

CERTIFICATION

MQR® editorial certifies, that this article:

The brand-self connection and brand identity: approaches from the theoretical perspective

La conexión marca-yo y la identidad de la marca: Aproximaciones desde la perspectiva teórica

PEER REVIEW - "Aceptada para su publicación después de superar un proceso de doble revisión ciega externa"

Fechas de recepción: Fechas de recepción: 02-ENE-2025- aceptación: 02-FEB-2025 publicación: 15-MAR-2025

Authors:

MSc. Villarreal-Salazar, Fernando Javier
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI
Docente investigador
Tulcán – Ecuador



fernando.villarreal@upec.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-0611-4370>

Dr. Cuadrado-Barreto, Gabriela Carla
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI
Docente investigador
Tulcán – Ecuador



gabriela.cuadrado@upec.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-8562-7843>

Dr. Paguay-Chávez, Félix Wilmer
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI
Docente investigador
Tulcán – Ecuador



felix.paguay@upec.edu.ec



<https://orcid.org/0000-0002-8079-5784>

Published:

Vol. 9 Núm. 1 (2025): Revista Científica MQRinvestigar: pag. 01-18.

DOI: <https://doi.org/10.56048/MQR2025.9.1.2025.e120>

Indexado en **Latindex 2.0** ISSN-L **2588-0659**



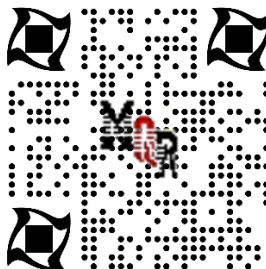
<http://www.investigarmqr.com/>

Cordially yours,

MQRInvestigar - Director



Firmado electrónicamente por:
**MARCO ANTONIO
QUINTANILLA
ROMERO**




Dr. Marco Quintanilla R.
Director

