



Proyecto de emprendimiento social

**Transporte de Rionegro integrados - Transrio**

Juan Pablo García Patiño

Asesor (a):

Milton E. Villalba Benítez

Magíster en administración de organizaciones

Universidad nacional abierta y a distancia - UNAD

Escuela de ciencias administrativas contables económicas y de negocios – ECACEN

Diplomado de profundización gestión del marketing para el emprendimiento social

Colombia

2020

## Tabla de contenido

Introducción.....	4
<u>1. Objetivos.....</u>	<u>5</u>
<u>1.1. Objetivo general: .....</u>	<u>5</u>
<u>1.2. Objetivos específicos .....</u>	<u>5</u>
<u>2. Metodología del proyecto .....</u>	<u>6</u>
<u>3. Diagnóstico de la situación actual.....</u>	<u>7</u>
<u>3.1. Cuadro de aportes problemáticas sociales: .....</u>	<u>7</u>
<u>4. Definición de la problemática social.....</u>	<u>12</u>
<u>4.1. Caracterización de la población afectada .....</u>	<u>14</u>
<u>5. Identificación de acciones de innovación.....</u>	<u>15</u>
<u>5.1. Matriz de evaluación.....</u>	<u>15</u>
<u>5.2. Justificación del proyecto seleccionado.....</u>	<u>18</u>
<u>5.3. Mapa mental de ideas.....</u>	<u>20</u>
<u>6. Modelo de negocio Dising Thinking.....</u>	<u>21</u>
<u>6.1. Etapa 1 empatiza .....</u>	<u>21</u>
<u>6.2. Técnica Mapa de actores: .....</u>	<u>22</u>
<u>6.3. Etapa 2 define.....</u>	<u>23</u>
<u>6.4. Técnica: Mapa mental.....</u>	<u>23</u>
<u>6.5. Etapa 3 idea .....</u>	<u>24</u>
<u>6.6. Técnica: Matriz FODA o Matriz DAFO .....</u>	<u>25</u>
<u>6.7. Etapa 4 prototipa .....</u>	<u>27</u>
<u>6.8. Técnica: Flujo de proceso .....</u>	<u>28</u>
<u>6.9. Esquema de rutas rurales.....</u>	<u>29</u>
<u>6.10. Etapa testea .....</u>	<u>31</u>
<u>6.11. Técnica, Apuntes de testeo .....</u>	<u>32</u>
<u>7. Desarrollar estrategias de mercadeo.....</u>	<u>35</u>

<u>7.1.</u> Producto para ofrecer:.....	35
<u>7.2.</u> Grupo objetivo del proyecto: .....	36
<u>7.3.</u> Segmentación: .....	38
<u>7.4.</u> Competencia:.....	40
<u>7.5.</u> Aliados claves: .....	41
<u>7.6.</u> Estrategias de Mercadeo:.....	41
<u>8.</u> Estrategias de mercadeo .....	44
<u>8.1.</u> Estrategias de Marketing: .....	44
<u>8.2.</u> Objetivos de la propuesta de marketing digital .....	49
<u>8.3.</u> Objetivo 1: .....	49
<u>8.4.</u> Estrategia:.....	49
<u>8.5.</u> Acciones: .....	49
<u>8.6.</u> Objetivo 2: .....	51
<u>8.7.</u> Estrategia:.....	51
<u>8.8.</u> Acciones: .....	51
<u>8.9.</u> Página Web.....	52
<u>8.10.</u> Blog: .....	54
<u>8.11.</u> Objetivo 3: .....	55
<u>8.12.</u> Estrategia.....	55
<u>8.13.</u> Acciones: .....	55
<u>8.14.</u> Marca y eslogan .....	57
<u>8.15.</u> Video sustentación final .....	58
<u>9.</u> Conclusiones .....	59
<u>10.</u> Bibliografía .....	60

## Introducción

El emprendimiento social es una herramienta fundamental para el desarrollo de una comunidad, dando respuesta a la necesidad de la comunidad seleccionada afectada y sobre todo en especial a los jóvenes que buscan cambio continuo e innovación. La iniciativa o emprendimiento social, en ocasiones se confunde con las organizaciones sin lucro o no gubernamentales y a través de las diferentes contextualizaciones está ligada de forma recurrente a la situación de seguridad y pobreza de la región donde se gesta.

En este proyecto de emprendimiento queremos contextualizar sobre la importancia del transporte público para la región, convirtiéndose en un servicio público esencial el cual se encuentra regulado por el Estado y se apoya en la participación del sector privado, principalmente, en lo relacionado con su operación y recaudo. La accesibilidad en algunas zonas del municipio al transporte es una característica fundamental. El termino accesibilidad está relacionado a diversos conceptos como lo son la movilidad, uso del suelo, oferta y demanda del transporte, rutas, vías entre otros; No obstante, el concepto va más allá de esto, desagregándose en distintos índices los cuales exhiben o muestran, la facilidad o la oportunidad de una persona para acceder a un medio el cual le permite movilizarse para realizar las actividades deseadas en todo el territorio, es decir; que posibilidad tiene la persona de pagar un pasaje en sus actividades diarias rutinarias; basándose de gran manera a los análisis y estudios que se deben efectuar para que las rutas y el costo permitan una cobertura y facilidad respectivamente, En este proyecto se plantean varias acciones para mejorar el sistema actual del municipio de Rionegro, haciendo parte del Sistema de transportes integrados de Rionegro - TranRio, los cuales se espera sean implementados en diferentes sectores de la ciudad.

## Objetivos

### Objetivo general:

Diseñar un proyecto para integrar el transporte público del municipio de Rionegro con beneficio para toda la comunidad en diferentes ámbitos, mejorando la distribución de rutas, cobertura en la zona urbana y rural para aportar a la movilidad de la región.

### Objetivos específicos

- Identificar las necesidades de la comunidad, determinar la viabilidad del proyecto a desarrollar.
- Formular y evaluar las acciones para la implementación del proyecto, identificando sus fortalezas y debilidades del Sistema Integrado de Transporte Público TranRio.
- Formular y estructurar un plan de marketing para idea y/o proyecto social contemplando las nuevas tendencias del mercado.

## **Metodología del proyecto**

La metodología propuesta está dividida en seis fases logrando abarcar desde el diagnóstico de la situación actual de la región que para el caso es el municipio de Rionegro Antioquia, identificación de las necesidades que afectan la comunidad como problemática social, identificación de acciones de innovación para intervenir la problemática seleccionada, diseño del modelo de negocio y la estructuración del plan de marketing digital para captar clientes y fidelizarlos.

### Diagnóstico de la situación actual

Para la elaboración del proyecto de Emprendimiento Social se realizó un listado de todas las problemáticas que se pudieron evidenciar en el municipio de Rionegro Antioquia. (ver cuadro N° 1.)

#### Cuadro de aportes problemáticas sociales:

<b>Región</b>	<b>Necesidades de la población</b>	<b>Grupos más afectados</b>	<b>Nivel de impacto</b>	<b>Posibles alternativas de solución</b>
Rionegro (Antioquia)	Mejoramiento en la prestación de los servicios públicos.	Toda la comunidad en general, dado que la problemática se presenta en todo el municipio	Alto la comunidad manifiesta su descontento, inconformidad e incertidumbre con la calidad del agua.	Presentar plan de acción para mejorar las redes antiguas del municipio y su ejecución, pero este debe ser un proyecto con buenos estudios y un plan de desarrollo articulado al

				POT del municipio
Transporte deficiente y en camino una nueva implementación, pero con algunos vacíos.	Toda la comunidad, estudiantes y residentes de municipios colindantes que se desplazan a trabajar, estudiar o por citas medicas	Los municipios cercanos se ven muy afectados porque muchos habitantes se trasladan para Rionegro a laborar, esto afecta las industrias quienes tendrán que implementar medidas para no verse afectadas en su personal humano, así mismo el sector académico (universidades,	Estructurar un plan de trabajo con las empresas trasportadoras de la región y del municipio, reestructurar las terminales satélites, pero esto debe ser en común acuerdo con las empresas que conforman el gremio.	

			colegio y escuelas)	
	Alta afluencia de personas inmigrantes	Niños y adultos mayores	Según datos de la personaría, en el municipio están radicados más de 6.000 ciudadanos venezolanos, donde no hay control sanitario, seguridad y protección de los derechos humanos esenciales para estas personas y la comunidad en general.	Trabajar con las alcaldías y entidades de gobierno en acciones afectivas en educación, vivienda y trabajo digno

- Problemática 1: La Empresa de Servicios Públicos de Rionegro surte de agua a 25.150 usuarios con cobertura en toda el área urbana del municipio de Rionegro y en el área rural a Llano grande, Abreo, Abreito, Alto Bonito, El Rosal y la carretera hacia la Nacional de Chocolates. La calidad del agua, que a menudo llega a las casas, es muy baja en presión, turbiedad y el fluido es intermitente, estos son algunos de los problemas que se presentan a los usuarios y que no es de mucho agrado para ellos. Se han presentado contingencias como la vivida durante el año 2013 en los meses marzo y abril, donde la calidad del agua tuvo un deterioro progresivo a causa de unos problemas multifactoriales, donde estuvo presente la calidad de la fuente, como lo es el embalse al río Malpaso, Unos procedimientos de planta y una afectación en las líneas de impulsión. Todo esto generó que el agua fuera suspendida sin el consentimiento de los usuarios. Así mismo la calidad del agua llega de manera inestable a las casas es un fenómeno llamado biopelícula, que en el caso de este acueducto es muy sensible y se desprende fácilmente con los cambios de presión y velocidad que se realizan. Esto contrasta con los municipios cercanos donde la calidad de sus acueductos es catalogada como los mejores del país. En el gobierno pasado se efectuó la venta de la empresa de acueducto Ep Rio a Empresas Públicas de Medellín EPM quien viene realizando una serie de inversiones y modificaciones para mejorar la calidad del servicio.
- Problemática 2: Según cifras entregadas por la alcaldía del municipio, hoy en el municipio se encuentra más de 6 mil personas con nacionalidad venezolana, generando índices altos de mendicidad, hacinamiento en hogares de paso y problemas de seguridad y desempleo debido que estas personas trabajar por un costo menor afectando la mano de obra local. Generando el colapso del sistema educativo, también se suma a los problemas de salud

porque muchas de estas personas ingresan al país de forma irregular sin ningún control sanitario. Hoy el municipio trabaja en varias alternativas para controlar y brindar ayuda a estas personas.

