



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**Trabajo de titulación en la modalidad de artículo
académico previo a la obtención del Título de
Licenciada en Mercadotecnia**

**TEMA: “Evolución del marketing mix y creación de
valor de marca en las cooperativas de ahorro y
crédito”**

AUTOR: Carla Mikaela Maigua Chipantaxi

TUTOR: Ing. Luis Fabricio Lascano Pérez, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Marzo 2022



APROBACIÓN DEL TUTOR

Econ. Luis Fabricio Lascano Pérez, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Evolución del marketing mix y creación de valor de marca en las cooperativas de ahorro y crédito**” presentado por la señorita **Carla Mikaela Maigua Chipantaxi** para optar por el título de Licenciada en Mercadotecnia, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

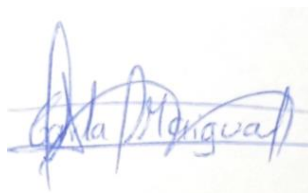
Ambato, 3 de marzo del 2022

Eco. Luis Fabricio Lascano Pérez. Mg.

C.I. 1803521945

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Carla Mikaela Maigua Chipantaxi**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciada en Mercadotecnia, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Carla Mikaela Maigua Chipantaxi

C.I.1728192822

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Soledad Sevilla Galarza. MBA.

C.I. 1802928141

Ing. Nora Santiago Chavez. Mg.

C.I. 0601351745

Ambato, 3 de marzo del 2022

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Carla Mikaela Maigua Chipantaxi

C.I.1728192822

RESUMEN EJECUTIVO

Las COAC, se dedican a satisfacer las necesidades económicas y sociales de los socios mediante una organización. Las mismas que han tenido un gran crecimiento en el mercado financiero, por la innovación constante en sus servicios y productos que ofrece, por lo tanto, es importante conocer las variables para crear valor de marca.

Es por esta razón, que el presente trabajo de investigación se ha enfocado en realizar un amplio análisis bibliográfico de la evolución del marketing mix y el modelo Brand equity en las cooperativas de ahorro y crédito, con la finalidad de conocer cómo pueden trabajar dichas variables conjuntamente para crear valor de marca.

Los datos obtenidos por la guía de observación aplicada a tres cooperativas de ahorro y crédito indígenas indican que las variables del marketing mix y el modelo Brand equity pueden trabajar conjuntamente para generar valor de marca. También, que todas las COAC deben tener un departamento de marketing con especialistas para generar estrategias en beneficio de estas.

La propuesta de la siguiente investigación está enfocada en identificar como las variables del marketing mix y el modelo Brand equity, pueden trabajar simultáneamente con el objetivo de crear valor de marca en las COAC.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, VALOR DE MARCA, EVOLUCIÓN DEL MARKETING MIX, COAC, INNOVACIÓN, COMPETITIVIDAD

ABSTRACT

The COAC works to satisfy the economic and social necessities of the partners through an organization. The same ones that have had a growth in the financial market due to the constant innovation in their products and services. Therefore, it is important to know the variables in order to grow the brand.

This research has focused to develop an bibliographic analysis of the marketing evolution mix and the Brand Equity model in the savings and credit cooperatives, to know how these variables work in conjunction to create brand value.

The data obtained by the observation guide applied to three indigenous savings and credit cooperatives indicate that the marketing mix and the Brand Equity model variables work properly to generate brand value. Moreover, all the COAC have to have a marketing department with specialists to generate strategies on their benefit.

The proposal of the following research is developed to identify how the marketing mix and brand model equity variables can work simultaneously with the aim to create brand value in the COAC.

Key words: ACADEMIC ARTICLE, BRAND VALUE, EVOLUTION, MARKETING MIX, COAC, INNOVATION, COMPETITIVENESS.

CARTA DE ACEPTACIÓN O ENLACE DEL ARTÍCULO ACADÉMICO



www.cienciadigitaleditorial.com

Certificado N°: 791

La Dra. Tatiana Carrasco Ruano, Directora y Editora de la revista electrónica “**Visionario Digital**”, (ISSN 2602-8506) alojada en <http://www.visionariodigital.org>

ACREDITA QUE:

El artículo “**Evolución del marketing mix y la creación de valor de marca en las cooperativas de ahorro y crédito**” evaluado por pares ciegos (doble-blind), que consta de 16 páginas en formato PDF, cuyos autores son: Carla Mikaela Maigua Chipantaxi. & Luis Fabricio Lascano Pérez. , ha sido aceptado para su publicación en el Vol 6 Num 1. **Negocios & Leyes**, de Enero - Marzo 2022.

<http://www.visionariodigital.org>

Lo que se hace constar en Ambato 24 de enero de 2022



Firmado electrónicamente por:
YOLANDA TATIANA
CARRASCO RUANO
La Directora



Fdo.: Tatiana Carrasco Ruano

Para más información ingrese a la página: [Ciencia Digital Editorial](http://CienciaDigitalEditorial.com)

Jardín Ambateño
099 823 5485
luisefrainvelastegui@cienciadigital.org

