



**UNIVERSIDAD APEC**

**ESCUELA DE GRADUADOS**

**MONOGRAFIA PARA OPTAR POR EL TITULO DE  
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN  
CORPORATIVA**

**ELABORACION DE PROPUESTA DE MARKETING SOCIAL A  
SER IMPLEMENTADO POR SANS SOUCI PORTS, PUERTO DE  
SANTO DOMINGO, 2012 – 2014**

Sustentante  
**PATRICIA REINOSO NÚÑEZ**  
2010-1121

Tutor  
**TINO ALEXANDRO DEON, MDCM.**

**SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA**

**11 DE ABRIL DE 2012**

## DEDICATORIA

A Jehovah, mi padre celestial; no hay día que no me muestre su amor y el poder de sus bendiciones. Mi agradecimiento se hace manifiesto en este nuevo logro que El permite. Mis mejores alabanzas a ti Todopoderoso.

A Don Bebe y Doña Gloria, los abuelos responsables de mis valores.

A mi mami, **María del Carmen**, mi fan número uno. Gracias por el seguimiento y el ánimo en todo este trayecto de maestría.

A quienes el suelo del Norte ha escaseado sus abrazos: Yeltsin y Wiltsin. Manitos, ustedes le ponen alas a mi cariño, los amo y extraño con toda mi alma.

A los "Jacintos de Agua" del Río Ozama y el Río Isabela, Lilas de agua divinas y mágicas que besan el dolor de la contaminación y la pobreza extrema.

## AGRADECIMIENTOS

**Victor Isaías**, cada viaje, diligencia, excusa y espera tiene tu nombre. Tu bondad y paciencia es infinita cielo mio. Gracias por amarme en defectos y noblezas.

A toda mi familia, extensa y querida. A ellos mi cuota de agradecimiento y mis mejores afectos.

A Sans Soucí Ports, en la persona de Don **Lisandro Macarrulla y Amaury Romero**, gracias por permitir completar esta jornada y dar luz verde a esta investigación. Las gracias también para **Dinorah Brugal, Anthony Schery, Carlos Tellerías, Oscar Bendek y Yesenia Roa**.

**Tammy**, gracias por tu apoyo, los conocimientos que me aportaste en toda la maestría y por las tantas veces que cubriste mi falta de tiempo. Aspiro a tu parsimonia y tu inteligencia emocional.

**Ydalbi**, la mujer de los "si" y de la varita mágica del diseño. Gracias por cada trazo y detalle que orientó a la excelencia y las A's de todos los cuatrimestres.

**Liliana Cepeda**, cada ¡Patricia Reinoso! ha valido la pena. Mi alma agradece tu amistad sincera y tu espíritu colaborador. Seguimos.

Maestro **Tino Deón**, gracias por corregir los desatinos y orientarnos siempre a la perfección. Esta enseñanza trasciende a las aulas.

A mis compañeros de maestría, ustedes hicieron más ligero y sirvieron de desahogo a dos años súper cargados de cambios, tareas y agendas.

A **Jovany Guzmán**, duende de las comunidades y hormiguita laboriosa que me permitió conocer los intrínquilis del Ozama y las comunidades. Esta monografía no fuera posible sin tu guía y consejos.

A mis amigos y amigas: **Jonathan Liriano, Grisbel Medina, Silvana Galvez, Marcellly Galvez, Yamirys Liriano, Daniela Cruz, Carmen Bretón, Jean Carlos García y Yudit Gálvez**. Gracias infinitas por acordonar las lágrimas y el desánimo; por aportar alegrías y sonrisas a mi vida.

## **RESUMEN**

La presente monografía se constituye en un esfuerzo de investigación para conocer la situación predominante en la contaminación de los ríos Ozama e Isabela, con el fin de estimular procesos que faciliten comportamientos beneficiosos entre los actores que inciden en la configuración y solución de la problemática a través de un programa sistemático de mercadeo social. El desarrollo del mismo inicia con una aproximación que permite conocer la naturaleza institucional y el alcance de la empresa propulsora del mismo, en este caso Sans Soucí Ports, que opera el Puerto de Santo Domingo, y quienes son afectados directamente en sus operaciones por las condiciones náuticas que presenta el Río Ozama. El segundo capítulo aborda el contexto actual del entorno a través de investigaciones de campo; incluye visitas de inspección en las comunidades de incidencia y entrevistas entre los relacionados. Un tercer capítulo identifica las acciones y esfuerzos necesarios para la implementación de un plan de Mercadeo Social efectivo a estos fines, para estimular procesos de aprendizajes beneficiosos y facilitar el consenso. Las conclusiones cierran el trabajo con las lecciones aprendidas de todo el proceso de investigación, que básicamente apuntan a la integralidad, creación de sinergias conjuntas, consenso y el desarrollo de agenda común entre el gobierno, sector privado y la sociedad civil que incide en la solución de la problemática.

# ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
SANS SOUCI PORTS,.....	3
PUERTO DE SANTO DOMINGO.....	3
I.    SANS SOUCI PORTS, PUERTO DE SANTO DOMINGO.....	4
1.1.    Naturaleza Institucional de Sans Soucí Ports.....	4
1.2.    Historia de la empresa.....	5
1.3.    Misión, Visión y Valores Corporativos.....	6
1.4.    Plan Estratégico SSP 2012 – 2014.....	8
1.5.    Plan de Comunicación 2012.....	11
II.   FASE DE INVESTIGACIÓN .....	18
2.1.    Recorrido Río Ozama.....	18
2.2.    Recorrido por las comunidades aledañas.....	22
2.3.    Organizaciones de Saneamiento y Reciclaje.....	24
2.3.1.    Fundacion de Desarrollo y Medioambiente La Puya Puede (Fundemapu) .....	25
2.3.2.    Fundación de Saneamiento Ambiental de la Zurza (Fundsazurza) 25	
2.3.3.    Fundación Escoba.....	26
2.3.4.    Fundación de Saneamiento Ambiental Comunitario (Funsaco) 27	
2.3.5.    Fundación Comunitaria de Saneamiento Ambiental Guandules, La Ciénaga, Chuachupita y 27 de Febrero (Fucosaguscigua27).....	28
2.4.    Mapeo e Identificación de las comunidades.....	29
2.5.    Entrevistas a líderes comunitarios.....	29
2.5.1.    Entrevista a Gilberto Santos, presidente Fundación de Saneamiento Ambiental comunitario (FUNSACO) y Victor Santos, segundo vicepresidente.....	30
2.5.2.    Entrevista a Yovanny Guzmán, encargado de medioambiente Fucosagucigua27, Jose Pérez encargado de proyectos, Gilberto de la Cruz y Javier García.....	34
2.5.3.    Entrevista a Irene Montero, encargada de reciclaje de Fundemapu.....	37

2.5.4.	Entrevista a Francis Disla, Encargado de Relaciones Públicas de Fundszurza .....	39
2.5.5.	Entrevista a Juan Pimentel, Abel Rojas, Ramón Jiménez y Arístides Arroyo, directivos de la Fundación Escoba.....	42
2.6.	Entrevista al Director de Operaciones de Sans Soucí Port, Ing. Amaury Romero. ....	45
2.7.	Instituciones relacionadas con el tema .....	48
2.7.1.	Instituto Dominicano de Desarrollo Integral.....	48
2.7.2.	Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal Inc. (CEDAF) 49	
2.7.3.	Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (RENAEPA) .....	52
2.7.4.	Fundación Ozama Verde y Amigos del Ozama .....	54
2.7.5.	Ayuntamiento del Distrito Nacional.....	55
2.7.6.	Centro de Estudios Sociales Padre Juan Montalvo.....	57
2.7.7.	Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales .....	58
2.7.8.	Instituto Nacional de Recursos Hidráulicos (INDRHI) .....	59
2.7.9.	Corporación de Acueducto y Alcantarillado de Santo Domingo (CAASD) .....	60
2.8.	Análisis de las tendencias y situación del entorno .....	60
III.	DISEÑO DE PROGRAMA DE MARKETING SOCIAL .....	68
3.1.	Identificación de la necesidad Social .....	68
3.2.	Justificación de la necesidad social .....	68
3.3.	Objetivo General.....	68
3.4.	Objetivos Específicos.....	69
3.5.	Grupos de Interés .....	69
3.6.	Público Meta .....	72
3.7.	Mapa de Públicos .....	73
3.8.	Macro – Estrategias de Marketing Social.....	75
3.8.1.	Macro - Estrategia 1: Fortalecer las relaciones de cooperación con la comunidad de la parte del Distrito Nacional adyacente al río Ozama e Isabela.....	75
3.8.2.	Macro - Estrategia 2: Crear mesa de diálogo permanente.....	76
3.8.3.	Macro - Estrategia 3: Desarrollar una campaña de educación y sensibilización que aborde la protección y el cuidado del Río Ozama y Río Isabela.....	77

3.9. Mix de Marketing (7 PS) .....	78
3.10. Presupuesto .....	82
3.11. Indicadores de Desempeño y Monitoreo .....	85
CONCLUSIONES .....	87
BIBLIOGRAFÍA.....	89
ANEXOS.....	92

## LISTA DE TABLAS

	Página
Tabla No. 1: Análisis FODA Julio 2011 .....	9
Tabla No. 2: Fundaciones que integran la Asociación de Fundaciones de Saneamiento por el Reciclaje. ....	63
Tabla No. 3: Condiciones de los barrios en cifras.....	66
Tabla No. 4: Mapa de Públicos .....	73
Tabla No. 5: Cronograma de Ejecución: Campaña Eres lo que ven de ti .....	81
Tabla No. 6: Presupuesto Macro estrategia 1 .....	82
Tabla No. 7: Presupuesto Macro estrategia 2.....	83
Tabla No. 8: Presupuesto Macro Estrategia 3 .....	83
Tabla No. 9: Presupuesto Macro estrategia 4.....	84
Tabla No. 10: Resumen Presupuesto General .....	85

## LISTA DE FIGURAS

	Página
Figura No. 1: Mapa Estratégico Sans Souci Ports.....	10
Figura No. 2: Recorrido Río Ozama.....	18
Figura No. 3: Bordera Río Ozama Puente Flotante .....	19
Figura No. 4: Asentamientos humanos en barrio Los Mina .....	20
Figuras No. 5 y 6: Asentamientos humanos sobre el Río Ozama.....	20
Figura No. 7: Vertederos improvisados al borde Río Ozama.....	21
Figura No. 8: Vertederos improvisados al borde Río Ozama.....	21
Figuras No. 9 y 10: Vertido de cañadas.....	21
Figura No. 11: Animales muertos dentro del rio.....	22
Figura No. 12: Chatarras dentro del rio.....	22
Figura No. 13: Delimitación barrios de incidencia.....	29
Figura No. 14: Gilberto Santos, Funsaco.....	31
Figura No. 15: Reunión Funsaco .....	31
Figuras No. 16 y 17: Entrevista directivos Fucosagucigua27 .....	35
Figura No. 18: Entrevista Francis Disla.....	39
Figura No. 19: Reunión con Fundszurza .....	40
Figura No. 20: Costo Dragado Río Ozama .....	46
Figura No. 21: Representación del proceso recolección y reciclaje.....	64

## INTRODUCCIÓN

Una organización o empresa se sirve de un plan de marketing social para disponer de las herramientas y los principios necesarios para estimular y facilitar comportamientos beneficiosos para la sociedad, en base a estrategias de cambio social voluntario.

