

Proyecto Social Aguas Yopal

Pedro Antonio González Caicedo-Código 1121836785.

Luis Felipe Rocha Murillo-Código 11301336.

Cesar Augusto Romero Estupiñan-Código 91079422.

Gloria Patricia Zapata Montaña-Código 42843246.

Juan Camilo Gutiérrez Salazar-Código 1010169610.

Julio 2019.

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

Universidad Nacional Abierta y a Distancia.

Copyright © 2019 por Pedro Antonio González Caicedo, Luis Felipe Rocha Murillo,
Cesar Augusto Romero Estupiñan, Gloria Patricia Zapata Montaña & Juan Camilo Gutiérrez
Salazar. Todos los derechos reservados.

Primero darle las gracias a Dios, por darnos la inspiración, bendición y fuerza para continuar y culminar con éxito cada meta propuesta en el contorno laboral, familiar y académica, de igual manera agradecer a la Universidad Nacional Abierta y a distancia por brindarnos la oportunidad de seguirnos preparando y superándonos académicamente, a cada uno de los directores y tutores de cada uno de los cursos, en especial al tutor Oscar Alexander Valverde por guiarnos en esta etapa final al compartir sus conocimientos y en especial a las familias de cada uno por su infinito apoyo.

El proyecto social Aguas Yopal, se basa en la solución a una problemática que aqueja a la población de Yopal, particularmente en los barrios en donde no tienen cobertura de la red de acueducto y alcantarillado y que presentan bajos ingresos financieros para acceder a otras alternativas de obtención y aprovechamiento del agua para realizar sus labores diarias, lo anterior debido a un derrumbe presentado en el 2011 en la línea de aducción del sistema de acueducto y que dejó sin servicios a la mayoría de la población de Yopal.

Tabla de Contenidos

v

Introducción	1
Objetivos	2
General y específicos	2
Metodología y desarrollo.	3
Fase 1. Diagnostico Social.....	4
Fase 2. Definicion de la problematica.....	5
Fase 3. Acciones de innovacion.....	6
Fase 4. desing thinking	9
Fase 5. Estrategias de mercadeo	17
Fase 6. Marketing Digital	26
Conclusiones.....	28
Lista de referencias	29

Lista de tablas

vi

Tabla 1. Caracterización de la empresa.	3
Tabla 2. diagnóstico de la situación actual.....	4
Tabla 3. acciones de innovación social.....	8
Tabla 4. Customer Journey.....	11
Tabla 5. segmentación 1.....	18
Tabla 6. segmentación según Kotler (2007)	19
Tabla 7. segmentación 2.....	21

Lista de figuras

vii

Figura 1. Planta arquitectonica 1.	15
Figura 2. Planta arquitectonica 2.	15
Figura 3. Misión y Visión.	24
Figura 4. Marca Aguas Yopal.	26

Introducción

El diplomado en gestión del marketing digital como opción de grado se trabajó el proyecto en seis fases con el objetivo de crear negocio social, exitoso en donde se implementan ideas innovadoras para poder atraer a la audiencia a través del uso de las herramientas informáticas como el internet y redes sociales. El trabajo se elabora en seis fases, la primera es conocer el entorno, definir la situación, para nuestro caso la problemática sobre la falta de calidad y cobertura del agua potable que sufre la ciudad de YOPAL (capital del departamento de Casanare), debido al derrumbe en la línea de abastecimiento, generando una serie de dificultades entre sus pobladores, como el del orden social, económico y cultural. Por otra parte, se evidencian las ideas innovación social y el valor social como herramienta de empoderamiento para solucionar las necesidades faltantes, además se define el proyecto social mediante el aprovechamiento del agua lluvia a través de un sistema de recolección de agua de lluvia, para afrontar las sequías y mejorar la calidad a través de su potabilización para brindar servicios de calidad con resultados óptimos y lograr conseguir clientes satisfechos.

Esperamos cumplir con las expectativas del diplomado, demostrar un buen seguimiento del uso de los tics para llamar la atención, y guiar un buen mantenimiento de las propiedades del marketing digital.

OBJETIVO GENERAL

Consolidar el proyecto de emprendimiento social, innovación social y valor social, para dar solución a la problemática de escasez del agua y falta de cobertura del servicio de acueducto y alcantarillado en la ciudad de Yopal.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar las estrategias de Mercado que permitan garantizar el suministro de agua potable en el Municipio de Yopal, implementando actividades a corto y largo plazo que partan de los análisis de la empresa o idea de negocio, teniendo en cuenta la tecnología, economía, cultura y la política en la ejecución del proyecto.
- Analizar la distribución del agua lluvia, teniendo en cuenta que se puede emplear como una alternativa para abastecer la demanda en alguna de las actividades del municipio.
- Mejorar la calidad de vida de la población vulnerable que no tiene acceso a los servicios de acueducto y alcantarillado de la ciudad de Yopal mediante la construcción de un sistema de recolección de aguas lluvias no convencional.

