

UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
ESCUELA DE CIENCIAS Y TECNOLOGIA
Ingeniería comercial



POSICIONAMIENTO E IMAGEN MARCA DE CONIN

PROFESOR GUÍA

Ricardo Campos Carreño

AUTORES

René Astete Sepúlveda

Pedro Marchant Aranda

II semestre del 2014, Los Ángeles

Resumen.

La presente investigación tiene como objetivo Identificar factores internos y externos que establezcan el posicionamiento e imagen marca de CONIN, para el posterior desarrollo de alternativas de optimización en la recolección de recursos no Estatales, teniendo en cuenta la estructura interna y el entorno de la institución y dejando en claro que sólo se establece como parte del estudio a la sede presente en Los Ángeles.

Para este trabajo se utiliza una investigación de mercado relacionada a personas y una metodología de entrevistas para empresas. En el caso de la investigación de mercado se utilizó el proceso de investigación planteado por Kotler y Keller (2006), el cual plantea la recolección de información de fuentes primarias para luego diseñar soluciones de optimización. Mientras que la metodología usada en las entrevistas fue la generación de una estructura homogénea de recolección de información para todas las empresas, en el cual se captan las principales características de estas a la hora de realizar donaciones.

Dada la metodología, se encontró que la principal limitante de las personas a la hora de donar es la falta de credibilidad en las instituciones sin fines de lucro, problema que afecta negativamente a todas las organizaciones y que el actual posicionamiento de CONIN en la comuna es del tercer puesto. Por otra parte se observa que las grandes empresas se benefician de la imagen generada en las donaciones a instituciones sociales, y que las pequeñas y medianas empresas solo generaban una responsabilidad empresarial interna en la organización.

Además, se determina que CONIN presenta una planificación estratégica que no está acorde al nuevo rol social de la institución y que carece de una estructura formal de aportes, lo que podría estar afectando la obtención de recursos por medio de esta fuente.