Los habitantes e industrias cercanas a los ríos Ozama a Isabela, al igual que las instituciones sanitarias del Distrito Nacional vierten sus desechos sólidos, ácidos y aguas residuales directamente en los cuerpos de agua los Ríos Ozama e Isabela.

La empresa Sans Soucí Ports, en coherencia con su filosofía corporativa y enmarcándose en su plan estratégico 2012 – 2014 busca fortalecer sus relaciones de cooperación con la comunidad a través de un Programa de Marketing Social.

Es así como nace esta monografía, a razón de diseñar un Plan de Mercadeo Social liderado por la empresa Sans Soucí Ports, para contribuir de algún modo con el mejoramiento de las condiciones contaminación del Río Ozama y Río Isabela.

La composición de esta monografía se inicia con la presentación de la empresa a ejecutar el proyecto y su entorno; le continúa un análisis de la situación que predomina en sus comunidades, determinando los elementos básicos que han de servir como referencia y la ponderación de un plan de mercadeo social, cuyo diseño se contempla en su último y tercer capítulo.

Para el análisis de situación, esta investigación se auxilia de visitas de inspección exploratorias tanto en ríos Ozama e Isabela, como en las cañadas que atraviesan y recorren el entorno. De igual modo se acompaña de recorridos por las comunidades de incidencia, exploración de material de referencia y bibliográfico, reuniones con las principales organizaciones comunitarias, entrevistas con sus líderes y ejecutivos de Sans Souci Ports y con instituciones de la sociedad civil relacionadas con el tema en cuestión.

Una vez conocida la situación general del entorno, se identifica la pertinencia de un programa de educación para fomentar una cultura no contaminante en los barrios y empresas adyacentes al Río Ozama y el Río Isabela. De igual manera se evidencia la necesidad de aglutinar esfuerzos conjuntos y desarrollar un programa que sirva de mecanismo de integración y planificación de las instituciones que inciden en estas dos fuentes hídricas.

Como respuesta y con el fin de estimular comportamientos beneficiosos respecto al Río Ozama e Isabela, objetivo general de esta monografía, se determinan las estrategias para abordar la problemática con su respectivo Plan de Acción, compuesto por cuatro macro - estrategias que se encaminan básicamente: a) propiciar relaciones de cooperación con la comunidad adyacente al Río Ozama e Isabela; b) Fomentar las sinergias y una agenda común de actividades entre las instituciones vinculadas con el saneamiento de estos ríos; c) Desarrollar una campaña de educación y sensibilización que aborde la protección y el cuidado del medio ambiente enfocado en el Río Ozama y Río Isabela; y d) Fortalecer las acciones que desarrollan en la actualidad las instituciones de saneamiento por el reciclaje.

**CAPITULO I:**  
**SANS SOUCI PORTS,**  
**PUERTO DE SANTO DOMINGO**

# **I. SANS SOUCI PORTS, PUERTO DE SANTO DOMINGO**

## **1.1. Naturaleza Institucional de Sans Souci Ports**

Sansoucí, Puerto de Santo Domingo es un puerto marítimo privado y de múltiples propósitos situado a orillas del Río Ozama y próximo al Mar Caribe.

Su operación comercial abarca la recepción de cruceros turísticos, ferry, transporte, servicios de carga y ofrece facilidades para el montaje y desarrollo de eventos.

Sansoucí opera el único ferry que conecta a Puerto Rico (San Juan y Mayagüez) con Santo Domingo, República Dominicana. Para cruceros, Sans Souci Ports está preparado para embarques y desembarques en operaciones tanto de puerto madre, como de tránsito. De igual manera se destaca como líder en manejo de operaciones de vehículos en la República Dominicana.

Sus objetivos fundamentales se enmarcan en:

- Desarrollar y fortalecer su capital humano
- Incrementar rentabilidad del negocio
- Crear y desarrollar una cultura de servicio
- Integración y lograr toma de conciencia con los grupos de interés

Actualmente cuenta con 2 terminales para el atraque de buques turísticos o cruceros y el ferry: Terminal Sansoucí y Terminal Don Diego.

El Puerto de Santo Domingo dispone de un total de 7 muelles que manejan una gran variedad de cargas sobre todo carga suelta (carros, granos, entre otras).

Sans Soucí Ports provee una amplia gama de servicios para el soporte de operaciones portuarias, tales como:

- Recolección de residuos
- Transportación
- Seguridad
- Servicios de agua
- Servicios de combustible
- Servicios de agenciamiento

Esta empresa se orienta a la eficiencia y seguridad de sus operaciones portuarias, y obra al servicio de la preservación del medioambiente y con compromiso social. La calidad de su capital humano es su principal fortaleza y siguiendo esa premisa procura generar valor a sus empleados, clientes, inversionistas y a la sociedad.

## **1.2. Historia de la empresa**

Los inicios del Puerto de Santo Domingo se remontan a la época colonial. Se convirtió en el puerto principal para la exportación de oro que explotaban los españoles en los ríos Bonao, Haina y Nizao.

Por su condición de puerto natural en la boca del Río Ozama, ofrecía seguridad para las operaciones de barcos refugiados a mar abierto, lo que constituyó uno de los motivos fundamentales por el cual la ciudad de Santo Domingo se desarrolló en este lugar.

En 1927, se moderniza el puerto para el atraque de buques de gran calado y barcos turísticos. Debido al gran desarrollo del puerto, fue necesario construir la terminal turística de Sans Soucí en 1937 en la ribera oriental.

En 2005, se convierte en una empresa privada por concesión del Estado. A partir de aquí opera con capital privado proveniente de sus tres principales accionistas: Vicini, Oller y Macarrulla.

En 2007, inicia la construcción de una moderna edificación que prepara el Puerto de Santo Domingo como uno de los puertos turísticos más modernos de la región.

Para 2008, exactamente el 18 de enero, se presenta oficialmente al público “Sansoucí, Puerto de Santo Domingo”, como parte de un proyecto de rehabilitación urbana que apunta a la integración del área del puerto con la Ciudad Colonial, para crear un destino atractivo para cruceros, yates y el desarrollo del turismo en general. En la actualidad opera cruceros, un ferry, manejo de carga no contenerizada, eventos y brinda otros servicios de operaciones portuarias.

### **1.3. Misión, Visión y Valores Corporativos**

La filosofía corporativa de Sans Soucí Ports es de reciente incorporación y tiene como precedente un diagnóstico de clima organizacional realizado en julio del 2011.

A raíz de los resultados arrojados en ese estudio, se realiza un grupo focal con personal clave de la empresa a los fines de construir sus conceptos maestros como parte de su enfoque estratégico.

Del consenso de los principales ejecutivos y el equipo ampliado se formula el propósito de la organización:

- **“Misión:** *Somos un puerto privado, multipropósito; eficiente y seguro; orientado al servicio, a la preservación del medio ambiente y socialmente comprometido”.*

A la par se crea la visión de futuro del negocio:

- **“Visión:** *Ser el puerto multipropósito más eficiente, rentable y confiable del área del Caribe; generando valor a sus empleados, clientes, inversionistas y a la sociedad”.*

De esta jornada también se definen los principios esenciales que ha de observar Sansoucí Ports en lo adelante:

- **Honestidad:** Nos comportamos y expresamos con coherencia y sinceridad de acuerdo a los principios de verdad y justicia.
- **Compromiso:** Empleamos nuestras capacidades para realizar todo aquello que se nos ha confiado y nuestra conciencia ha aceptado.
- **Flexibilidad y Adaptabilidad:** Entendemos y apreciamos enfoques diferentes de una misma situación y nos adaptamos a nuevas circunstancias que modifican las ya conocidas.
- **Respeto:** Reconocemos en nosotros mismos y en los demás los derechos y obligaciones con dignidad, dándoles a cada quien su valor.
- **Disciplina:** Actuamos de manera ordenada y perseverante para conseguir un bien.

- **Responsabilidad:** Damos seguimiento y cumplimiento efectivo a las labores que nos corresponden.

#### **1.4. Plan Estratégico SSP 2012 – 2014**

El Plan Estratégico SSP 2012 - 2014 resulta en una forma de alinear el Puerto de Santo Domingo en todas sus variables, constituyéndose en una herramienta de autocrítica, de entrenamiento, de ejercicio de autoevaluación, y de como la empresa trabaja de una manera organizada.

El Plan Estratégico tiene su origen en las acciones que se tomaron en el 2011 para definir las acciones y actividades que ha de implementar el Puerto de Santo Domingo de forma planificada y sistemática hasta el 2014.

Su razón de ser se remonta en el estudio de clima organizacional citado anteriormente, que evidenció que los empleados no estaban muy claros de cual era el propósito del puerto.

