



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Marketing

“ANÁLISIS DEL IMPACTO QUE GENERA EL
BRANDING Y GESTIÓN DE MARCAS EN LAS
EMPRESAS DEL PERÚ Y EN EL MUNDO DE LOS
ÚLTIMOS 10 AÑOS”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Marketing

Autor:

Pedro Manuel Ruiz Lavado

Asesor:

Dra. Ena Obando Peralta

Trujillo - Perú

2020

DEDICATORIA

A Dios por ser mi principal guía , a mi familia por apoyarme siempre en todo momento y por brindarme la oportunidad de estar próximo a obtener el grado de Bachiller, también a la Universidad por enseñarme a desarrollarme como Profesional , y en general a todas aquellas personas con las cuales me han brindado su apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por todas las bendiciones que me ha brindado en toda mi vida, por dame voluntad, paciencia, fortaleza, perseverancia en cumplir mis objetivos propuestos, y sobre todo a mi familia por brindarme amor, cariño y soporte incondicional, lo cual siempre están a mi lado y siempre se esfuerzan por darme lo mejor

Agradezco también a todos mis profesores de la Facultad de Negocios, con los cuales he llevado cursos en todo mi proceso académico y me han aportado su tiempo y dedicación en mi formación profesional.

Tabla de Contenido

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	5
RESUMEN.....	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....	10
CAPÍTULO III. RESULTADOS	14
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	18
REFERENCIAS.....	20

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico N*1 Proceso de Recopilación de Datos.....	13
Grafico N*2 Selección de Estudios	14
Grafico N*3 Análisis Global de Estudio	17

RESUMEN

El propósito del Objetivo General de la investigación es ¿De qué manera influye la aplicación del Branding y Gestión de Marcas en las empresas del Perú y el Mundo de los últimos 10 años?, por lo que se realizó un análisis de revisión sistemática mediante artículos, tesis, información académicas de empresas reales en el Perú y en el mundo.

Se realizó un proceso de recopilación de datos de diversas fuentes para verificar los antecedentes del tema y así poder obtener más información sobre el tema de investigación. Se empleó fuentes como **PRO QUEST – EBOOK CENTRAL, PRO QUEST, EBSCO y Google Académico.**

La Conclusión más importante es para saber en qué nivel se encuentra principalmente nuestro País sobre el uso de las nuevas tendencias del Marketing, y una herramienta es Branding y Gestión de Marcas, donde podemos apreciar que el uso de estos temas son muy pocos, aun no se actualiza el mercado peruano, en diferencia con el resto del mundo.

PALABRAS CLAVES: * Gestión de Marcas * Branding * Perú

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Actualmente estamos en un mundo mucho más competitivo y más exigente y entrar a un mercado es un reto, de todos aquellos emprendedores que deseen alcanzar el éxito a través de un plan de branding y una gestión de marca. Podemos definir que el branding es un trabajo de esfuerzo que no toda empresa logra obtener, de este modo cada proceso o cada paso que una empresa debe hacer, es a través de una investigación, al emplear el uso de la información correcta puede convertirse en una marca reconocida en poco tiempo, generando un impacto positivo y diferenciándose sobre otras marcas.

Para crear un plan de branding se necesita un previo plan de marketing y un análisis de mercado.

El enfoque que lleva esta investigación se presenta por medio de artículos, libros y tesis, describiendo el tema y mostrándolos los posibles resultados al lograrlo, y de qué manera puede posicionarse en su target, puede hacer la diferencia entre el logro del éxito de una organización o el fracaso del mismo.

Justificación:

Identificar con certeza, las razones y el objetivo del estudio planteado, sobre la base de la investigación y es por ello, se muestran aquellos antecedentes científicos investigados:

1. **Branding: Tendencias y retos en la comunicación de marca – Javier Belilla.**

En este libro nos demuestra que papel importante cumple la marca en la actualidad y como surgieron empresas grandes, de qué manera afecta al mercado con un buen plan, de qué manera debe actuar un plan para generar oportunidades de desarrollo y de qué forma se relaciona el consumidor con la marca.