Metodología:

El proyecto Aguas Yopal, se consolidó mediante la aplicación de seis fases que a continuación se definen:

Characterization de la empresa.

CARACTERIZACION DE LA EMPRESA			
NOMBRE DE LA EMPRESA.	AGUAS YOPAL		
NIT	1121833785-0		
ACTIVIDAD DE LA EMPRESA (CIU)	Captación y tratamiento de agua		
SECTOR	Distribución de agua, Evacuación y tratamiento de aguas residuales, gestión de desechos y actividades de saneamiento ambiental.		
DIRECCION SEDE PRINCIPAL	YOPAL		
CIUDAD / MUNICIPIO	YOPAL	TELEFONO	3204932613
N. DE EMPLEADOS	N. Mujeres		N. Hombres

Tabla 1.

- **Fase 1- diagnóstico de la situación social**

REGION	NECESIDADES DE LA POBLACION	GRUPOS MAS AFECTADOS	NIVEL DE IMPACTO	POSIBLEAS ALTERNATIVAS DE SOLUCION
YOPAL CASANARE	Agua Potable.	En su totalidad la población en general que ingiere este líquido primordial-toda la población de la ciudad de Yopal, en especial aquellos habitantes que no cuentan con un servicio convencional de acueducto y alcantarillado	El impacto de esta necesidad es muy alto y lo sufren toda la población en general como la también la desplazada y flotante, como también a personas que han sido atropelladas por la vulneración de derechos humanos sociales, económicos y políticos.	construcción de un sistema de cubierta para captación y distribución de aguas lluvias y/o La entrega definitiva de la planta de tratamiento de agua potable que se construye a orillas del rio.

Tabla 2.

- **Fase 2-definición de la problemática social**

JUSTIFICACIÓN

En la actualidad la empresa del acueducto se encuentra intervenida por los malos manejos, resultado peor quienes asumieron la administración, además la construcción del acueducto el sitio es muy inestable geológicamente, y la compra de los tubos no son de la calidad que se requiere para el transporte del agua, lo anterior ha despertado controversia entre los veedores del servicio, empresa, alcaldía, que debilita el éxito del proyecto. Pareciese que la población de Yopal está condenada a muchos años a sufrir por el preciado líquido el agua, junto con lo anterior se viene el debate en el campo del petróleo que está dañando los acuíferos del agua.

En Casanare existen factores de tipo social que se han visto afectados por la crisis, pero la joya de la corona es indiscutiblemente la parte ambiental los desastres naturales se han vuelto muy comunes, los incendios, ríos contaminados con petróleo, sequias interminables y con ellas las muertes de animales silvestres, ganado y demás; el ecosistema esta tan alterado que si se afectan las fuentes hídricas los resultados no pueden ser menores a los que a diario se escuchan en las noticias. Hoy día existe el dilema del Fracking y con lo poco que se conoce de esta práctica o tal vez con la poca investigación para dar una explicación correcta y concreta sobre el tema, lo que si se escucha decir es que dicha práctica cada vez más separa el agua potable de la corteza terrestre y con ella la facilidad de acceso a este recurso; retomando el mismo planteamiento sin agua difícilmente se puede continuar con el ciclo de vida normal para personas, flora y fauna en el departamento de Casanare, se observa como las corporaciones destinadas a

intervenir en dicho tema solo se dedicaron a controlar a las empresas pero no a generar conciencia a recuperar ecosistemas y a implementar planes de acción para minimizar riesgos de tipo ambiental.

- **Fase 3-identificación acciones de innovación social**

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto aborda la adopción de tecnologías no convencionales o alternativas tecnológicas costo-efectivas para satisfacer las necesidades básicas de agua potable y saneamiento básico para los sectores, comunas o barrios más afectados de la ciudad de Yopal, en especial para aquellos casos donde son antieconómicas o no factibles las tecnologías convencionales, en donde la población se ve afectada por factores como la falta de provisión de servicios de agua y alcantarillado, mediante un sistema centralizado (red de acueducto y alcantarillado convencional), al igual que por la contaminación las fuentes de agua cercanas a la población no son óptimas para el consumo y uso doméstico, paralelo son los altos costos de los alcantarillados convencionales para recolectar y evacuar las aguas. Los diseños individuales para la recolección de agua se desarrollan por medio de un sistema de tratamiento de aguas, los cuales se pueden implantar bajo ciertas condiciones específicas, indicadas en la resolución 0330 de 2107, capítulo 5 sección 3. Por tal motivo se propone desarrollar este proyecto como solución alternativa en tema de saneamiento básico en los barrios marginados y que no tiene acceso a una red de distribución de agua en la ciudad de Yopal.

