÓN RESPUESTAS PREGUNTA N° 11

RESUMEN DE RESPUESTAS

Agencias de viaje.

Almacenes de cadena y grandes superficies.

Gimnasios.

Créditos de vivienda y leasing bancarios

COFREM

Servicios de salud y educación

Falta comunicar los convenios

Con los que están es suficiente

Es importante para la Counillanos la participación y opinión, en la búsqueda de un crecimiento constante y la oportunidad de ofrecer un mejor servicio con mejor calidad. Al solicitar la participación frente con que entidades o servicios se estableciera un convenio, los asociados respondieron de una forma muy diversa, sin embargo se realizó un cuadro de resumen en el cual se tomó las respuestas que tenían más relevancia y se repetían entre los asociados. Con esta información la cooperativa debería establecer un proceso para realizar un convenio con las diferentes empresas que divulgan los asociados, con las cuales se genera una mayor cobertura en servicios para el beneficio directo de la cooperativa, colaboradores y asociados.

ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR

Al analizar detalladamente la encuesta de satisfacción y revisar cada pregunta se destacan aspectos muy importantes y positivos para la Counillanos, los cuales garantizan que su funcionamiento y prestación de servicios a través del tiempo ha sido oportuno, acertado, eficiente y de calidad para los colaboradores; las diferentes opiniones respaldan de una forma excelente la labor que desempeñan los colaboradores y su empeño por generar una mejor experiencia.

Sin embargo se evidencian ciertos criterios a mejorar, ya que se presentan inconsistencias, en es necesario implementar estrategias para lograr la optimización en el desarrollo de esta partes, la búsqueda de un crecimiento continuo para la Counillanos exige el implementar acciones correctivas reflejadas directamente en los asociados en la prestación de un mejor servicio, de esta manera a continuación se expondrán unas posibles estrategias para la implementación en la cooperativa y un desarrollo constante.

- Estrategias de retroalimentación: La retroalimentación permite determinar y conocer que es lo que sucede a nivel interno y externo de la Counillanos, por lo que es necesario llevar a cabo un seguimiento periódico que no solo permitan una medición de ciertos criterios a evaluar sino crear una retroalimentación de los colaboradores y asociados.

Establecer un protocolo donde se determinen y prioricen las actividades, situaciones y circunstancias en las cuales sea necesario la implementación de un proceso de retroalimentación aunando esfuerzos y generando posibilidades claras para resolver cualquier eventualidad que pueda ser negativa para la Counillanos.

Enfocar un seguimiento constante Post-venta, por la implementación del uso de diferentes herramientas haciendo más eficiente el proceso de retroalimentación, (Llamadas, Encuestas y entrevistas, etc.) Donde los asociados tengan la motivación para divulgar sus diferentes opiniones sobre, periodos de tiempo, disposición de los colaboradores, eficacia, claridad en la información y calidad del servicio.

CONCLUSIONES

1. La página web es un activo virtual importante para la Counillanos, ya que por medio de esta se publican aspectos esenciales de la cooperativa, desde su visión hasta los servicios que ofrecen, es por eso que es muy importante que la Counillanos establezca un protocolo de actualización y renovación de su imagen para crear un mejor impacto visual.

Es necesario comprender que los recursos a disponer para contratar a un ingeniero profesional en el manejo de páginas web sean significativos y es por eso que no se han realizado actualizaciones y que la junta directiva y gerencia no hayan dispuesto de estos recursos para las respectivas modificaciones.

Con base a lo anterior es necesario buscar una solución efectiva y eficaz para la cooperativa con un objetivo claro que es optimizar los recursos que se puedan asignar a esta actividad específica, de esta manera en la búsqueda continua de una solución se genera la alternativa oportuna la cual es valorar y aprovechar la relación directa con la universidad, solicitando al programa de ingeniería de sistemas y programa de mercado pasantes capacitados, con iniciativa y dispuestos a desempeñar estas actividades.

Esta alternativa permite que el desarrollo en la actualización del activo virtual de la Counillanos fluya de una manera eficiente y constante, bajo esa premisa es necesario que la Counillanos desarrolle los protocolos necesarios para la solicitud de estos pasantes. Teniendo en cuenta que se requiere un cronograma de actividades para que los pasantes desarrollen las diferentes actualizaciones.

2. Los contenidos audiovisuales generan una amplia oportunidad en la divulgación de información para los asociados e interesados, de esta manera es imperativo que se generen periódicamente ciertos contenidos para la Counillanos. Diseñando ciertas piezas que establezcan un acercamiento continuo con los asociados por medio de la divulgación de las diferentes actividades que se desarrollen.