2. **Philip Kotler diserta en Lima sobre el branding y la diferenciación: [Source: Business Perú] - Philip Kotler**

En el artículo nos manifiesta sobre el valor de la marca y que el marketing se ha convertido con el paso del tiempo una disciplina emocional, mencionando que los clientes no son leales a un producto, sino a una marca, puso como ejemplo a Inka Kola y Bambos que son señalados como prueba de que es posible competir con marcas mundialmente reconocidas, gracias a la diferenciación.

3. Crece la importancia otorgada al branding y el posicionamiento de marcas – Suarez David. - Tomado del libro. El poder de las marcas, de Naomi Klein.

El posicionamiento de una marca en el mercado es clave, Aun existe mucho campo para progresar, se estima el 20% de penetración del mercado, mientras que el mismo indicador llega fácilmente al 60 o 70% en otros países.

4. Administración estratégica de marca branding (3a.ed.) - Kevin Lane Keller

En este libro trata acerca de las diferentes marcas, y por qué son importantes y que representan a los consumidores, Proponen que se deben lanzar con habilidad los nuevos productos y administrar eficazmente las marcas existentes.

5. Estado actual del branding en las compañías spin-off y start-up académicas: caso universidades públicas en Colombia.

En esta revista nos muestran los estudios realizados a 3 Universidades Publicas Colombianas, se describió el proceso cíclico para el branding de la categoría de empresas analizadas.

6. Análisis de la gestión de branding de la franquicia TGI friday's y su impacto en las preferencias de los consumidores, Arequipa 2015” – Universidad Católica Santa María

Por medio de esta tesis, nos demuestra la planificación que muestra la gestión de branding en las empresas donde necesita posicionarse y hasta poder cambiar de concepto de marca para poder tener un mayor alcance.

7. El branding y el posicionamiento de marca de las Mipymes en el sector calzado del distrito El Porvenir. En el año 2016. - UCV

Verificamos en esta tesis que el branding no es solo un tema del que se ha tocado mucho en los últimos años, sino que también es un factor vital para el éxito de las marcas, dado que su sistematización brinda grandes ventajas para diferenciarse de la competencia en el mercado.

8. Propuesta de modelo de gestión basado en el marketing experiencial para la generación de Brand Equity en el contexto peruano. – PUCP

Vivimos en un mundo rodeado de marcas, donde se vuelva algo diario de ver, reaccionar, etc. Donde la tecnología lo tenemos a nuestro alrededor, se plantea la explicación de los componentes y fases del modelo de manera gráfica, finalizando con el establecimiento de recomendaciones para su implementación.

9. Propuesta de diseño metodológico para la asignatura de branding – Oscar Mas Vives

Los mercados evolucionan de una manera vertiginosa y el impacto que genera son las estrategias aplicadas a los negocios que satisfaga la necesita de un cliente mediante este proceso del branding.

10. Brand New: La Esencia de las futuras marcas – Wally Olins

La identidad de marca es la esencia de una empresa, nos menciona sobre el branding mundial, y nos demuestra un análisis del mercado global de rápida evolución.

Objetivos:

General:

- ¿De qué manera influye la aplicación del Branding y Gestión de Marcas en las empresas del Perú y el Mundo de los últimos 10 años?

Específicos:

- Investigar el nivel de posicionamiento que han alcanzado al utilizar Branding y Gestión de Marca en algunas empresas investigadas.
- Definir cuáles serían las estrategias elegidas para desarrollar un plan estructurado sobre las organizaciones.
- Definir los atributos diferenciadores para lograr un posicionamiento de marca dentro de la mente del consumidor.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

- **Criterios de Elegibilidad:**

Al realizar la búsqueda de información en los diferentes buscados virtuales tome en cuenta los distintos criterios para poder elegir:

- ✓ La fecha de publicación desde el 2008 hacia adelante, no menor de 10 años de antigüedad.
- ✓ Artículos, Libros, Tesis relacionados al tema a un 80 % de la investigación
- ✓ Autores reconocidos.
- ✓ Deducción, Compresión y Análisis profundo del tema.
- ✓ Idioma en Español
- ✓ Ejemplos de empresas Nacionales y Visitantes de importantes Exponentes del tema Branding, Posicionamiento y Marketing.

