

El impacto del uso de material publicitario exterior en el número de transacciones de las EDS operadas por Masser (principal franquiciado de Terpel) en el departamento del Atlántico

Autora:

Melissa Buelvas-Mora

201912011438

Trabajo de Investigación presentado como requisito para optar al título de:

Especialista en Dirección de Marketing

Tutora:

Yolanda Vega-Sampayo

2025

RESUMEN

Esta investigación tiene como propósito determinar el impacto del uso de material publicitario exterior en el número de las transacciones de las Estaciones de Servicio (EDS) operadas por Masser (principal franquiciado de Terpel) en el departamento del Atlántico, durante los períodos de enero a junio de 2024 y enero a junio de 2023. Para esto, se implementó una metodología de carácter mixto, observacional, con un registro de información retrospectivo, una recolección de datos longitudinal, un nivel de profundidad descriptivo y una fuente de acopio de datos de tipo documental. Esta metodología permitió, en primer lugar, especificar las características estructurales y geográficas de las EDS de la muestra, clasificadas en las categorías de número de islas, número de surtidores, número de mangueras, dirección, tipo, municipio y combustibles comercializados. En segundo lugar, proporcionar un desglose detallado de los tipos y formatos de material publicitario exterior identificados en cada EDS, organizados y presentados en un calendario según su mes de instalación. Y, en tercer lugar, presentar gráficamente, mes a mes, los datos correspondientes a las variables transacciones totales, transacciones fidelizadas, y porcentaje de fidelización de transacciones. Los resultados permiten concluir que, dado que la fidelización de las transacciones depende de la intención de fidelización de compra del cliente y la labor del promotor en la ejecución del Protocolo de Servicio durante el tanqueo, solo fue posible establecer una relación comparativa entre la instalación de estos materiales publicitarios exteriores y la variable transacciones totales, demostrando que, en la mayoría de los casos analizados, dicho uso tuvo un impacto negativo sobre esta variable en las EDS de la muestra.

Palabras clave: Material publicitario exterior, Estaciones de Servicio, Variables, Fidelización, Marketing tradicional.

ABSTRACT

This research aimed to determine the impact of outdoor advertising materials on the number of transactions at the gas stations operated by Masser (the main Terpel franchisee) in the Atlántico department during the periods from January to June 2024 and January to June 2023. For this purpose, a mixed-method, observational methodology was implemented, featuring retrospective data recording, longitudinal data collection, a descriptive level of depth, and documentary data sources. This methodology allowed, first, the specification of the structural and geographical characteristics of the sampled gas stations, classified into categories such as number of islands, dispensers, hoses, address, type, municipality, and fuels marketed. Second, it provided a detailed breakdown of the types and formats of outdoor advertising materials identified at each gas station, organized and presented in a calendar according to their month of installation. Third, it enabled the graphical presentation, month by month, of the data corresponding to the variables: total transactions, loyal transactions, and transactions loyalty percentage. The results allow us to conclude that, since loyal transactions depends on the customer's purchase loyalty intention and the promoter's implementation of the Service Protocol during refuelling, it was only possible to establish a comparative relationship between the installation of these outdoors advertising materials and the total transactions variable, showing that, in most of the cases analysed, the use of these materials had a negative impact on this variable at the sampled gas stations.

Key words: Outdoor advertising material, Gas stations, Variables, Loyalty, Traditional marketing.