PROPUESTAS DE INNOVACIÓN SOCIAL.

Los problemas de abastecimiento y disposición final de aguas son complejos y demandan un alto costo, además se suman las dificultades como el bajo nivel socioeconómico, viviendas aisladas y de difícil acceso, limitado acceso a recursos financieros y elevados costos de construcción, carencia de supervisión, control, apoyo técnico de las instituciones públicas o empresas de servicios, olvido del estado, en donde la misma comunidad que se ve afectada. Por medio del proyecto propuesto se busca una solución eco-sustentable recolectando el agua lluvia utilizando las cubiertas de las viviendas, los canales y unos tanques para el almacenamiento, creando una empresa comunitaria para la construcción del sistema y estableciendo una solución alterna para superar la crisis de falta de agua, en donde la mano de obra estará a cargo de las personas de la misma comunidad, por lo tanto el beneficio más importante es que se garantiza el recurso con calidad y sin generar problemas de salud en la comunidad que la consume.

Proyecto	Pertenencia	Factor productivo	Innovación	Mercado
Captación y distribución del agua	Solución a la falta de abastecimiento de agua en la población que no tiene acceso a un sistema de acueducto y alcantarillado mediante un sistema centralizado y convencional-PTAP y PTAR.	Participación de los habitantes de las zonas vulnerables en la construcción de los sistemas de captación y almacenamiento.	Captación y distribución del agua por medio de canales y tanques de almacenamiento mediante sistemas constructivos no convencionales y descentralizados	Población vulnerable que no tiene acceso a un sistema de acueducto y alcantarillado.

Tabla 3. Acciones de innovación social

- **Fase 4-modelos de negocio Desing Thinking**

EMPATIZAR: PRIMERA ETAPA

Las principales necesidades en la Población de Yopal Casanare:

- La falta de Agua potable para el consumo Humano
- Falta de cobertura en los servicios de acueducto y alcantarillado.
- Que los Estudios y Diseños para la construcción de la PTAP correspondan a las necesidades de Yopal.
- Que los entes de control garanticen que los recursos destinados para construir la PTAP se destinen a dicho proyecto y que el mismo se finalice a satisfacción y al servicio de la comunidad de Yopal.
- Que, si el actual suministro genera problemas de Salud en la Población, el tratamiento corra por cuenta de la Alcaldía y la Gobernación.

Esta etapa se realiza en campo, obteniendo información de la comunidad mediante la observación de sus vivencias, costumbres. encontramos varias herramientas útiles para llevar a cabo este proceso, entre ellas tenemos la entrevista, la observación, la participación, (etnografía, focus group, benchmarks o comparar con lo que hace en otros sitios en una situación similar). Trasladando este contexto a nuestro problema, proyecto y población objetivo, se trata de entender cuáles son las verdaderas necesidades de los habitantes de la ciudad de Yopal, su falta de acceso a líquido vital como es el agua, los problemas e inconvenientes tanto para la salud de la falta del agua, cuáles son las

alternativas que la comunidad ha buscado para solucionar este problema, tanto de la comunidad como la parte del estado a través de los entes gubernamentales, vemos las características sociodemográficas, las necesidades, motivaciones, observamos y mediante la entrevista afirmamos si el proyecto realmente cumple con el objetivo principal que es la satisfacción y reconocimiento por parte del cliente o para nuestro caso los habitantes de bajos estratos o que no tiene acceso a un sistema de acueducto y alcantarillado convencional.

DEFINIR: SEGUNDA ETAPA

Para llenar a la etapa “**DEFINE**” del modelo Design Thinking, se debe partir de la compilación de los diferentes problemas referentes a suplir la necesidad del servicio público básico de agua potable para el consumo humano en la ciudad de Yopal; esto debido al daño que sufrió el sistema de acueducto en la planta del acueducto desde el año 2011 ocasionado por una falla geológica en el sitio de los tanques de almacenamiento, tratamiento, captación y distribución.

Para lo cual se determina que los diferentes problemas son:

- Falta absoluta de preciado líquido apto para el consumo humano
- Proliferación de enfermedades por consumo de aguas lluvias
- Propagación de plagas por almacenar inadecuadamente agua
- Cierre de escuelas, colegios y universidades
- Protestas por inconformismo por falta de solución al problema
- Mal manejo e inversión de recursos con argumento de solución del problema

Una vez realizado la evaluación de algunos de los problemas ocasionados por la falta de suministro del servicio público básico de agua potable para el consumo humano, concluimos y determinamos que la solución de la construcción de un acueducto a partir de la recolección, captación y almacenamiento de las aguas lluvias es una solución inminente para que la ciudad de Yopal tenga nuevamente el preciado líquido.

