TRABAJO DE GRADO

Sistema de túneles de transporte que unirán las salidas principales de Bogotá con Soacha - “Túnel Del Sur”

PRESENTADO POR:

Marisol Forero Bejarano - cód. 52.434.125

John Álvaro Espinosa Bohórquez - cód. 80.057.311

Henry Sotelo Fonseca - CÓD. 80.828.204

PRESENTADO A:

Andrés Mauricio Mejía Martínez

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD

DIPLOMADO DE PROFUNDIZACIÓN PARA TECNOLOGÍAS GESTIÓN DEL MARKETING

ABRIL 2019

BOGOTA

Contenido

INTRODUCCIÓN 4

OBJETIVOS 5

General 5

Específicos 5

TÍTULO DEL PROYECTO 6

JUSTIFICACIÓN 6

ANÁLISIS DEL PROBLEMA 7

DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA CON LA IDEA DE PROYECTO SELECCIONADO 8

DESCRIPCIÓN DE LOS TIPOS DE INNOVACIÓN A APLICAR AL PROYECTO 10

ANÁLISIS FODA PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL 10

Aplicación del análisis situacional o diagnostico al proyecto de emprendimiento social 11

PROPUESTAS DE INBOUND MARKETING Y BRANDING 15

Acciones de Inbound Marketing 15

Acciones Branding 16

HERRAMIENTAS DE MARKETING ESTRATEGICO 17

Marketing verde 17

Marketing cultural 18

Marketing digital.....20

ESTRATEGIAS DE NEUROMARKETING.....21

MODELO DE NEGOCIO EN EL LIENZO CANVAS.....24

PROPUESTA DE NEGOCIACIÓN DE LOS SOCIOS CLAVES.....26

Preparación.....27

Discusión.....28

Propuestas.....28

REFERENCIAS.....29

INTRODUCCIÓN

El transporte público en Soacha es un tema que tiene muchos inconvenientes tanto en su estructura como en su función, tal es el caso de transporte masivo Transmilenio que cuenta con una capacidad operativa bastante ineficiente para cubrir la necesidad de los pasajeros, o el caso del SITP que no ha tenido la capacidad administrativa para comenzar a operar en Soacha.

Es debido a este problema social que surge el proyecto “Túnel del Sur” que consiste en un sistema de túneles de transporte que unirán las salidas principales de Bogotá y Soacha; el cual se realizara por medio de concesión debido al alto costo de construcción y operación.

Por este motivo en el presente trabajo vamos a estudiar las propuestas de negociación para atraer a nuestros socios clave y las estrategias de Neuromarketing para llamar la atención de los usuarios del servicio.

OBJETIVOS

General

Construir túneles vehiculares en la ciudad de Bogotá, que unan sus entradas principales (Autopista norte, Autopista Sur, Calle 13 Fontibón, Usme y Centro), esto con el fin de mejorar el transporte público para los habitantes de Bogotá y Soacha – Cundinamarca.

Específicos

- Mejorar la calidad de vida de los habitantes de Bogotá y Soacha.
- Solucionar un problema de movilidad de la Capital de Colombia y los Municipios aledaños.
- Garantizar una opción de empleo para habitantes del municipio de Soacha a la vez que se asegura una inversión en la estructura vial del municipio.

TÍTULO DEL PROYECTO

SISTEMA DE TÚNELES DE TRANSPORTE QUE UNIRÁN LAS SALIDAS PRINCIPALES DE BOGOTÁ CON SOACHA - "TÚNEL DEL SUR".

JUSTIFICACIÓN

Las personas por lo general somos reacias al cambio, así sea para mejorar, sé que hay mucha gente que empezando por los sectores camioneros y taxistas que se negaran, pero si se presenta un proyecto bien argumentado, sé que al final lo agradecerán, el tiempo para ellos vale oro como para la mayoría de personas, la geste de quiere salir de viaje de ya sea de negocios o de paseo valorara igual el no tener que estar en ocasiones 2 o 4 horas, si no es más en un trancón, lo que gastan de combustible, el tiempo y en ocasiones hasta de averían los carros.

El sistema de túneles es un proyecto el cual se asigna por medio de concesión a una determinada empresa que esté dispuesta a su construcción a cambio de cobrar un peaje. La concesión a la que se haya adjudicado el proyecto se compromete a que los dineros que reciba por el cobro de este peaje no solo se destinará a cubrir los gastos de la construcción y la administración si no que se asignará un porcentaje para el mejoramiento de las vías dando prioridad a los barrios de estratos 1 y 2, con el fin de mejorar la calidad de vida de las familias de Soacha, adicional a que esta garantiza que el 50% de los empleados que laboren serán habitantes del municipio, el cual se encuentra conformado por 544.997 habitantes, de acuerdo a los resultados y proyecciones (2005-2020) del censo 2005. DANE. Consultado el 25 de septiembre de 2018, Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/.../poblacion/...20/ProyeccionMunicipios2005_2020.xls

ANÁLISIS DEL PROBLEMA

El transporte para los habitantes de Soacha es realmente caótica y no solo al interior del barrio, parte de ese gran problema es que la autopista sur es una vía supremamente congestionada puesto que es la única vía de ingreso a Bogotá sur occidental, lo que hace que el barrio se margine aún más, me parece importante no dejar a un lado el tema de la formación de la niñez, los padres y madres deben trabajar para alimentar a sus hijos, teniendo en cuenta que muchos son cabezas de hogar ya sean madres o padres, los hijos se quedan solos prácticamente todo el día y eso para la niñez es muy malo, los niños aprenden rápido lo bueno pero también lo malo, al estar sin el acompañamiento de un adulto responsable puede generar que se conviertan en farmacodependientes, ladrones, o simplemente vagos (niños que no quieren estudiar, ni ayudar en casa, solo estar en las calles con amigos) y esto pasa de generación en generación y el resultado es la situación actual.

