



Yo (Nosotros) Leidy Lorena Rincón Lemus, Andrea Catalina Quintero Moreno , Haga clic aquí para escribir texto. , mayor(es) de edad, domiciliados y vecinos(s) de (Ciudad) Bogotá identificados(s) con la(s) cedula(s) de ciudadanía N°(s) 1.033.788.672 de Bogotá N°(s) 1.032.444.580 , de Bogotá ; N°(s) Haga clic aquí para escribir texto. , de Haga clic aquí para escribir texto., Código de estudiante N° 201410051102, N° 201721007102, N° Haga clic aquí para escribir texto. Actuando en nombre propio, en mí (nuestra) calidad de autor(es) del trabajo de grado, monografías o tesis relacionado a continuación:

Título: Estrategia de marketing olfativo como diferenciador para la marca "Supermercados Urbanos" en bogota

Presentado y aprobado en el año 2019, como requisito para optar el título Profesional. autorizo (autorizamos) a la Fundación Universitaria los Libertadores para efectos de uso, reproducción (sin fines de lucro), préstamo y comunicación pública de la obra objeto del presente documento, en formato electrónico abierto (consulta acceso abierto on-line), en los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Ley 1450 de 2011, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995, la Circular No. 6 de la Dirección Nacional de Derechos de Autor y demás normas generales sobre la materia.

Esta autorización se otorga, bajo las siguientes Cláusulas:

Primera: El/los autor(es) manifiesta(n) que la obra objeto de la presente autorización es original y fue realizada sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de su exclusiva autoría y detenta(n) la titularidad de la misma.

En caso de presentar cualquier reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión, el/los autor(es) asumirá(n) toda la responsabilidad y saldrá(n) en defensa de las facultades y derechos aquí autorizados, asumiendo cualquier costo por este concepto. Para todos los efectos la Fundación Universitaria los Libertadores actúa como un tercero de buena fe; así mismo el acá firmante dejará indemne a la Fundación Universitaria los Libertadores de cualquier reclamación o perjuicio.

Segunda: La presente licencia no implica la cesión de los derechos morales sobre la obra por cuanto de conformidad con lo establecido por el artículo 30 de la Ley 23 de 1982, el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993 y demás normas concordantes, estos derechos son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables; igualmente, esta licencia no implica la cesión de los derechos patrimoniales sobre la obra.

Tercera: La Fundación Universitaria los Libertadores, hará cumplir las normas sobre los derechos morales, dando los créditos respectivos al(los) autor(es) en las acciones de reproducción, préstamo al público y divulgación pública o privada y todas aquellas que impliquen el uso y utilización autorizada.

Cuarta: El/los autores manifiesta(n) que los derechos patrimoniales sobre la obra en cuestión no han sido cedidos con antelación y que sobre ellos no pesa ningún gravamen ni limitación en su uso o utilización.

Quinta: La Fundación Universitaria los Libertadores se compromete a preservar la obra en el estado en que se encuentra dentro de los límites de lo posible. En caso de causas sobrevenidas e imprevisibles, caso fortuito o fuerza mayor, o hecho exclusivo de tercero no responderá por ningún perjuicio que se cause a la obra.



Palabras claves:

Relacione cuatro palabras que sean los temas o elementos más característicos del texto y permitan su recuperación.

1. Marketing Olfativo.
2. Estrategia de marketing
3. Marketin sensorial.
4. Odotipo

Resumen:

Máximo 200 palabras.

Definir un aroma a un tipo de mercado específico con la intención de despertar los sentidos del cliente, son temas pococomunes en los diferentes campos de investigación en Publicidad y Mercadeo, por eso esde interés para esta investigación, determinar qué aporte puede tener el marketing olfativocomo proceso estratégico para generar un mayor relacionamiento de una marca con susclientes. Eligiendo a "Supermercados Urbanos" como escenario innovador para planteareste tipo de iniciativas que sin duda podría repercutir de manera positiva en la forma cómose gestiona el marketing en este tipo de sector. Adicionalmente, los supermercados enColombia constituyen el primer escenario de compra, consumo e intercambio comercial,por lo que convoca a un grupo importante de consumidores, distribuidores y productos, yen ese sentido, son un espacio clave para experimentar con nuevas estrategias deestimulación y fidelización de clientes, por lo cual, se lleva a cabo una investigacióndescriptiva a través de los usuarios que frecuentan las instalaciones de SupermercadosUrbanos, con el fin de definir y determinar un tipo de fragancia única, con característicasespecíficas que se relacionen directamente con los valores comerciales y la identidadcorporativa de la marca, que le permitan al cliente experimentar hábitos de consumosuperiores a causa del estímulo del olfato.

Director de trabajo de grado o Tesis

Sandra Patricia Restrepo Collazos

Niveles de Confidencialidad

¿Usted (es) autoriza (n) que este trabajo de grado, monografía, o tesis sea publicado teniendo en cuenta que no contiene información confidencial?

SI ☒ NO ☐

En el caso de **No**, por favor indique los motivos por los cuales no autoriza la publicación:



Haga clic aquí para escribir texto.

Hábeas Data

Con la firma de este documento declaro (declaramos) que la información primaria recolectada en entrevistas, encuestas, cuestionarios, experimentos, entre otros, fue codificada y los datos personales anonimizados como protección a los derechos de los participantes en la investigación. Con la firma de este documento declaro (declaramos) que el trabajo de grado, monografía, o tesis no revela información reservada, datos personales o datos sensibles cuya divulgación pueda afectar los derechos de terceros que hayan sido participantes en la investigación.

Para constancia se firma el presente documento en dos (02) ejemplares del mismo valor y tenor, en la Ciudad de Bogotá, a los 12 días del mes de Diciembre, dos mil diecinueve

EL (LOS) AUTOR(ES) – ESTUDIANTE(S):

Firma: 

Nombre del autor: Leidy Lorena Rincon Lemus

Número de identificación: 1.033.788.672

Código de estudiante: 201410051102

Correo electrónico: llrinconl@libertadores.edu.co

Facultad / Programa / Área de Investigación: Ciencias de la comunicación / Publicidad y Mercadeo

Firma: 

Nombre del autor: Andrea Catalina Quintero Moreno

Número de identificación: 1.032.444.580

Código de estudiante: 201721007102

Correo electrónico: acquinterom@libertadores.edu.co



LOS LIBERTADORES
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO PARA PUBLICAR Y
ADMINISTRAR TRABAJOS DE GRADO**

CÓDIGO: FO-FT-020

VERSIÓN: 01

Facultad / Programa / Área de Investigación: Ciencias de la comunicación / Publicidad y Mercadeo.

Firma: _____

Nombre del autor: Haga clic aquí para escribir texto.

Número de identificación: Haga clic aquí para escribir texto.

Código de estudiante: Haga clic aquí para escribir texto.

Correo electrónico: Haga clic aquí para escribir texto.

Facultad / Programa / Área de Investigación: Haga clic aquí para escribir texto.