Para lo anterior se determinó y se escogió la técnica **Customer Journey o mapa de experiencia del cliente**. La cual es una herramienta que permite analizar profundamente lo que ocurre en la mente de nuestro cliente u objetivo propuesto, pues de esta manera analizaremos más a fondo las emociones, sentimientos, impresiones, reacciones y demás criterios que no lleven a asegurar que la solución es la indicada.

Customer Journey o mapa de experiencia del cliente:

Momento	Colapso del acueducto-Planta de tratamiento	Difusión del de la noticia del daño sufrido	Información al público de lo ocurrido por parte de la municipalidad y administración departamental	Conclusión de razones o causas de lo ocurrido	Tiempo de solución del problema y estrategias de choque para suplir el servicio
Punto de	El servicio no	Voz a voz	Difusión de	Entrega de	Responsabilidad

contacto	funciona. NO hay agua	entre vecinos o testigos del daño.	reporte por emisoras, tv, redes	concepto técnico después de una evaluación por expertos	de entidades o personas a cargo para solucionar el problema y el plazo.
¿Qué espera?	Que el valioso fluido llegue a su vivienda sin contratiempos cotidianamente	Que sea un problema pasajero, debido al fuerte invierno	Que lo que se escucha de parte de la administración municipal y departamental sea cierto, que no engañen al pueblo.	Que los expertos entreguen conceptos acertados y veraces	Que el plan de coche, el tiempo, las empresas o personas determinadas para solucionar el problema cumplan cabalmente a la comunidad.
¿Qué recibe?	No hay servicio público de agua potable para consumo	Se alarma y preocupa, pero se espera que el problema se	Recibe información apresurada, irresponsable, desconsiderada	Las razones del daño y falta del servicio son las	Promesas falsas, soluciones a medias, falta de cumplimiento

		solucione pronto.	y falsa.	reamente ocurridas	
Cliente satisfecho				4	
Cliente insatisfecho	1	2	3		5

Tabla 4. Customer journey

Aquí lo relevante es el objetivo de elaborar una técnica como el mapa de experiencia, que es una herramienta que nos muestra cada momento de contacto entre el cliente (en nuestro caso, el afectado) y la organización (en nuestro caso los dirigentes municipal y departamental), cual es el punto de contacto, que espera versus que recibe en cada uno de esos momentos y de esta manera es que se termina construyendo esta curva de sentimientos del cliente (afectado) en cada uno de estos contactos entre los dirigentes de la ciudad de Yopal y departamento Casanare dado el grado de responsabilidad en el citado caso (Colapso de planta de tratamiento de agua para el servicio público de agua potable de la ciudad de Yopal Casanare) y por el cual se concluyó y determinó construir un acueducto a partir de la captación de aguas lluvias.

IDEAR TERCERA ETAPA

A continuación, se describen las ideas con más relación para buscar la solución de la Problemática propuesta:

- Diseñar e implementar un sistema no convencional de captación y distribución de agua lluvia en la vivienda que se ajuste a las necesidades reales de los habitantes.
- Crear un comité auditor por parte de la Comunidad para hacer seguimiento exclusivo a la ejecución de los estudios y diseños para la construcción de la PTAP.
- Programa de suministro de agua potable en Botellones para familias en donde se encuentren madres en Gestación o con niños entre los 0 y los 10 años.
- Implementación de programas para el ahorro de agua, la recolección de aguas lluvias para uso doméstico y la filtración de agua con dispositivos portátiles en familias con integrantes de la tercera edad y niños.

PROTOTIPAR: CUARTA ETAPA

Prototipo para recolección de aguas lluvias y reutilización en labores domésticas, se busca contribuir al medio ambiente garantizar un sistema alternativo de suministro para labores domésticas y por ende menos consumo de agua proveniente del acueducto.