En palabras textuales de su director de proyectos, Ing. Jaime Castillo, el que Sans Souci Ports disponga de un plan estratégico a tres años, orienta a donde va el negocio, y hace que esta sea una herramienta de control, permitiendo que se vea a largo plazo cuales son los planes del negocio, el requerimiento de inversión, como se utiliza el capital financiero y en la forma de realizarlo. Castillo agrega “el Plan Estratégico permite alinear a los inversionistas, directores y empleados, y hace que todas las acciones se trabajen en una misma dirección, hacen sentido y son complementarias.

Auxiliados de una firma externa se trabajó en equipo a todos los niveles para definir la visión de negocio de Sansoucí, Puerto de Santo Domingo. En este respecto, aparte de desarrollar la misión, visión y valores a ser observados por SSP, se hizo un análisis FODA del negocio<sup>1</sup> y se delimitaron sus ventajas competitivas.

Con esos conceptos maestros se elaboraron las macro-estrategias bases sobre las cuales se quiere trabajar para seguir desarrollando el puerto.

El análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas se presenta a continuación en el siguiente cuadro:

**Tabla No. 1: Análisis FODA Julio 2011**

<p style="text-align: center;"><b>Fortalezas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Capital Humano</li> <li>•Infraestructura multiuso</li> <li>•Posicionamiento socios</li> <li>•Reconocimiento y confianza en el manejo operacional</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Integración con la cadena de valor</li> <li>•Potencial desarrollo del negocio</li> <li>•Ubicación geográfica</li> <li>•Integración proyecto Inmobiliario ITSS</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Debilidades:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Limitación infraestructura y condiciones náuticas</li> <li>•Alto costo operativo</li> <li>•Cultura de servicio</li> <li>•Sistema tecnológico</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Crecimiento y desarrollo de la competencia</li> <li>•Fenómenos atmosféricos</li> <li>•Alta contaminación y sedimentación río</li> <li>•Deterioro entorno internacional</li> <li>•Delincuencia</li> <li>•Falta apoyo autoridades del sector</li> </ul>

Nota: Tomada de Análisis Foda, Sans Soucí Ports, Visión Estratégica, Julio 2011

Como ventaja competitiva, es decir la destreza o habilidad especial que logra desarrollar la empresa en condición de preferencia a los ojos del mercado, se identifican tres ejes claves: *el Capital Humano, las facilidades que brinda la infraestructura con que cuenta y el apoyo de recibe Sansouci Ports de sus inversionistas.*

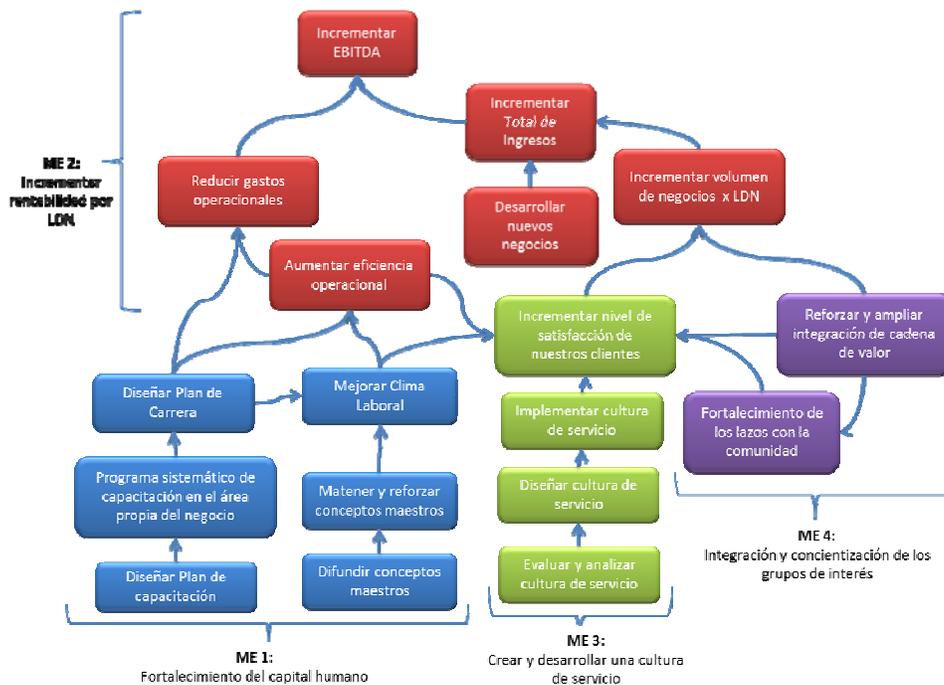
<sup>1</sup> Sans Souci Ports (2011). Analisis Foda, Sans Souci Ports, Visión Estratégica.

En estas ventajas se fundamentan las cuatro Macro-estrategias del Plan Estratégico:

1. Desarrollo y fortalecimiento del capital humano
2. Incrementar la rentabilidad de las líneas de negocios actuales
3. Crear y desarrollar una cultura de servicio
4. Integración y concientización de y con los grupos de interés y cuidado del Río Ozama

Los enunciados anteriores se visualizan con mayor detalle a través de esta gráfica que configura y representa el mapa estratégico:

**Figura No. 1: Mapa Estratégico Sans Souci Ports**



Nota: Tomado de Plan Estratégico Sans Souci Ports, Enero 2012, por Castillo Jaime.

## 1.5. Plan de Comunicación 2012

Dentro de las acciones que se abocan al Plan Estratégico SSP 2012 – 2014 está la implementación de un Plan de Comunicación Integral enfocado en informar al público objetivo sobre la calidad y seguridad que ofrece SSP; las tecnologías, facilidades y regulaciones implementadas en el negocio. A la vez canaliza las iniciativas de desarrollo comunitario que se emprenden y promueve los atractivos de Santo Domingo como puerto ideal para cruceros.

Este plan también va en auxilio de la comunicación interna y externa de la empresa. De igual manera, se estimulan las relaciones estratégicas entre los relacionados y se fomenta las relaciones de cooperación con la comunidad.

A través de esta herramienta<sup>2</sup> se pretende posicionar a Sans Souci Ports como un puerto de carácter privado y de múltiples propósitos (crucero, carga, ferry, eventos); a la ciudad de Santo Domingo como un destino ideal para los cruceros que hacen itinerario en el Caribe; destacar que SSP es óptimo para las operaciones de cruceros, carga, ferry y eventos; que los clientes, aliados y relacionados perciban que las operaciones de SSP son eficientes, adaptable, confiables y seguras; que los usuarios conocen los servicios y la ubicación de las instalaciones del Puerto de Santo Domingo y que Sans Souci Ports evolucione como una entidad rentable, orientada al servicio, a la preservación del medioambiente y socialmente comprometido.

Es conveniente resaltar que este Plan de Comunicación utiliza estrategias propias del Mix de Comunicación, a saber:

---

<sup>2</sup> Reinoso, P. (2011). *Estrategia de Comunicación, Sans Souci Port 2012 – 2014*. Santo Domingo

- Relaciones Públicas: involucrar clientes, instituciones de gobierno, sindicatos, potenciales clientes. Desarrollo de programas de relaciones con la comunidad y sus líderes. Comunicación directa con generadores de opinión y medios.
- Publicidad: difusión a través de los distintos medios de comunicación: revistas especializadas, revistas sociales, websites cruceros, blogs, banners en los periódicos digitales de crucero, Facebook, Twitter, YouTube, FCCA y Cruise Review.
- Publicity: Mensajes o materiales de redacción, generalmente informativos, sobre acontecimientos o actividades de empresa, pero de contenido significativo para el medio o soporte que, no siendo publicitarios ni de relaciones públicas, los publican sin cargo. Como ejemplo media tour, ruedas de prensa, press trips.
- Promoción: Consiste en incentivos de corto plazo para nuestro público objetivo, es decir artículos proporcionados a todos aquellos que participen activamente en esta estrategia.
- Mercadeo: Participación en ferias y promoción hacia las líneas de crucero y carreros.

Para lograr lo anterior se han creado cinco estrategias de comunicación, que se acompañan de sus respectivas tácticas.

#### 1. *Eficientizar la comunicación interna:*

- Instalación y actualización periódica de Murales de información en: Terminal Don Diego, Terminal Sansoucí, Terminal Santo Domingo, Polígono y Marina
- Instalación de letreros con Misión, Visión y Valores
- Continuación Boletín interno: Diseño de nuevo formato con alineación plan estratégico. Debe ser mensual, dedicado a un valor de la empresa y llevar línea grafica de marca Sansoucí.
- Relanzar boletín institucional y aprovechar reunión para reforzar visión, misión y valores
- Desarrollar Protocolo de Comunicación Interna, homogeneizar uso de marca y potenciar la visibilidad del logo SS. Promover uso de la red intranet. Reuniones periódicas de planificación y coordinación mandos medios y administrativos.
- Propiciar actividades con los empleados de orden cultural y turístico.