- **Recursos de Información:**

Para encontrar los siguientes artículos buscados usamos la biblioteca virtual de la UPN, **PRO QUEST – EBOOK CENTRAL**. Nos provee, Colecciones de libros electrónicos, con más de 15000 títulos en temas de ciencia y tecnología

- **Branding: Tendencias y retos en la comunicación de marca – Javier Belilla.**
- **Administración estratégica de marca branding (3a.ed.) – Kevin Lane Keller**

Para encontrar los siguientes artículos buscados usamos la biblioteca virtual de la UPN, **PRO QUEST**. Ya que provee, base de datos multidisciplinaria que contiene información académica y de investigación con temas relacionados a negocios (administración, economía, finanzas, mercado, contabilidad, etc.),

- Philip Kotler diserta en Lima sobre el branding y la diferenciación: [Source: Business Perú] - Philip Kotler.
- Crece la importancia otorgada al branding y el posicionamiento de marcas – Suarez David.
- **Tomado del libro. El poder de las marcas, de Naomi Klein.**

Para encontrar los siguientes artículos buscados usamos la biblioteca virtual de la UPN, **EBSCO**

Nos provee, Bases de datos que nos ofrecen miles de recursos de información especializada en: Economía, Psicología, Administración, Negocios, Tecnología, Humanidades y Ciencias Sociales, de diversas fuentes (Artículos científicos, Revistas, Periódicos, Libros, Tesis, Informes, Directorios, etc.)

- **Brand New: La Esencia de las futuras marcas – Wally Olins**
- **Estado actual del branding en las compañías Spin-off y Start-up Académicas: caso universidades públicas en Colombia.**

Para encontrar los siguientes artículos buscados usamos **GOOGLE ACADEMICS**:

Nos provee, un buscador especializado en documentos académicos y científicos.

- **Análisis de la gestión de branding de la franquicia tgi friday’s y su impacto en las preferencias de los consumidores, Arequipa 2015” – Universidad Católica Santa María**
- **El branding y el posicionamiento de marca de las Mipymes en el sector calzado del distrito El Porvenir. En el año 2016. – UCV**
- **Propuesta de modelo de tión basado en el marketing experiencial para la generación de Brand Equity en el contexto peruano. – PUCP**
- **Propuesta de diseño metodológico para la asignatura de branding – Oscar Mas Vives**

- **Búsqueda:**

Palabras Claves Usados para encontrar las investigaciones realizadas en artículos, libros y tesis.

- ✓ Branding en empresas
- ✓ Posicionamiento de marca
- ✓ Identidad de marca
- ✓ Gestión de Marca
- ✓ Tesis de Branding
- ✓ Perú

Limitaciones:

- Documentos
- Libros
- Tesis
- Idioma Español

- **Selección de Estudios:**

Las informaciones encontradas fueron más de 10 por cada variable que se asemejo a la idea de investigación, por cual se descartaron de la siguiente forma:

- ✓ Actualidad de la información.
- ✓ Temas mezclados
- ✓ Revistas y Artículos basados en temas alejados de lo buscado.
- ✓ Poca información para recolectar.
- ✓ No tuvieron objetividad y precisión en lo requerido.

• Proceso de Recopilación de Datos:

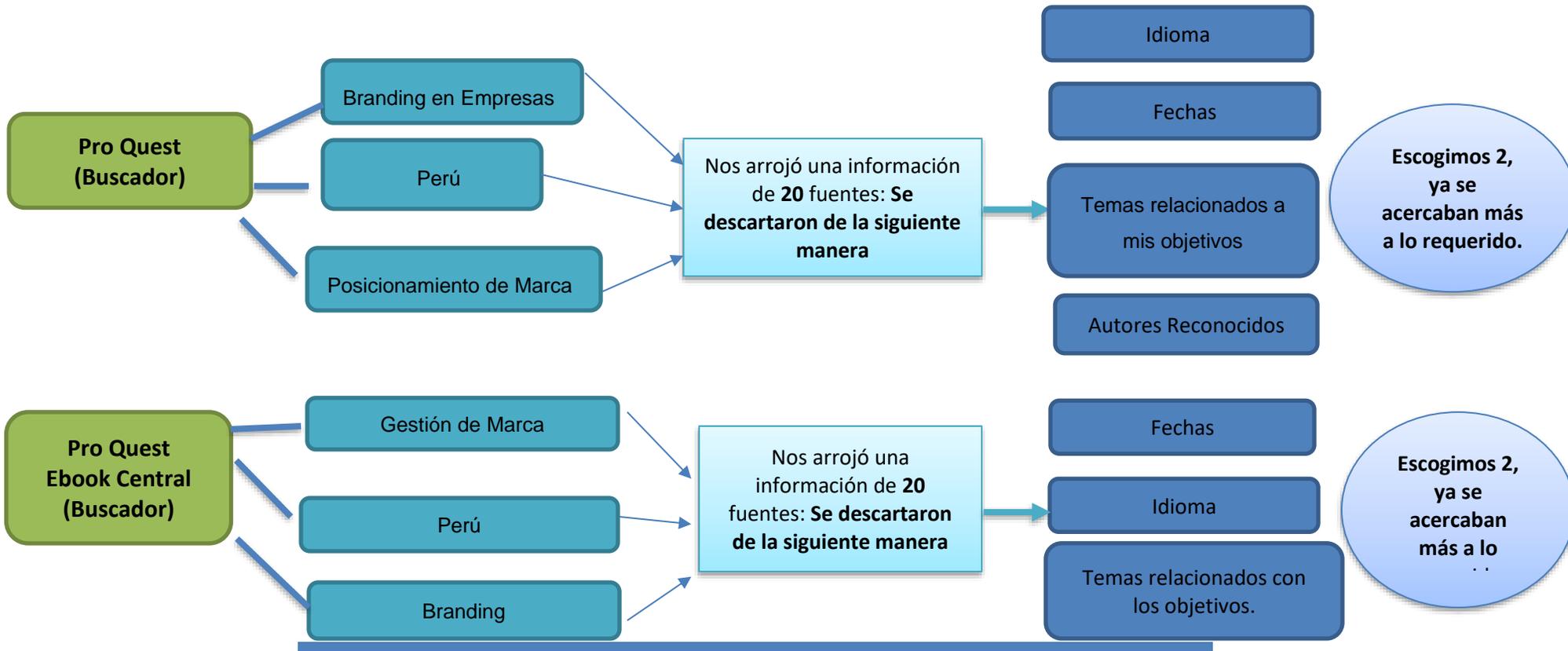
Numero de Temas	1	2	3	4
País	España, Barcelona	EE.UU , Miami	EE.UU, Miami	Perú
Año de Publicación	2010	2008	2008	2008
Tipo de estudio	Libro	Articulo	Articulo	Libro
Autor	Javier Velilla	Kotler , Philip	Suarez , David	Kevin Lane Keller
Idioma	Español	Español	Español	Español
Campo	Branding	Noticias Financieras	Noticias Financieras	Marcas / Branding
Editorial	Editorial OUC	Global Network Content Services	Global Network Content Services	Pearson Educación
(Dirección)	Pro Quest / EBOOK CENTRAL	ProQuest Central	ProQuest Central	Pro Quest / EBOOK CENTRAL