En Bogotá solo se han escuchado especulaciones respecto al metro pero aun se ha concretado, lo que puede dar una solución muy importante para nuestra ciudad.

DESCRIPCIÓN DE LA POBLACIÓN BENEFICIADA CON LA IDEA DE PROYECTO SELECCIONADO

La idea de proyecto se encuentra dirigida a la población del municipio de Soacha que Se encuentra conformada por 544.997 habitantes, de acuerdo a los resultados y proyecciones (2005-2020) del censo 2005. DANE. Consultado el 25 de septiembre de 2018, Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/.../poblacion/...20/ProyeccionMunicipios2005_2020.xls, y distribuidos en sus seis comunas:

- Comuna uno - Compartir
- Comuna Dos - Centro
- Comuna Tres – La despensa
- Comuna Cuatro - Cazuca
- Comuna Cinco – San Mateo
- Comuna Seis – San Humberto

El municipio de Soacha limita al Norte con Bojacá y Mosquera, al sur con Sibaté y Pasca, al Oeste con Granada y San Antonio del Tequendama y al Este con Bogotá (Localidades de Bosa y Ciudad Bolívar).

PROYECTO

https://youtu.be/ffICBX8FPdY

La construcción de túneles vehiculares que unan las salidas principales de Bogotá, se llevar a cabo mediante la figura de concesión de pedaje. ¿Cómo funciona? El gobierno no tendrá que hacer inversión, solo asignar a las constructoras la administración del dinero recaudado durante determinados años y es así como se paga la obra, no sé en Colombia, pero en otros países funciona perfectamente.

Los túneles tendrán una sola vía única para Transmilenio y tres más serán para transporte público, vehículos particulares y transporte de mercancías.

DESCRIPCIÓN DE LOS TIPOS DE INNOVACIÓN A APLICAR AL PROYECTO

De acuerdo al proyecto escogido, se pretende buscar una solución a la problemática social detectada en el municipio de Soacha, identificando la idea creativa de los túneles los cuales pueden ser subterráneos, facilitando la movilidad vehicular de este municipio, reduciendo costos en combustibles y también tiempos, aquí contamos con una innovación incremental, ya que se mejorarían los sistemas de túneles en Colombia, utilizando una red de éstos que se unan para escoger varias rutas, se tiene la ventaja de la experiencia de personal calificado en la construcción estos proyectos, como por ejemplo los túneles de la vía al llano, donde ha sido un proyecto beneficioso tanto económico como para la comunidad en general.

ANÁLISIS FODA PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

DOFA	ANALISIS INTERNO	ANALISIS EXTERNO
NEGATIVOS	**DEBILIDADES**	**AMENAZAS**
	• Capacidad Económica • Experiencia • Recurso Humano – • Mano de Obra inexperta • Falta de equipos de construcción • Falta de conocimiento de software para peajes	• Aprobación Proyecto • Competencia Internacional • Duración Proyecto • Posible corrupción en contrataciones • Compra de malos materiales • Alta inversión en legislaciones ambientales y legales
POSITIVOS	**FORTALEZAS**	**OPORTUNIDADES**
	• Conocimiento de proyectos similares en el exterior • Probables alianzas con Multinacionales • Servicio innovador • Alta demanda para satisfacer la necesidad social	• Necesidad de un proyecto similar en la ciudad • Solución a un problema de movilidad y calidad de vida. • Apoyo Comunidad • No hay competencia • Se puede extender el proyecto social a otras áreas • Mano de obra disponible para las obras

Aplicación del análisis situacional o diagnostico al proyecto de emprendimiento social

En nuestro proyecto social que busca solucionar la movilidad del transporte para satisfacer las necesidades de los pasajeros del municipio de Soacha, se pretende realizar un análisis situacional a dicho proyecto, empezando con un estudio en el mercado y la observación de macroentorno y microentorno.

En el análisis del macroentorno se estudia aquellas variables en que la organización no puede influir y sus cambios pueden afectar a la empresa, se encuentra por ejemplo factores políticos, económicos, tecnológicos, demográfico/cultural, ecológicos, en nuestro proyecto de emprendimiento social se encuentra explicada estas variables:

ANÁLISIS MACROENTORNO PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL.	
Entorno Político	Se analiza la legislación en cuanto a la construcción de túneles subterráneos, se tiene en cuenta decretos, regulaciones, como por ejemplo ley 1508 de 2012 que define los parámetros de la estructura de proyectos por agentes privados, decretos nacionales como participes el código nacional de tránsito, resoluciones emitidas por el ministerio de transporte, etc.