*2. Disponer de información actualizada y pertinente acerca de Sansoucí, Puerto de Santo Domingo:*

- Actualización y rediseño Pagina Web
- Señalización de las instalaciones vinculadas al Puerto de Santo Domingo
- Desplegar gama de servicios ofertados en cada infraestructura con su mapa e instrucciones de procesos
- Preparar brochure en español sobre el Puerto de Santo Domingo

- Activación y mantenimiento redes sociales (informativa, no de servicios). Se informará sobre actividades relacionadas con los cruceros, ferry y eventos.
- Investigar y Desarrollar historia de Sansoucí, Bartolomé Colon, Don Diego, Juan Barón
- Gestar letreros de señalización en la ciudad que indiquen dirección del Puerto de Santo Domingo
- Desarrollar Memoria Anual 2012 , 2013, 2014
- Producir Video Explicativo sobre el puerto titulado en inglés y español

*3. Propiciar y fortalecer relaciones de cooperación y sinergias con la comunidad y aliados estratégicos:*

- Desarrollar campaña de cuidado de medioambiente y el Río Ozama
- Desarrollar campaña sensibilización de buen trato y cuidado al turista
- Campaña de prevención de delincuencia, violencia contra el turista
- Desarrollar plan de patrocinios y mecenazgos. Participar eventos y actividades relacionados con la comunidad.
- Capacitación en buenas prácticas con las Instituciones Aliadas y reconocer mediante evento publico aquellas que fomentan buen trato al turista y cuidado de la ciudad
- Desarrollar e implementar Manual de Políticas de Visitantes

*4. Mantener buenas relaciones con la Prensa (opinión pública):*

- Hacer alianza estratégica con Asociación de Prensa Turística (facilitar espacio para sus actividades, auspiciar talleres, apoyo premio nacional periodismo turístico, intercambio vía ferry)
- Propiciar Taller sobre Cruceros con Prensa Turística y Económica
- Promover encuentros regulares y coordinación de almuerzo, misa o cena con los medios en fechas especiales. (Ejemplo: día del periodista, turismo, natalicios, logros, etc.)
- Realizar visitas de cortesía a editores, editores de turismo, ocio y económicas, llevar artículos promocionales de SSP
- Obsequio Navidad a Editores y Directores Medios turismo y económicas
- Organizar recorridos por las instalaciones. Invitar a conocer las instalaciones del puerto y a bordo de un crucero
- Cobertura de recibimiento de cruceros y cobertura de noticias relacionadas SSP

*5. Proyectar buena imagen SSP y mantener relaciones productivas con clientes actuales y captar atención de potenciales:*

- Mapeo de blogs, páginas webs, boletines, revistas y otros medios especializados de cruceros para remisión de información y retroalimentación a los usuarios
- Gestar enlaces que direccionen pagina web Sansoucí en los principales puntos virtuales de interés turístico
- Gestionar que anuncios del Ministerio de Turismo incluidos en páginas y publicaciones de cruceros se vinculen al Puerto de Santo Domingo.
- Incluir Publicidad Cruise Review, Revista FCCA

- Desarrollar revista institucional anual para informar logros, avances e información positiva del puerto
- Disponer de Brochure sobre el Puerto de Santo Domingo tipo hoja informativa
- Producir y enviar trimestralmente boletín informativo digital
- Desarrollar banco de datos con fechas cumpleaños de clientes para enviar tarjeta, obsequio o correo de felicitación
- Soporte y cobertura de prensa actividades cruceros
- Desarrollar relaciones con prensa internacional y coordinar visitas a nuestras instalaciones
- Hacer coctel especial para reconocer y agradecer clientes
- Desplegar eventos públicos en página web
- Ofrecer información de los eventos vía redes sociales

**CAPITULO II**  
**FASE DE INVESTIGACIÓN**

## II. FASE DE INVESTIGACIÓN

### 2.1. Recorrido Río Ozama

Como paso inicial de las visitas exploratorias, se realizó un recorrido por vía marítima para conocer la situación actual del cauce del Río Ozama. Se partió desde la Marina Bartolomé Colón hasta el sector de Isabela de Arroyo Hondo, Distrito Nacional, pasando por La Ciénega, Guachupita, Los Guandules, Capotillo, Las Cañitas, Gualey, Simón Bolívar, La Zurza y Cristo Rey.

En todo este trayecto se evidenció la presencia masiva de lilas, o jacintos de agua, algunas de ellas mezcladas con basura.

**Figura No. 2: Recorrido Rio Ozama**



**Figura No. 3: Bordera Río Ozama Puente Flotante**



A lo largo de la bordera del rio operan algunas metaleras, empresas de producción de energía, y algunas industrias. Se observa además, la siembra productos agrícolas, sobre todo de coco y plátanos.

Así mismo de edifican asentamientos humanos de forma informal, de construcción irregular y sin aparente planificación.

**Figura No. 4: Asentamientos humanos en barrio Los Mina**



En las casas construidas más cercanas al río se evidencia mayor nivel de pobreza. Estas casuchas están construidas de materiales como cartón, trozos de madera, zinc y latas de aluminio. Algunas de estas viviendas están dispuestas casi dentro del mismo río.

**Figuras No. 5 y 6: Asentamientos humanos sobre el Río Ozama**



Es común también la disposición de basura en ambos laterales del río y el uso de vertederos improvisados. Los habitantes del lugar y los camiones de basura de algunos ayuntamientos vierten sus desechos directamente al río.

**Figura No. 7: Vertederos improvisados al borde Río Ozama**



**Figura No. 8: Vertederos improvisados al borde Río Ozama**



En ambos lados de la parte inspeccionada del Ozama, se observan las desembocaduras de las principales cañadas, desagües y algunos puntos de descarga de aguas residuales de la Corporación de Acueducto y Alcantarillado de Santo Domingo.

**Figuras No. 9 y 10: Vertido de cañadas**



A través de estas modalidades se vierten los desechos líquidos y sólidos de industrias, empresas y residencias ubicadas en los sectores adyacentes al río. Dentro del río se avistan animales muertos flotando, y algunos vestigios de barcos abandonados.

**Figura No. 11: Animales muertos dentro del río**



**Figura No. 12: Chatarras dentro del río.**



## **2.2. Recorrido por las comunidades aledañas**

Inmediatamente al recorrido realizado en el Río se procedió a visitar La Ciénaga, Los Guandules, Guachupita y Villa Duarte, pues son las comunidades más cercanas al Puerto de Santo Domingo.

Un segundo recorrido abarcó la barriada de Gualey, Barrio 24 de Abril, Las Cañitas, Villa María, Villa Consuelo y Mejoramiento Social.

De igual manera se visitó en tercera ocasión las zonas de San Carlos, Villa Francisca, La Zurza, Capotillo y 27 de Febrero.

Estas comunidades presentan condiciones similares en cuanto a infraestructura vial: sus calles son rústicas, estrechas, de asfaltado casi nulo y con innumerables callejones. Todas estas comunidades disponen de varias escuelas primarias y liceos secundarios, así como diversos clubes recreativos, canchas que han sido todas gestadas por las juntas de vecinos y organizaciones de desarrollo de la zona.

En todas las comunidades visitadas se observan numerosos colmados, negocios informales y algunas galleras. Se destacan sobre todo los de servicios de comida y bancas de apuestas.

Según la Coordinadora de Organizaciones para el Desarrollo de la Ciénaga (CODECI), solamente en este sector se contabilizan 88 colmados, para 10 mil familias y unos 40 mil habitantes aproximadamente.

Las calles de Guachupita y Villa Duarte cuentan con mayor asfaltado y amplitud que los demás sectores. Escuelas y centros comunales son comunes en estos sectores.

Sus cañadas más grandes y que le atraviesan son: El Arrozal y la Cañada Bonavides.

En Guachupita existe un gran porcentaje de familias que habitan en viviendas tipo multifamiliares, es decir, edificios de 6 a 8 apartamentos provisto por el Gobierno.

Consultados de manera superficial los residentes de estas zonas citan como los principales males que les afecta a la delincuencia, el acceso limitado a empleos, servicio de agua escaso, y recolección de basura deficiente. Aparte de los problema citados por ellos, se avistan muchos niños afectados de desnutrición y parásitos.

### **2.3. Organizaciones de Saneamiento y Reciclaje**

Algunas organizaciones comunitarias agrupadas en la Asociación de Fundaciones de Saneamiento de Reciclaje sistematizan y canalizan la recogida de basura del Ayuntamiento del Distrito Nacional hasta donde les permite llegar los camiones, pues las calles son muy angostas.

Muchas de estas coundades son parte de sistemas de reciclajes muy particulares. En la actualidad existen cinco organizaciones que obtienen materias primas a partir de residuos, para luego ser introducidos de nuevo a un proceso de vida:

- Fundemapu
- Fundsazurza
- Fundacion Escoba
- Funsaco
- Fucosaguscigua27

De este sistema de recolección y la venta de reciclables reciben beneficios económicos. Básicamente estas fundaciones son representativas

de las juntas de vecinos y organizaciones comunitarias, pues sus miembros las componen.

Aparte de la recolección y posterior venta de desechos, estas fundaciones desarrollan obras y servicios de corte social, que le posicionan como líderes entre sus sectores.

### ***2.3.1. Fundación de Desarrollo y Medioambiente La Puya Puede (Fundemapu)***

Nace como parte de las iniciativas emprendidas por el proyecto Saneamiento Ambiental para Barrios Marginados (SABAMAR) implementado por el Gobierno Dominicano con los auspicios de los fondos de cooperación de la Unión Europea.

Fundemapu se constituye en el año 2004 como una compañía de recolección de residuos sólidos en el sector La Puya de Arroyo Hondo. Diariamente retiran cerca de 10 toneladas de desechos sólidos de varias cañadas que afectan al Río Isabela y que conecta con el Río Ozama.

Su acción cataliza el manejo de residuos solidos urbanos que generan recursos dentro de la misma comunidad.

### ***2.3.2. Fundación de Saneamiento Ambiental de la Zurza (Fundsazurza)***

Está compuesta por 19 organizaciones barriales que buscan mejorar la calidad de vida del barrio. Esta institución implementa programas de salud, mejoramiento físico ambiental, apoyo juvenil, generación de ingresos y manejo de residuos solidos.

Es su misión producir un cambio en la mentalidad de la población a través de la educación ciudadana en el manejo de los desechos sólidos.

Además, emprende el "Programa de Rehabilitación de los Humedales de la Isabela", cuyo fin es el rescate y acondicionamiento de tres pozas naturales que se convierten en un manantial y que es amenazado por la gran cantidad de desechos sólidos que son lanzados por los pobladores de esta zona. Con este programa se garantiza la conservación del patrimonio hídrico de la ciudad promoviendo el uso de sus balnearios.

Fundsazurza recibe el apoyo del Ayuntamiento del Distrito Nacional. Genera más de 110 empleos directos. En la actualidad la fundación forma parte de la entidad las 3Rs, cuyo lema es Reducir, Reusar y Reciclar, además es la fundadora y principal sostenedora de la Red Dominicana de Recicladores (Reddore).

### **2.3.3. *Fundación Escoba***

Es una organización comprometida con la limpieza de todo el sector de Capotillo. Sus servicios abarcan la recogida de basura, reciclaje, limpieza de desagüe, fumigación, escalinatas, cuneteo, aguas negras, alcantarillado, manejo de desechos sólidos, poda de árboles y formación comunitaria.