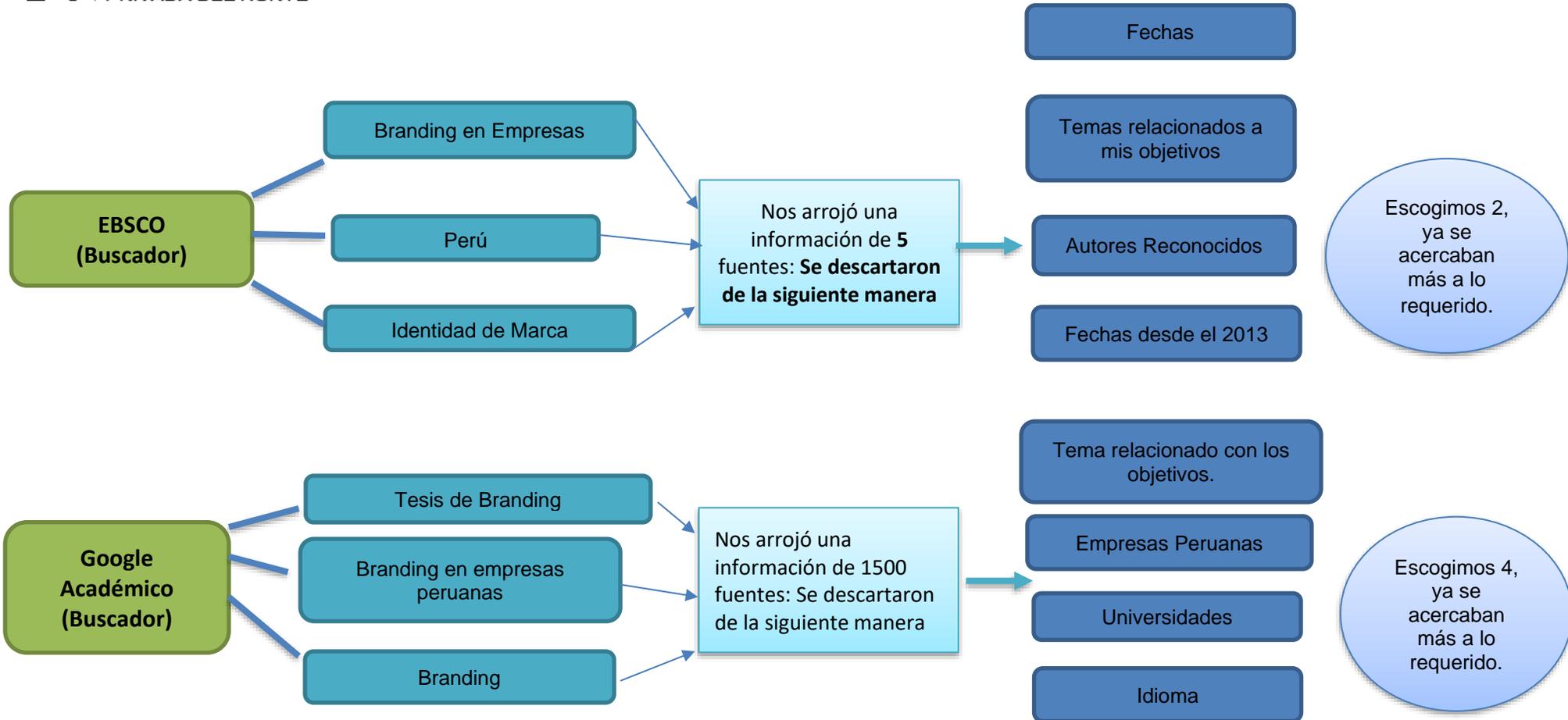
5	6	7	8	9	10
Colombia	Perú , Arequipa	Perú, Trujillo	Perú , Lima	Perú , Lima	Perú , Lima
2014	2015	2016	2017	2017	2015
Revista	Tesis	Tesis	Tesis	Articulo	Libro
Jhonatan , Ivan, Edilson	Brisa , José	Vargas, Edson	Amalia , Liliana	Oscar , Vives	Wally Olins
Español	Español	Español	Español	Español	Español
Estado Actual de Branding	Análisis de la Gestión de Branding	Marketing	Gestión Empresarial	Propuesta de Diseño Metodológico	Negocios y Economía General
Ceipa Business School	Universidad Catolica Santa Maria	Universidad Cesar Vallejo	PUCP	Centro de Investigación de Creatividad	-
EBSCOhost	Google Académico	Google Académico	Google Académico	Google Académico	EBSCOhost

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Selección de Estudio:

Aquí tomamos en cuenta para el proceso de selección de estudios los buscadores que usamos, mostrando la cantidad de información por cada uno y determinando las razones para escoger solo un dicho número específico de cada buscador. **DIAGRAMA DE FLUJO**





Características de los Estudios:

Estas son las características que se empleó en cada buscador para encontrar los 10 temas seleccionados:

- La fecha de publicación desde el 2008 hacia la actualidad, nos enfocamos en el tema de antigüedad de la información, que no sea muy atrasada y mejor si son recientes.
- Artículos, Libros, Tesis relacionados al tema a un 80 % de la investigación a través de los buscadores.
- Autores reconocidos y empresas grandes que tengan experiencias por haber implementado el tema principal que es Branding y Gestión de Marca.
- Deducción, Compresión y Análisis profundo del tema investigado.
- Idioma en Español o Inglés, pero traducidos.
- Ejemplos de empresas Nacionales y Visitantes de importantes Exponentes del tema Branding, Posicionamiento y Marketing.