Entorno Económico	Al ser un proyecto social innovador que soluciona el problema vial del municipio de Soacha, los consumidores optan por satisfacer esta necesidad pagando un peaje a precio accesible, teniendo en cuenta que este municipio cuenta con habitantes de bajos recursos, se tiene en cuenta también los impuestos que se deben pagar, la inflación. En Colombia siempre se habla de que no hay presupuesto y por lo general tiene que ver con la corrupción de los manejos de este, sin embargo este proyecto tiene una particularidad y es que no requiere de una inversión del estado inicialmente, sino que se recaudara el valor del contrato después de su construcción, es decir cuando se implemente.
Entorno Tecnológico	Se puede analizar una ventaja competitiva en el proyecto social, mediante la utilización de tarjetas inteligentes para pagar los peajes, el cual esta forma tecnológica no existe en el municipio de Soacha, también se pueden implementar aplicaciones para ser utilizadas en los celulares de los pasajeros que informe todo lo relacionado de acuerdo a la movilidad de este municipio, no se encuentra en el momento competidores.
Entorno Demográfico / Cultural	Se observa un crecimiento de la población de Soacha debido a la expansión de este municipio, a la migración de personas de nacionalidad venezolana que buscan una oportunidad de empleo, la mayoría personas de bajos recursos que no cuentan con sistema de transporte propio, la cultura de esta población se caracteriza por ser personas trabajadoras de estratos bajos, no tienen espíritu empresarial y sobreviven de un mínimo, son ciudadanos que viven para sobrevivir.
Entorno Social	En Colombia según mediciones del DANE las mujeres y los hombres trabajaban 10,8 horas promedio a la semana, más el tiempo que dura el desplazamiento de la casa al trabajo y viceversa, causando a así un desequilibrio social, por falta de tiempo para la familia y las actividades sociales.

Entorno Ecológico	Se tiene en cuenta el impacto ambiental en la construcción de estos túneles, como por ejemplo afectaciones en el ruido originando contaminación auditiva, contaminación en ríos, se encuentran varias resoluciones del ministerio de ambiente y desarrollo sostenible que regula este entorno ambiental, por ejemplo la resolución 0751 de 2015 el cual estudia el impacto ambiental y el trámite de la licencia ambiental para la construcción de túneles.
Entorno Internacional	Nos sirve como ejemplo para ver como otras ciudades capitales del mundo han implementado este tipo de proyectos los cuales han sido exitosos y viables para la sociedad. Por otro lado también hay empresas multinacionales con gran experiencia en el tema y con capital para ejecutar estos proyectos.

El análisis del microentorno es el estudio de variables que si pueden ser controlados por la empresa, entre estas variables están los clientes, el mercado, los proveedores, los competidores, los intermediarios. En nuestro proyecto social se analiza el microentorno de la siguiente manera:

ANÁLISIS MICROENTORNO PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL.	
Clientes	El cliente en este caso es el estado, de ellos depende la probación y las condiciones de la ejecución y la implementación, lo ideal es que no se pague ningún tipo de soborno y que sea un proyecto limpio del cual se beneficie la comunidad, el estado y la empresa constructora, entre otros puesto que la comunidad tendría un oferta importante de empleo y los proveedores también los serian.

El mercado	El mercado se encuentra compuesto por las personas que ofrecen transporte (oferta) y los pasajeros con una alta demanda, se evidencia falta de vías y la insatisfacción total de las necesidades de los habitantes de este municipio. La construcción en Colombia tiene muchas oportunidades puesto que hay mucho por hacer en el tema, si pensamos en proyectos que den soluciones a problemas reales tendrán más auge aun.
Proveedores	Se encuentran varios proveedores en el mercado para la construcción de túneles subterráneos, se analiza calidad y costo de los materiales de construcción, igualmente suministro de materias para la construcción de peajes y software especializado. Debido a la dimensión del proyecto se generaría una amplia demanda de proveedores nacionales y también internacionales por lo novedoso de este en nuestro país.
Competidores	Hay constructoras Colombianas con mucha experiencia y capital, el problema es que mucha de estas han participado en contrataciones corruptas, lo que para ellos es una desventaja, por lo tanto veríamos solo a competidores honestos y eso reduce el rango.
Comunidad	La ciudad requiere urgentemente proyectos macros que le den un rumbo diferente y un respiro al colapso vehicular, por lo que la sociedad apoya este tipo de propuestas. La comunidad beneficiada con este proyecto se encuentra en el municipio de Soacha, con un total de 533 718 según proyecciones de 2017, ubicada en el sur de Bogotá con una extensión de 184 km^2, predomina los estratos de bajos recursos.
Gobierno	El gobierno es el principal cliente mayoritario de acuerdo a la licitación que se realice, teniendo en cuenta la legislación vigente, regulaciones, decretos. Para el gobierno es una buena oportunidad de reivindicarse con los ciudadanos si aceptan este proyecto y lo ejecutan pues la ciudad proclama una solución a este problema.
Banco	Los bancos no tendrían mayor problema en financiar parte de este proyecto, puesto que ellos a su vez conocen estos en el exterior y por la demanda es un proyecto viable.