Están amparados en un acuerdo con el Ayuntamiento del Distrito Nacional mediante el cual operan brigadas de barrido de las calles, limpieza de imbornales, poda de árboles, cambio de bombillas y limpiezas de los postes de Capotillo.

Su división de reciclaje colecta y compra a los ciudadanos del sector todo material que pueda reciclarse, remunerándoseles además por clasificar y vender.

Entre sus logros se cuentan la creación de una cooperativa de ahorros para el sector, cuya operación en la actualidad es gestada y supervisada por Escoba. En el 2011 fueron galardonados con el Premio Atabey 2010, que reconoce el mérito de las diferentes organizaciones que protegen el medioambiente en el país.

#### ***2.3.4. Fundación de Saneamiento Ambiental Comunitario (Funsaco)***

Esta institución sin fines lucrativos nace en diciembre del 2005, gracias al programa de Saneamiento Ambiental para Barrios Marginados (SABAMAR), implementados con fondos de donación internacional provenientes de la ONFED, Unión Europea.

Tiene como rol sanear y mejorar el medioambiente de los sectores de Gualey, Barrio 24 de Abril, Simón Bolívar, Las Cañitas, Villa María, Villa Consuelo y Mejoramiento Social a través de programas de manejo integral de residuos sólidos de origen doméstico e industrial generados en estas zonas, apuntando a la sostenibilidad a través de un proceso educativo y de sensibilización a las familias.

Adicionalmente, opera en la actualidad como una Fundación Comunitaria contratista del Ayuntamiento del Distrito Nacional de la cual forman parte varias coordinadoras barriales que representan a diferentes organizaciones de base comunitaria como juntas de vecinos, iglesias, escuelas, ligas deportivas, ONG's, clubes barriales y otras entidades sociales. Funsaco se cobija en el lema "Trabajando unidos por un ambiente

sano". Su estructura organizacional se compone de una Asamblea General y un Consejo de Dirección.

A la par cuenta con una dirección ejecutiva (gerente, contador, secretaria), área de educación (cuerpo de promotores y coordinadores) y área operativa (supervisores, choferes, recolectores).

### ***2.3.5. Fundación Comunitaria de Saneamiento Ambiental Guandules, La Ciénaga, Chuachupita y 27 de Febrero (Fucosaguscigua27)***

Fundada en agosto del 2006, se concentra en las zona de los Guandules, la ciénaga, Guachupita, Barrio 27 de Febrero, San Carlos y Villa Francisca. Su misión es contribuir a mejorar las condiciones ambientales de los sectores mencionados anteriormente, mediante la organización y regularización del servicio de la recogida de basura, así como la implementación de pequeños proyectos comunitarios y la aplicación de programas de educación ambiental. Lo realizan de forma periódica para fortalecer los vínculos de la convivencia social, familiar y cultural de sus zonas.

Su organización cuenta con un Consejo Directivo compuesto por 12 miembros honorarios, que tienen como rol la ejecución de las líneas definidas por su Asamblea General, estructurada por 95 instituciones y organizaciones comunitarias. A través del Consejo Directivo dan seguimiento a las decisiones establecidas por la Asamblea. Obran con el lema "Limpieza es salud" y procuran mejorar el medioambiente pues a su parecer, dimensiona la calidad de vida.

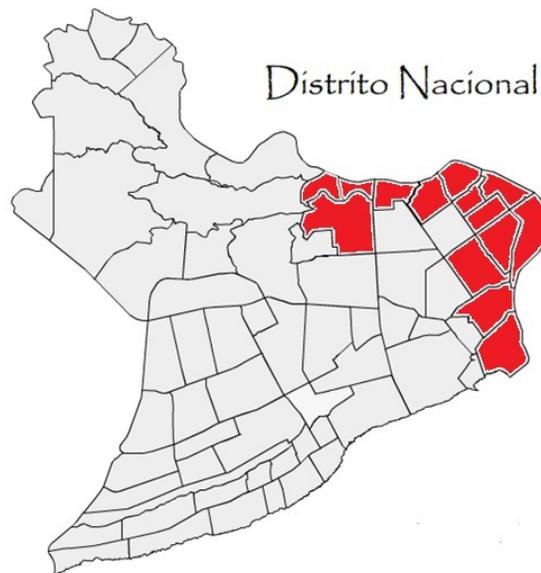
Como ejemplo de una de sus acciones en la calle Primera de la Ciénaga existe un espacio recuperado a manera de parque justo en el Respaldo La Marina, que sirve de espacio de recreación de esta zona.

## 2.4. Mapeo e Identificación de las comunidades

A los fines de esta investigación y del desarrollo de un plan de Marketing Social se ha identificado preliminarmente como zonas de influencia primaria a los siguientes sectores:

- La Ciénaga
- Los Guandules
- Guachupita
- 27 de Febrero
- Ciudad Colonial
- Capotillo
- 24 de Abril
- Simón Bolívar
- Gualay
- Villa Duarte
- Las Cañitas
- La Puya
- La Zurza

**Figura No. 13: Delimitación barrios de incidencia**



## 2.5. Entrevistas a líderes comunitarios

A continuación se presentan los resultados de las entrevistas realizadas a los líderes comunitarios ligados con las comunidades involucradas.

A estos fines los hemos abordado con el fin de delimitar su situación actual, sus necesidades, conocer el trabajo que realizan, sus principales logros, limitantes y proyectos a futuro. Con ello se busca principalmente establecer una forma eficaz de interacción.

**2.5.1. Entrevista a Gilberto Santos, presidente Fundación de Saneamiento Ambiental comunitario (FUNSACO) y Victor Santos, segundo vicepresidente.**

Tienen un compromiso nodal con la recolección de desechos sólidos en calidad de contratistas de Ayuntamiento del Distrito Nacional.

Entre otras labores que desempeñan está el cuneteo o limpieza de contenes, la poda de árboles, pintan y desafichan postes del tendido eléctrico, limpieza de filtrantes y el cambio de bombillas de los sectores donde operan.

Según Gilberto Santos, ejercen responsabilidad social, emprenden labores educativas, promueven la cívica, hacen jornadas de siembra y pequeñas obras necesarias en la comunidad. Además, limpian la bordera del Río Ozama, extraen basura del mismo y eliminan los vertederos próximos al caudal.

**Figura No. 14: Gilberto Santos, Funsaco**



**Figura No. 15: Reunión Funsaco**



Para Gilberto, entre las principales dificultades que afrontan está que el 95% de los habitantes de su zona no suben la basura hasta los recolectores, ni existe un sistema que lo permita, pues la mayoría de las viviendas están ubicadas en terrenos de declive.

Victor Santos, vicepresidente de Funsaco confirma que esto pasa en tres de los cuatro sectores que bordean el Ozama e Isabela, estos son las Cañitas, Simón Bolívar y Gualey. Uno de sus mayores obstáculos de recolección es el callejón 59 que da directamente a los ríos. En este callejón un vehículo pequeño difícilmente puede subir y bajar.

Santos narra cómo en una ocasión tuvieron que utilizar yolas para transportar en sacos la basura proveniente de Simón Bolívar, Las Cañitas, Gualey y Capotillo hasta al otro lado del río, donde era más fácil movilizarla, esto tardó meses y la noticia fue acogida por la prensa internacional. Iniciaron en el 2009, haciendo esto, pero es en la actualidad muy costoso, sobre todo por el pago a los yoleros y empleados.

Recordó que hace años existían entre 20 y 30 vertederos que fueron eliminados por ellos, y considera que la mala disposición de los desechos sólidos en el río se ha reducido en un 80% gracias a su intervención.

Esta Fundación aspira a tener una recogida menos costosa, mas eficiente y que la comunidad se integre a sus acciones, sobre todo para que los vertederos no se repitan.

En la actualidad hace esfuerzos conjuntos con la comunidad y están implementando varios talleres de sensibilización con los profesores de las escuelas del entorno.

Específicamente con el reciclaje, tienen un plan piloto de instalación de cajas para recolección de papel en escuelas, empresas e industrias. Para este proceso fabrican cajas de material plástico reciclado y con otros provenientes de los cartones de leche que compran a los beneficiarios del programa Barrio Seguro. La fabricación de estas cajas, tiene un costo aproximado de 300 pesos las de tamaño grande y 150 las más pequeñas.

La Fundación de Saneamiento Ambiental Comunitario, como parte de las campañas de sensibilización que utilizan el lema: Reduce, Reúsa, Recicla y promueven la correcta recolección de papel, cristal y plásticos. Funsaco motiva mediante stickers y volanteo la ruta para recolectores los lunes, miércoles y viernes. Otra de sus iniciativas es la ejecución del Programa Nacional de Reciclaje en centros escolares.

Santos asegura que el problema no es sólo la recolección. Dice que a pesar de la recolección y el despertar de la conciencia ciudadana, hace falta intervención estatal con el sistema sanitario que llega al río. Cita como ejemplo el caso de la cañada de la cancha del puente que divide al barrio Simón Bolívar, que de un lado tiene un drenaje pluvial y del otro lado una gran cantidad de cañerías sanitarias.

Hace falta la construcción de una planta de tratamiento para las aguas residuales, que debe acompañarse de un levantamiento de prioridades por parte de Obras Públicas y la CAASD para el desarrollo de un sistema de integración barrial.

Esta Fundación cree que la solución de los problemas del Ozama es posible, que solo es cuestión de entender que estas comunidades no son solamente pobres, sino que en ellos existe mucho potencial, pero que no

saben cómo canalizarlo, que otros aliados y otros actores pueden hacer posible esto.

Con el reciclaje de botellas y otros materiales, surgió el Grupo de Mujeres para Triunfar, que aglutina algunas mujeres de la comunidad para hacer manualidades y artesanías de material reciclado. Hacen velones, velas y adornos para usar en el hogar.

***2.5.2. Entrevista a Yovanny Guzmán, encargado de medioambiente Fucosagucigua27, Jose Pérez encargado de proyectos, Gilberto de la Cruz y Javier García.***

Compuesto por un consejo honorífico de 12 miembros y sumando fuerza entre 94 organizaciones comunitarias la Fucosagucigua actúa en el saneamiento y recogida de desechos sólidos, reciclaje en coordinación con el Ayuntamiento del Distrito Nacional en los barrios de Los Guandules, La Ciénaga, Guachupita, Barrio 27 de Febrero, San Carlos y Villa Francisca.

