

RESUMEN

En la actualidad se viven muchos cambios acelerados y de competencia, donde las empresas buscan incrementar sus indicadores de productividad, obtener mayor eficiencia y entregar un mejor servicio, lo cual implica que los directivos apliquen modelos de dirección considerando como pilar al factor humano, el trabajo en equipo y así responder de manera inmediata y adecuada a la demanda de productos y servicios de óptima calidad. La metodología que se utilizó para obtener la información fueron las encuestas dirigidas a clientes del Banco del Austro de la ciudad de Esmeraldas, además se aplicó la técnica de la observación con respecto a las campañas publicitarias, se aplicó adicional la entrevista al personal que labora en el Banco y a los clientes, con la finalidad de conocer si esta Institución Financiera tiene un Plan Estratégico, maneja bien el marketing y promoción de los productos y servicios que ofrece; para la determinación de la muestra se definió la población en cuanto elementos, unidad de muestreo alcance y tiempo. El tamaño de la muestra se determinó mediante la fórmula estadística finita. Finalmente se determina la situación en la que se encuentra, permitiendo aplicar estrategias de marketing, la misma que ayudará a obtener, objetivos y políticas, dotando a la misma de instrumentos que le permitirán anticipar situaciones y escenarios imprevistos y los posibles cambios que se generan en el entorno, lo que permitirá ser cada día mejores, estableciendo así ventajas competitivas y consiguiendo éxito en el ámbito bancario. Siendo esta una de las principales razones para poner en marcha el Plan de Marketing.

PALABRAS CLAVE:

- **COMPETENCIA**
- **PRODUCTO**
- **PRODUCTIVIDAD**
- **EFICIENCIA**
- **CALIDAD**

ABSTRAC

Today many accelerated and competition changes, where companies seek to increase their productivity indicators, greater efficiency and deliver better service live, which means that managers apply management models considering as a pillar of the human factor, work team and thus respond promptly and adequately to the demand for products and services of the highest quality way. The methodology used to obtain information were the surveys of clients of Bank of the Austro city of Esmeraldas, plus the observation technique was applied with respect to advertising campaigns, applied additional interview staff working in the Bank and customers, in order to know whether this financial institution has a strategic plan, manage well the marketing and promotion of products and services offered; for determination of the sample population was defined as elements, scope and sampling unit time. The sample size was determined by finite statistical formula. Finally the situation in which it is located, allowing implement marketing strategies, it will help get, objectives and policies, providing the same tools that allow you to anticipate situations and unforeseen scenarios and possible changes that are generated is determined the environment, which will be better every day, so establishing competitive advantages and achieving success in banking. It is one of the main reasons to launch the Market Plan.

KEY WODRS:

- **COMPETITION**
- **PRODUCT**
- **PRODUCTIVITY**
- **EFFICIENCY**
- **QUALITY**