

RESUMEN

El constante cambio en el entorno, hace que las empresas pongan mayor interés en el establecimiento de objetivos y elaboración de estrategias, el posicionamiento es lo que se construye en la mente de las personas y se constituye en la clave para cualquier plan de marketing, pues depende del posicionamiento el éxito de la organización en el largo plazo.

El presente trabajo está estructurado en tres partes y tiene como finalidad proponer una estrategia de posicionamiento para la Cooperativa de Ahorro y Crédito “El Churqui” Ltda. dentro de la ciudad de Tarija, mediante la identificación de ventajas competitivas, utilizando las herramientas técnicas para dicho propósito, que permita alcanzar sus objetivos, entre ellos, el de liderar el mercado.

La primera parte contiene el marco teórico, en esta etapa se reunió información documental para elaborar el diseño metodológico que nos proporcionó un conocimiento profundo de la teoría que le dio significado a la investigación.

La segunda parte esta conformada por el diagnóstico, el cual comprende cuatro capítulos, en primer lugar se encuentra el entorno general, en segundo lugar el entorno particular, en tercer lugar la investigación de mercados y finalmente el análisis interno de la Cooperativa, estos cuatro capítulos nos ayudó a identificar las ventajas competitivas y las oportunidades con que cuenta la Cooperativa.

Por último, la tercera parte comprende el Modelo Propuesto que se elaboró en base al diagnóstico luego se realizaron las conclusiones y recomendaciones necesarias para la ejecución de la propuesta.