REFERENCIAS

- Acosta, C. (07 de febrero de 2024). Terpel, Primax y Chevron, las tres empresas que lideran en el negocio de combustible. *La República*.
[https://www.larepublica.co/empresas/las-empresas-que-lideran-en-venta-de-combustibles-2024-3796094#:~:text=Chevron%20contin%C3%BAa%20en%20el%20listado,\(2%2C7%20millones\)](https://www.larepublica.co/empresas/las-empresas-que-lideran-en-venta-de-combustibles-2024-3796094#:~:text=Chevron%20contin%C3%BAa%20en%20el%20listado,(2%2C7%20millones))
- Alarcón, J. (s.f.) y Gómez, G. (2023). *Informe Producto Interno Bruto IV Trimestre de 2023*. Dirección de Asuntos Económicos de la Asociación Nacional de Comercio Exterior. <https://www.analdex.org/wp-content/uploads/2024/03/Informe-PIB-Trimestre-IV-del-2023.pdf>
- Asociación Colombiana del Petróleo y Gas. (2024). *Tendencias y Perspectivas del Sector Petróleo y Gas en Colombia*. ACP.
<https://acp.com.co/portal/download/informe-economico-tendencias-y-perspectivas-del-sector-petroleo-y-gas-en-colombia/?wpdmdl=30304&refresh=66db3ecd112801725644493>
- Barreto, J., Castellanos, J. y De la Espriella, A. (2003). *El caso Terpel* [Tesis de maestría, Universidad de los Andes]. Repositorio del campus de la Uniandes.
<https://repositorio.uniandes.edu.co/server/api/core/bitstreams/ec2eb63d-aa75-4e9a-8902-b561b9bb3204/content>
- BBVA. (02 de agosto de 2024). *Petróleo: origen, historia e impacto en el medioambiente*. <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/cual-es-el-origen-la-historia-y-el-impacto-del-petroleo-en-el-medioambiente/>
- Biomax. (2020). *Manual de Operaciones – Estaciones de Servicio*.
<https://www.biomax.co/wp-content/uploads/2020/07/MANUAL-DE-OPERACIONES-EDS-JULIO-2020.pdf>
- Cámara Colombiana de Bienes & Servicios de Petróleo, Gas y Energía. (23 de febrero de 2024). *El crecimiento económico del país cerró en el 2023 en el 0,6%, apalancado en el sector de hidrocarburos que creció el 4,8%* [Comunicado de prensa].
<https://campetrol.org/documentos/Comunicado%20Informe%20Taladros%20febrero%202024.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). *La Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe 2024* (LC/PUB.2024/8-P). CEPAL de las Naciones Unidas.
<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/ab168ebe-f0f3-43a5-b927-6dd8f4314a4b/content>
- Córdoba, T. (2011). *Estrategias de mercadeo en la Estación de Servicio “La Victoria”*

[Informe de Práctica Académica, Universidad Católica de Pereira]. Repositorio del campus de la UCP.

<https://repositorio.ucp.edu.co/server/api/core/bitstreams/38923f11-90fd-4086-9eab-5121fba3d0e4/content>

Diseño Gráfico de OpenPrint. (12 de junio de 2024). ¿Qué es la publicidad exterior, qué tipos existen y cómo te ayuda a aumentar la visibilidad de tu marca? +Ejemplos. *OpenPrint*. <https://openprint.com/publicidad-exterior/>

Figueroa, H. (18 de abril de 2024). Dos razones por las que caen ventas de gasolina en Colombia. *El Universal*.

<https://www.eluniversal.com.co/economica/2024/04/18/dos-razones-por-las-que-caen-ventas-de-gasolina-en-colombia/>

Game, M. y Yépez, R. (2019). *Plan de Marketing Estratégico para incrementar las ventas de la Estación de Servicios Dominicana, 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil]. Repositorio del campus de la ULVR. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/2681/1/T-ULVR-2482.pdf>

García, N. (21 de junio de 2024). Estrategia push y pull en marketing: definición y ejemplos. *IEBS Biztech School*. <https://www.iebschool.com/blog/estrategia-push-y-pull-en-marketing-marketing-digital/>

Gómez, M. (09 de noviembre de 2023). Qué es el marketing estacional, cómo aplicarlo y ejemplos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/guia-campana-marketing-de-temporada>

Guisao, A. (2022). *Tácticas de marketing enfocadas en el aumento de ventas al por mayor de combustible en la Estación de servicio Nowen* [Trabajo de formación empresarial, Universidad Jorge Tadeo Lozano]. Repositorio del campus de la Utadeo. <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/27967/Trabajo%20de%20Formaci%C3%B3n%20Empresarial-1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018) *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill. <https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>

