

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación tiene el propósito de formular Estrategias de Marketing para la Cooperativa de Ahorro y Crédito “El Churqui” Ltda., la misma que permite mejorar su acoplamiento a las tendencias del mercado financiero Boliviano.

En términos generales, el estudio comporta los cursos de acción a seguir, los aspectos legales, la filosofía del cooperativismo y la secuencia de operaciones para que la entidad financiera pueda realizarlo y aplicar las Estrategias de Marketing.

En la fase introductoria se contempla la base metodológica del trabajo de investigación. Para lograr este cometido, el estudio se ha estructurado en tres partes:

La primera parte, denominada Marco Teórico, que permite contar con un marco de referencia conceptual para comprender la formulación de las Estrategias de Marketing en una Entidad Financiera.

Definido la base teórica, se realizó la segunda parte, titulado Diagnóstico que contempla un análisis del macro y micro entorno que rodea a la Cooperativa y también un análisis interno e investigación de mercado de la Cooperativa.

Posteriormente, se realizó la Propuesta Estratégica, en cumplimiento a los objetivos planteados al inicio del presente trabajo, cuya aplicación permitirá dar solución a la problemática planteada.

Finalmente, las conclusiones generales, sobre principales observaciones del Diagnóstico, además las Recomendaciones que se hace a la Cooperativa.