PROPUESTAS DE INBOUND MARKETING Y BRANDING

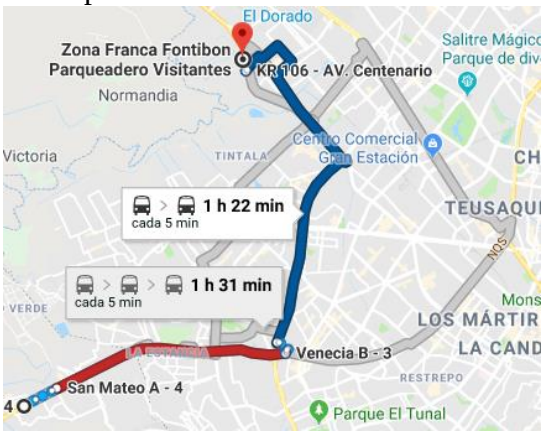
Acciones de Inbound Marketing

Por medio de las redes sociales tenemos la oportunidad de llegar a muchos clientes o personas objetivo, para un proyecto como este es muy importante que la gente conozca de él y pueda hacerse una idea de lo bueno que será, con el fin de que nos apoyen, aunque claro directamente de ellos no depende la decisión de aprobación.

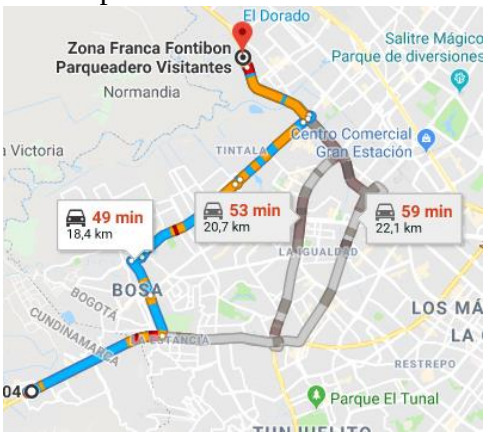
Se propone que por medio de las redes sociales Facebook, Instagram, etc., hagamos llegar una aplicación propia que sea un simulador de cuánto tiempo demoraría determinado trayecto y porque precio, tanto por el túnel, como por el las vías actuales, cosa que la comunidad pueda hacer un comparativo y que tengan claro que si no tienen dinero para pagar los pedajes, igual se beneficiarían, al descongestionarse las rutas cotidianas. También propongo hacer convenios de publicidad con las empresas de transporte privado como los taxis, uber y similares, para este grupo sería de gran valor una propuesta como esta.

Ejemplo de recorrido desde Soacha a la Zona Franca de Fontibón – Bogotá:

Tiempo Estimado Vías Tradicionales



Tiempo Estimado Túnel del Sur



Acciones Branding

En este sentido yo creo que es importante hacer alianzas con constructoras multinacionales, que puedan mostrar a la comunidad, por medio de las redes sociales, como a lo largo del tiempo han impactado otras ciudades del mundo, solucionando problemas similares al que pretendemos nosotros, adicionalmente, compartiendo experiencia de vida, para que reflexionen aún más, respecto al valor que tiene para un apersona, el tiempo muerto, le llamo así, a estar en un medio de transporte, durante horas en ocasiones, en el cual no se puede ni estudiar, ni trabajar, ni hacer vida familiar no social, esto creo yo puede despertar un sentimiento favorable con nuestro proyecto u empresa.

Túnel Kennedy – Santiago de Chile
Recuperado de: http://web.costaneranorte.cl/se-adelanta-habilitacion-de-nuevo-tunel-kennedy/

Túnel Hernandarias que une las ciudades de Paraná y Santa Fe – Argentina
Recuperado de: http://www.construar.com.ar/2015/06/trabajos-de-reparacion-del-tunel-subfluvial-hernandarias-36-millones/

HERRAMIENTAS DE MARKETING ESTRATEGICO

Marketing verde

Nuestro Proyecto de la construcción de hacer túneles de transporte que unan las salidas principales de Bogotá, tiene muchas ventajas que podemos aprovechar y resaltar en el marketing verde, en primero lugar el hecho de que no hayan trancones ya disminuye la contaminación, en segundo lugar hay alguno puntos donde los túneles deberán tener una especie de ventanas las cuales serán totalmente verdes tanto en vertical como horizontal y en tercer lugar aunque no parezca real se pueden sembrar planta en su interior para disminuir el monóxido de carbono ante que salga a la superficie.

Túnel de Zhongnashan, China - Empieza en **Qingcha**, en la ciudad de Xi'an y acaba en **Yingpan**, en la ciudad de Shangluo. Este es el **túnel de carretera más largo de Asia** y el segundo en el mundo, tras el túnel de 24,5 km Aurland-Laerdal entre Oslo y Bergen en Noruega, que se abrió al tráfico en noviembre de 2000.

Túnel de Laerdal, Noruega - Construido entre 1995 el año 2000 por NPRA Sogn Fjordane y la constructora NCC Construction AS, ubicado en Noruega, forma parte de la ruta E16 entre Oslo y Bergen. Tiene una longitud de 24,5 km, siendo el túnel más largo del mundo. Esta estructura de cemento y hormigón conecta con el valle Laerdal (Sogn) y el condado noruego de Aurland.