- Problemática 3: Transporte público en Rionegro presenta varias deficiencias la primera de ellas está en marcada por la distribución inadecuada de las rutas donde se presentan sectores con poca cobertura y otros con sobre oferta esto debido a que los actuales operadores son empresas privadas y la autorización de rutas fue otorgada de manera irregular, en segunda medida existen sectores sin cobertura o donde la única ruta que pasa es la circular que un promedio de frecuencia de 40 minutos a una hora, entre estos sectores encontramos, Cobertura de rutas en los barrios Villa Camila, La Carmina, 4 esquinas, alto de medio, quebrada arriba, mirador de San Nicolas, altos del bosque, Fontibón y las zonas rurales como vereda Ojo de agua, vereda el carmín, vereda Pasarela, vereda santa teresa y corregimiento la cimarronas en estas comunidades estamos hablando de cerca de 18 mil personas que usan el transporte publico

Identificando al TRANSPORTE PÚBLICO como la problemática que mas aqueja a nuestra comunidad. El cual se quiere realizar una reestructuración de fondo evaluándola desde diferentes puntos de vista para estructurar una propuesta de mejora al sistema que beneficie a los habitantes que usan diariamente el sistema de transporte y que tenga conexión con los demás municipios de la subregión.

La reestructuración del transporte debe abarcar varios componentes como son cobertura, precio, operadores, tiempos y seguridad para los usuarios.

### **Definición de la problemática social**

El municipio de Rionegro se ha convertido en la capital de la subregión oriente de Antioquia, con una población estimada en 124.200 habitantes según el censo presentado por el “DANE 2017” donde según datos de la subsecretaria de movilidad cerca de 10 mil personas al día se desplazan de los municipios cercanos a Rionegro en transporte público ya sea para desarrollar actividades laborales, educativas o salud, entre otras actividades como esparcimiento y diversión a esto sumándole cerca de 15 mil personas que se movilizan al interior del municipio en el transporte público. Por otro lado, se debe tener en cuenta las comunidades que hoy no cuentan con el servicio o que la frecuencia de rutas es mínima de rutas.

Con la nueva medida que hoy se quiere implementar en el municipio llamado Sonrió liderada por el alcalde saliente, el municipio de 38 rutas urbanas y rurales pasaría a 16 rutas para atender una población cercana a 15 mil usuarios del sistema solo del municipio, a esto sumemos los 10.000 que viajan diario, pero no podemos olvidar el crecimiento acelerado de vivienda donde se manejan cifras de 30% de crecimiento anual aumentando la demanda.

Esta medida también pretende que las rutas intermunicipales no entren al casco urbano de Rionegro. Desde la perspectiva interna del municipio ayudaría a descongestionar vías, pero para los municipios aledaños es sumar 1.700 pesos más a lo que hoy deben pagar los usuarios de transporte público, es decir; hoy un pasajero de la Ceja a Rionegro pagar cerca de 3.800 pesos viaje, al realizar trasbordo para llegar al centro de Rionegro o casco urbano debe sumarle 1.700 quedando una tarifa total de 5.500 pesos un incremento cercano al 45%.

Hay otro problema mayor y en los taxis individuales dado que una tarifa mínima cuesta 5.500 el recorrido no es más de 5 a 8 cuadras (800 metros a 1 kilómetro) mientras que en Medellín cuesta 5.600 pero puede desplazarse hasta 4 kilómetros y está controlado por taxímetro, esto genera que los transportes no convencionales o de plataforma tomen más fuerza.

A esto hay un grave error en la poca socialización que tiene la comunidad del cambio que desea implementar la administración, no se han aprovechado las masas de personas en recintos cerrados como las aulas de clase, sector industrial y comercial que son los nichos principales de usuarios del transporte público.

Para estos es importante realizar un breve recuento de la historia de otras ciudades del país. Encontrando que no atiende las necesidades de los usuarios. Como consecuencia, hay más carros y motocicletas de lo apropiado para las vías existentes. El crecimiento vertiginoso de viviendas, grandes deudas por sistemas mal planeados y que se vuelven un dolor de baza para los usuarios como por ejemplo Transmilenio en Bogotá. En el cual la demanda es mucho mayor desbordando muchas veces su capacidad sumándole inseguridad acoso sexual y falta de cultura. Por esta razón expuesta se debe estudiar muy bien las medidas a implementar cubriendo lo que hoy se requiere, pero con proyección a futuro.

Este proyecto está enmarcado como iniciativa a tomar desde el gobierno local, dado que es una problemática general y donde el transporte público se convierte en un negocio para ciertas personas o empresas y no en una alternativa para cubrir las necesidades de la ciudad. La Empresa de Transporte Masivo Rionegro se concibe con el fin de construir, administrar y operar el sistema de transporte, generando desarrollo y buscando ofrecer calidad de vida a los habitantes

Para llevar a cabo este proyecto de transporte integrado es necesario una inversión del presupuesto del municipio enfocado a estructurar un sistema de transporte integrado que brinde cobertura a el municipio “Casco urbano, rural y la integración con los demás municipios” en este sentido también se quiere fondos del departamento como subregión.

### **Caracterización de la población afectada**

Los barrios Villa Camila, La Carmina, 4 esquinas, alto de medio, quebrada arriba, mirador de San Nicolas, altos del bosque, Fontibón y las zonas rurales como vereda Ojo de agua, vereda el carmín, vereda Pasarela, vereda santa teresa y corregimiento la cimarronas, en estas comunidades según información entregada por la personería del municipio son cerca de 26 habitantes, en los estratos 1 y 2.

Entre las edades de 0 a 15 años los registros datan de 5.200 habitantes que en su gran mayoría son estudiantes, entre las edades de 16 a 30 años tenemos 8 mil habitantes entre estudiantes universitarios y trabajadores, de 31 a 45 años la mayoría de estos habitantes son trabajadores de las industrias de la zona franca y sector industrial de la autopista Medellín – Bogotá y de 45 años en adelante encontramos personas desempleadas, amas de casa, pensionados y que personas que viven de negocios propios o de ventas diarias.

Así mismo se estima que cerca del 60% su vivienda en arrendada y el 40% vivienda propia y de interés social y propietario.

### Identificación de acciones de innovación

Para efectos de proponer soluciones a la problemática objeto de estudio se sugieren diversas ideas para desarrollar enfocadas a mejorar la prestación del servicio público de transporte en el municipio de Rionegro, pero hay que tener en cuenta que se necesita ser no solo viable, sino rentable y sostenible a corto y largo plazo. Un valor especial y distinto a otros es brindar un servicio que responda a una constante necesidad del consumidor, en donde se pueda hablar de que “el consumidor necesite a diario para desplazarse usar nuestro sistema de transporte público” y que apunte a sinónimos de éxito seguro.

### Matriz de evaluación

(Ver cuadro N° 2)

Sector	proyecto	pertinencia	factor productivo	innovación	mercado	Valor cualitativo
Transporte	Integración tarifaria entre los diferentes modos de transporte público y establecer tarifas diferenciales para estudiantes y adultos	El proyecto busca consolidar un solo sistema tarifario entre los diferentes medios de transporte y buscando	El proyecto busca que el mismo sistema tarifario pueda subsidiar la implementación de más	Como ideas innovadoras se puede tener en cuenta que los sistemas integrados no son exclusivos de las ciudades	El proyecto genera un impacto en todo el municipio y la subregión	5

	mayores, todo esto administrado por una empresa que controle, supervise los diferentes medios de transporte.	brindar una tarifa preferencia a estudiantes y adultos mayores	equipos u otros medios de transporte alternativos como las bicicletas	capitales, también puede ser un tema para las diferentes comunidades, Rionegro sería el pionero el ser un municipio pequeño en tomar la iniciativa		
Servicios públicos	Mejorar la prestación del servicio de acueducto en el municipio	Implementar una subsecretaría en el municipio de control y calidad de servicios públicos esenciales	A través de esta dependencia realizar control a la calidad y disponibilidad del servicio	Se buscaría contratar estudiantes de la región en carreras a fines para ser el canal de comunicación entre la comunidad y	El proyecto genera un impacto en todo el municipio	3

				las empresas públicas, realizando el debido control político y social		
Control a extranjero e inmigrantes	Controlar el ingreso de personas al municipio que ingresan de forma irregular	Implementar una subsecretaría en el municipio de control a los habitantes extranjeros indocumentado s, personas de la calle y desempleo	Definir los canales para atender a estas personas y definir su situación en el municipio	Bajar el índice de mendicidad y sobrepoblació n en hogares de paso	El proyecto genera un impacto a una comunidad especifica cerca de 6 mil personas	3

## **Justificación del proyecto seleccionado**

Implementar la integración tarifaria entre los diferentes modos de transporte público y establecer tarifas diferenciales para estudiantes y adultos mayores, todo esto administrado por una empresa que controle, supervise los diferentes medios de transporte.

La integración de un sistema de transporte puede definirse como un en-foque global a través del cual los diferentes elementos que lo componen trabajan de forma conjunta para producir efectos acumulados positivos en el menor plazo posible, con el fin de ofrecer servicios de transporte más eficientes y fáciles de utilizar por los usuarios. Como actividad económica puede estar marcada como Transporte de pasajeros, se debe iniciar con un acercamiento a las actuales empresas de transporte público en el municipio, lo que se busca es una apuesta de ciudad: formar una empresa única de transporte integrado. El proyecto presenta varias fases:

1. Basados en estudios técnicos especializados definir las rutas adecuadas en tiempos y desplazamientos que brinden cobertura para identificar la demanda de transporte público de pasajeros en rutas de transporte rurales (veredales) y los resultados obtenidos de su aplicación. Esta metodología se resume en el análisis del Plan de Ordenamiento Territorial y estudios anteriores de movilidad y transporte, realización de estudios de tránsito (campo y oficina) como rotación de demanda, ascenso y descenso de pasajeros, tiempos de recorrido y demoras, estado de carreteras y vehículos de transporte; adicionalmente se debe realizar revisión de la canasta de costos del transporte. Como soporte para las recomendaciones y decisiones se analizan indicadores de servicio, opciones de rutas y se plantean alternativas con establecimiento de tipo de vehículo, frecuencias y sistema tarifario. Algunos resultados relevantes del caso estudiado son el

déficit en las frecuencias de servicio del transporte formal haciendo que los usuarios usen el informal, siendo esta demanda insatisfecha aproximadamente el 15% de la demanda total. Existe la necesidad de cambiar algunos vehículos (por capacidad) utilizados para la prestación del servicio. Se presentan recomendaciones para el mejoramiento y optimización del servicio de transporte rural en el municipio objeto de estudio.