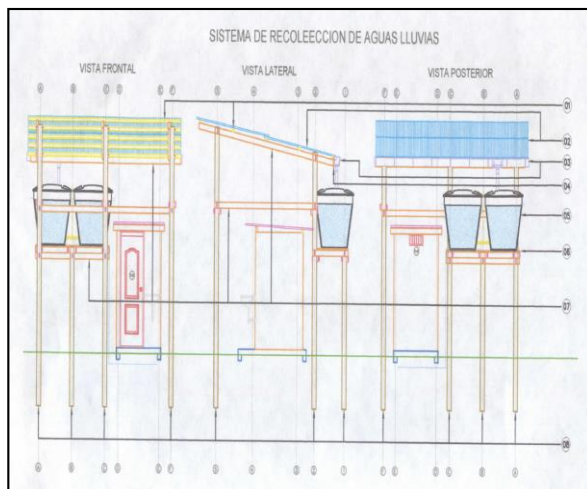


Imagen 1. Planta arquitectónica 1

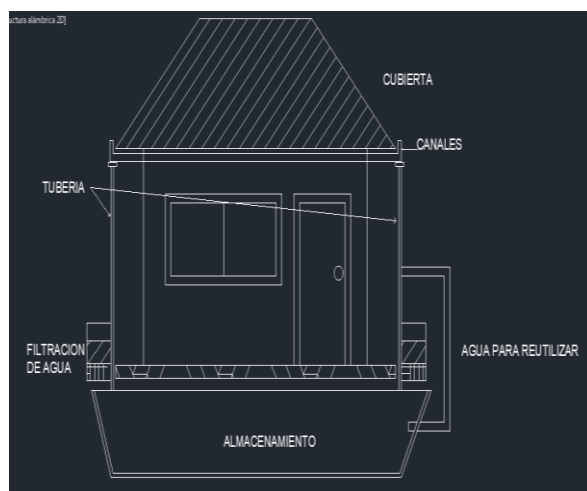


Imagen 2. Planta arquitectónica 2

TESTEA QUINTA ETAPA

En esta etapa se convierten las ideas más destacadas, elaboradas en la anterior fase, para desarrollar prototipos que puedan ser confrontados con el público objetivo. La idea de esta fase es, a partir de la experimentación, recoger el feedback de los clientes para elaborar propuestas más eficaces. De este modo, es básico mantener un diálogo constante con el usuario, tener en cuenta sus críticas constructivas, responder cualquier duda y tener en cuenta cualquier sugerencia o idea recibida de esta interacción.

- Tener varios modelos para la recolección de agua, que permitan su construcción en diferentes tipos de arquitectura, en las viviendas de Yopal
- Captación de agua usando la cubierta de la vivienda
- Almacenamiento
- Tener el sistema tradicional de suministro de agua ya que en épocas de verano no se puede garantizar la funcionalidad del sistema de recolección y reutilización.
- El sistema es amigable con el medio Ambiente y promueve la cultura de cuidado y reutilización.

No se necesita ningún tipo de energía-

- En épocas de invierno se muestra como un modelo funcional.
- Sirve para suministrar agua a cualquier punto de la ciudad.

- **Fase 5-definición de estrategias de mercadeo**

Grupo objetivo del proyecto

Al ser un servicio público que se garantizó en algún momento, (el servicio de agua dentro de todo el Municipio de Yopal), los consumidores con capacidad de compra son los mismos que hoy día nos vemos perjudicados por la problemática, a estos se les suman las nuevas Urbanizaciones, barrios, zonas francas, zonas comerciales y demás que se contemplaron dentro del POT y que se construyeron en este periodo de tiempo. Es decir, los cerca de 150.000 habitantes aproximadamente. Por lo tanto, las Viviendas, establecimientos comerciales, colegios, instituciones públicas o privadas que se encuentran en zonas con problema de abastecimiento de aguas de la ciudad de Yopal y que no tengan acceso a una red de acueducto y alcantarillado y que presentan dificultades comunes en aspectos como:

- Bajo nivel socioeconómico
- Viviendas aisladas o dispersas y de difícil acceso
- Limitado acceso a recursos financieros y elevados costos de construcción
- Carencia de supervisión, control y apoyo técnico de instituciones públicas o empresas de servicios.

SEGMENTACIÓN

segmentación			
geográfica	pais	departamento	CIUDAD
	Colombia	Casanare	YOPAL
demográfica	edad	sexo	NIVEL EDUCATIVO
	todas las edades	hombre/mujer	TODOS
psicográfica	estilo de Vida	valores	INTERESES
	todos los estratos	bien común, respeto, colaboración.	COMUNIDAD QUE BUSCA MEJORAR SUS CONDICIONES DE SALUBRIDAD.
conductual	beneficios	ocación de compra	
	financiación, disminuye la compra de agua.	media Alta	

Tabla 5. Segmentación 1

Los compradores del mercado difieren en sus deseos, recursos, ubicaciones, actitudes y prácticas de compra. Para conocer estas diferentes alternativas de los compradores o clientes finales se realiza la segmentación, que consiste en dividir los mercados grandes y heterogéneos en segmentos o grupos a los que se puede llegar de manera eficiente y eficaz con productos y servicios que coinciden con sus necesidades únicas. Existe la segmentación de consumo, la segmentación de los mercados empresariales, la segmentación de los mercados internacionales.

