

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE TRUJILLO**  
**BENEDICTO XVI**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**ECONÓMICAS**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX PARA EL INCREMENTO DE**  
**SOCIOS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO LAREDO,**  
**2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR**

Br. Sara Yaneth, Palomino Rondon

**ASESORA**

Dra. Clara Elizabeth Ugaz Barrantes

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Gestión de Marketing y Ventas

**TRUJILLO – PERÚ**

**2021**

## **AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**Mons. Dr. Héctor Miguel Cabrejos Vidarte, OFM**

Arzobispo Metropolitano de Trujillo  
Fundador y Gran Canciller de la  
Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

**R.P. Dr. Jhon Joseph Lydon McHugh, O.S.A.**

Rector de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI

**Dra. Silvia Ana Valverde Zavaleta**

Vicerrectora Académica

**Dr. Francisco Alejandro Espinoza Polo**

Vicerrector de Investigación (e)

**Dr. Jaime Roberto Ramírez García**

Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

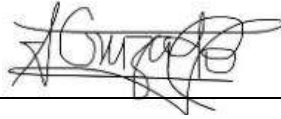
**Mons. Ricardo Exequiel Angulo Bazauri**

Gerente de Desarrollo Institucional

**Mg. José Andrés Cruzado Albarrán**

Secretario General

**VISTO DEL JURADO**



---

**Mg. Cruzado Paredes Andrea de Fátima**  
**Presidente**



---

**Mg. Vega Polo Silvia Ana Victoria**  
**Secretario**



---

**Dra. Ugaz Barrantes Clara Elizabeth**  
**Asesor-Vocal**

## **APROBACIÓN DEL ASESOR**

Yo Dra. UGAZ BARRANTES CLARA ELIZABETH, con DNI N° 26692115, como asesora del trabajo de investigación “ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX PARA EL INCREMENTO DE SOCIOS EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO LAREDO, 2020.” desarrollado por la estudiante PALOMINO RONDON SARA YANETH con DNI N° 76921665, egresada del programa de estudios de Administración, considero que dicho trabajo de titulación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponden con las normas establecidas en el reglamento de titulación de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI y en la normativa para la presentación de trabajos de titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Por tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente para que sea sometido a evaluación por la comisión de la clasificación designado por el Decano de la Facultad Dr. Jaime Roberto Ramírez García.

A handwritten signature in black ink, reading "Elizabeth Ugaz". The signature is written in a cursive style with large, rounded letters. It is positioned above a horizontal line.

---

**Dra. Ugaz Barrantes Clara Elizabeth**  
**Asesora**

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Palomino Rondón Sara Yaneth Con DNI N° 76921665 egresada de la carrera profesional de Administración, perteneciente a la facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Católica de Trujillo Benedicto XVI.

Declaro bajo juramento que:

1. Soy autora del presente trabajo de investigación titulado “Estrategias De Marketing Mix Para El Incremento De Socios En La Cooperativa De Ahorro Y Crédito Laredo, 2020” la misma que presento para optar el título de Licenciada en Administración.
2. La presente investigación es de carácter original, no ha sido plagiada, para el cual se han respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes a consultar:
3. La investigación presentada no ha sido publicada en su anterioridad y sus datos numéricos fueron recolectados en base a la aplicación de las encuestas los socios de la cooperativa de ahorro y Crédito Laredo.
4. Así mismo el presente trabajo de investigación no afecta ni atenta contra los derechos de terceros, por tal motivo al evaluar la originalidad de la investigación por medio del programa TURNITIN se tuvo como resultado un 17% de similitud.

Por lo expuesto, mediante el presente documento asumo ante la universidad cualquier responsabilidad producto de la originalidad y veracidad del contenido.



---

Br. Sara Yaneth Palomino Rondon

DNI: 76921665

**Autora**

## **DEDICATORIA**

Con todo el corazón dedico este logro a mis padres Marcos y victoria, por su esfuerzo y sacrificio, por darme la oportunidad de tener carrera profesional para nuestro futuro y por creer en mi capacidad; por haber forjado la persona que a la actualidad soy; mucho de mis logros realizados se los debo a ustedes en especial este logro, ya que ustedes son los principales impulsores para lograr cada una de las metas que me proponga.

Me formaron con los valores y bajo reglas las cuales agradezco ya que eso me permitió ser la calidad de persona de la cual se sientan orgullosos.

Dedico este logro también a mis hermanos Jenny, Nataly, Marita, Eliana y Oliver, por ser lo mejor que me toco tener en la vida y que siempre estamos apoyándose.

A mis sobrinas Yarixa, Camila, Yadira y Gia, que este logro sea para ellas un impulso por lograr sus sueños y metas.

A mis angelitos que están en el cielo mis abuelitos, quienes demostraron su amor por mí, y por regalarme la dicha de tener unos padres maravillosos.

Gracias a toda mi familia que me han ofrecido el amor y calidez de la familia lo cual amo y sobre todo por su apoyo incondicional, ustedes quienes le dan razón a mi vida.