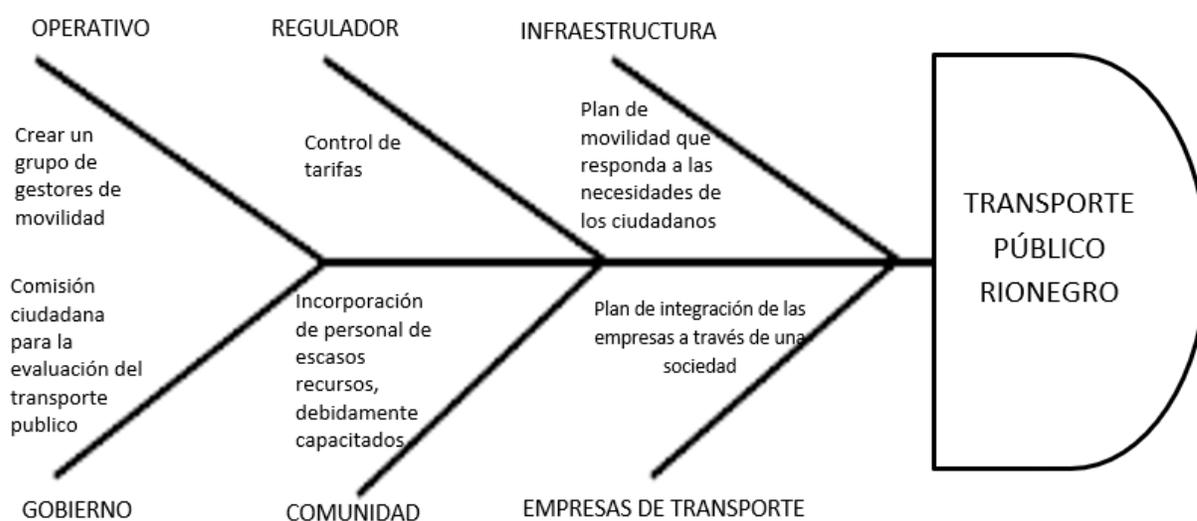
2. Estrategia de integración de las empresas de transporte público “Privadas” o liquidación y absorción de las mismas para crear una sola empresa de recaudo, a través de una empresa con experiencia que permita conectividad, gestión de la información y un eficiente servicio al pasajero con proyección a una integración tarifaria con el sistema de transporte masivo.
3. Desde el factor humano para el nuevo sistema se buscará la incorporación de personas con escasos recursos, con estructurado plan de formación y capacitación que les permita a la persona tener mejor calidad de vida, logrando un impacto social favorable desde el personal interno, pero este proyecto también busca beneficiar a toda una comunidad.
4. Hoy en día el actual sistema es gestionado a veces por múltiples operadores públicos y/o privados, es esencial la integración tarifaria entre ellos con el fin de dar soporte a la eficiencia en los desplazamientos de las personas. Esta integración, además de favorecer el carácter intermodal de las redes de transporte público, permite al usuario realizar viajes sin la necesidad de adquirir distintos boletos según la línea, el modo de transporte o el operador. Con una integración total, el usuario viaja entonces de manera eficiente sobre todas las redes sin costo adicional durante un mismo desplazamiento. Es importante anotar que la integración tarifaria necesita la presencia de alguna autoridad o ente de

coordinación, especialmente para establecer, es acá donde entre el proyecto, para crear una empresa que administre y opere el sistema

Transporte público del municipio con varias empresas de transporte privadas, diferencias en tarifas y zonas no cubiertas o con deficiencia de rutas.

### Mapa mental de ideas

(ver figura N° 1)



## **Modelo de negocio Dising Thinking**

Por medio de del modelo Desing Thinkin queremos diseñar y evaluar las estrategias enfocadas para atender las necesidades de la comunidad de forma efectiva que involucre componentes de innovación y acción social, logrando abarcar cada una de las variables que fortalezcan el proyecto de integración del sistema de transporte publico de Rionegro TransRio, para esto pasaremos por cada una de las etapas:

### **Etapas 1 empatiza**

El municipio de Rionegro cuenta con un sistema de transporte conformado por varias empresas privadas y unas tarifas direccionadas por el municipio pero que varía según las rutas. Estas rutas también presentan deficiencias, donde se pueden detectar una mala distribución de rutas, (zonas descubiertas y zonas con alta concentración), de esta forma podemos detectar dos necesidades puntuales:

- Unificación de tarifas, para facilidad y practicidad de los ciudadanos y un plan de tarifas preferenciales para comunidades en alto riesgo, adultos mayores y jóvenes en calidad de estudiantes debidamente comprobado.
- Cobertura de rutas en los barrios Villa Camila, La Carmina, 4 esquinas, alto de medio, quebrada arriba, mirador de San Nicolas, altos del bosque, Fontibón y las zonas rurales como vereda Ojo de agua, vereda el carmín, vereda Pasarela, vereda santa teresa y corregimiento la cimarronas.

## Técnica Mapa de actores:

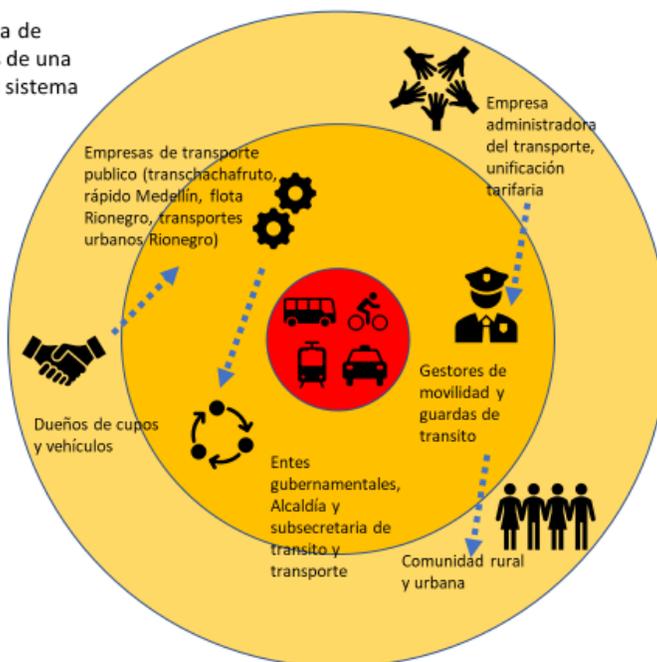
(ver figura N° 2)

Sistema integración tarifaria de transporte público a través de una empresa que administre el sistema

Diferentes empresas de transporte público del municipio



Propuesta de gobierno municipal anterior de construir un tren ligero



Masificación del sistema bici ríe



Control a las empresas de taxis individuales y colectivos

## Etapa 2 define

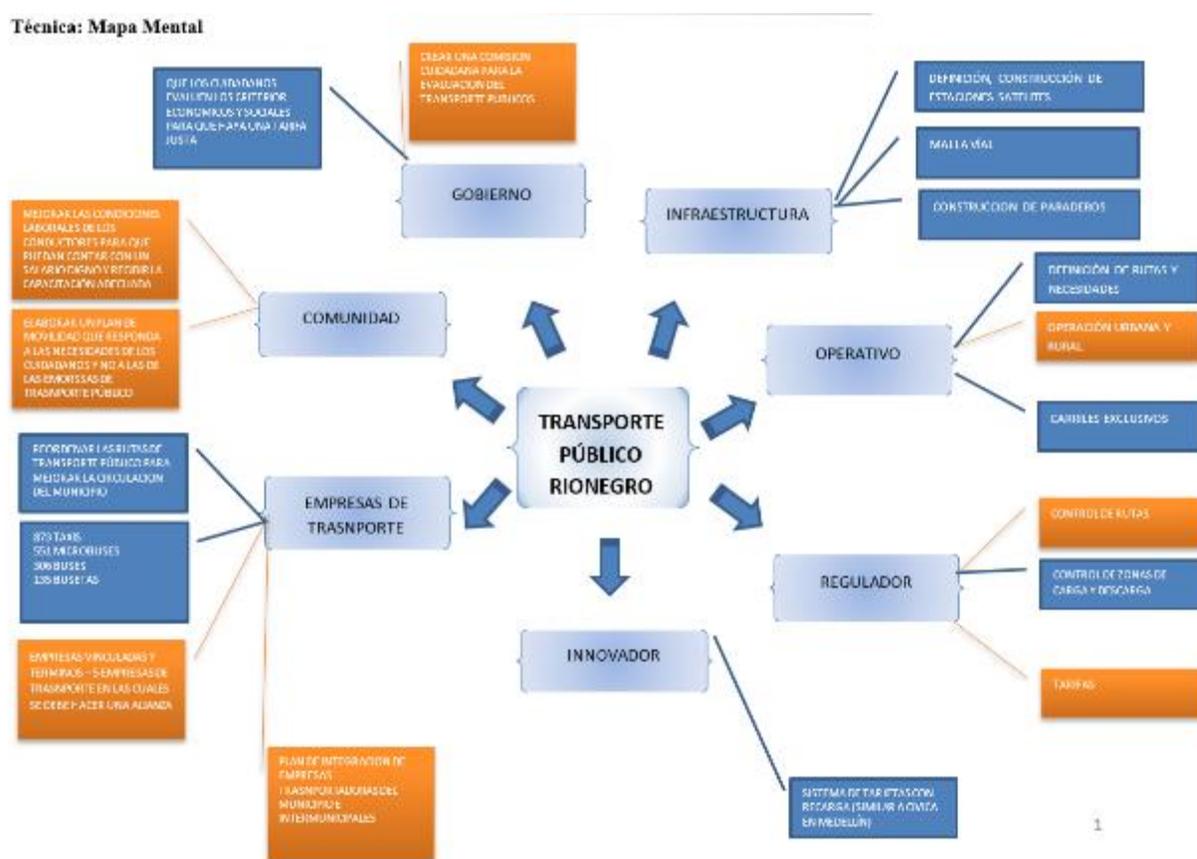
Las necesidades específicas estarían en términos de:

- Unificación tarifaria,
- Redefinición de rutas,
- Brindar preferencias a las comunidades menos favorecidas y prestar atención al adulto mayor y jóvenes en fase educativa.
- Unificación y control empresas privadas de transporte

## Técnica: Mapa mental

(ver figura N° 3)

Técnica: Mapa Mental



**Etapas 3 ideas**

1. Crear una empresa que integre y opere las flotas de vehículos de las empresas privadas de transporte público.
2. Sistema de unificación tarifaria, definida con parámetros claros de cálculo y basados en la economía del municipio.
3. Generar un estándar mínimo de cumplimiento para los vehículos que operan para garantizar la seguridad de los usuarios.
4. Reorganización y distribución de rutas de transporte, evaluando cobertura, tiempos de desplazamiento y congestiones.
5. Por parte de subsecretaría de tránsito y transporte se debe constituir una cuadrilla de guardas o gestores dedicados a el control del sistema de transporte
6. En el esquema tarifario, es importante manejar tarifas preferenciales tanto para adultos mayores como jóvenes y niños en calidad de estudiantes.

### Técnica: Matriz FODA o Matriz DAFO

(ver cuadro N° 3)

<b>Fortalezas</b>	<b>Oportunidades</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Al tener integrado el transporte se puede tener mayor control.</li> <li>2. Sistema de unificación tarifaria que beneficie a los usuarios.</li> <li>3. Estándares de seguridad mínimos para los vehículos.</li> <li>4. Ampliación de cobertura y distribución equitativa.</li> <li>5. Tarifas preferenciales para adultos mayores y jóvenes en calidad de estudiante acreditado.</li> <li>6. Tiempos de desplazamiento entre puntos definidos en las rutas.</li> <li>7. Dentro de las rutas incluir necesidades básicas del municipio, Hospitales, Colegios, Centros médicos IPS, Diversión, empresas, barrios, veredas y corregimientos.</li> <li>8. Revisión de horarios y necesidades de desplazamiento de la comunidad</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poder integrar más sistemas de transporte, como medios alternativos y masivos.</li> <li>2. Mejorar la percepción de los usuarios sobre el transporte público.</li> <li>3. Posibilidad de atender grupos de ciudadanos que hoy no cuentan con servicio.</li> <li>4. Poder ampliar el servicio a los diferentes municipios cercanos (Área metropolitana).</li> <li>5. Aportar a la movilidad del municipio al distribuir rutas.</li> <li>6. Fomentar el turismo y las zonas de interés del municipio.</li> </ol>

<b>Debilidades</b>	<b>Amenazas</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administrar diferentes empresas puede generar reprocesos.</li> <li>2. La rentabilidad debe ser en varios frentes, tanto para las empresas para que sea una motivación a la integración y para los usuarios pagar una tarifa justa.</li> <li>3. Recursos para su financiación, el cual debe ser un proyecto bien estructurado para poder recibir apoyo gubernamental.</li> <li>4. Control y cumplimiento de los estándares definidos, rutas y precios.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Que algunas de las empresas actuales no quieran integrarse.</li> <li>2. Malas condiciones de las vías.</li> <li>3. Monopolio político o de algunos empresarios.</li> <li>4. Empresas de transporte privado de otros municipios que tienen rutas de conexión a Rionegro.</li> <li>5. Logística e infraestructura del municipio (paraderos y zonas de estacionamiento).</li> <li>6. Plataformas digitales y transporte informal, el cual en el municipio es muy fuerte sobre todo en los horarios nocturnos.</li> <li>7. Servicios colectivos o por puestos que operan en el municipio.</li> </ol>

#### **Etapas 4 prototipo**

La revisión, evaluación y redefinición de rutas es primordial para poder brindar una cobertura homogénea en el municipio y que hemos venido hablando en el desarrollo de esta actividad, Hoy el municipio tiene unos planes de distribución, pero, debemos ser conscientes de que debe estar enfocado en varios frentes importantes:

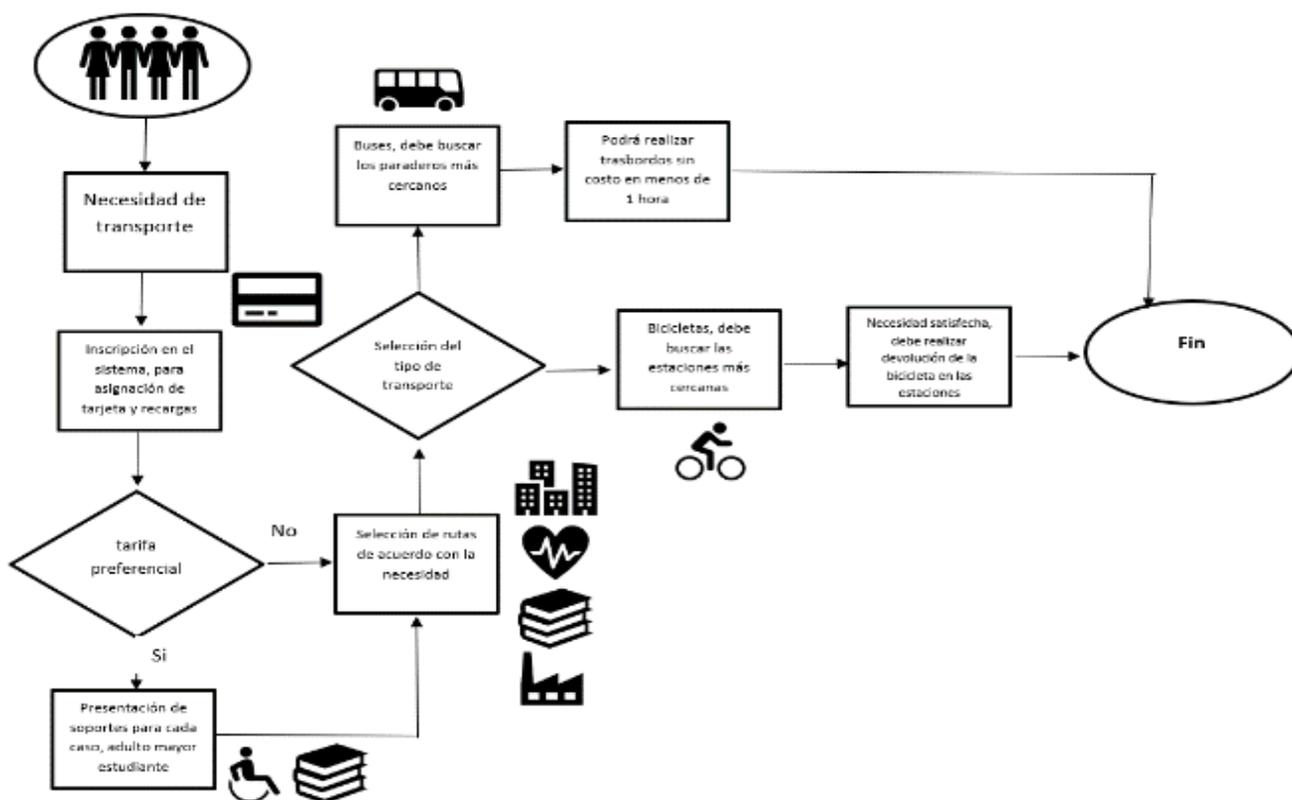
1. Necesidades de desplazamiento de la comunidad (educación – colegios y universidades) (Salud – hospitales, EPS, IPS), (Diversión), (Trabajo y servicios) entre otros.
2. Capacidad logística tanto de vehículos incorporados como de infraestructura vial y locativa como paraderos.
3. Zonas vulnerables y descubiertas por el sistema actual
4. Tiempos y desplazamientos.
5. Costos de operación de cada una de las rutas.
6. Viabilidad técnica y operativa

## Técnica: Flujo de proceso

(ver figura N° 4)



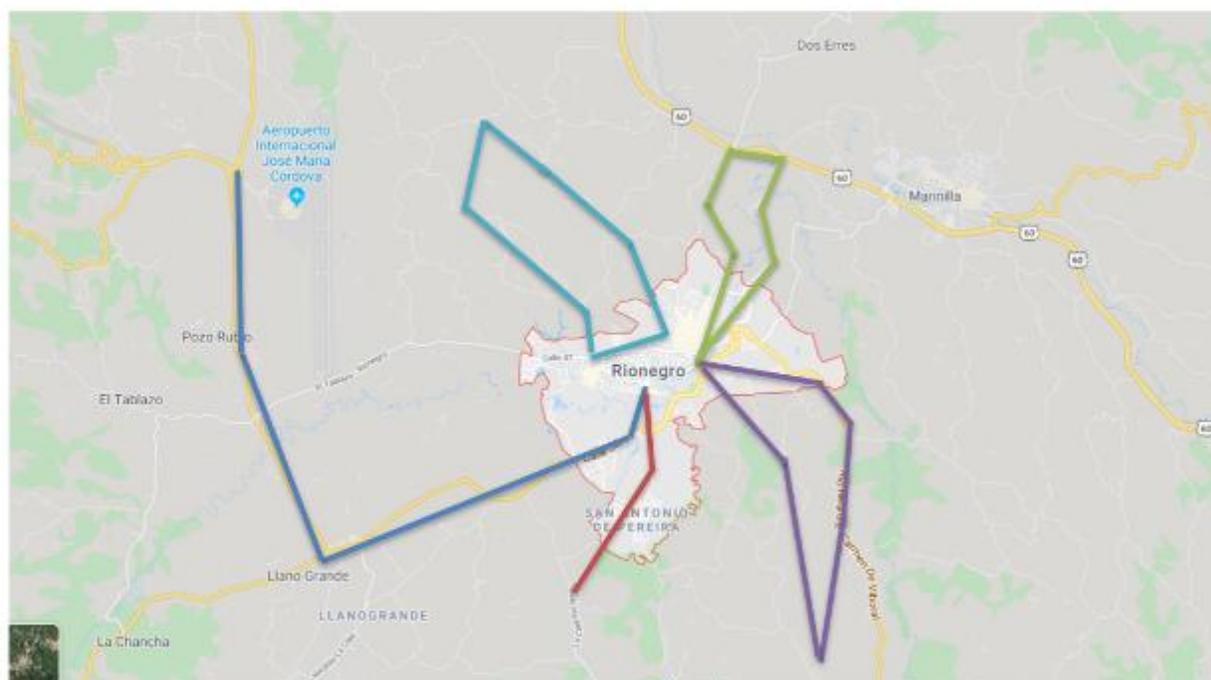
(ver figura N° 5)