Cabe resaltar que no existe una única forma de segmentar un mercado, para este caso se deben de examinar diferentes variables de segmentación, pueden ser únicas o combinadas, para el desarrollo del proyecto nos enfocaremos en la segmentación de consumo, con el fin de encontrar la mejor manera de determinar la estructura del mercado en donde las principales variables a analizar son la geográfica, demográfica, psicografica y conductual.

Variable	Característica
Geográfica	Naciones, regiones, estados, municipios, ciudades, vecindarios, comunas; densidad de población (urbana, suburbana, rural), clima
Demográfica	Edad, etapa ciclo de vida, genero, ingresos, ocupación, educación, religión, origen étnico, generación
Psicografica	Clase social, estilo de vida, personalidad
Conductual	Ocasiones, beneficios, estatus de usuario, tasa de utilización, estatus de lealtad.

Tabla 6. Fuente: marketing, kotler 2007

Para el proyecto “captación y distribución de agua” por medio de canales y tanques de almacenamiento mediante sistemas constructivos no convencionales y descentralizados, se resume la segmentación que se aplica en el siguiente cuadro.

SEGMENTACION	
Captación y distribución de agua por medio de canales y tanques de almacenamiento por medio de estructuras no convencionales	
Geográfica	<p>Población de Yopal, barrios (el área urbana de la ciudad de Yopal está conformada por 5 comunas, las cuales comprenden 124 barrios), infraestructura (colegios, comercio, restaurantes) en donde se podrá implementar el diseño para la recolección de aguas. El clima en Yopal es cálido tropical tipo monzónico, con temperaturas medias desde 18 °C, debido a que ese frío es de la cordillera que baja por medio del río en la ciudad, que baja a 18°C y 19°C, en invierno, en los meses de junio y julio, a 30 °C en febrero, con una temperatura media anual de 26.8 °C. abril, mayo, junio y julio son los meses con humedad relativa mayor, más de 75%, y diciembre, enero, febrero y marzo son los más secos, con humedad entre 60 y 75%.⁷ Esto se debe a las precipitaciones que llegan a sobrepasar los 500 mm en abril, mayo, junio y julio.</p>
Demográfica	<p>Es un proyecto social en donde la población objetivo es la comunidad en general, niños, jóvenes, adultos, tercera edad, individuos de bajos</p>

	recursos o que no tienen acceso a una red convencional como el sistema de acueducto y alcantarillado.
Psicografica	Clase social: estratos bajos o 1, 2 y/o 3.
Conductual	Uso diario de los sistemas de captación de agua debido a su importancia para el desarrollo de la vida de los habitantes de Yopal.

tabla 7. Segmentación 2

Identificar la competencia

Dado que la problemática incide sobre toda una comunidad y que además se trata de un servicio público que lo debe garantizar una empresa del estado, en este caso no existen competidores por el mercado; debe ser la administración pública en cabeza del alcalde quien dé solución al problema y para este caso consiga los recursos y ejecute el proyecto en mención “construcción de la PTAP para el Municipio de Yopal Casanare” para dar la solución definitiva y única para la situación en mención.

Es pertinente afirmar que en Yopal existe una empresa de servicios público de acueducto y alcantarillado que por diferentes factores presta un servicio muy deficiente, el cual ha llevado a la comunidad a comprar el agua en carro tanques para consumo y uso doméstico, por lo que se analiza y concluye que no habrá competencia desde el punto de vista comercial, dado que el trasfondo de servicio y creación para este proyecto es un aporte social y el segmento consumidor es en un alto porcentaje la población vulnerable y marginada de la población.

Aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y acciones de cooperación como alianzas estratégicas.

Un importante aliado para el proyecto de Captación y distribución de Agua con planta de tratamiento de agua potable- PTAP y planta de tratamiento de aguas residuales-PTAR. Es la existente empresa de acueducto y alcantarillado de la región; esto debido a que, con este proyecto en acción, se garantiza el cubrimiento total del área de población que la empresa de acueducto y alcantarillado no cubre. Aunque existen una limitante bastante marcada, que es el carácter de cada empresa, una pública y la otra privada. Limitantes que se pueden y deben llegar a manejar para hacer una alianza estratégica de beneficio mutuo.

Identificar los aliados clave del modelo de negocio del proyecto de emprendimiento social y proponer acciones de cooperación como alianzas estratégicas.

