



RESUMEN TESIS DE GRADO

AUTOR (ES):

NOMBRE (S): CAROLINA

APELLIDOS: JAIMES ABRIL

NOMBRE (S): _____

APELLIDOS: _____

FACULTAD: CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS: ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

DIRECTOR:

NOMBRE (S): JUAN CARLOS

APELLIDOS: QUINTERO CALDERON

TITULO DE LA TESIS: IMPACTO DE LAS VARIABLES DE MARKETING EN LAS
EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS EN CÚCUTA

RESUMEN:

Se identificaron las variables de mercadeo que pueden ser evaluadas en las empresas de servicios públicos domiciliarios, diseñando un proceso formal de investigación con el que se logró obtener la información necesaria de los usuarios sobre las variables de marketing. Se identificaron las variables con mayor impacto en la imagen de las empresas de servicios públicos domiciliarios. Por último, se formuló una propuesta que permita a las empresas de servicios públicos domiciliarios enfocar sus estrategias de mercadeo para lograr un impacto positivo en los usuarios.

Palabras clave: Impacto empresarial, estrategias de marketing, usuarios, empresas de servicios públicos.

CARACTERÍSTICAS:

PAGINAS: 118

PLANOS:

ILUSTRACIONES:

CD-ROM: 1

IMPACTO DE LAS VARIABLES DE MARKETING EN LAS EMPRESAS DE
SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS EN CÚCUTA

CAROLINA JAIMES ABRIL

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA
2014

IMPACTO DE LAS VARIABLES DE MARKETING EN LAS EMPRESAS DE
SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS EN CÚCUTA

CAROLINA JAIMES ABRIL

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Administrador Financiero

Director
JUAN CARLOS QUINTERO CALDERON
Administrador de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN FINANCIERA
SAN JOSE DE CÚCUTA
2014



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE UN TRABAJO DE GRADO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

HORA: 10:00 A.M.
FECHA: MARZO 14 DE 2014
LUGAR: CREAD SALA 4
JURADOS: MAYRA ESPERANZA FOLIACO
LUIS AUGUSTO FORERO SEPULVEDA
JOSE ALEJANDRO MARTINEZ


TITULO DE LA TESIS: IMPACTO DE LAS VARIABLES DE MARKETING EN LAS
EMPRESAS DE SERVICIOS PUBLICOS DOMICILIARIOS EN CUCUTA

DIRECTOR: JUAN CARLOS QUINTERO CALDERON

| NOMBRES DE LOS ESTUDIANTES | CODIGO | NOTA | CALIFICACION |
|-----------------------------------|----------------|-------------|-----------------------|
| <u>CAROLINA JAIMES ABRIL</u> | <u>1490403</u> | <u>4.4</u> | <u>CUATRO. CUATRO</u> |

PLAN DE ESTUDIO: ADMINISTRACION FINANCIERA

FIRMAS DE LOS JURADOS:

ps. Mayra Folio  

VoBo.


COORDINADOR COMITÉ CURRICULAR

CONTENIDO

| | pág. |
|--------------------------------------|------|
| INTRODUCCIÓN | 13 |
| 1. TÍTULO | 14 |
| 1.1 IDENTIFICACION DEL PROBLEMA | 14 |
| 1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 14 |
| 1.3 OBJETIVOS | 16 |
| 1.3.1 Objetivo general | 16 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 16 |
| 1.4 JUSTIFICACION | 16 |
| 1.4.1 A nivel empresarial | 17 |
| 1.4.2 A nivel de la universidad | 17 |
| 1.4.3 A nivel personal | 17 |
| 1.5 LIMITACIONES | 18 |
| 1.6 ALCANCES | 18 |
| 2. MARCO TEORICO | 19 |
| 2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN | 19 |
| 2.2 BASES TEÓRICAS | 20 |
| 2.2.1 Investigación de mercados | 20 |
| 2.2.2 Mezcla de mercadeo | 32 |
| 2.2.3 Gerencia estratégica | 36 |
| 2.2.4 Calidad total | 44 |

| | |
|---|----|
| 2.2.5 Indicadores de marketing | 46 |
| 2.3 BASES LEGALES | 49 |
| 2.3.1 Constitución Política de Colombia, de 1991 | 49 |
| 2.3.2 Leyes | 51 |
| 2.3.3 Decretos | 51 |
| 2.3.4 Resoluciones | 52 |
| 2.4 DEFINICIÓN DE TERMINOS | 52 |
| | |
| 3. METODOLOGIA | 63 |
| 3.1 TIPO DE INVESTIGACION | 63 |
| 3.2 POBLACION | 63 |
| 3.3 MARCO MUESTRAL | 64 |
| 3.4 INSTRUMENTO | 65 |
| 3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN | 65 |
| | |
| 4. VARIABLES DE MERCADEO EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS | 66 |
| 4.1 CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS DE CÚCUTA | 66 |
| 4.1.1 Centrales Eléctricas del Norte de Santander S.A. E.S.P. Centrales Eléctricas del Norte de Santander S.A E.S.P | 68 |
| 4.1.1.1 Misión | 68 |
| 4.1.1.2 Visión | 68 |
| 4.1.1.3 Caracterización de mercadeo | 68 |
| 4.1.2 Aguas Kpital Cúcuta S.A. E.S.P. | 70 |
| 4.1.2.1 Misión | 70 |
| 4.1.2.2 Visión | 70 |

| | |
|--|----|
| 4.1.2.3 Caracterización de mercadeo | 70 |
| 4.1.3 Proactiva Oriente S.A. E.S.P. | 72 |
| 4.1.3.1 Misión | 72 |
| 4.1.3.2 Visión | 72 |
| 4.1.3.3 Caracterización de mercadeo | 72 |
| 4.1.4 Aseo Urbano S.A.S. E.S.P. | 73 |
| 4.1.4.1 Misión | 73 |
| 4.1.4.2 Visión | 73 |
| 4.1.4.3 Caracterización de mercadeo | 74 |
| 4.1.5 Gases del Oriente S.A. E.S. P. | 75 |
| 4.1.5.1 Misión | 76 |
| 4.1.5.2 Visión | 76 |
| 4.1.5.3 Caracterización de mercadeo | 76 |
| 4.2 IDENTIFICACIÓN VARIABLES DE MARKETING | 77 |
| 4.2.1 Top of mind | 78 |
| 4.2.2 Top of heart | 80 |
| 4.2.3 Engagement | 82 |
| 4.2.4 Encantamiento | 85 |
| 4.2.5 Precio | 88 |
| 4.2.6 Imagen y reputación | 90 |
| 4.2.7 Satisfacción | 91 |
| 5. IMPACTO DE LAS VARIABLES DE MARKETING EN EMPRESAS DE SERVICIOS PÚBLICOS DOMICILIARIOS DE CÚCUTA | 95 |
| 5.1 CENS S.A. E.S.P. | 95 |

| | |
|---|-----|
| 5.2 AGUAS KPITAL S.A. E.S.P. | 97 |
| 5.3 PROACTIVA ORIENTE S.A. E.S.P. | 98 |
| 5.4 ASEO URBANO S.A.S. E.S.P. | 99 |
| 6. PROPUESTA DE MARKETING | 101 |
| 6.1 EL MERCADO | 106 |
| 6.2 EL PRODUCTO | 106 |
| 6.3 LA COMUNICACIÓN | 107 |
| 6.4 ESTRATEGIAS PROPUESTAS PARA LOS INDICADORES DE MERCADERO | 109 |
| 7. CONCLUSIONES | 113 |
| 8. RECOMENDACIONES | 114 |
| BIBLIOGRAFIA | 115 |