## Esquema de rutas rurales

(Ver figura N° 6)

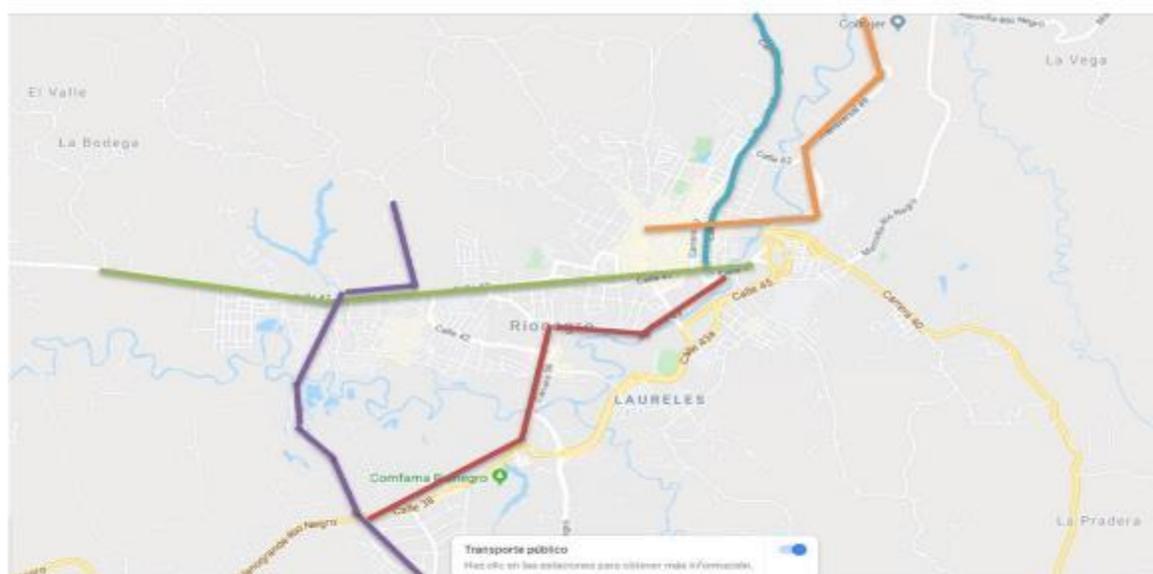
Esquema de rutas rurales



- Ruta 01 - Aeropuerto Llanogrande
- Ruta 02 - San Antonio
- Ruta 03 - Autopista Medellín Bogotá - Marinilla
- Ruta 04 - Vereda Fontibón el carmin

## tas urbanas

Rutas urbanas



- Ruta 05 - hospital regional
- Ruta 06 - Sector comercial
- Ruta 07 - Porvenir
- Ruta 07 - sector industrial

Para contrarrestar los ingresos que se dejan de percibir para poder otorgar los subsidios o tarifa preferencial para adultos mayores y jóvenes de calidad de estudiantes, se buscará como primera medida que el municipio realice un aporte como apoyo a estas comunidades y en segunda medida se tendrá el sistema de estaciones de bicicleta a un costo mínimo que ayude a compensar el mantenimiento de este y cubrir los ingresos faltantes.

También se tendría que evaluar en los vehículos o paraderos la posibilidad de ubicar pantallas de publicidad que se puedan comercializar y esto genera ingresos no operacionales que ayudan a compensar los gastos de operación.

## **Etapas de testeo**

A través de esta etapa queremos evaluar desde diferentes variables la idea y proyecto que se quiere implementar en el transporte público del municipio. De esta forma poder valorar los factores que intervienen en la percepción de la calidad de servicio del transporte público en un corredor urbano y rural que se caracteriza por una gestión delegada con tarifa fija y competencia en calidad.

Primero se basa en mediciones del desempeño del nivel de servicio que ofrece un factor o elemento determinado. Tal desempeño se determina desde la perspectiva de los conductores–vehículo, el regulador y el usuario. El segundo enfoque se basa en la valoración por medio de encuestas de la satisfacción del usuario y comprensión de los cambios a proponer. el tercer enfoque utiliza la teoría microeconómica del consumidor para estimar los coeficientes así obtenidos reflejan la importancia de cada uno de los factores considerados, haciendo factible su valoración económica. Para esto escogemos la técnica de testeo, luego de conversar con personas en las actividades cotidianas del municipio, argumentamos las ideas previamente expuestas, con el fin de obtener su percepción.

## Técnica, Apuntes de testeo

¿Que Funciona?

Del sistema actual

- Algunas rutas principales se pueden conservar luego de una revisión de costos de operación y cobertura.

Del nuevo proyecto

- Integrar las empresas permite tener más control, disminuye la guerra del centavo.
- Unificación tarifaria, definida con parámetros claros de cálculo y basados en la economía del municipio.
- Construir e implementar un estándar mínimo de cumplimiento para los vehículos que operan para garantizar la seguridad de los usuarios.
- Reorganización y distribución de rutas de transporte, evaluando cobertura, tiempos de desplazamiento y congestiones.
- Crear un grupo de control por parte de la subsecretaria de tránsito y transporte dedicados a el control del sistema de transporte y al cumplimiento de rutas y consignas generales.
- En el esquema tarifario, es importante manejar tarifas preferenciales tanto para adultos mayores como jóvenes y niños en calidad de estudiantes.

¿Qué se puede mejorar?

- Métodos de financiación y apoyo del municipio.
- La percepción de servicio público de mala calidad, de tiempos extensos en los desplazamientos.

- Cobertura de transporte público del municipio en las zonas que hoy no se tiene rutas, así misma depuración de las zonas donde hay mucha demanda de rutas, pero poca oferta.
- Masificación del servicio por las tarifas preferenciales y rutas adecuadas en tiempos y desplazamientos.
- Organización en flujos viales del municipio.
- Seguridad de los usuarios porque hoy podemos ver vehículos circulando que no cumplen los estándares de seguridad.

#### ¿Preguntas?

- ¿Cómo lograr integrar las empresas privadas? El proyecto para que sea implementado debe contar con una reglamentación por parte del municipio para regular el transporte público en el municipio, debido a que siempre existirán intereses de algunos empresarios por el monopolio del sistema. Así mismo la oferta para estas empresas debe ser tentativa con el fin de poder captar el interés en sumarse a la operación.
- ¿Cómo realizar la distribución de rutas homogénea? Se debe contratar una firma especializada para realizar un estudio de rutas que brinden una cobertura completa y que este bien distribuidas por las vías principales del municipio, este estudio debe contemplar las congestiones vehiculares, malla vial, tipo de buses y demandas de usuarios.
- ¿Cómo financiar los costos de operación con los tiquetes o tarifas presenciales? Se tiene que evaluar e implementar otros ingresos no operacionales y subsidio del municipio, esto permitirá cubrir los gastos normales de operación y que no se generen pérdidas.

## Ideas

- Estructurar la idea como proyecto de ciudad y buscar el apoyo del gobierno local para su financiación e implementación teniendo en cuenta todos los beneficios que puede brindar una solución.
- La oferta valor para las empresas privadas tienen ser igualitaria y que brinde beneficios para que puedan tener interés de vincularse, pero debe ir relacionado a la reestructuración general del transporte público.
- Se debe estructurar el proyecto de forma adecuada y soportado de forma técnica para poder ser presentado como un sistema que beneficie al municipio y poder conseguir recursos del departamento o ministerio transporte.
- Sistema automático de recarga y dispensación de tiquetes individuales.

## **Desarrollar estrategias de mercadeo**

Habiendo identificado la idea de emprendimiento se proponen elementos de la gestión de marketing, así como también estrategias de mercadeo que permitan dar a conocer la oferta del servicio al mercado. Para lo cual se identifica los atributos y beneficios del servicio (Transportes de Rionegro Integrados - *Transrio*), grupo objetivo del proyecto, segmentación del Mercado, análisis de la competencia, aliados claves y estrategias de mercadeo.

### **Producto para ofrecer:**

El servicio que se quiere ofrecer a la comunidad del municipio de Rionegro Antioquia se denomina Transportes de Rionegro Integrados - TransRio consiste en la creación de una empresa que administre y opere a las empresas privadas operadoras del transporte público del municipio, primero se busca que la idea inicie como proyecto de ciudad desde la alcaldía municipal para lograr la integración de las empresas y luego realizar varios estudios para lograr una correcta operación y distribución del sistema Logrando destacar unos beneficios directos para la comunidad en general:

- Unificación de tarifas, para facilidad y practicidad de los ciudadanos y un plan de tarifas preferenciales para comunidades en alto riesgo, adultos mayores y jóvenes en calidad de estudiantes debidamente comprobado.
- Distribución uniforme y ampliación en cobertura de rutas en los barrios Villa Camila, La Carmina, 4 esquinas, alto de medio, quebrada arriba, mirador de San Nicolas, altos del bosque, Fontibón y las zonas rurales como vereda Ojo de agua, vereda el carmín, vereda Pasarela, vereda santa teresa y corregimiento la cimarronas.