Marketing cultural

El marketing cultural es aquella estrategia que utiliza la organización para dar a conocer sus proyectos culturales a la comunidad; por medio de una solidificación de su imagen, buscando la aprobación de la sociedad. Teniendo en cuenta la cultura y costumbres de los habitantes de Soacha, se podrá participar en eventos como por ejemplo el festival del sol y la luna, evento cultural importante en este municipio, dando a conocer los beneficios sociales de nuestro proyecto, con los valores éticos que representa este emprendimiento social, también se encuentra

el “día de la Soachunidad”, cuyo evento integra a los habitantes de este municipio en valores y pertenencia a su pueblo, con desfiles que inician desde la estación de policía de ciudad verde hasta el parque principal.

Soacha Ilustrada. (2018). Festival sol y luna. Recuperado de http://soachailustrada.com/2016/12/regresa-el-festival-sol-y-luna-a-soacha/

Soacha Ilustrada. (2018). Día de la Soachunidad. Recuperado de http://soachailustrada.com/2017/08/8445/

Marketing digital

Es el beneficio de las herramientas y tácticas encontradas en la red para promocionar productos y servicios, obteniendo un reconocimiento de marca atrayendo clientes potenciales y fidelizando los actuales, ya que el estar bien posicionado en los buscadores les permitirá a los clientes encontrar fácilmente la empresa, y esto la colocara en iguales condiciones con empresas mayores.

De acuerdo a lo anterior implementaremos la página Web subterraneodelsur.com con una excelente imagen corporativa y diseño innovador que cautive a clientes y seguidores con palabras claves y nuestra Promesa de Valor “uniendo ciudades” que genere recordación en los habitantes y usuarios.

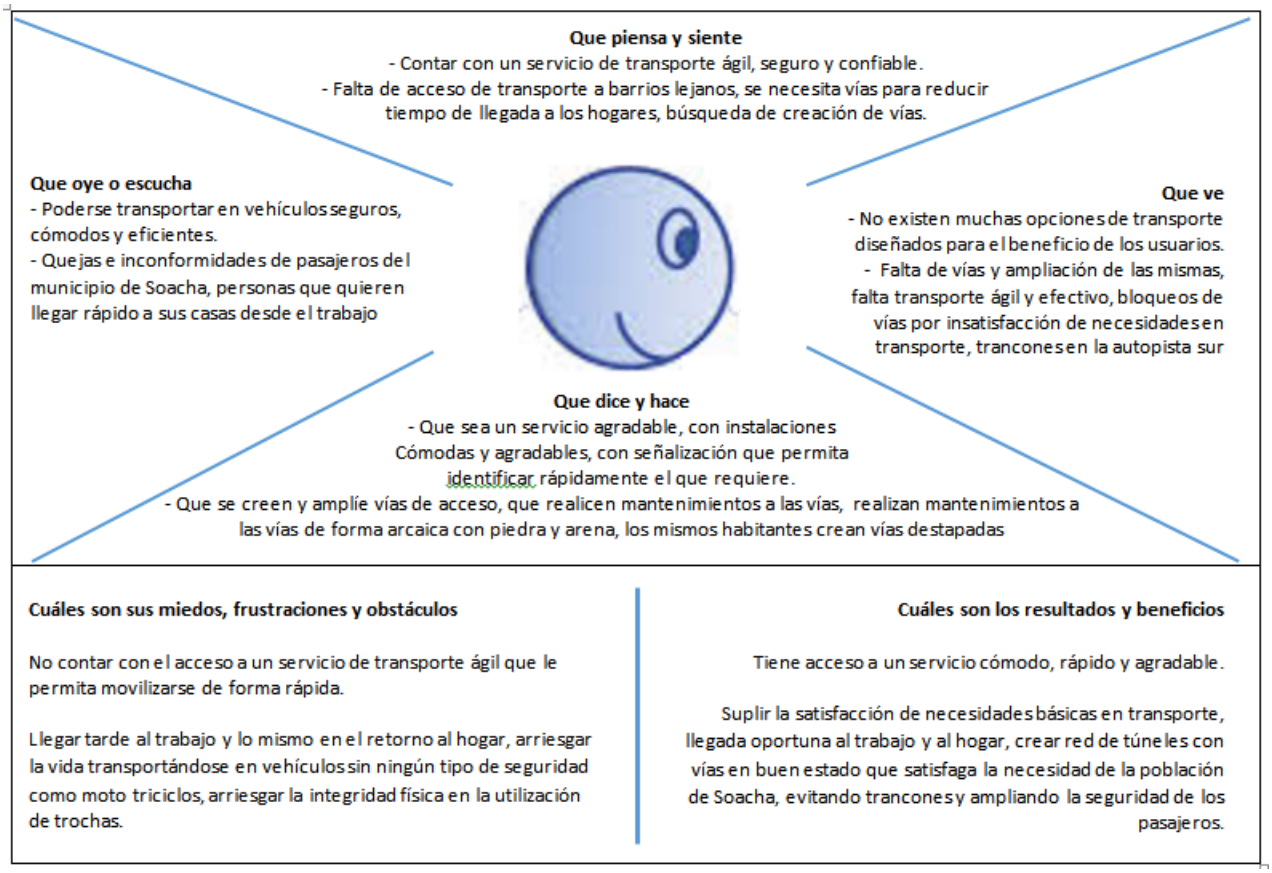
Implementaremos nuestra cuenta en Facebook donde trabajaremos en nuestra fan page, adicional el canal de YouTube, que nos permitirá mostrar el proyecto de forma visual a nuestros clientes con el contenido que consideremos necesario de forma económica y efectiva, adicional a la inversión en publicidad que podemos incorporar en estos sitios web.