Estas piezas garantizan que su impacto visual sea más atractivo y deseen vincularse de una manera directa frente a todo lo que se piensa desarrollar, permitiendo crear un vínculo cercano y de compromiso para la cooperativa por parte de los asociados. Es imperativo entender que todo el contenido que se genere permite su aplicación a las diferentes plataformas virtuales para hacer llegar el mensaje de una forma directa.

Con base a lo anterior es necesario establecer un cronograma de actividades y procesos en los cuales se requiera el diseño de una pieza o de ser necesario un spot, que permita la promoción directa de estas. Con lo cual se requiere que se disponga de una persona que logre el desarrollo de estas piezas en el momento que se necesiten o capacitar en una manera básica a los colaboradores que hacen parte de la Counillanos en aspectos esenciales de impacto visual y manejo de programas de edición para hacer de estas piezas más atractivas y llamativas para los asociados. .

3. Para la Counillanos debe ser preocupante la ausencia y poca participación de sus asociados en iniciativas como “La encuesta de satisfacción para los clientes de la Counillanos”. La cooperativa cuenta con 420 asociados, y de los cuales solo 76 asociados se tomaron el tiempo para diligenciar la encuesta, esto equivale a un 18% de los asociados. La encuesta estuvo abierta por un periodo mayor a una semana y estaba diseñada para que no fuera mayor a dos minutos.

Con base a lo anterior es imperativo que la Counillanos haga un proceso de retro alimentación con la cual determine las razones de la poca participación, la falta de motivación y el sentido de pertenencias de los asociados.

- Los criterios que se evaluaron en la “Encuesta de satisfacción para los clientes de la Counillanos” fueron positivos y superaron las expectativas, desde la disposición de la atención al servicio al cliente hasta la calificación de los créditos que ofrece la Counillanos, destacaron pero, sin embargo es necesario realizar procesos que generen un conocimiento periódico.

La retroalimentación garantiza la prestación de un servicio de calidad, ya que por medio de este proceso se establece un vínculo directo con el asociado donde se informa las diferentes inconformidades, expresa sus opiniones y habla sobre lo que más le gusta. Por medio de esta información la Counillanos puede realizar acciones correctivas frente a las diferentes situaciones que se presenten en el panorama laboral, de servicios y de calidad para la cooperativa.

- La participación de los asociados frente al ejercicio de implementar la encuesta de satisfacción fue positivo en percepción pero negativo en participación, de esta manera es imperativo tomar en cuenta estas opiniones, donde la gerencia de la cooperativa considere de una manera realista; mejorar, reparar e implementar las sugerencias por parte de los asociados que permitan sostener el estándar de calidad en el servicio y labor que ofrece la Counillanos.

Es importante considerar de una manera real estas sugerencias, ya que de esta manera el asociado estará motivado al realizar en un futuro este tipo de ejercicios, evidenciando que lo que expreso en el ejercicio anterior si sirvió para generar un cambio frente a la situación actual y que si opinión en verdad es importante para la cooperativa.

RECOMENDACIONES

1. Con base a las nuevas tendencias de branding que se reflejan en la actualidad, es necesario que la junta directiva y la gerencia de Counillanos consideren realizar una actualización del logotipo de la cooperativa, como un proceso de renovación de imagen.

Considerando los valores, como la tradición y elementos que incluye el logo, de esta manera se puede realizar una evaluación en la cual se decide que elementos y aspectos son más relevantes y con base a eso hace una simplificación del mismo, es importante realizar varias versiones del logo con colores monocromáticos para fondos claros y oscuros.

Esta renovación del logotipo se puede desarrollar con varias alternativas, las cuales garanticen que el proceso del ejercicio de desarrolle de la mejor maneras.

Adquiriendo los servicios de un diseñador gráfico y experto en desarrollo de logotipos con identidad de marca. Desarrollando una propuesta profesional que garantice la mejor opción de piezas de diseño con la mejor calidad, con un final satisfactorio transmitiendo todo lo que la gerencia y junta directiva desean claramente en su logo.

Esta opción tal vez sea atractiva ya que su desarrollo será el esperado, pero hay que considerar los costos, protocolos y papeleos que se debe generar para el hacer un hecho esta decisión, ya que el manejo de los recursos a destinar para esta renovación de imagen, según el profesional consta de una suma de dinero considerable.