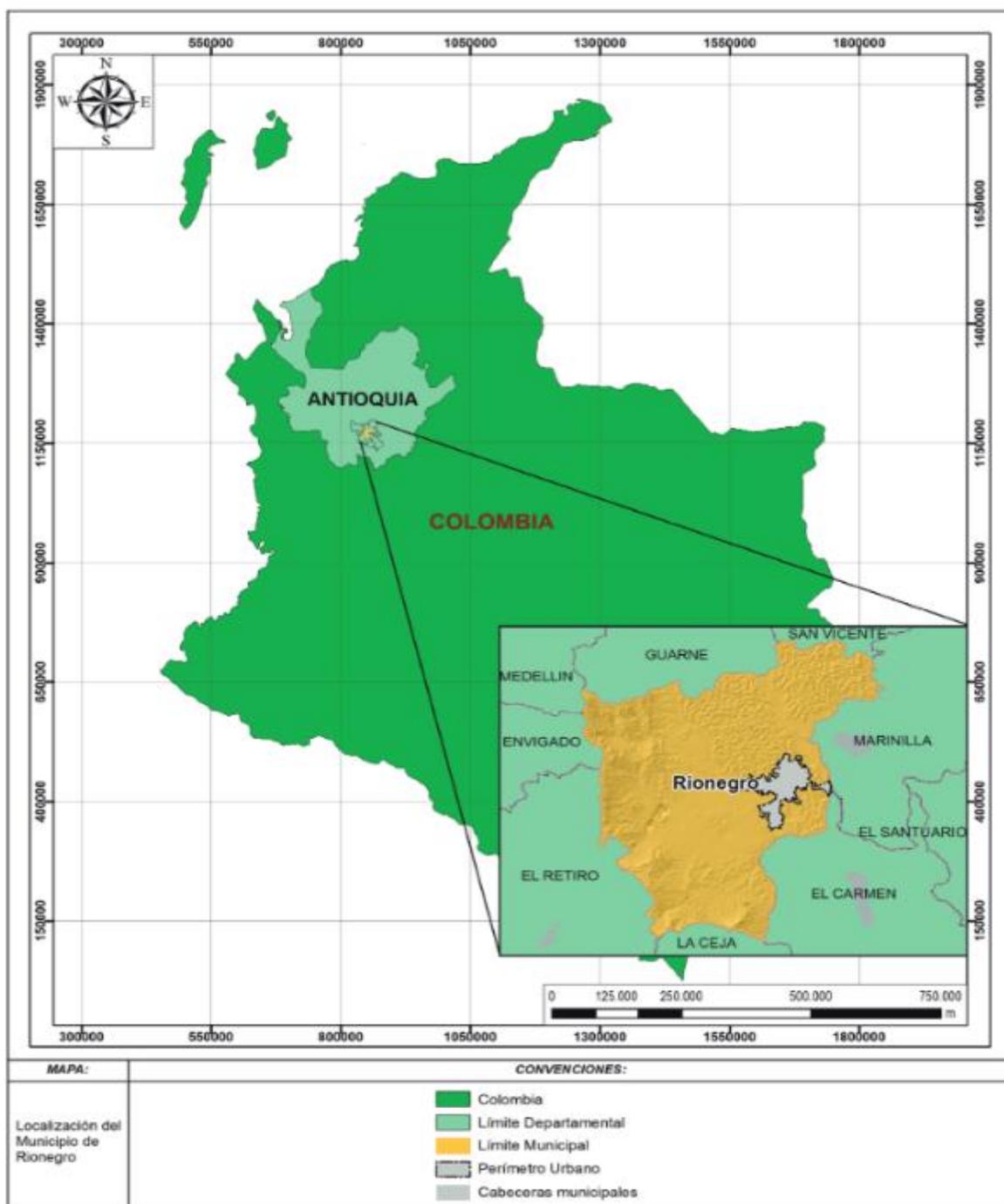
- Mas control sobre los vehículos que conforman el sistema de transporte público del municipio.
- Tarifas preferenciales para los adultos mayores y jóvenes o personas que se encuentran adelantando estudios debidamente certificados.
- Mejor servicio y la experiencia de los usuarios del sistema en las diferentes rutas, de esta forma se elimina la llamada guerra del centavo.
- Mayor control por parte del municipio sobre el sistema y facilidad para la entidad encargada de controlar.
- La seguridad como objetivo explícito para los usuarios del servicio de transporte. Mejorar las condiciones de los vehículos en cuanto seguridad de los usuarios.

### **Grupo objetivo del proyecto:**

El municipio de Rionegro se encuentra localizado en la subregión oriente del departamento de Antioquia en Colombia, aproximadamente a 45 km de la capital antioqueña. Limita al norte con los municipios de Guarne y San Vicente, al este con Marinilla y El Carmen, al sur con La Ceja y al oeste con El Retiro, Envigado y Medellín, que aportan usuarios para sistema de transporte público del municipio El suelo urbano del municipio se encuentra dividido en 10 comunas: El Porvenir, Centro, El Hospital, Alto del Medio, Belchite, San Antonio, Gualanday, El Faro, Santa Ana y Cuatro Esquinas. El suelo rural se encuentra dividido en las siguientes veredas, las cuales se identifican de norte a sur, con los siguientes nombres: Río Abajo, Los Pinos, San Luis, Santa Bárbara, Galicia parte alta, Galicia parte baja, La Mosca, Mampuesto, La Laja, Fontibón, El Carmín, Cuchillas de San José, Cimarrona, Ojo de Agua, La Mosquita, Villa Rica Ranchería,

Abreo, Abreito, Vereda La Quiebra, Vereda Yarumal, Convención, Chachafruto, Barro Blanco 1, Barro Blanco 2, Chipre, El Tablazo, Tablacito, Tres Puertas, Vilachuaga, Guayabito, Cabeceras de Llano Grande, Pontezuela, Capiro, Higuierón, Vereda Santa Teresa.

(ver figura N° 7)



Tanto en la zona urbana como rural existen zonas sin cobertura de transporte por diferentes circunstancias:

1. Las actuales empresas privadas controlar las rutas de acuerdo a sus necesidades.
2. Estado de las vías
3. Distancia de casco urbano o centro.

### **Segmentación:**

- Geográficamente: El mercado a cubrir serían los barrios Villa Camila, La Carmina, 4 esquinas, alto de medio, quebrada arriba, mirador de San Nicolas, altos del bosque, Fontibón y las zonas rurales como vereda Ojo de agua, vereda el carmín, vereda Pasarela, vereda santa teresa y corregimiento la cimarronas. Como comunidades afectadas, Zonas cubiertas sobre demanda: San Antonio, Provenir, Llanogrande, Centro, Gualanday, Barro Blanco, la Amalita, cabeceras, Tablazo, hospital regional
- Demográficamente: De acuerdo con las cifras presentadas por el DANE del censo 2005, Rionegro cuenta con una población de 122.231 habitantes, siendo ésta la sexta aglomeración urbana del Departamento de Antioquia. El municipio cuenta con una densidad poblacional de aproximadamente 466 habitantes por kilómetro cuadrado. El 48,6 % de la población son hombres y el 51,4 % mujeres. La ciudad cuenta con una tasa de analfabetismo del 5,71% en la población mayor de 5 años de edad. Según las cifras de la Gobernación de Antioquia basadas en la encuesta de Calidad de vida el estrato socioeconómico que predomina en Rionegro es el 3 (medio) el cual le corresponde un

porcentaje del 56.1% del total de viviendas. Le sigue el estrato 2 (bajo) con el 34.5%, después está el 4 (medio) con el 5.4%, le sigue el estrato 1 (bajo-bajo) con 3.2%. Por último, están los estratos 5 (medio-alto) y 6 (alto) con 0.6% y 0.1% respectivamente.

Rionegro cuenta con una serie de vías que la comunican con el oriente antioqueño y el departamento. Se destacan la Autopista Medellín-Bogotá, La Vía las Palmas y la vía Santa Elena. También tiene conexión directa con los municipios de El Carmen, La Ceja, El Retiro y La Marinilla con la vía del tranvía que conecta con la Autopista Medellín-Bogotá. Además de varias vías en doble calzada que atraviesan el municipio mejorando la movilidad en su interior: Vía Juan de Dios Morales y El sistema vial del río. Según las tendencias mundiales los estratos 2 y 3 son los que más usan transporte público.

Conductual: En el conducto podemos observar que las horas de más uso del transporte público comprende entre las horas 05:00 a.m. a 08:30 a.m. por el ingreso de las diferentes empresas radicadas en el municipio así mismo las instituciones educativas y se vuelve a reactivar entre las 3 p.m. a 07:00 p.m.

**Competencia:**

Como primer competidor se pueden definir las mismas empresas de transporte privado que hoy operan porque el primer objetivo de la empresa Transrio es convencerlos de unirse en la operación. las empresas privadas de transporte que hoy operan en el municipio: Chachafruto, transportes urbanos Rionegro, Rápido Medellín Rionegro, Transurbano, Riotransporte. Con una oferta que sea atractiva para ambas partes.

Así mismo podemos identificar con los avances tecnología y nuevas tendencias plataforma virtuales de transporte de pasajeros como; Uber está disponible en más de 60 países y la fuerza impulsora detrás de esta expansión y adopción fue, por supuesto, la tecnología y el modelo de negocio. En pocas palabras, instala la aplicación Uber en su teléfono inteligente, establece un punto de recogida y un destino en un mapa y luego toca para solicitar un controlador Uber, puede elegir entre automóviles estándar y de lujo, mientras que el nombre del conductor, el número de placa y el modelo del automóvil son visibles cuando están en camino. Así mismo, nació otra compañía llamada Cabify, la cual se identifica como una mejor manera de moverse por la ciudad. Estos ofrecen diferentes tipos de vehículos, así como Uber, (sedanes, automóviles ejecutivos, camionetas de lujo, taxis, etc.) con conductor privado. Además, ofrecen todo lo que el usuario necesita para disfrutar del viaje: un excelente conductor en un buen auto, agua e incluso su elección de música. Para esto, se puede realizar pedidos en tiempo real o hacer una reserva a través de las aplicaciones móviles desde cualquier teléfono inteligente.

Sin embargo, en Colombia se han generado varias controversias porque la actividad de estas organizaciones no es considerada como legales en el país. Pero se convierte en una fuente de

ingresos para familias que no tienen trabajo o que buscan otra alternativa en sus tiempos de descanso, pudiendo afectar la demanda del transporte público.