Por este concepto reciben unos US\$25 dólares por cada tonelada de basura depositada en la estación de transferencia. En los últimos 4 años, han colectado 15 millones de pesos producto de su esfuerzo, y contando solamente con 6 camiones para la recolección.

Estas labores cuentan además con carretilleros y megafonistas que anuncian dos veces al día los intervalos de recogida de basura. Actualmente no ofrecen los servicios de barrido por lo costoso que sale esta acción. En su haber enarbolan la eliminación de 46 vertederos instalados desde el Puente Duarte hasta el Puente de la 17, construcción de escaleras y peatonales útiles para sus sectores.

En muchos de los casos, en sustitución de los vertederos eliminados y como forma de evitar que vuelvan a instalarse, construyen una obra necesaria para la comunidad.

A pesar de que la parte educativa es un tanto costosa, en las escuelas y con los moradores de sus barrios desarrollan programas de educación en favor de la preservación del medioambiente y en saneamiento y reciclaje. Esto lo canalizan a través de sus promotores y educadores.

Esta labor educativa prioriza la iniciación en reciclaje con los niños de las escuelas y generan compromiso con los directores de las mismas. Desarrollan además, reuniones periódicas con las juntas de vecinos. Suman un total de 200 las charlas educativas que han implementado en la zona.

En cuanto al reciclaje, durante el último cuatrimestre del 2011 reciclan el papel periódico con la empresa Moldeados Dominicano y los plásticos lo compra Recicladores del Cibao.

A juicio de Feliz Benítez, históricamente las instituciones que han venido al rescate del Río Ozama han actuado como "parches", porque no han atacado sus principales afecciones.

**Figuras No. 16 y 17: Entrevista directivos Fucosagucigua27**



A futuro, en su agenda se inscribe la construcción de pasos de yola (espacios de embarque y desembarque informales) que conectan el Distrito Nacional con la parte Este de Santo Domingo, y viceversa.

De igual manera aspiran a desarrollar un voluntariado ambiental para fortalecer el proceso educativo y la convivencia social de la comunidad. Quieren auxiliarse de una cartilla educativa que promueve de forma creativa acerca de la importancia del saneamiento y el cuidado del Río Ozama. Estas acciones se anexan a una propuesta de desarrollar a plan piloto de Saneamiento del Río Ozama<sup>3</sup> con una duración tres meses y que contempla tres componentes basados en:

1. Jornadas de Saneamiento del Río Ozama de forma constante y acondicionamiento de los Pasos de Yola de los sectores La Ciénaga, Los Guandules y Villa Duarte Abajo.
2. Conformación del Voluntariado Ambiental en La Ciénaga y Los Guandules
3. Proceso Socio-educativo dirigidos a las familias de la ribera del Río Ozama.

Con este plan se pretende visitar 30 familias en su propia residencia acompañadas por charlas con las escuelas. De cada barrio se conformaría un equipo de 4 voluntarios y 4 líderes comunitarios, que serían seleccionadas a través de las Asambleas Comunitarias, sobre todo en los sectores de Los Guandules y La Ciénaga.

---

<sup>3</sup> Fucosaguscigua 27. *Plan Piloto de Saneamiento del Río Ozama*, Santo Domingo.

### **2.5.3. Entrevista a Irene Montero, encargada de reciclaje de Fundemapu**

Sus inicios, al igual que otras fundaciones de este tipo, tienen origen con el Programa de Cooperación Descentralizada para el Saneamiento Ambiental de los Barrios Marginales de Santo Domingo (SABAMAR).

Básicamente esta fundación recolecta residuos sólidos y procesa reciclaje, además, implementa conversatorios con las comunidades para que la gente recicle directamente desde su casa, cartón, papel, periódico y plástico duro. No es una tarea fácil, pero algunos los hacen, otros no siguen las reglas.

Según Irene, de la misma forma llevan charlas, talleres a los colegios y las escuelas de los barrios y distribuyen brochures entre los alumnos, maestros y directores.

En un total de diez escuelas implementan un programa de reciclaje con el que intercambian materiales por detergente.

Esta organización recolecta los desperdicios de los sectores La Puya, Girasoles y Cristo Rey, que luego trasladan a su centro de acopio. Una brigada de 12 a 15 hombres limpia los verteros que se improvisan en estos sectores. Al centro de acopio de recolección de residuos transfieren diariamente un total aproximado de 12 toneladas de basura. También ofrecen servicios de fumigación.

Con los jóvenes de la comunidad implementan programas de alimentación en coordinación con los Comedores Económicos gracias a la gestión del Plan Quiqueya Verde. Con estos jóvenes intercambian el almuerzo a cambio de un periódico que posteriormente se recicla, a fin de

promover y estimular la conciencia ambiental. Otra de sus bondades son los operativos que desarrollan para el control de cólera en La Puya, sobre todo con la clorificación del agua.

Su mayor antagonista son los depósitos de basura que vierten en las aguas de los alrededores, que empieza desde la cañada del Kilómetro 13 de la Autopista Duarte y hasta la más difícil de abordar, la cañada del Río Isabela.

También tienen dificultades para acceder a las escuelas que corresponden al Distrito 15 - 04 que no permiten el reciclaje ni las charlas dentro de los algunos centros educativos.

Con las cañadas, que llevan cerca de 37 kilómetros de longitud, tienen cerca de un año que no intervienen, pues los costos de limpieza de las mismas ya no se fomentan desde el Ayuntamiento del Distrito Nacional, que anteriormente aportaba un incentivo para el pago de 20 obreros que requieren para ello.

Entre las cañadas que más les afecta citan la que viene del Barrio Claret, la de La Javilla, que llega soterrada a la Avenida San Martín, y la cañada del Kilómetro 13 de la Autopista Duarte que dualmente vierte aguas limpias (de un manantial natural) y desechos.

Todos los barrios que conectan con la parte Oeste de Santo Domingo descargan no sólo la basura, sino también sus descargas sanitarias en el Río, y la planta de tratamiento de aguas construidas para estos fines por SABAMAR nunca ha sido puesta en funcionamiento.

#### **2.5.4. Entrevista a Francis Disla, Encargado de Relaciones Públicas de Fundszurza**

Es una fundación que procesa los residuos sólidos en acuerdo con el Ayuntamiento del Distrito Nacional. Más que la recolección de los residuos han adquirido otras modalidades integrales que van en apoyo al cuidado del medioambiente.

Fundszurza está compuesta por 19 organizaciones comunitarias de La Zurza que son socios integrales y activos de la fundación. Cuenta con 120 empleados directos. Su estructura organizacional incluye un parte de dirección, asistencia social, comercialización y área operativa.

Específicamente para el reciclaje, se apoyan en un equipo de 22 personas que colectan materiales en los centros educativos, las imprentas, los colegios y en su misma comunidad. Colectan además materiales de reciclaje en instituciones, empresas e industrias con los que mantienen acuerdos de colaboración.

**Figura No. 18: Entrevista Francis Disla**



**Figura No. 19: Reunión con Fundszurza**



El principal antagonista de su recolección son los problemas que se generan cuando llueve, sobre todo con los materiales plásticos, y con las cañadas que desembocan en sus ríos y manantiales. Otra dificultad que enfrentan son las zonas de declives que presentan los terrenos de La Zurza que dificultan la recolección de residuos.

En su área lidian con seis cañadas entre ellas la del Puerto Isabela, que va por debajo del puente de Villa Mella, la Máximo Gómez, Cañada del Diablo, Cañada Los Dulceros, San Bautista – María Montez y las Tres Cruces, esta última empalma 3 cañadas más.

A juicio de esta fundación, sus acciones no son suficientes evitar que los residuos sólidos lleguen al Río. No obstante, Francis Disla, resalta los grandes esfuerzos de esta organización en mantener la limpieza en el área del río hasta el Barrio Capotillo.

Disla cita que además, ejercen acciones de solidaridad apoyando al crecimiento personal de muchas personas de la comunidad de la Zurza a través de sus programas sociales.

Esto incluye una ardua labor educativa con un grupo de 50 promotores con acción en 22 escuelas y organizaciones comunitarias del sector. Con ellos implementan charlas promoción de salud, prevención del dengue y cólera, no solo en La Zurza, sino también en las Escuelas de Villas Agrícolas.

Así mismo, desarrollan un programa integral con los adultos mayores de la comunidad a los que les proveen alimentos, medicamentos, terapias deportivas, visitas psicológicas y talleres recreativos para que reciclen.

En la misma onda, implementan programas grupales, dirigidos a las familias que van desde la prevención de embarazos en adolescentes, terapias ocupacionales, manualidades con los niños del barrio, asistencia a los niños con déficit de aprendizaje, capacitación a sus promotores y fortalecimiento del autoestima en los jóvenes y adultos de la zona. Con el Hospital Moscoso Puello también ejercen labores de formación y educación.

Con el apoyo de la Fundación Ford Motors han rehabilitado tres grandes pozas, tipo manantial que se enclavan en La Zurza, y esto ha posibilitado que las mismas puedan ser utilizadas para fines recreativos de la población.

Sus programas también cuentan el apoyo de la Embajada de Canadá, a través del Fondo Canadiense de Iniciativas Locales con el cual desarrollan el proyecto Vigilancia Ciudadana y Gobernanza de las Políticas Públicas Municipales en la Circunscripción No. 3 del Distrito Nacional<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Fundazurza: *Cartilla de Educación Ciudadana Vigilancia Ciudadana y Gobernanzas de las Políticas Públicas Municipales*, Distrito Nacional.

Este proyecto se ampara en la ley 176 – 07 sobre el Distrito Nacional y los Municipios que trata de involucrar a todos los sectores que conviven en demarcaciones políticas territoriales, y contempla amplias herramientas de participación ciudadana en la toma de decisiones en la gobernanza de las políticas públicas de los municipio y la implementación de leyes, decretos y reglamentos que deben producir acercamiento entre las autoridades municipales y las Asociaciones de Base Comunitaria en los barrios marginales del Distrito Nacional.

