

## COMPETENCIAS GERENCIALES ASOCIADAS AL DESEMPEÑO EFECTIVO DEL GERENTE DE MARCA.

---

## MANAGEMENT SKILLS PERTAINING TO BRAND MANAGER EFFECTIVE PERFORMANCE.

---

Fecha de recepción: 5-05-2015. Fecha de aceptación: XXXXXXX / Fecha de disponibilidad de línea: XXXXXXXXXXXX Escrito por  
YENNY GISELA LEMUS HERRERA<sup>1</sup>  
JENNIFER KARINA SÁNCHEZ MARTÍNEZ<sup>2</sup>  
LEONARDO ORTEGÓN CORTÁZAR<sup>3</sup>  
SANDRA PATRICIA ROJAS BERRIO<sup>4</sup>  
Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano.

### **Código JEL:M30; M31**

### **Resumen**

La marca es un activo que permite a las empresas, diferenciarse y obtener rentabilidad, la administración de la misma debe ser realizada por profesionales con competencias específicas, en este sentido es relevante explorar las competencias gerenciales asociadas al desempeño efectivo. A través de un estudio cualitativo de enfoque exploratorio, se realizó una revisión de literatura que resultó en el desarrollo de un instrumento de 15 preguntas que fue aplicado a 16 gerentes de marca pertenecientes a diversos sectores en Colombia; a la transcripción de las mismas se realizó un análisis hermenéutico haciendo uso del software Atlas.ti. Los resultados permitieron clasificar las dimensiones y los componentes que hacen efectivo al gerente de marca, lo anterior articulado con la literatura revisada.

**Palabras clave:** competencias gerenciales, desempeño efectivo, gerente de marca.

---

1 Magister en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Docente del programa en Economía. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Grupo de investigación mercadeo I+2. giselalemus28@hotmail.com

2 Magister en Gerencia Estratégica de Mercadeo. Directora Programa Académico en Comunicación Social. Fundación Universitaria San Alfonso. Grupo de investigación mercadeo I+2. jesanche@poligran.edu.co. Correspondencia Calle 37 número 24-47. Bogotá Colombia.

3 Magister en Psicología del Consumidor. Docente del programa en Maestría de Gerencia Estratégica de Mercadeo. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Grupo de investigación mercadeo I+2. Asesor temático. lortegon@poligran.edu.co.

4 Magister en Administración de Empresas. Directora del Departamento de Investigación Desarrollo e Innovación. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. srojasbe@poligran.edu.co

**Abstract:**

The brand is an assets that allows companies differentiation from others, and profit, its management must be performed by professionals with specific skills, in that vein is relevant to explore the management skills pertaining to effective performance. Therefore, with a qualitative and exploratory approach literature review allowed the development of an indepth interview with 15 questions that was applied to 16 brand managers from differents economic sectors, An hermeneutical analysis was conducted in Atlas.ti. Results show a classification of components, articulated with literature review.

**Keywords:** management skills, effective performance, brand manager