A continuación, se describen los aliados clave para la ejecución del Proyecto:

Lugar: Yopal - Casanare

Responsable de la Contratación: Findeter

Contratista: Consorcio Aguas de Yopal

Interventor: Consorcio Llanero

Cantidad: (1) Un Sistema de Acueducto

Estado: En Ejecución

Fecha Inicio: 30 de junio de 2015

Fecha Fin: 16 de noviembre de 2019

ESTRATEGIAS DE MERCADEO

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN:

Las publicaciones se harán especialmente concebida para ser usadas como documentos de campo, dirigido a los profesionales, usuarios que trabajan para que la pequeña empresa familiar, en condiciones donde el agua es un factor de sus tentó humano y para la producción animal y vegetal. Brinda orientaciones sobre los conceptos, estrategias y métodos acerca de cómo mejorar la captación y el aprovechamiento del agua en el medio urbano y rural, sobre todo donde la disponibilidad de este recurso es deficiente o descontinuada. También se propone la realización de folletos con contenido explicativo con toda la información de la empresa, del proyecto, los beneficios etc. Entregarlos en una campaña de socialización y divulgación del inicio y apertura del servicio a la comunidad y en la región donde se desarrollará el proyecto Captación y Distribución de Agua.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO:

Estrategia de Posicionamiento: Los logros y la proyección en la ejecución del proyecto de Captación y Distribución de Agua, es sin lugar a duda un importante aporte de un grupo de estudiantes quienes a través de su proactividad, experiencia, dedicación, conocimiento y compromiso laboral. Con un eficiente manejo, altos índices de calidad, contenido social y un excelente compromiso con la biodiversidad y el medio ambiente.

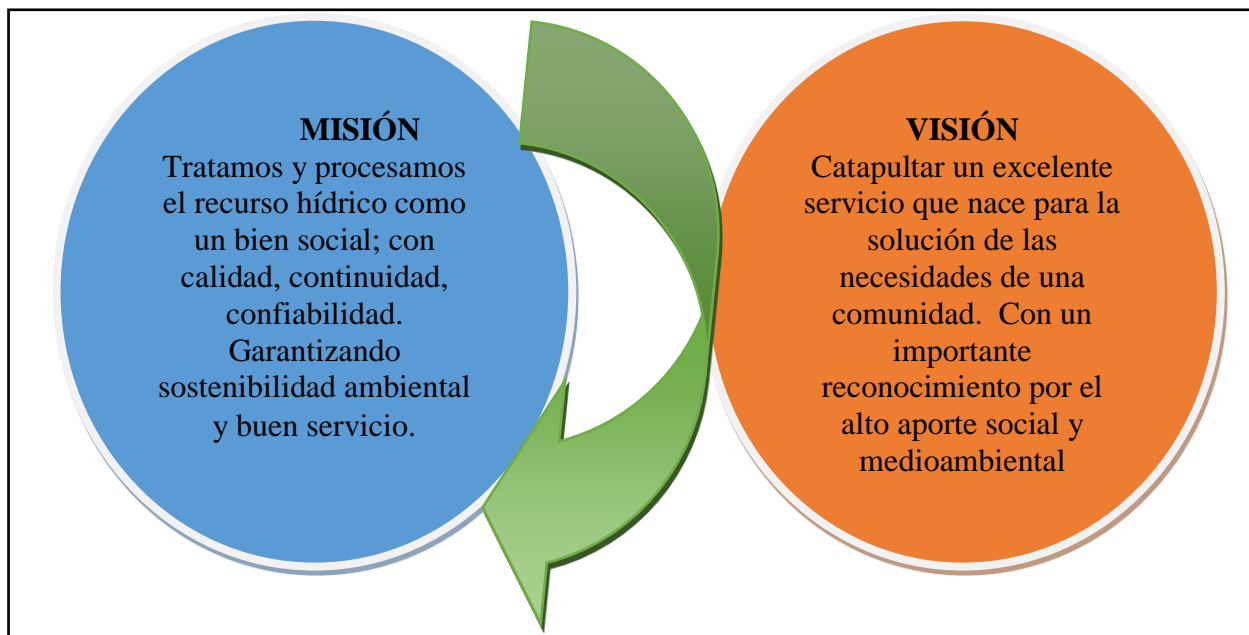


imagen 3. Misión y visión

Para la aplicación de metodología es necesario que se disponga de la fuente de agua potable que abastece el consumo humano; en general en nuestro país, hay buenas fuentes de agua lluvia en gran parte del territorio, especialmente donde se encuentran los grandes centros poblados con lo cual se puede cubrir buena parte de la demanda de agua para usos generados por actividades como aseo, usos industriales, pecuarios y agrícolas, e incluso el consumo humano. Se prevé la construcción de una estructura tipo desarenador antes de la entrada al tanque de aguas lluvias, para remover la cantidad de sólidos sedimentables que trae la lluvia, en especial, la primera escorrentía que actúa como un barrido inicial, en especial después de una temporada seca, ya que se arrastra polvo, hojas, arenas presentes en las cubiertas y zonas duras.