Avatar o personaje animado ingresando a www.voki.com y en el que se presente la propuesta de valor generada.

http://tinyurl.com/yb4gymy4

ESTRATEGIAS DE NEUROMARKETING

Para el desarrollo de la estrategia de Neuromarketing vamos a tener en cuenta el Mapa de Empatía que desarrollamos en el proceso del modelo de negocio, ya que allí es donde podemos identificar las necesidades de nuestros clientes.



El propósito de esta propuesta de Neuromarketing es lograr que la comunidad se identifique tanto con el proyecto, que mediante un simular pueda saber en cuento tiempo llegaría de Soacha a cualquier lugar de Bogotá o viceversa, lo que generaría que las personas apoyen dicho proyecto y estén a la expectativa de su funcionamiento.

La imagen a continuación aparecerá mientras las personas consultan virtualmente cualquier app que tenga que ver con el transporte, lo que llamara su atención para que ingresen a la página web o descarguen la aplicación:

Posteriormente de fondo tendrá un breve Audio Que explicara el proyecto y sus objetivos.

Cuando se abra la aplicación verán las siguientes pantallas:

Dentro de plataformas como YouTube y Facebook mostraremos pequeños comerciales que comienzan con videos cortos donde mostraremos los trancones que se presentan en la Autopista Sur, con un mensaje que dice “cansado del trancón..?” cerrando con la imagen de nuestra página web www.tuneldelsur.com, con el fin de comenzar a llamar la atención de la gente sin saturarlos con la información, y así despertar el interés de aquellas personas que conocen las imágenes porque son quienes se desplazan por esta zona.

Imagen 1

Imagen 2

Imagen 3

Ya dentro de la página web vamos a mostrar el proyecto, sus dimensiones, la población favorecida, fecha de inicio y las aplicaciones que se diseñaron para los equipos celulares.

MODELO DE NEGOCIO EN EL LIENZO CANVAS

SOCIOS Y PROVEEDORES CLAVE Socios: las empresas y comerciantes que logremos vincular para recibir su apoyo económico. Empresarios del municipio que ven en el proyecto una nueva fuente de economía. Entidades estatales como los serian: ➢ Gobierno Nacional. ➢ Alcaldía de Soacha. ➢ Alcaldía de Bogotá. Los cuales se podrán negociar el porcentaje de participación en el proyecto con beneficios mutuos por ejemplo la disminución de tiempo en los permisos legales y ambientales. Proveedores: Empresa de Acueducto y Aseo, Energía, Transmilenio, SITP, y demás que se requieran de acuerdo al servicio que vamos a ofrecer, análisis de calidad y precio.	**ACTIVIDADES CLAVE.** Transportes de servicio público a las personas del municipio de Soacha. . Capacitaciones a los empleados de la empresa para aprovechar al máximo las múltiples alternativas de trabajo que puede haber con el proyecto. Utilización de peajes con un bajo precio, para el respetivo sostenimiento del proyecto. Las relaciones con el cliente por medio de aplicativos móviles. La aplicación de la tecnología como las app para la utilización y servicios del túnel. Subterráneo del Sur uniendo ciudades	**PROPUESTA DE VALOR** Un servicio de transporte ágil, con instalaciones cómodas y agradables, con señalización que permita identificar rápidamente el que requiere. Túneles subterráneos que intercomunican a Bogotá con Soacha, disminuyendo el tiempo de transporte, el cual es actualmente de 96 minutos (de acuerdo a un informe de la Universidad de la Sabana) como también las emisiones de gases y eliminando los trancones, con conocimiento de los pasajeros en cuanto a tiempo de llegada por medio de software instalado en equipos de comunicación. La asignación un porcentaje para mejoramiento de las vías dando prioridad a los barrios de estratos 1 y 2.	**RELACIÓN CON LOS CLIENTES.** Prestar un servicio personalizado, buen trato y calidad, esto genera una recomendación conocida como la voz a voz. Utilizar aplicaciones en el celular, en donde no solo el usuario sabe el tiempo de llegada si elige utilizar el túnel subterráneo, sino en la relación del usuario con la empresa por medio del servicio al cliente o PQRS Preguntas Quejas Reclamos y Sugerencias desde el dispositivo móvil, y atención personalizada desde el equipo de comunicación. Utilización de páginas web. www.subterraneodelsur.com	**SEGMENTO DE MERCADO. BENEFICIARIAS.** Habitantes del municipio de Soacha. Trabajo con la comunidad específicamente con los aproximadamente 250.000 hombres y mujeres que laboran en la ciudad de Bogotá y quienes se transportan a diario.