Para estos fines Fundszurza ha conformado una comisión de seguimiento y participación ciudadana en comunión con otros barrios<sup>5</sup>: Villa Francisca, Los Guandules, Gualay, Villas Agrícolas, Barrio 27 de Febrero, Barrio Simón Bolívar, Capotillo, Barrio 24 de Abril, LA Ciénaga, Villa María, Villa Consuelo, María Auxiliadora.

#### ***2.5.5. Entrevista a Juan Pimentel, Abel Rojas, Ramón Jiménez y Arístides Arroyo, directivos de la Fundación Escoba.***

Opera en el Barrio Capotillo, compuesto por un consejo de dirección y otro administrativo. Sus inicios se remontan al año 1995 cuando comenzaron la recolección de basura con una carretilla con tracción humana. Tiempo después recibieron financiamiento internacional de la organización UCOREBAM, para organizar el sistema de recolección, agua y zonas accidentadas de los habitantes de callejones y parte atrás de las viviendas.

En ese entonces cobraban 15 pesos a cada familia y 20 a los dueños de negocios para la recolección de basura, pero no era autosostenible pues

---

<sup>5</sup> Fundszurza. Brochure Proyecto de Vigilancia Ciudadana y Gobernanza Políticas Públicas Municipales Circunscripción Número 3, Distrito Nacional.

menos del 10% de la población pagaba esa suma que cobraban mensualmente. Ese programa lo implementaron con la intervención del IDDI que recibía fondos del CAREM.

En el 2001, también a través del IDDI canalizaron otros fondos del Ayuntamiento de Castilla, Madrid, España y en conjunto con el Ayuntamiento del Distrito Nacional instalaron contenedores de basura que más tarde, no se siguieron utilizando porque los camiones de recolección no pasaban por la zona, lo cual improvisaba numerosos vertederos en las esquinas de los barrios.

En el 2003 gracias al apoyo por tres años del proyecto Sabamar inician un sistema de recolección, arreglo de cañadas, aguas servidas, drenaje, compra de 2 camiones recolectores para operar en el Capotillo, Ensanche Espaillat y Luperón.

Entre las cañadas que atraviesan este segmento están Las 3 Cruces, Santa Clara, cañada de la Muerte, Capotillo, Anden, Calle El Sol y el Túnel. Todas vierten sus desechos directamente al río.

Más tarde con el Ayuntamiento del Distrito Nacional acordaron la compra de las toneladas de basura con un precio que osciló entre los 13 y 20 dólares hasta llegar a hoy día a los US\$25 por cada tonelada llevada a la estación de transferencia al centro de acopio ubicado en Villas Agrícolas.

Este programa incluía el compromiso de las organizaciones comunitarias, unas 20 en total en la limpieza y barrido de las calles, mantenimiento a los drenajes pluviales, limpieza del río, poda de árboles y fumigación en la comunidad.

Hoy día, continúan la implementación de estos procesos y otros de corte social. Con sus comunidades organizan actividades de esparcimiento, sensibilización medioambiental en las escuelas y en los dispensarios de atención primaria hacen promoción de salud y distribución de medicamentos.

Adicionalmente trabajan con las escuelas en charlas de conservación medioambiental y con el Área 4 de Salud Pública con temas de este tipo.

También distribuyen veneno para ratas y fumigación para eliminar los mosquitos y otros insectos.

En reciclaje rescatan constantemente mas de 60 mil botellas que van al Río Isabela. Personas particulares que residen en la zona traen para compra plásticos, papeles y cartones y a cambio reciben incentivos. Para la recolección han dividido el sector de Capotillo en cuatro zonas, señalizadas por diferentes colores.

Las principales dificultades que afrontan apuntan a los ácidos en estado líquido que vierten las industrias ubicadas en la avenida Máximo Gómez.

Entre otra de sus dolencias se cuenta la dificultad de la recolección de residuos en lugares que son imposible transitar vehículos, lo cual es muy común en Capotillo, por el hacinamiento de sus habitantes y las frecuentes pendientes de sus terrenos. A consecuencia de esto y para poder eliminar grandes focos de contaminación, se han tenido que auxiliar de transporte atravesando el río con una sogá y en yolas.

Entre sus principales logros se cuenta la compra de su propio local para sus operaciones.

A futuro la Fundación Escoba estima la creación de la Escuela Héroes de Abril, que sirva para sus programas de formación ciudadana, medioambiental y de valores; implementar el programa Educación para la Salud, un esfuerzo para capacitar a la comunidad en los aspectos que tiene que ver con hábitos saludables; los premios Héroes del Trabajo, para los trabajadores de Escoba y los del barrio en sentido general; y el programa Capotillo Cero, que busca alfabetizar a sus empleados y trabajadores en primera instancia, y también a los moradores de Capotillo en sentido general.<sup>6</sup>

## **2.6. Entrevista al Director de Operaciones de Sans Soucí Port, Ing. Amaury Romero.**

Para conocer la vinculación de Sans Soucí Ports con la situación del Río Ozama, entrevistamos al Gerente de Operaciones, Ing. Amaury Romero. A su juicio, la situación del Río, afecta directamente las operaciones del Puerto de Santo Domingo por tres razones básicas:

1. Alta contaminación de las aguas y el medio ambiente.
2. Arrastre de sedimentación que implica tener que dragar continuamente y esto incrementa los costos de operación del puerto
3. Parte estética para la recepción de buques que afecta la imagen del entorno

Entre las principales actividades que Sans Soucí Ports tiene que ejecutar para optimizar las operaciones del puerto está principalmente el dragado del Río Ozama.

---

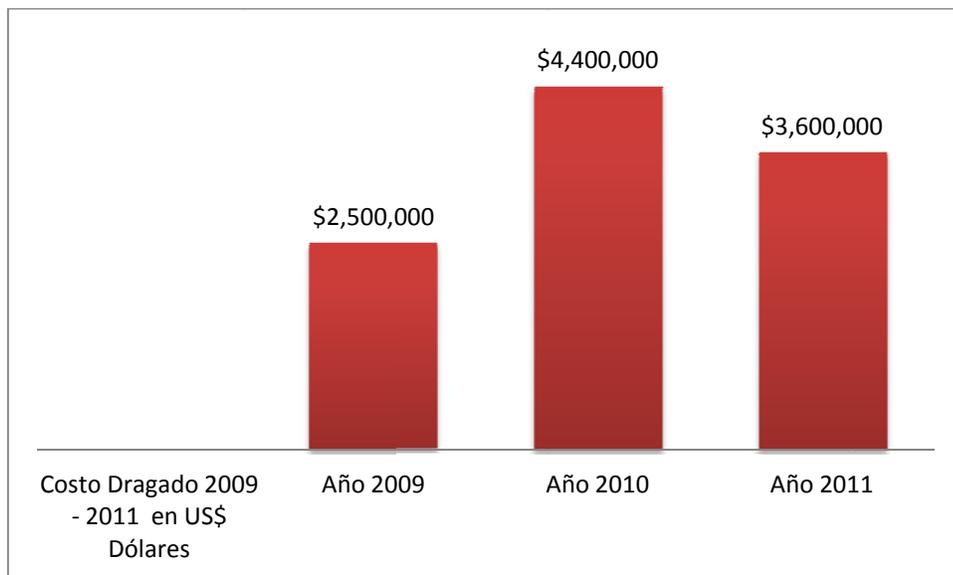
<sup>6</sup> Escoba Informa, Órgano de Difusión de la Fundación Escoba, Año 1, volumen 2. Santo Domingo.

Esta de recolección de basura por arrastre genera un costo promedio de 2.5 millones de dólares anuales para una media de aproximada 300mil metros cúbicos por año.

Las labores de dragado la realizan a través de una compañía externa que contratan para estos fines.

A estos trabajos se suma la compañía Molinos del Ozama que apoya este proceso y lo canaliza a través de Sans Soucí Ports.

**Figura No. 20: Costo Dragado Río Ozama**



Elaboración Propia

Adicionalmente a las operaciones de dragado, Sans Soucí Ports se involucra en la recogida de basura flotante en áreas próximas al puerto, la instalación y mantenimiento de barreras de retención (booms) que evita el acercamiento de la basura que flota en la parte superior al río a áreas específicas del Puerto de Santo Domingo.

A juicio del Ing. Romero, algunas de las acciones necesarias para rehabilitar el río incluyen el involucramiento de los sectores de gobierno que trabajan con los sectores poblacionales que interactúan con el Río Ozama e Isabela.

De igual manera, Romero recomienda la construcción de parte de la CAASD, plantas de tratamiento para la disposición de desechos y aguas residuales que son vertidas directamente a estas fuentes hídricas.

Amaury Romero agrega que las autoridades deben intervenir las cañadas que originan gran parte de la problemática, que suman aproximadamente entre 27 y 32 cañadas y deben ser acompañadas por la creación de facilidades que permitan una recolección de basura efectiva, como por ejemplo acceso a los camiones recolectores.

Cuestionado sobre cuales otras acciones puede Sans Souci Ports intervenir para contribuir en mejorar las condiciones del Río, Amaury Romero recomienda la participación en jornadas de limpieza en la bordera de los ríos y desarrollar campañas de educación con la población para crear conciencia y empoderamiento comunitario con las comunidades afectadas.

Respecto a los cuidados que como empresa observan en relación al cuidado del medio ambiente, afirma que el Puerto de Santo Domingo se rige por las leyes medioambientales de rigor a nivel nacional, y certificaciones internacionales sobre este particular, entre algunas de las normas observadas cita el manejo de sólidos y aguas residuales generadas por el puerto y los buques que visitan el puerto, control de emisiones de gases, control de aguas vertidas y planta de tratamiento.

## **2.7. Instituciones relacionadas con el tema**

### ***2.7.1. Instituto Dominicano de Desarrollo Integral***

Fundado en 1984, el Instituto Dominicano de Desarrollo Integral es una institución sin fines de lucro. Se rige por varias líneas estratégicas de trabajo que catalizan la colaboración con la comunidad de donantes internacionales, el Gobierno Dominicano y las empresas privadas, en áreas de salud, educación, vivienda, artesanía y medioambiente<sup>7</sup>.

