



**FACULTAD DE INGENIERÍA
PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
PREGRADO EN INGENIERÍA INDUSTRIAL
BOGOTÁ D.C.**

LICENCIA CREATIVE COMMONS: Atribución - no Comercial 2.5 Colombia (CC BY – NC 2.5).

AÑO DE ELABORACIÓN: 2018

TÍTULO: Diseño de un plan de mercadeo para plantas eléctricas a gas de la compañía Selmec en el sector universitario de la ciudad de Bogotá D.C

AUTOR (ES): Aguilera Forero, Alejandra

DIRECTOR(ES)/ASESOR(ES): Pulido Moreno, Luis Manuel

MODALIDAD: Visita Técnica Internacional

PÁGINAS: **CUADROS:** **FIGURAS:** **GRAFICAS:**

CONTENIDO:

INTRODUCCIÓN

1. GENERALIDADES
2. ANALISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA
3. ESTUDIO DE MERCADOS
4. ENCUESTA
5. ESTUDIO FINANCIERO
6. CONCLUSIONES
7. RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

DESCRIPCIÓN: La investigación del presente trabajo evidencia la necesidad de implementar una estrategia de Mercadeo adecuada que permita captar nuevos clientes potenciales e incrementar las ventas en la ciudad de Bogotá para la empresa Selmec en su línea de plantas eléctricas de emergencia a gas, de



acuerdo a los lineamientos y características encontradas en este estudio, se procederá a estructurar la unidad de negocios para esta línea.

METODOLOGÍA: La metodología propuesta para el presente trabajo será de tipo exploratorio y descriptivo, puesto que la información necesaria para el desarrollo corresponde a la información existente en la empresa. Es de carácter exploratorio ya que se requiere información acerca de todo lo pertinente a las plantas eléctricas a gas y su contribución al medio ambiente.

Teniendo en cuenta los objetivos propuestos para la presente investigación y dando cumplimiento a estos, se estableció la encuesta como principal instrumento para recopilar la información necesaria.

PALABRAS CLAVE: PLAN DE MERCADEO, ESTRATEGIAS, PLANTAS ELECTRICAS, GAS NATURAL

CONCLUSIONES:

- La realización de este trabajo de grado permitió cumplir con los objetivos que se impusieron desde el día en el que se decidió iniciar este proceso desde la recolección del más mínimo dato que ayudaría a buscar la solución a las deficiencias evidenciadas en la empresa Selmec.
- El análisis de la matriz DOFA permitió desarrollar estrategias para la elaboración de este plan de marketing donde nos ayuda a contemplar el direccionamiento de este trabajo basándose en el desarrollo de una línea de negocios para un nuevo segmento de mercado.
- La matriz MPC (matriz del perfil Competitivo) nos permitió identificar las empresas que directamente le hacen competencia a esta organización, demostrándonos que la mayoría cumple con los requisitos exigidos por el mercado.
- Con los resultados de la encuesta se puede concluir que, aunque las energías alternativas es un tema que genera gran inquietud por la mayoría de los encuestados, para mejorar su calidad y contribuir al cuidado del medio ambiente, la población presenta gran desconocimiento sobre el tema de estas energías, por lo cual un porcentaje notable, no sabe cómo se podría



implementar este tipo de energías en los proyectos o actividades que desarrollan.

- Se evidencia la gran necesidad de implementar un plan de acción para aumentar el posicionamiento de la empresa, debido a que se identifica que tiene muy poco reconocimiento en la ciudad de Bogotá

FUENTES:

- AMAYA, Jairo. Gerencia, planeación y estratégica. Bogotá: Universidad Santo Tomás., 2011. p.22.
- CASAS, Anguita. La encuesta como técnica de investigación, Bogotá: Norma editores 2003. p.45.
- CODENSA S.A. ESP. Generalidades 7.6, sistemas de emergencia instalados por el cliente. 2011 [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 03 abril, 2018]. Disponible en internet <URL: http://likinormas.micodensa.com/Norma/acometidas_medidores/sistemas_emergencia_instalados_cliente/generalidades_7_6_sistemas_emergencia_instalados_cliente>
- CONCEPTOS. Definición de energía. Bogotá: La Empresa [en línea]. [citado 03 abril, 2018]. Disponible en internet <URL: <http://conceptodefinicion.de/energia/>>
- CONTRERAS, José. La matriz del perfil competitivo (MPC) [en línea]. Bogotá: El Autor [citado 3 abril, 2018]. Disponible en internet <URL: <http://www.joseacontreras.net/direstr/cap492d.htm>>
- ECHEVERRI, Cañas Lina María. Marketing Práctico. Bogotá: Mayol Ediciones S.A., 2008. p.3.
- EMCALI. Unidad Estratégica de Negocio de Energía Dirección Distribución. Plantas de emergencia. Diciembre, 2006. Bogotá: La Empresa [en línea]. [citado 03 abril, 2018]. Disponible en internet <URL: <https://www.emcali.com.co/documents/10848/142294/09.+Capitulo+9++Plantas+de+Emergencia.pdf/6342d115-c482-4a09-a0ce-34da3b5a39b4?version=1.2>>



- EUGENIOCANTERO. Mantenimiento plantas de emergencia. 24 feb, 2015. Como funciona una planta de emergencia. [en línea]. Bogotá: La Empresa [citado 03 abril, 2018]. Disponible en internet <URL: <https://eugeniocantero.wordpress.com/2015/02/24/plantas-de-emergencia/>>
- FRED, David. Conceptos de Administración estratégica, México: Trillas editore, 2003. p.33.
- GAS NATURAL. Mente Cuerpo Sano. Gas Natural, ventajas y desventajas. Bogotá: La Empresa [en línea]. [citado 03 abril, 2018]. Disponible en internet <URL: <https://mentecuerposano.com/gas-natural/>>
- KOTLER, Philip y GARY, Armstrong. Fundamentos de Marketing, México: Pearson Educación ,2008. p.56.
- MESONERO, Mikel y ALCAIDE, Juan Carlos. Marketing Industrial.1ra edición. Bogotá: Norma editores,2012. p.54.
- SALAME, Abdu. La planeación y el desarrollo de productos. Bogotá: Trillas editores.2009. p.213.
- SELMEC. Quienes somos [en línea]. Bogotá: Selmec. [citado 14, marzo, 2018]. Disponible en internet <URL: <http://www.selmec.com.mx/quienes-somos.html>>
- STANTON, Etzel y WALKER, Bruce. Fundamentos del Marketing. México: Mc Graw Hill,2007. p.11.
- UNIDAD DE PLANEACIÓN MINERO ENERGETICA. Proyecciones de precios de los energéticos para generación eléctrica enero 2014 – diciembre 2037 [en línea]. Bogotá: UPME [citado 14 marzo, 2018]. Disponible en Internet: <URL: http://www.sipg.gov.co/sipg/documentos/precios_combustibles/Termicas_Marzo_2014.pdf>