	RECURSOS CLAVE. **FINANCIEROS:** préstamo bancario, aporte de cada emprendedor social, ayuda del estado. **FISICOS:** Terrenos adquiridos para las estaciones. Alquiler de maquinaria para la construcción de vías. **INTELECTUALES:** conocimiento en ingeniería, planeación, capacitación empleados, conocimiento en movilidad. **HUMANOS:** Ingenieros, Arquitectos, Técnicos en construcción, operarios y personal de apoyo.		**CANALES** Por medio de la atención directa con el pasajero, con el servicio de transporte y de vías nuevas subterráneas, el cliente está constantemente en contacto con el producto (vías nuevas) y el servicio (calidad en el transporte)	
Estructura de costos: • **Fijos:** Pago a los trabajadores, pago a los proveedores, pago sobre los equipos adquiridos. • **Variables**: Pagos estatales por permisos ambientales, mantenimientos preventivos y correctivos a los túneles. • **Mensuales:** Servicios públicos, capacitaciones, mantenimiento. • **Impuestos:** Nuevos impuestos de acuerdo a la ley de financiamiento.		**Fuentes de ingresos.** • Aportes del sistema Integrado de transporte SITP y Transmilenio. • Ingresos en efectivo, cheques. • Transacciones realizadas por las ventas electrónicas. • Peajes a bajo costo en túneles subterráneos.		

PROPUESTA DE NEGOCIACIÓN DE LOS SOCIOS CLAVES

Mediante esta propuesta de negocios Subterráneo del Sur le ofrece a sus socios ser parte del proyecto social más importante entre Bogotá y el municipio de Soacha, el cual consiste en la construcción del subterráneo que comunicara las dos ciudades para solucionar el problema que se presenta con el transporte, este será exclusivamente para el transporte particular y transporte público masivo, agilizando así los tiempos de traslado.

Este proyecto se pondrá en marcha con recursos de socios privados que quieran ser parte, recursos que serán recuperados nuevamente después del inicio de las operaciones del túnel, ya que se manejara por medio de concesión donde se cobrara un peaje para su circulación.

El cobro de este peaje no solo se destinará a cubrir los gastos de la construcción y la administración si no que se asignará un porcentaje para el mejoramiento de las vías dando prioridad a los barrios de estratos 1 y 2, con el fin de mejorar la calidad de vida de las familias de Soacha, adicional a que esta concesión garantiza que el 50% de los empleados que laboren serán habitantes del municipio.

Teniendo en cuenta que entre el municipio de Soacha y Bogotá se transportan diariamente un promedio de 250.000 personas con una demora de traslado de 96 minutos y que parte de los recursos se invertirán en el municipio tanto económicos como en oportunidad de empleo el proyecto se presenta como una oportunidad favorable de inversión.

El proyecto social que realizaremos busca satisfacer las necesidades de la población del municipio de Soacha y Bogotá en cuanto al transporte y movilidad que ha afectado a los pasajeros de este pueblo, para esto se necesitan recursos del estado, teniendo en cuenta que

el proyecto se realizara con inversionistas privados y públicos, ya que la misión de este proyecto es de carácter social y no económico, por lo tanto se pretende hacer una negociación con la alcaldía de Soacha en cuanto a inversión social de este programa.

Como primera medida realizaremos la planificación de la negociación, el tipo de acuerdo que se realizara será una negociación colaborativa buscando el beneficio para ambas partes:

Preparación

En esta primera etapa tenemos claros los siguientes objetivos para la negociación:

- Realizar una sociedad del proyecto con la alcaldía Mayor de Bogotá y del municipio de Soacha.
- Realizar un acuerdo que beneficie a las partes, teniendo en cuenta el beneficio mayor para los habitantes del municipio de Soacha y del sur de Bogotá.
- Acordar un porcentaje de participación del 50 por ciento, teniendo un límite de porcentaje de un 60 por ciento con las alcaldías de Bogotá y Soacha; la ganancia de este proyecto se invertirá en bienestar social de esta población y en el mantenimiento y sostenibilidad del programa.
- Posteriormente se averigua la información en cuanto a la capacidad económica que tienen las alcaldías Mayor de Bogotá y del municipio de Soacha para la respectiva inversión del proyecto, el cual cuenta con un presupuesto para este programa y recuperable; como estrategia se realizara una exposición de este proyecto en la sede de la alcaldía, argumentando las propuestas en forma clara, y

se nombrara los roles de negociación con los 3 integrantes del programa social, los cuales son dirigente, sintetizador y observador.

Discusión

Se pondrá en marcha la exposición descrita con anterioridad, es importante la excelente comunicación con los funcionarios de las alcaldías para explicar los beneficios de este proyecto, posteriormente se escucharan a estos funcionarios las opiniones de la idea social que presentaremos, realizaremos una presentación acorde con los recursos tecnológicos que nos favorece en la argumentación de la idea, contaríamos con una maqueta, modelos en 3D con software especializado y las cifras económicas.