### **Aliados claves:**

El principal aliado para esta iniciativa con enfoque social es la alcaldía municipal, debido a que esta idea debe ser considerada como un proyecto de ciudad donde el impacto es general para toda la comunidad, a su vez también se puede incorporar a la gobernación de Antioquia teniendo en cuenta que el impacto puede ser para la subregión del oriente o municipios cercanos a Rionegro.

De acuerdo a las condiciones planteadas, el municipio es la unidad básica de la organización territorial del Estado y espacio inmediato de participación ciudadana en los asuntos públicos y debe velar por las condiciones que mejoran la calidad de vida de sus habitantes, este es el punto principal de este proyecto mejorar las condiciones de movilidad del municipio y llegar a zonas que no cuenta con él.

### **Estrategias de Mercadeo:**

Estrategias para el producto.

- Trabajar en la seguridad y comodidad de los usuarios del transporte, buscando construir y reglamentar estándares en los vehículos usados.
- Habilitar canales de pago diferentes por medio de recarga de tarjetas donde los usuarios encuentren puntos en zonas de fácil acceso, Centros Comerciales, centros médicos, zonas centrales y algunos paraderos principales de las rutas.

#### Estrategias para el precio.

- Unificar las tarifas para que sea de fácil acceso a los usuarios, de esta forma se puede brindar un control mas efectivo a todo el sistema.
- Plan de tarifas ´preferenciales para los estudiantes acreditados y para los adultos mayores, para cubrir el déficit de las estas tarifas se buscará subsidios de la alcaldía, gobernación y ministerio de transporte como modelo a seguir para otras ciudades

#### Estrategias para la plaza o distribución.

- Ampliar cobertura tanto en la zona urbana como rural, al realizar un estudio de distribución de rutas de acuerdo con la demanda.
- Depuración de rutas en las zona donde existe sobredemanda del servicio y redistribuirlas a otras zona sin cobertura, de esta forma se aporta a la movilidad del municipio

#### Estrategias para la promoción.

- Para dar a conocer la estrategia se usarán diferentes canales de comunicación como redes sociales, para llegar al público joven
- Señal de radio, emisoras del municipio para poder alcanzar a las personas que escuchan este medio en sus trabajos o residencias.
- Campañas educativas y de socialización en los colegios.
- Brigadas puerta a puerta en las mas alejadas donde funcionarios expliquen de forma detallada como opera el nuevo sistema.

- Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o en vehículos de transporte público.

## Estrategias de mercadeo

Considerando el uso de las redes sociales que hoy día tienen las personas y considerando que la idea de Transportes integrados de Rionegro – Transrio no puede ser ajeno a esta tendencia, se proyecta trabajar con este programa: objetivos a alcanzar con el marketing digital, creación de una marca, generación de contenidos en redes sociales, así como también la construcción de una página web a través de wixsite. Y como captar y fidelizar los usuarios en el nuevo sistema.

### Estrategias de Marketing:

(Ver cuadro N° 4)

ESTRATEGIAS	¿QUÉ?	¿CÓMO?	¿CON QUÉ?	¿CUÁNDO?	¿QUIÉN?
Comunicación	Se debe fomentar un ambiente de mejoramiento de movilidad y calidad que garantice una receptividad del sistema integrado	Mediante una campaña de socialización por los diferentes medios locales.	A través de las emisoras locales, redes sociales, y reuniones con las localidades y juntas de acción comunal, los beneficios de integrar el transporte en una sola empresa operadora, mejor cubrimiento y tarifas.	Desde su inicio	Alcaldía y empresas que participan en la integración

	Acuerdo con entidades privadas y del sector público.	Realizar alianzas estratégicas con las empresas influenciadoras de la región como asociaciones, cooperativas, fundaciones. Elaborar propuestas de socialización teniendo en cuenta las características de cada canal seleccionado.	Hacer acuerdos comerciales con las empresas que operan de forma privada el transporte hoy y bajo esas alianzas buscar llegar a la comunidad, así mismo con la alcaldía y entes gubernamentales buscar el apoyo económico para el proyecto	Se acuerda con la alcaldía la implementación de la medida luego de tener concertadas las empresas	Directivas y alcaldía
Posicionamiento	Garantizar una satisfacción en el	Capacitaciones para	Conferencias en instituciones educativas y	Dos meses seguidos aprovechand	Representante de la empresa,

	<p>usuario potencial que garantice una receptividad del sistema de transporte publico integrado TransRio</p>	<p>promover las nuevas rutas, nuevas tarifas y nuevos medios de pago para facilidad de los usuarios</p>	<p>reuniones empresariales, así mismo aprovechar los canales de las diferentes dependencias públicas para informar a los usuarios</p>	<p>o cada espacio habilitado</p>	<p>funcionario de la alcaldía</p>
	<p>Relaciones Publicas Llegar a mayor número de proveedores y empresas aliadas por medio de las alianzas estratégicas y a mayor contribución social.</p>	<p>Planear la búsqueda de empresas potenciales. Catalogar estas empresas en función de su capacidad financiera y su crecimiento. Eventos empresariales, Tomas comerciales,</p>	<p>Se requiere para su implementación y operación los primeros dos meses 300 millones de pesos para lograr punto de equilibrio</p>	<p>En conjunto con la campaña publicitaria.</p>	<p>Comercial</p>

		trabajo zonificado, telemercadeo y gestión comercial.			
Diferenciación	Beneficio social, Cobertura del servicio y tarifa acorde a la necesidad Meta: mediante el Mejoramiento en los tiempos de rutas, calidad y seguridad	Sensibilización social de ventajas y beneficios de aliarse con el proyecto	Apoyo de la alcaldía para su implementación con diferentes campañas patrocinadas	Antes y durante la ejecución del proyecto	Agentes que intervienen
Producto	Prestación del servicio de transporte publico integrado bajo un solo operador de	Ampliando el acceso a nuevos clientes y la posibilidad de mejorar los tiempos de	Por medio de la plataforma web y pantallas digitales de los paraderos de buses diseñada de forma intuitiva para que la	Indefinido mientras este vigente la promoción	TransRio – Transporte de Rionegro integrado

	garantice la calidad y seguridad del servicio	desplazamiento y precios justos	mayoría de las personas la entiendan y saquen el mayor provecho de ella		
Precio	Tarifa diseñada en tiempos de desplazamiento	Mediante de estudios que garanticen la utilidad para la operación pero que sea asequible para los usuarios	Recursos de la alcaldía porque sería transversal para diferentes proyectos de infraestructura del municipio	Cada año por el crecimiento exponencial en la construcción	Alcaldía
Promoción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rutas</li> <li>• Tarifa</li> <li>• Relaciones públicas</li> <li>• Beneficios en tarifas</li> </ul>	Socialización por los diferentes medios de comunicación para lograr permear a las diferentes comunidades	la publicidad será realizada por redes sociales (Facebook y Twitter), también por medios tradicionales como radio. Juntas de acción comunal, instituciones educativas y empresas privadas	Los primeros 6 meses de implementación	Proyecto vida saludable 360°

## Objetivos de la propuesta de marketing digital

### Objetivo 1:

Obtener un posicionamiento del 70% en el mercado de incidencia de la empresa TransRio, a través de pantallas, página web y uso de redes sociales como instagran, Facebook y medios digitales de la región como mioriente y diarioriente proyecto a ejecutarse entre los meses de junio, Julio y agosto de 2020:

### Estrategia:

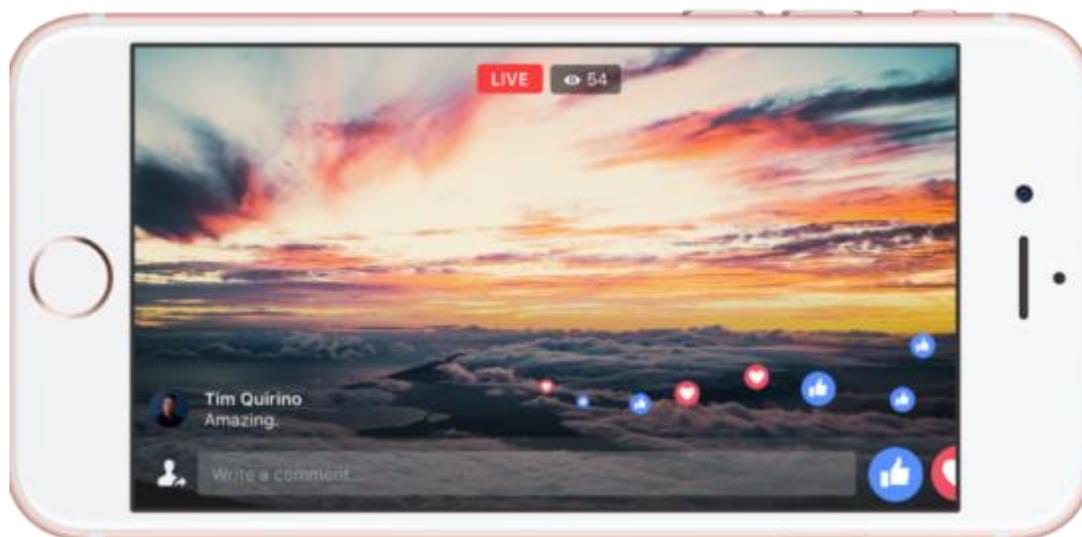
Diseño e implementación de herramientas digitales para penetración en el mercado

### Acciones:

- Utilizar las pantallas digitales en los paraderos de buses (aproximadamente 1.500.000 mensuales por 6 meses)



- Hacer presencia en todas las redes sociales con imágenes llamativas ofertando las bondades del nuevo servicio
  - Youtube Hacer videos tutoriales. De acuerdo con Google Trends, expresiones del tipo “cómo hacer” y “cómo se hace” registran una tendencia que aumenta a más de 2.100% en países como Colombia, Venezuela, Perú, México y Chile<sup>4</sup>. Explicar y mostrar el paso a paso de una actividad relacionada con la marca es un modo muy sencillo de asegurarse reproducciones, como los videos de La Cocina de Sandy, que superan los 2 millones de vistas.
  - Usar Facebook Live: El directo es un formato que es capaz de generar cifras altas de engagement en poco tiempo. A nivel de rendimiento es mucho más potente que una publicación básica compuesta por **copy+imagen**. Si atrapa, tiene números que se haga viral. Pero es una acción que se debe implementar una vez se tenga una cantidad mínima de 1000 seguidores para que el alcance sea efectivo



