



**UCV**  
UNIVERSIDAD  
CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**“ANÁLISIS DE LA MARCA Y LA PERMANENCIA EN EL  
MERCADO DE LA DISTRIBUIDORA DE GAS “LA MERCED” DE LA  
CIUDAD DE CHIMBOTE EN EL AÑO 2013”.**

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

**AUTOR:**

**BLAS RUIZ Raquel Patricia**

**ASESOR:**

**Mg. ESPINOZA RODRIGUEZ Olenka**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

*Desarrollo Empresarial*

**CHIMBOTE – PERÚ**

**2013**

## **Dedicatoria**

### ***A mis padres***

Quienes con su abnegación y esfuerzo me han sabido conducir por las sendas de la vida. Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

### ***A mis asesores***

Quienes más que eso, son mis amigos a quienes admiro y respeto como personas e intelectuales, para ellos con estima, este trabajo.

A Mg. Olenka Espinoza, quien se merece una mención especial, por su gran apoyo y motivación para la culminación de mis estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis.

A Prof. José Linares, quien con su guía, profesionalismo y ayuda logró el impulso por hacer una investigación exitosa, por el cual merece un gran reconocimiento.

*Blas Ruiz, Raquel Patricia.*

## **Agradecimiento**

Agradezco de forma muy especial a Dios por regalarme la vida brindándome la oportunidad de crecer personalmente y disfrutar de la presencia de mi familia.

Para la culminación de esta investigación, no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de mi familia. Por ello, este trabajo finaliza con éxito gracias a todas las personas que interactuaron y cooperaron de forma desinteresada y que, sin dudar, me brindaron su apoyo.

Una especial mención a Mg. Olenka Espinoza y Prof. José Linares, quienes me asesoraron en todo momento y gracias a su disciplina y a la mejora continua exigida, me motivó a ser perseverante en el proceso de investigación.

## Presentación

### SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Se presenta ante su sensato juicio la tesis titulada: *“ANÁLISIS DE LA MARCA Y LA PERMANENCIA EN EL MERCADO DE LA DISTRIBUIDORA DE GAS “LA MERCED” DE LA CIUDAD DE CHIMBOTE EN EL AÑO 2013”*, con la finalidad de: Analizar la marca y la permanencia en el mercado de la Distribuidora de Gas “La Merced” de la ciudad de Chimbote en el año 2013. En cumplimiento del Reglamento de Grados Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de: Licenciada en Administración de Empresas.

Esperando cumplir con los requisitos de investigación.

*Blas Ruiz, Raquel Patricia*

# ÍNDICE

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Presentación .....	iv
ÍNDICE .....	v
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>100</b>
1.1.1. Realidad problemática .....	10
1.1.2. Formulación del problema .....	155
1.1.3. Justificación .....	155
1.1.4. Antecedentes .....	17
1.1.5. Objetivos .....	199
<b>1.2. MARCO REFERENCIAL .....</b>	<b>20</b>
1.2.1. Marco Teórico .....	20
1.2.1.1. Definición de marca .....	20
1.2.1.2. Funciones .....	21
1.2.1.3. Características .....	22
1.2.1.4. Requisitos de la marca .....	24
1.2.1.5. Valoración de marca .....	26
1.2.1.6. La marca como método mnemotécnico .....	29
1.2.1.7. El branding .....	30
1.2.1.8. Merchandising .....	32
1.2.1.9. Elementos de marca .....	35
1.2.1.10. Imagen de marca .....	36
1.2.1.11. Papel comercial de la marca .....	38
1.2.1.12. La marca en la economía .....	41
1.2.1.13. Nuevas tendencias en la creación y gestión de marcas .....	42
1.2.1.14. Lovemark .....	44
1.2.2. Permanencia .....	46

1.2.2.1. Definición.....	46
1.2.3. Mercado.....	47
1.2.3.1. Definición.....	47
1.2.4. Permanencia en el mercado.....	48
1.2.4.1. Posicionamiento.....	48
1.2.4.2. Participación de mercado.....	50
1.2.2. Marco conceptual .....	51
2. MARCO METODOLÓGICO.....	55
2.1. Hipótesis .....	55
2.2. Variables .....	54
2.2.1. Definición conceptual .....	55
2.2.2. Definición operacional .....	56
2.3. Metodología .....	55
2.3.1. Tipo de estudio .....	56
2.3.2. Diseño .....	56
2.4. Población y muestra.....	57
2.5. Método de investigación.....	58
2.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	59
2.7. Métodos de análisis de datos .....	59
3. RESULTADOS.....	61
4. DISCUSIÓN.....	997
5. CONCLUSIONES.....	105
6. SUGERENCIAS .....	107
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	110
8. ANEXOS	

## RESUMEN

**La investigación de la tesis intitulada:** Análisis de la marca y la permanencia en el mercado de la Distribuidora de Gas “La Merced” de la ciudad de Chimbote en el año 2013 que corresponde a analizar la marca propia y su permanencia en el mercado. Toda vez que el problema investigado sea: *¿Cuál es el análisis de la marca y la permanencia en el mercado de la Distribuidora de gas “La Merced” de la ciudad de Chimbote en el año 2013?* Se ha planteado como objetivo general: analizar la marca y la permanencia en el mercado de la Distribuidora de Gas “La Merced” de la ciudad de Chimbote en el año 2013. Asimismo, considerando a una población de 46 498 familias que residen en el área urbana y que consumen gas, teniendo una muestra final de 371 consumidores con las características de la población, a quienes se les aplicó una encuesta acerca de marca propia para determinar cómo es el manejo de las distribuidoras de gas en el mercado con respecto a marcas propias y externas y en especial, de la Distribuidora “La Merced”, por otro lado se recogió información de la empresa “La Merced” para elaborar cuadros pertinentes a indicadores de la variable permanencia en el mercado, basados en datos históricos de la empresa y en la aplicación de una fórmula de valorización de marca (EVA). Luego de realizar el proceso de investigación, se han obtenido conclusiones acordes a los objetivos planteados, dentro de las cuales se ha considerado que “La Merced” tiene poca recordación de marca propia en el mercado, por lo cual, su permanencia en el mercado corre riesgos.

Palabras claves: Marca, propia, recordación, permanencia, mercado, riesgo.

## ABSTRACT

**The investigation of the entitled thesis:** Analysis of the brand and the permanency on the market of the Gas distributor " The Mercy " of Chimbote's city in the year 2013 that corresponds to analyzing the own brand and his permanency on the market. Although the investigated problem is: which is the analysis of the brand and the permanency on the market of the Gas distributor " The Mercy " of Chimbote's city in the year 2013? This it has raised as general aim: to analyze the brand and the permanency on the market of the Gas distributor " The Mercy " of Chimbote's city in the year 2013. Likewise, considering a population of 46 498 families that reside in the urban area and that consume gas, having a final sample of 371 consumers with the characteristics of the population, to whom a survey was applied it brings over of own brand, on the other hand there was gathered information of the company " The Mercy " to elaborate pertinent pictures to indicators of the variable permanency on the market. After realizing the process of investigation, identical conclusions have been obtained to the raised aims, inside which it has thought that " The Mercy " has small recall of own brand on the market, for which, his permanency on the market traverses risks.