Propuestas

En esta fase expondremos nuestras propuestas, e igualmente escucharemos las propuestas de los funcionarios de la alcaldía de Soacha, por lo tanto seremos respetuosos y sabremos escuchar a la contraparte, ofreceremos del 50% al 60% de participación en el proyecto, explicaremos el uso adecuado de los recursos para la sostenibilidad del programa y para la población vulnerable, la idea es llegar a un acuerdo para el inicio de obras del túnel subterráneo; ofreceremos las concesiones correspondientes a la contraparte y aclararemos la ventaja que trae consigo este proyecto, en mejora de la movilidad y transporte de este corredor vial y los pasajeros del municipio y del sur de Bogotá; Otro aspecto en la negociación seria la viabilidad temprana de los permisos de construcción, medioambientales y demás que son autorizados por el gobierno.

REFERENCIAS

- Alvarado L. (2013). Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento. Recuperado dehttp://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf
- Gálvez, T. (2014). Los diez mejores secretos del Neuromarketing México (video). Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=780&v=xq1Uezq03yU
- Muñiz, R. (2011). Marketing en el siglo XXI. Marketing directo. Recuperado dehttp://www.marketing-xxi.com/capitulo-9-marketing-directo.html
- Ospina, R. y Sánchez, K. (2013). Comportamiento del consumidor y análisis del mercado. (Video). Bogotá, Colombia: UNAD. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=2gwGgDt7HKc
- https://ru.depositphotos.com/185696630/stock-photo-the-car-moves-at-great.html
- https://sites.google.com/site/tecniapponline/tips/consumo-combustible
- http://www.tecnopedia.net/internet/por-que-deberia-comprobar-mi-velocidad-de-internet-con-un-test-de-velocidad/
- https://helpdeskgeek.com/help-desk/audio-not-working-on-your-laptop/Alcaldía Municipal de Soacha, Indicador socioeconómico, Consultado el 17 de octubre de 2018 en http://www.alcaldiasoacha.gov.co/secretaria/secretaria-de-hacienda/38-nuestro-municipio/indicadores/370-indicador-socio-economico.
- Martínez Guillén, M. (2012). La Negociación. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=AYlPQxC1IaMC&printsec=frontcover&dq=la+negociacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiHjrrhueTeAhWH3lMKHTuYDFkQ6AEIKDAA#v=onepage&q&f=false

- Imagen 1. Recuperado de: http://caracol.com.co/emisora/2016/12/09/bogota/1481298371_043061.html
- Imagen 2. Recuperado de: https://m.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16401484
- Imagen 3. Recuperado de: https://twitter.com/NoticiasRCN/status/814065135027363840
- Alvarado L. (2013). Neuromarketing, ciencia al servicio del conocimiento. Recuperado de http://neuropedagogiacolombia.com/imagenes/Liliana_20Alvarado.pdf
- Granero, D. (2013). Las claves para negociar con éxito. (Video). Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=ZWUsqq88kWI
- Muñiz, R. (2011). Técnicas de Negociación. Recuperado dehttp://www.marketing-xxi.com/tecnicas-y-procesos-de-negociacion-102.htm
- Carrión, J. (2007). Técnicas de Negociación. Recuperado de http://www.dbbe.fcen.uba.ar/contenido/objetos/Carrin2007.pdf
- Ilustraciones y ficheros. (2018). [Figura 1]. Recuperado de https://es.123rf.com/clipart-vectorizado/manejando.html?sti=o1w1pd4mjoxgpfzmjj|
- El país.com (2018). [Figura 2]. Recuperado de https://www.elpais.com.co/cali/el-trancon-en-la-canasgordas-un-lio-para-los-vehiculos-de-todo-tipo-de-ruedas.html
- Blog del diseño. (2017). [Figura 3]. Recuperado de https://2-learn.net/director/12-caracteristicas-de-una-familia-saludable/
- Galiciaunica. (2016). [figura 4]. Recuperado de http://www.galiciaunica.es/edicion-260-la-semana-dia-dia/
- Imágenes cartoon. (2018). [Figura 5]. Recuperado de https://www.alamy.es/imagenes/cartoon-terrified-man.html?page=2

- Emoticón rojo. (2018). [Figura 6]. Recuperado de https://www.istockphoto.com/es/vector/emoticon-rojo-enojado-vector-gm651251110-118300225
- Wikipedia, (2018). Municipio de Soacha. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Soacha#cite_note-Censo-2
- Alcaldía Municipal de Soacha, Indicador socioeconómico, Consultado el 17 de octubre de 2018 en http://www.alcaldiasoacha.gov.co/secretaria/secretaria-de-hacienda/38-nuestro-municipio/indicadores/370-indicador-socio-economico.
- DANE (2018), Mercado laboral según sexo, recuperado de https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/segun-sexo
- Sammarco (2018) ¿cómo diseñar una estrategia de Branding?, Recuperado de https://thesocialmediafamily.com/como-disenar-estrategia-branding/
- CONTRUAR, (2015) Trabajos de Reparación del Túnel Subfluvial Hernandarias, Recuperado de http://www.construar.com.ar/2015/06/trabajos-de-reparacion-del-tunel-subfluvial-hernandarias-36-millones/
- Costanera Norte (2017), Se habilita nuevo túnel Kennedy. Recuperado de http://web.costaneranorte.cl/se-adelanta-habilitacion-de-nuevo-tunel-kennedy/