- Enviar por mensajes de texto las ofertas y bondades del sistema, para comunicar pequeñas noticias, rutas, tarifas que motiven a los ciudadanos usar el sistema de transporte. En la región existe una empresa que se llama andes BPO que ofrece dentro de su portafolio el mercadeo SMS

**Objetivo 2:**

Captar 60.000 potenciales clientes durante dos meses mayo y junio de 2020 ofreciéndole la tarjeta de recarga gratis a través de la inscripción de datos por medio de la página web

**Estrategia:**

Diseño e implementación de herramientas para captar clientes potenciales

**Acciones:**

- Construir con asesoría jurídica la política de tratamiento de datos de acuerdo a la Ley 1581 de 2012

- Diseño y puesta en marcha de la página web estructurada con la base de datos en línea para captar los datos e información de los usuarios registrados. (2.250.000 un mes)

## Página Web

<https://juanpaga1986.wixsite.com/website>

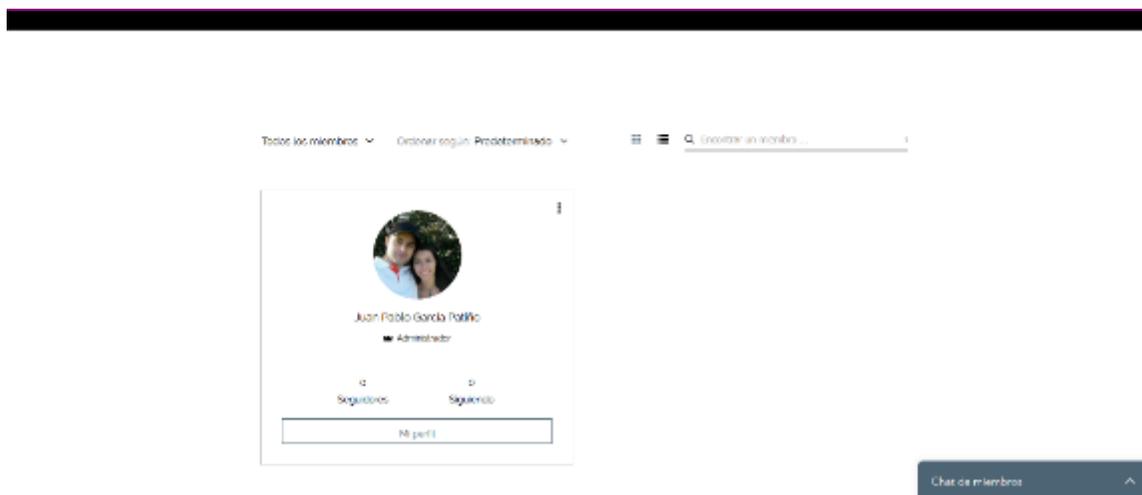
Presentación de servicios:



## Inscripción para tarjeta

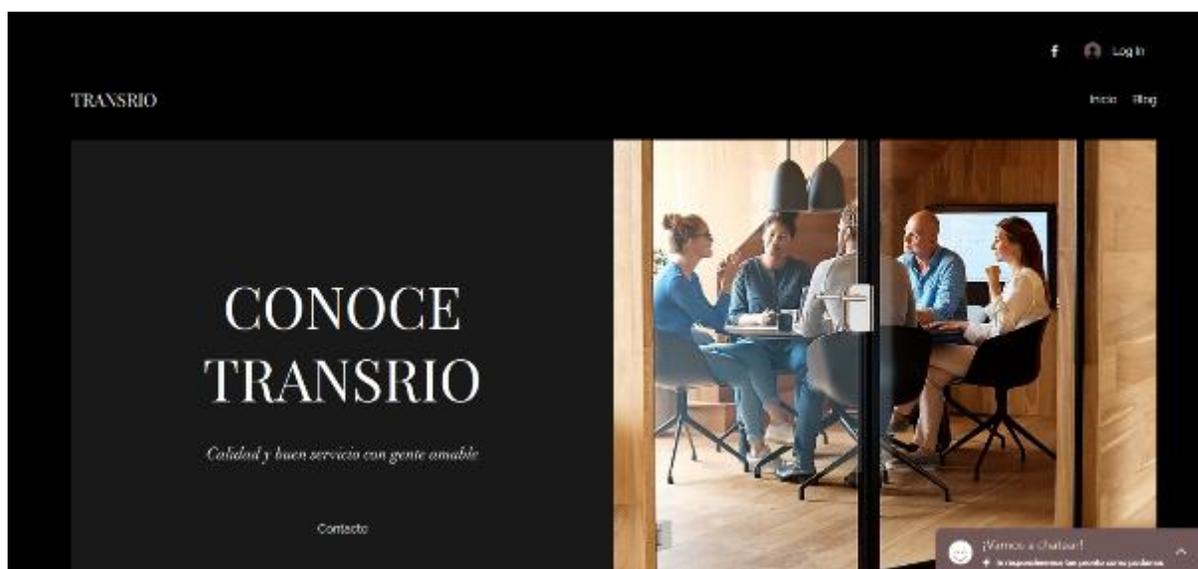


Contacto:



Información de la empresa:



**Blog:**

- 60 mil tarjetas para usar en el sistema costos aproximado por tarjeta 2500 para un total de \$ 180 millones aproximadamente.



Adicional se debe contemplar los equipos de operaciones como recargas y cobros, pero para esto se buscará la figura de renting, por medio de empresas especializadas en esta modalidad, Bancolombia, Conix, Rentek para buscar tener los equipos por una renta

mensual pero que en un periodo mediano plazo exista la posibilidad de una renovación tecnológica, todo esto a través del municipio

Con este objetivo se pretende capturar los datos de 60 mil usuarios para poder asignarles sus tarjetas de forma gratuita, de esta forma se obtiene una base de datos que se espera al momento de iniciar la operación que cerca del 70% continúen recargando su tarjeta. Para este objetivo se definirán las acciones para impactar por primera vez a los usuarios. El éxito se medirá en dos formas por número de iteraciones y comparado con un estudio antes de lanzar la marca y después

### **Objetivo 3:**

Cautivar el mayor número de clientes con un crecimiento que no puede estar por debajo del 10% los primero 6 meses de implementación en la compra de tarjeta de recarga o compra de tiquetes.

### **Estrategia**

Divulgación de tarifas y beneficios por los medios sociales y periodísticos de la región basados en redes sociales, radio y canal comunitario

### **Acciones:**

- Publicas en las redes sociales y pagina web todos los beneficios que brinda el nuevo sistema para convencer los futuros clientes

- Entrevistas por medio de Facebook live por los tres medios periodísticos más posicionados de la región (Mi oriente, Diarioriente, Orientese) y canal comunitario Acuario TV
- Pauta en las redes sociales de estos medios mencionados por una inversión de 850.000 mensuales por los tres meses entre junio y agosto.



## Marca y eslogan

Marca: Transportes integrados de Rionegro - TransRio



Eslogan: “Calidad y buen servicio con gente amable”

Este eslogan hace referencia a la calidad humana y buen servicio de todo el personal que trabaja en TranRio. Para esto es necesario contar con empleados comprometidos y motivados. Para ofrecer servicios de calidad, es necesario preservar la satisfacción, el compromiso y el bienestar de los empleados por medio de campañas, capacitaciones, sensibilizaciones que permitan generar un buen clima laboral

**Video sustentación final**

<https://youtu.be/QeDqJvhBFfc>

## Conclusiones

En este trabajo se buscó proponer un proyecto con base a la problemática social seleccionada

Brindando una solución con diferentes beneficios para la comunidad en general, Pero para que sea viable se debe contar con un apoyo fundamental de la alcaldía municipal para lograr su implementación.

Con este plan de marketing digital, se proyecta un impacto, recordación y fidelización de los clientes y a usuarios, aunque es un servicio esencial hoy en día tiene todas las críticas por la mala calidad del servicio, sobrecostos, inseguridad, entre otros.

El marketing digital contribuye masificar sus servicios y llevarlos hasta el consumidor final, quien a través del internet busca atender sus necesidades diarias de manera fácil y rápida, lo que va creando una cercanía de la empresa con la comunidad obteniendo los resultados al instante de quienes opinan sobre determinados aspectos que son de gran relevancia para que la empresa haga una mejora continua sobre estos.

Sin duda este proyecto también representa un beneficio que no se había dimensionado y su aporte al medio ambiente porque desestimula el uso de vehículos particulares logrado reducir las emisiones y aportando a la movilidad del municipio

## Bibliografía

Alcaldía de Medellín & COMFAMA. (2012). revisión conceptual sobre emprendimiento social.

En Empresas sociales (P 3-29). Recuperado de

[https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi\\_\\_n\\_conceptual\\_sobre\\_el\\_empre](https://issuu.com/marcoscastro28/docs/revisi__n_conceptual_sobre_el_empre)

Design Thinking - método para generar ideas innovadoras que centra su eficacia en entender y

dar solución a las necesidades reales de los usuarios -

<https://designthinking.es/inicio/index.php>.

Municipio de Rionegro Antioquia (<https://rionegro.gov.co/Paginas/default.aspx>).

Mi oriente - <https://mioriente.com/altiplano/rionegro/asi-comenzara-a-funcionar-el>

[transporte-publico-de-rionegro.html](https://mioriente.com/altiplano/rionegro/asi-comenzara-a-funcionar-el-transporte-publico-de-rionegro.html).

Periódico el Colombiano - <https://www.elcolombiano.com/antioquia/movilidad/reorganizacion-del-transporte-publico-en-rionegro-MB10330972>.

Somos Movilidad - estructuración y evaluación técnica, financiera y legal de proyectos

tendientes a la vinculación de capital público y privado al sistema operativo de

movilidad, oriente sostenible somos Rionegro s.a.s.

Blog sobre creación de páginas <https://es.wix.com/blog/2018/04/como-crear-una-pagina-web/> -  
como crear una página web