Müggenburg Rodríguez M. y Pérez Cabrera, I. (2007). Tipos de estudio en el enfoque de investigación cuantitativa. *Revista Enfermería Universitaria ENEO-UNAM*, 4(1), 35-38. <https://www.redalyc.org/pdf/3587/358741821004.pdf>

Patriau, R., Vigo, U. y Osorio, P. (2017). *Plan de Marketing para implementar en una Estación de Servicios en Miraflores afiliada a Repsol* [Tesis de maestría, Universidad del Pacífico]. Repositorio del campus de la UP. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2002/Renzo_Tesis_Maestria

[2017.pdf;jsessionid=4527A8EC653F03B2798185ED078C8329?sequence=1](https://www.terpel.com/var/site/storage/original/application/f19c90cce48b3effa6aa937bd748bc42.pdf)

Pursell, S. (25 de abril de 2024). Manual de estrategias de marketing: definición, tipos y ejemplos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-marketing>

Redacción El País. (27 de septiembre de 2023). ¿La gasolina se debe pedir por precio o por galones? Esta es la mejor forma de hacerlo. *El País*. <https://www.elpais.com.co/economia/la-gasolina-se-debe-pedir-por-precio-o-por-galones-esta-es-la-mejor-forma-de-hacerlo-2747.html>

Ribadeneira, M. (13 de diciembre de 2023). Estrategias de publicidad: definición, tipos y ejemplos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-de-publicidad#tipos>

Salinas, D. (21 de febrero de 2023). 10 tipos de publicidad que harán crecer tu negocio. *Wix*. <https://es.wix.com/blog/tipos-de-publicidad#viewer-epq77>

Sánchez, J. (s.f.) y Westreicher, G. (01 de agosto de 2020). Marketing masivo. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/marketing-masivo.html>

Santos, D. (07 de marzo de 2023). Qué es la publicidad: tipos, características y ejemplos. *HubSpot*. <https://blog.hubspot.es/marketing/definicion-publicidad>

Secretaría de Energía. (16 de julio de 2015). ¿Qué son los hidrocarburos? Gobierno de México. <https://www.gob.mx/sener/articulos/que-son-los-hidrocarburos#:~:text=Son%20el%20Petr%C3%B3leo%2C%20Gas%20Natural,Natural%20e%20hidratos%20de%20metano>

Secretaría General de las NU. (2023). *Informe de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2023: Edición especial – Por un plan de rescate para las personas y el planeta*. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas. https://unstats.un.org/sdgs/report/2023/The-Sustainable-Development-Goals-Report-2023-Spanish.pdf?_gl=1*9jq9f1*_ga*MTA3MjcxMzI0My4xNzI2MDIwNjI4*_ga_TK9BQL5X7Z*MTcyNjE3NjUzMi4yLjEuMTcyNjE3NjcwNS4wLjAuMA..

Terpel. (2024). *Resultados 2T24*. Accionista e Inversionistas de Organización Terpel S.A. <https://www.terpel.com/var/site/storage/original/application/f19c90cce48b3effa6aa937bd748bc42.pdf>

Torres, E. y Muñoz, J. (2006). Publicidad exterior: Estudio exploratorio de recordación de marca y motivación de compra. *Revista Venezolana de Gerencia*, 11(36), 581-594. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842006000400005

Vargas, C. (s.f.) y Muñoz, J. (27 de abril de 2023). *Tipos de combustibles para autos en Colombia*. Autofact. <https://www.autofact.com.co/blog/comprar->

[carro/antecedentes/tipos-combustibles-autos](#)

Vercheval, S. (31 de marzo de 2022). ¿Qué es el outbound marketing? Ejemplos, ventajas y diferencias con el inbound. *InboundCycle*.

<https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/el-significado-de-outbound-marketing>

ViveTerpel. (2024). *¿Cómo funciona? ¡Compra, acumula y redime tus puntos fácil!*

<https://www.viveterpel.com/como-funciona>