Análisis Global de los Estudios:

Describiremos las características más comunes de los **10 artículos** de manera globalizada:

Tipo de Información	De las 10
N* de Artículos	3
N* de Tesis	3
N* de Libros	3
N* de Revistas	1

Idioma	De las 10
Español	10
Inglés	0

Países	PERU	EE.UU	ESPAÑA	COLOMBIA
Cantidad	6	2	1	1

En estos Cuadros Comparativos, analizamos cuanto en similitud tienen de los 10 artículos seleccionados, tanto en cantidad, idiomas, países, campo y años de publicación.

Campo	Branding	Noticias Financieras	Marketing	Diseño Metodológicos	Economía General	Gestión Empresarial
Cantidad	4	2	1	1	1	1

Años de Publicación	2008	2010	2015	2016	2017
Cantidad	3	1	2	1	2

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Resumen de Resultados:

- El tema seleccionado “El impacto que genera el Branding en las empresas”, nos ayudó a identificar los antecedentes y poder responder a la pregunta en base al objetivo general de la investigación.
- El branding es muy usado en los últimos años, como soporte para toda organización, que recién están creciendo como las que llevan años.
- En el Perú, aun no se explota demasiado el tema del Branding y es por ello, que la información es poca y desactualizada,
- Cabe destacar con respecto al objetivo principal, a pesar de la poca información determinamos que influye de manera positiva la aplicación de un Plan de Branding, pero de manera consistente y que se cuenta con los recursos necesarios para obtener los resultados esperados, ya sea en corto o a largo plazo, depende de cada empresa y sus objetivos.

Limitaciones:

- **Limitaciones de Recursos:** La falta de información actualizada fue un obstáculo encontrado para la investigación realizada.
- **Limitaciones de Territorio:** La falta de estudios previos de la investigación en el país principalmente.
- **Limitación de Tiempo:** El periodo de tiempo brindado para la realización de la investigación fue corto.
- La información brindada son temas que pueden variar con el tiempo y los resultados son en algunos casos inciertos.

Conclusiones:

- ✓ El trabajo de la investigación teórica que se realizó sobre los artículos, ha contribuido bastante para identificar, verificar y resaltar los puntos que hay que revisar para llevar a cabo una tesis, empezando como base, los artículos científicos encontrados.
- ✓ Nos deja diferentes temas importantes que se necesita analizar y otras para reforzar e implementar como puntos adicionales para llevar a cabo un proyecto totalmente entendible.
- ✓ Hay muchas cosas que podríamos mencionar que aprendimos durante este proyecto de investigación, pero lo más importante es que responde a la pregunta del objetivo general y se acerca a los objetivos secundarios planteados.
Sin embargo, consideramos que es vital para toda empresa, llevar a cabo antes que nada una planificación de lo que se quiere realizar y que se espera obtener cuando se lleve a cabo un proyecto dentro de una empresa, por ende se debe desarrollar una evaluación correcta de las posibles alternativas (artículos) tanto como el plan de branding que se va a proyectar así como también de los posibles caminos para hacer la implementación.

REFERENCIAS

N* 1

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/upnortesp/reader.action?docID=3206874&query=Branding+en+empresas+del+Peru+OR+Gesti%C3%B3n+de+Marca>

N*2

<https://search.proquest.com/docview/466999961/fulltext/25C275AD7F7A4229PQ/3?accountid=36937>

N*3

<https://search.proquest.com/docview/466250336/25C275AD7F7A4229PQ/5?accountid=36937>

N*4

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/upnortesp/detail.action?docID=4849980&query=Branding+en+empresas+del+Peru+OR+Gesti%C3%B3n+de+Marca#>

N*5

<http://eds.a.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=0&sid=e3b13406-d74f-43fd-a7a1-2e8c68e67cb8%40sessionmgr4009&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1lZHMtbGl2ZQ%3d%3d#AN=1414335&db=edsebk>

N*6

<https://core.ac.uk/download/pdf/54219497.pdf>

N*7

http://181.224.246.201/bitstream/handle/UCV/518/vargas_che.pdf?sequence=1&isAllowed=y

N*8

<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/8074>

N* 9

<http://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/ucal/198/OM7.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

N* 10

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsgii&AN=edsgcl.420781236&authtype=s hib&lang=es&site=eds-live&custid=s4509042>