

RESUMEN

Para el desarrollo de este proyecto de tesis, se definió como objetivo, realizar un estudio para establecer una estrategia de marketing que permitiera la introducción de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP) en la parroquia Guamaní cantón Quito, provincia de Pichincha. La utilidad del proyecto se establece mediante la utilización de diferentes métodos como el analítico- sintético, inductivo - deductivo, además técnicas de observación, encuestas y entrevistas, en la parroquia Guamaní. El sustento de la investigación se basó en la elaboración de un marco teórico consultando diversas fuentes bibliográficas. Se realizó el estudio de mercado, en la parroquia Guamaní, con una muestra de la población económicamente activa (PEA) y fueron entrevistados funcionarios y socios de la cooperativa. Se pudo definir el direccionamiento de marketing de la cooperativa y la estrategia de introducción de la marca JEP. Con la propuesta de la campaña de introducción de la marca y la evaluación de la misma se concluye la investigación.

PALABRAS CLAVES:

- **ESTRATEGIA**
- **MARKETING**
- **COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO**
- **JEP**
- **GUAMANÍ**