



**UNIVERSIDAD TÉCNICA
PARTICULAR DE LOJA**



*Centro de Asesoría Empresarial y
Social*

LAS MARCAS CON MAYOR ACEPTACION EN LA CIUDAD DE



COMPILADOR:

**Diego García V.
PROFESIONAL EN FORMACION UTPL**

**TRABAJO REALIZADO POR ESTUDIANTES DEL SEXTO Y OCTAVO CICLO DE LA
ESCUELA DE ECONOMÍA - UTPL 2008**

LOJA-ECUADOR

2008-10-13

INTRODUCCION

El mundo en las últimas décadas ha experimentado cambios profundos en los patrones de consumo, llegando al punto en el que el agente económico básico, la familia se ha convertido en *consumista*. Se cree que lo nuevo es normalmente mejor que lo antiguo, y que la adquisición de una mayor cantidad de bienes materiales y servicios le dan un mayor nivel de *estatus social*, convirtiéndola a la familia y por tanto al individuo en un prisionero de su propio poder de compra, empujado por la búsqueda de su propio bienestar o el de su entorno familiar.

OBJETIVOS

Objetivo General

Determinar cuáles son los grupos de marcas que tienen mayor aceptación en las cuatro parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Objetivos Específicos

- Determinar las marcas de mayor consumo en las diferentes parroquias de la ciudad de Loja.
- Determinar la preferencia por las diferentes marcas de acuerdo al nivel de ingreso de las familias.
- Establecer el nivel de preferencia por marcas nacionales y extranjeras.
- Determinar las características de las marcas que determinan la preferencia del consumidor

CONCLUSIONES

Luego de realizar el proyecto se puede presentar las siguientes conclusiones:

1. No existe relación entre la demanda o preferencia de un producto con el ingreso del consumidor, esto puede deberse a las encuestas en su mayoría fueron aplicadas a personas de clase media y a que en las parroquias urbanas de nuestra ciudad se evidencia poca diferencia en el *estatus social*, son esporádicos los casos de familias de clase social muy alta y en algunos otros de familias de clase social baja
2. La mayoría de personas optan por las **marcas extranjeras** en productos como: electrodomésticos, tecnología y en ropa; debido a que éstos productos son elaborados casi en su totalidad en el extranjero, salvo en los casos de prendas de vestir en los que una pequeña proporción de prendas son elaboradas en el país, en lo que respecta a comida se consume lógicamente productos elaborados en nuestro país que en algunos casos son productos de marcas extranjeras pero con franquicias en Ecuador.
3. Según la información que arrojan las encuestas se concluye que el aspecto que más se toma en cuenta al adquirir un producto es el **precio** con un 45% de la muestra encuestada, seguido por la **calidad** con un 33% y en tercer lugar se

ubica la *marca* del producto con un 13%, a continuación de éstos tres aspectos se encuentran la atención, la publicidad y la moda con porcentajes parecidos pero bastante bajos.

4. A continuación se presenta 4 ideas de *Schmitz Berger 2005*¹ bastante útiles para quienes están comenzando y no quieren tropiezos en sus negocios, con algunas modificaciones para ganar mercados nacionales antes que internacionales:

1. Garantice primero una marca fuerte en la ciudad de origen, además de un volumen de ventas, para respaldar financieramente la operación nacional.
2. Antes de comenzar a operar, tenga cuidado para no decepcionar: garantice un servicio/producto que comience con una red logística y de distribuciones eficientes.
3. Trabaje con gente local que conozca las costumbres de los clientes potenciales y que sepa conquistar a los formadores de opinión.
4. Cuide que su marca tenga un posicionamiento único y uniforme en todo el mercado nacional, sin importar en donde este.

LAS TRES MEJORES MARCAS DE CADA PRODUCTO

COMIDA

SUPERMERCADOS	MERCADOS	SITIOS DE COMIDA RÁPIDA	ACEITES VEGETALES
1 Supermaxi 2 Hipervalle 3 Romar	1 Centro Comercial 2 Gran Colombia 3 Ferias libres	1 KFC 2 Plaza inn 3 Los Alpes	1 La Favorita 2 Girasol 3 El Cocinero
LÁCTEOS	EMBUTIDOS	RESTAURANTES	
1 Ecolac 2 La Lechera 3 Nutrileche	1 Inapesa 2 Cafrilosa 3 La Europea	1 200 Millas 2 Mar y Cuba 3 Pollos Ricky	

BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

BEBIDAS GASEOSAS	AGUAS	JUGOS	BEBIDAS ENERGIZANTES
1 Coca Cola 2 Fioravanti 3 Sprite	1 Guitig 2 Vilca vida 3 Fontana	1 Sunny 2 Natura 3 Tampico	1 Gatorade 2 V220 3 Red Bull

BEBIDAS ALCOHÓLICAS

VINOS	CERVEZAS	WHISKY	RON

¹ Revista América Economía, febrero 2008, N° 354, Marcas, pag. 35

1 Boones	1 Pilsener	1 Grants	1 San Miguel
2 Merlot	2 Corona	2 McGregor	2 Bacardí
3 Malbec	3 Brahma	3 Johnny Walker	3 Ron Castillo

TECNOLOGÍA

MP3	TELÉFONOS MÓVILES	OPERADORAS MÓVILES	RELOJES
1 Sony	1 Nokia	1 Porta	1 Rolex
2 LG	2 Sony Ericsson	2 Movistar	2 Citizen
3 Samsung	3 Motorola	3 Alegro	3 Seiko

COMPUTADORES PORTÁTILES	CÁMARAS DIGITALES	CÁMARAS DE VIDEO
1 hp	1 Sony	1 Sony
2 Toshiba	2 Olympus	2 Panasonic
3 IBM	3 Cannon	3 LG

ELECTRODOMÉSTICOS

LÍNEA BLANCA	EQUIPOS DE SONIDO	TELEVISORES
1 LG	1 Sony	1 Sony
2 Indurama	2 Panasonic	2 LG
3 Electrolux	3 Aiwa	3 Panasonic

ROPA

ALMACENES DEPORTIVOS	ZAPATOS DEPORTIVOS	CONFECCIÓN DE TERNOS	JEANS
1 Maratón	1 Nike	1 Confecciones Arévalo	1 Pepe
2 Deportivo Vélez	2 Adidas	2 Ullauri León	2 Diessel
3 Olimpya	3 Puma	3 Record	3 Adolfo

BOUTIQUES
1 American Boutique
2 Yoredi
3 Miami Sport

TRANSPORTE

MARCAS DE MOTOS	MARCAS DE VEHÍCULOS	TRANSPORTE TERRESTRE
1 Suzuki	1 Toyota	1 Cooperativa Loja
2 Honda	2 Chevrolet	2 Panamericana
3 Yamaha	3 Hyundai	3 Santa

SERVICIOS FINANCIEROS

BANCOS	COOPERATIVAS
1 Banco de Loja	1 Coopmego

2 Banco del Pichincha 3 Produbanco	2 Padre Julián Lorente 3 Cacpe
---------------------------------------	-----------------------------------

DISTINTOS NEGOCIOS QUE OFRECEN SERVICIOS

SALONES DE EVENTOS	PELUQUERÍAS	HOTELES	CLÍNICAS
1 Colegio de Ingenieros 2 Raimy 3 Gala y Eventos	1 Estética Paula 2 Pablo Gutiérrez 3 Peluquería Guayaquil	1 Hotel Libertador 2 Hotel San Antonio 3 Gran Hotel Loja	1 San Agustín 2 San José 3 Mogrovejo

FARMACIAS	UNIVERSIDADES	LAVADORAS DE ROPA	LAVADORAS DE CARROS
1 Cruz Azul 2 Fibeca 3 Sana Sana	1 UTPL 2 UNL 3 UIDE	1 La Mágica 2 La Química 3 Martinizing	1 Calva & Calva 2 La Ecológica 3 Zona Limpia

GIMNASIOS	BARES	DISCOTECAS
1 Energy 2 Turco 3 Poder	1 Friends 2 Casa Tinku 3 D'Class	1 La Fiesta 2 Santo Remedio 3 La Onix

ARTÍCULOS VARIOS

CIGARRILLOS	DESODORANTES	CHAMPÚ	COSMÉTICOS
1 Malboro 2 Lark 3 Líder	1 Axe 2 Rexona 3 Speedstik	1 Sedal 2 Head & Shoulders 3 Har	1 Yambal 2 Avon 3 Maybelline

DETERGENTES
1 Deja 2 Fab 3 Omo

Con lo expuesto anteriormente se espera que la información presentada sirva de manera eficiente a los productores, distribuidores y consumidores de las marcas preferidas por la ciudadanía lojana así como de orientación para futuros emprendedores para que conozcan las marcas que los pueden ayudar a convertirse en empresarios exitosos.