La Counillanos al estar relacionada directamente con la Universidad de los Llanos puede implementar un concurso para la renovación de su logo, convocando a toda la comunidad estudiantil de las diferentes carreras y programas que tiene la universidad. Se establecen los términos y condiciones de concurso y se designa un premio que motive a los estudiantes a participar

La participación de los estudiantes garantiza que se optimicen los recursos para esta renovación y podría ser más satisfactorio para la Counillanos, dejando las puertas abiertas a un gran número de piezas de diseño para todo el desarrollo de la actividad en su proceso de renovación.

2. Crear protocolos de motivación en la participación de actividades, estrategias y ejercicios que desarrolle la Counillanos con sus asociados, de esta manera se garantiza una mayor participación por parte de estos. La retroalimentación es importante para entender la situación por la que transcurre la cooperativa y conocer la percepción de los asociados frente a diferentes aspectos importantes en su actividad de prestación de servicios.

La cooperativa desarrolla diferentes actividades que benefician directamente al asociado, de esta manera se puede hacer un apoyo de estas con los procesos de renovación, retroalimentación y actualización de elementos que se consideren necesarios, disponiendo de una colaboradora entregando los obsequios o recibiendo los requisitos que se necesitan para ser partícipe de las diferentes actividades y se realice la solicitud de información por parte de los asociados.

El apoyo de estas actividades con la actualización y retroalimentación que busca realizar la cooperativa, garantiza el éxito de estas actividades ya que la participación sería mucho mayor, generando que la recolección de las opiniones e información sea mucho más significativa en el momento de realizar el análisis de estas.

3. Establecer un protocolo eficiente de atención a quejas y reclamos, de esta manera se garantiza que el servicio al cliente sea de calidad resolviendo de la mejor manera las inconsistencias que se puedan presentar con los diferentes asociados, determinando un proceso de aprendizaje positivo y de retroalimentación generando una mayor posibilidad en mantener la percepción que de los asociados frente al servicio al cliente que ofrece Counillanos.



Para esto tomamos como referencia la ISO 10002 de 2004 que nos indica, que se debe gestionar las reclamaciones de los clientes de forma más eficaz para tener más posibilidades de satisfacer sus expectativas. Esto puede convertir rápidamente las reclamaciones de los clientes en satisfacción, especialmente si considera las quejas como una oportunidad para mejorar lo que hace y el modo de hacerlo.

La norma ISO 10002 puede ayudar a lograr este objetivo, independientemente del tamaño o de la naturaleza de su negocio. El sistema de gestión de quejas de los clientes es un requisito básico y esencial para cualquier negocio, especialmente para aquellos que desean tener éxito y mantenerlo.

Por medio de la implementación de este proceso se establecen unas ventajas competitivas logrando la eficacia operativa para identificar las tendencias y las causas de las reclamaciones, solucionando más reclamaciones mediante la adopción de un enfoque más centrado en el cliente, atrayendo el personal hacia nuevas oportunidades de formación en el servicio al cliente.



BIBLIOGRAFIAS

“Normatividad colombiana”. (09 de junio 2015). Ascoop: <http://www.ascoop.coop/cooperativismo-siempre/normatividad-colombiana>

Silvia Rodríguez Ingrid. (14 de mayo de 2015). Consulta sobre la ley que ampara a los pasantes y practicantes en Colombia: Mineducación. https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-357166_archivo_pdf_Consulta.pdf

Buján Pérez Alejandro. (16 de junio de 2018). Portafolio: Enciclopedia financiera. <https://www.encyclopediainfinanciera.com/gestioncarteras/portafolio.htm>

Salazar López Brayan. (27 de noviembre de 2016). Codeudor: Abc Finanzas. <https://www.abcfinanzas.com/finanzas-personales/conceptos-basicos-financieros/definicion-de-codeudor>

Thompson Ivan. (2006). Concepto de Marketing: Marketing – Free. <http://www.marketing-free.com/marketing/concepto-marketing.html>
“Definición de publicidad”. (9 de febrero de 2015). Concepto de definición. <http://conceptodefinicion.de/publicidad/>

Obisualmedia. (21 de noviembre de 2016). Que es un spot publicitario: obisualmedia. <http://www.obisualmedia.com/que-es-un-spot-publicitario/>

<http://www.coasmedas.coop/index.php/nuestra-cooperativa/vision>
<http://www.creafam.com.co>

<https://www.bancopopular.com.co/wps/portal/popular/inicio/banca-personal/credito/lineas-credito/credito-ordinario-comercial> <http://www.-decoop.cl/?tabid=128>