

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD  
DEL CUSCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES,  
ECONÓMICAS Y TURISMO.**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS.**



---

**“PROPUESTA DEL USO DEL NEUROMARKETING PARA EL AREA DEL  
SERVICIO AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CREDITO  
CREDICUSCO DE LA PROVINCIA DE CUSCO - PERIODO 2019”**

---

Tesis presentada por:

**Br. Yessica Adriana Hilares Rayme.**

**Br. Elita Usca Cayllahua.**

Para Optar El Título Profesional De Licenciada  
En Administración

**Asesor: Dr. Roger Venero Gibaja**

**CUSCO - PERÚ**

**2019**

## RESUMEN

El presente trabajo titulado: “PROPUESTA DEL USO DEL NEUROMARKETING PARA EL AREA DEL SERVICIO AL CLIENTE DE LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CREDICUSCO DE LA PROVINCIA DE CUSCO- PERIODO 2019”, considerando como factores importantes el precio, el horario, música y estímulo visual.

El nivel de investigación es descriptivo, el diseño es no experimental y transversal, se obtuvo una muestra de estudio conformada por 227 socios activos potenciales de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Credicusco y un total de 14 trabajadores que brindan el servicio al cliente, como técnicas se utilizó la encuesta y entrevista.

Según los resultados obtenidos se obtuvo que el uso del neuromarketing es mínimo esto debido a que los colaboradores del área del servicio al cliente desconocen el término y sus potenciales beneficios que esta herramienta trae consigo, esto se reflejó en la respuesta que brindaron los clientes lo cual según los datos estadísticos realizados mediante el baremo se pudo medir en qué nivel la empresa da uso a esta herramienta

### **Palabras Clave:**

Neuromarketing, servicio al cliente, precio, horario, música, estímulo visual.