Sara Yaneth Palomino Rondon

## AGRADECIMIENTO

A Dios.

*Por darme la vida y salud y tener la dicha de contar con mis padres y familia con quienes soy feliz y amo mucho, por cuidar de mí y jamás desampararme por darme la sabiduría para tomar las mejores decisiones.*

A mi asesora Dra. Ugaz Barrantes Clara Elizabeth

*Por su apoyo en la elaboración de mi tesis, por su paciencia y constancia sobre todo por los conocimientos brindados.*

Al personal y Socios de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Laredo.

*Por ofrecernos la información necesaria para lograr los objetivos trazados en esta investigación.*

## Índice

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS .....	ii
VISTO DEL JURADO.....	iii
APROBACIÓN DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
HOJA DE TURNITIN.....	vi
ACTA DE PRESENTACION, DE SUSTENTACION Y APROBACION DE TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL.....	vii
FORMULARIO DE CESIÓN DE DERECHOS PARA LA PUBLICACIÓN DIGITAL DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	viii
DEDICATORIA.....	ix
AGRADECIMIENTO.....	xii
RESUMEN.....	xxiii
ABSTRACT .....	xxii
Capítulo I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	23
1.1. Planteamiento del problema .....	23
1.2. Formulación del problema.....	24
1.2.1. Problema general .....	25
1.2.2. Problemas específicos .....	25
1.3. Formulación de objetivos .....	25
1.3.1. Objetivo general .....	25
1.3.2. Objetivos específicos.....	25
1.4. Justificación de la investigación.....	25
Capítulo II: MARCO TEÓRICO .....	26
2.1. Antecedentes de la investigación .....	26
2.2. Bases teórico científicas .....	29
2.3. Definición de términos básicos .....	36
2.4. Formulación de hipótesis.....	36
2.4.1. Hipótesis general .....	36
2.4.2. Hipótesis específicas .....	36
2.5. Operacionalización de variables.....	38
Capítulo III: METODOLOGÍA.....	41
3.1. Tipo de investigación .....	41



3.2.	Método de investigación .....	41
3.3.	Diseño de investigación.....	41
3.4.	Población, muestra y muestreo.....	42
3.5.	Técnicas e instrumentos de recojo de datos .....	42
3.6.	Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	43
3.7.	Ética investigativa .....	43
Capítulo IV: RESULTADOS .....		44
4.1.	Presentación y análisis de resultados.....	44
4.2.	Prueba de hipótesis (si corresponde).....	74
4.3.	Discusión de resultados .....	85
Capítulo V: CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS .....		87
5.1.	Conclusiones .....	87
5.2.	Sugerencias.....	88
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		89
ANEXOS Y/O APÉNDICES .....		96
	Anexo 1: Instrumentos de medición.....	96
	Anexo 2: Ficha técnica .....	99
	Anexo 3: Validez y fiabilidad de instrumentos .....	99
	Anexo 4: Base de datos .....	102
	Anexo 5: Matriz de consistencia .....	103

## **RESUMEN**

En el presente trabajo busca como objetivo proponer estrategias de Marketing mix para el incremento de socios en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Laredo, 2020. Para ello se basó en un estudio de tipo prospectiva, descriptiva y correlacional, además de no experimental de corte transversal. Se aplicó como técnica a la encuesta y como instrumento el cuestionario a una muestra de 249 socios, de un total de 706 socios. Con ello se logró determinar cómo resultado que, en la situación actual de las estrategias de marketing mix, se demostró que no se están aplicando correctamente, que aún falta por mejorar la diversificación de productos, de los precios, de poder colocar puntos de venta digital o redes sociales y en promocionar los productos o servicios financieros, además, se detalló que, no se sienten satisfechos porque no se encuentran involucrados con la cooperativa, debido a que, no les toman en cuenta en las decisiones estratégicas. Llegando a concluir que, se deben establecer estrategias de marketing mix porque las actuales no tienen relación con el incremento de socios, debiendo estar enfocados en las 4p's del marketing mix.

**Palabras claves.** Marketing mix, estrategias, socios, cooperativa.

## **ABSTRACT**

In the present work, the objective of this work is to propose Marketing mix strategies for the increase of members in the Cooperativa de Ahorro y Crédito Laredo, 2020. For this, it was based on a prospective, descriptive and correlational study, as well as a non-experimental cross-sectional study. . Applying the survey as a technique and as an instrument, the questionnaire was applied to a sample of 249 members, out of a total of 706 members. With this, it was possible to determine as a result that, in the current situation of marketing mix strategies, it is shown that they are not being applied correctly, that there is still to improve the diversification of products, prices, to be able to place digital points of sale or social networks and in promoting financial products or services, in addition, it is detailed that they are not satisfied because they are not involved with the cooperative, because they are not taken into account in strategic decisions. Coming to the conclusion that marketing mix strategies should be established because the current ones are not related to the increase of partners, and should be focused on the 4p's of the marketing mix.

**Keywords.** Marketing mix, strategies, partners, cooperative.