ESTRATEGIA DE DIFERENCIACIÓN:

Una vez puesta en marcha el sistema no convencional de recolección y distribución de agua en la región y que este empiece a suministrar el servicio a toda la comunidad, se hará bastante énfasis en la calidad del producto suministrado, como también que se va a garantizar el suministro sin interrupciones, lo anterior buscando que los usuarios paguen sin reproches por un buen servicio. El proyecto “Captación y distribución de Agua”, tiene como atributo principal llevar agua a una población que carece de este servicio público básico. Por lo tanto, dar solución a la falta de abastecimiento de agua en la población que no tiene acceso a un sistema de acueducto y alcantarillado mediante un sistema centralizado y convencional-PTAP y PTAR, es además de un atributo un gran aporte social ya que el beneficio que se entrega a la población es de un alto contenido social, pues el hecho de solucionar una necesidad primordial tan sentida por la comunidad es la respuesta a la acertada solución con el desarrollo de este proyecto. Además de tener presente en contener un compromiso de cumplimiento y continuidad del servicio, todo esto debido al amplio conocimiento y conciencia de la urgente necesidad de la comunidad por dicho servicio básico catalogado como de “primera necesidad”

- **Fase 6-programa de marketing digital**

Objetivos del programa:

Aumento de visitas al sitio web de la empresa o proyecto

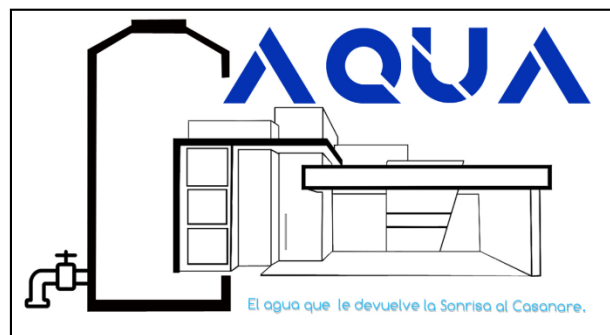
Promoción del producto y servicio

Posicionamiento ante clientes potenciales

Fortalecimiento de la relación con los clientes

Conseguir y aumentar seguidores en las redes sociales

Desarrollar nuevos productos enfocados a las necesidades actuales con los clientes y que tengan relación con la problemática a solucionar, por ejemplo, el manejo y cultura de reciclaje, clasificar los productos o residuos y que se pueden reutilizar.

Imagen de marca y slogan**Imagen de la marca y slogan seleccionado por el grupo**

“El Agua que le devuelve la Sonrisa a Casanare”

Enlace Wix

<https://xedro1309.wixsite.com/aguasyopal>

Descripción de acciones

YouTube: mostrar la empresa, sus objetivos, logros, conocer opiniones (contenido audiovisual)

LinkedIn: generar contactos personales y comerciales.

Facebook: presentar el proyecto social en la red ante los clientes, imágenes y enlaces a la página web.

Twitter: conocer las opiniones de las publicaciones, imágenes de cubiertas, accesorios, técnicas de trabajo.

**Vínculo del video de sustentación final del proyecto de emprendimiento social
previamente publicado en YouTube.**

<https://youtu.be/3B1dAHn-SBo>

Conclusiones

En una era en donde el universo digital se desarrolla en la sociedad generando nuevos estilos de vida y nuevos hábitos de consumo, diseñar un buen plan de marketing digital de la manera más acertada posible, logra una gran ventaja competitiva en cualquier proyecto o idea de negocio, en donde se conocen las estrategias a aplicar, tomando las acciones correctas a desarrollar en el ámbito digital, al tiempo que se fijan los objetivos o metas de la empresa sea a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta el comportamiento del consumidor o demanda del bien o servicio.

Las nuevas tendencias en estos días son el uso y manejo de información promedio de Páginas Web tanto por medio de Internet, Extranet e Intranet. Todo esto dará como resultado más interacción entre usuarios y organizaciones, generando así una audiencia masiva aumentando la credibilidad de la información de dicha información que publique o venda sus productos o servicios por medio de una Página De Internet, explorando así nuevas oportunidades de negocio los cuales podrán enriquecer la organización como tal, así como una menor pérdida de información, explotando las tecnologías, lo cual podrá permitir la creación de aplicaciones en Web más interactivos y fáciles de manejar.

Lista de referencias

Libro marketing, kotler 2007, marketing lateral.

El marketing digital, Vicente Buendía Ramón, economistas nro. 309, mayo 2006.

Marketing digital y su poder en la comunicación, Giovanni Vargas Arrieta, documento pdf, año 2017.

Estrategias de marketing digital para PYMES, anetcom, recuperado de www.anetcom.es