Junto con Pepsi International el IDDI ha implementado un proyecto para reciclar desechos plásticos en los barrios de Santo Domingo, llamado Promoción del Reciclaje para el Desarrollo Socioeconómico de Comunidades Marginadas de Santo Domingo.

Este esfuerzo lo desarrolla en conjunto con las organizaciones comunitarias ya descritas anteriormente (Fundación Escoba, FUNDSACO, FUNSAZURZA, FUNDEMAPU Y FUCOSAGUSCIGUA<sup>27</sup>) que recolectan los desechos y los procesan en material para reciclado.

El objetivo de este proyecto es promover el desarrollo del mercado de reciclaje de residuos sólidos (RS) en Santo Domingo, a través de la constitución y el fortalecimiento de las fundaciones de saneamiento ambiental, así como la instauración de una red nacional de recicladores con el fin de lograr que los beneficios de esta actividad contribuya directamente con el desarrollo económico de las comunidades marginadas.

Este proyecto lo integran cinco componentes:

---

<sup>7</sup>Instituto Dominicano de Desarrollo Integral (IDDI). Estrategia Organizacional. [En línea]. Disponible: <http://www.iddi.org/es/about/organizational-strategy/>. [2012, 21 Marzo].

1. Constitución y fortalecimiento de una empresa social de reciclaje cuyos socios incluyen organizaciones comunitarias relacionadas al manejo de residuos sólidos.
2. Fortalecimiento de red nacional de recicladores.
3. Instalación de centro de acopio y reciclaje.
4. Desarrollo y fortalecimiento de mecanismos de comercialización.
5. Implementación de sistema operacional de coordinación, monitoreo y difusión de resultados

De este programa se estima que se benefician más de 150,000 habitantes de 11 barrios marginados de Santo Domingo (24 de Abril, Simón Bolívar, Gualey, Las Cañitas, LA Zurza, LA Puya, Capotillo, Los Guandules, Guachupita, La Cienaga y 27 de Febrero), más de 50 recicladores informales que operan en estos barrios, empresas recicladoras con necesidad de abastecimiento de material constante y recicladores callejeros que están en todo el país.

### ***2.7.2. Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal Inc. (CEDAF)***

Fue fundado en el 1987, el Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF) promueve el desarrollo sostenible del sector agropecuario y forestal, a través de la capacitación, información, innovación institucional y análisis de políticas y estrategias sectoriales, con el fin de estimular una agricultura competitiva que contribuya a reducir los niveles de pobreza y a proteger el medio ambiente<sup>8</sup>.

El CEDAF promueve y coordina el Programa 3Rs que incluye el Reciclaje de residuos de papel en instituciones, empresas y universidades

---

<sup>8</sup> Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF). [En línea]. Disponible: <http://www.cedaf.org.do/>. [2012, 21 Marzo].

con la posibilidad de insertar la gestión de otros residuos con potencial a ser reciclados. Con esto busca incidir en la reducción de la producción de residuos contaminantes del medio ambiente y los recursos naturales.

Mediante acuerdos de colaboración con la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra, el Banco de Reservas, Ayuntamiento del Distrito Nacional, Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales, Ministerio de Educación, Ministerio de Industria y Comercio, Oficina Nacional de Propiedad Intelectual, Banco Central, Ministerio de Turismo y otras entidades, desarrollan acciones que promueven la separación selectiva, el acopio y retiro de los residuos sólidos; fortaleciendo y creando canales que promueven la capacitación en el manejo de los residuos sólidos.

Estos acuerdos promueven reusar el papel de manera racional y exhorta a utilizar recipientes diferentes para separar los residuos orgánicos, papel, cartón y los envases de vidrios y metal, además de imprimir documentos en ambos lados del papel.

En la actualidad implementa con La Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA) el proyecto de seguimiento para el “Fortalecimiento de la Red 3Rs, cuyo propósito es fortalecer la capacidad de la República Dominicana, generando y socializando una propuesta estratégica para el impulso del reciclaje en el país.

El concepto 3R's<sup>9</sup> se refiere a estrategias para el manejo de residuos que buscan ser más sustentables con el medio ambiente y específicamente dar prioridad a la reducción en el volumen de residuos generados.

---

<sup>9</sup>Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF). *Folleto Programa 3Rs: Reducir, Reusar, Reciclar*. Santo Domingo.

Esta red es un ente interinstitucional dedicado a crear conciencia ciudadana sobre la necesidad de la creación de un escenario favorable para la protección del medio ambiente, desarrollo de la economía y la generación de empleos en el país.

Con las 3R's se difunde una cultura con énfasis en la identificación de líderes que asuman un rol protagónico y se conviertan en entres multiplicadores. En este sentido, los proyectos que se desarrollan para su difusión son:

- Programa de Capacitación en la Guía 3R.
- Propuesta de Lineamientos Estratégicos para el Fortalecimiento de la RED 3R's y la Cultura 3R's
- Estudio de Efectividad piloto en la Sección Quitasueño
- Promoción de Alianzas Estratégicas con Redes de Reciclaje a nivel nacional
- Licenciatura en Ecología y Gestión Ambiental
- Guía Las 3R's
- Programa de Reciclaje de papel en instituciones
- Programa Educativo Yo Reciclo (De mano con la campana del Banco Popular Ahorrar nos Hace Bien, Periódico Hoy y la Industria de Moldeados Dominicanos)
- Investigaciones Relacionadas con el reciclaje en la Republica Dominicana
- Concurso de Arte Infantil por el Medio Ambiente
- Concurso de Reciclaje "Yo Reciclo" con centros Escolares
- Programa de 3R's de Reciclaje de Botellas Plásticas P.E.T. en centros escolares

- Proyecto Piloto de Separación de residuos reciclables en la Ciudad Colonial, con 37 colmados como centro de acopio

Entrevistada sobre el particular, Ginny Heinsen de Freitas, nos cuenta otras de las actividades implementadas, que incluye la concertación de mesas de diálogo entre los organismos internacionales de cooperación, charlas en más de 400 escuelas para concienciar sobre la importancia del cuidado del medioambiente y en constituirse en consumidores responsables.

De igual manera han incidido en la conformación de voluntarios ambientales compuestos por jóvenes y niños, seguimiento a las cinco fundaciones de saneamiento ambiental que operan en la ribera de los Ríos Ozama e Isabela, estudios de factibilidad pilotos en las 3R, capacitación metodológica, la creación del Grupo Castor para el empoderamiento de las comunidades.

### **2.7.3. Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (RENAEPA)**

Promueve la integración del sector empresarial en el desarrollo de una cultura de conservación y gestión sustentable de los recursos naturales y el medio ambiente de la República Dominicana. Entre sus objetivos<sup>10</sup> se insertan:

1. Promover y coordinar las actividades encaminadas a la protección de la salud, la defensa del medio ambiente y la preservación de los recursos naturales del país.

---

<sup>10</sup> Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (RENAEPA): [http://www.renaepa.org.do/index.php?option=com\\_content&view=article&id=52&Itemid=134](http://www.renaepa.org.do/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=134)  
Recuperado en fecha 21.03.12.

2. Fomentar la educación, formación, sensibilización e investigación ambiental en el país.
3. Organizar diálogos mediante los cuales se promueva el entendimiento y la colaboración entre empresas, trabajadores, Gobierno y la sociedad civil con el objeto de influenciar con políticas y buenas prácticas para la protección ambiental.
4. Desarrollar e impulsar proyectos conjuntos y alianzas estratégicas entre las empresas afiliadas y sectores interesados en las problemáticas medio ambientales tales como organismos internacionales, universidades, asociaciones ecologistas, entre otros.

Mediante un acuerdo de cooperación con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y el Instituto Dominicano de Desarrollo Integral, desarrolla el Programa de Gestión y Conservación Ambiental<sup>11</sup>, para mejorar el desempeño ambiental de las empresas que operan en República Dominicana, al tiempo que se incrementa la participación que tienen estas en la conservación de su entorno por medio de actividades de sensibilización, entrenamiento y apoyo a iniciativas públicas y privadas en el campo del cumplimiento regulatorio, gestión ambiental y de protección de los recursos naturales.

Entre las actividades a desarrollar en el marco de este programa está estipulado: el fortalecimiento y creación de coaliciones para la protección de los ríos Higuamo, Haina, Ozama y Yaque del Norte; extender el patrocinio del programa de Eco-Escuelas a lo largo del país; llevar a cabo talleres y seminarios sobre temas como Producción Más Limpia y Mecanismos de

---

<sup>11</sup> Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. *Convenio de Cooperación AID- 517-A-10-00001*, aprobado en fecha 24 de mayo del 2010.

Desarrollo Limpio para los miembros; impulsar oportunidades y campañas de reciclaje; regularizar la obtención de permisos ambientales de los miembros y participar activamente en la discusión y cumplimiento de regulaciones ambientales; establecer acuerdos de cooperación con instituciones públicas y privadas; reorganizar administrativa y financieramente a la organización para su fortalecimiento y garantizar su sostenibilidad.

#### **2.7.4. *Fundación Ozama Verde y Amigos del Ozama***

Se describen como una organización sin fines de lucro, no gubernamental, cuya finalidad es promover una cultura de protección medioambiental y de los recursos naturales, fomentando la educación para la prevención y auxilio en situaciones de desastres naturales y asistencia a personas de escasos recursos. Coordinan esfuerzos con otras organizaciones, instituciones y empresas, para lograr sus metas y objetivos.

Básicamente implementan talleres educativos amparados en la ley 179-03 para certificar las 60 horas de labor social y ambiental en escuelas y centros de educación media.

A través de este programa conciencian a los participantes en temas medioambientales, los recursos naturales, el cambio climático, la contaminación ambiental, el saneamiento y el reciclaje con actividades prácticas y teóricas<sup>12</sup>.

En la actualidad se auxilian de varios acuerdos suscritos con los Ministerios de Educación, Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Dirección General de Embellecimiento, Defensa Civil, los

---

<sup>12</sup> Fundación Ozama Verde: *Proyecto Educativo Escuela Verde, periodo 2011 - 2012*. Santo Domingo.

Ayuntamientos de Santo Domingo y el Ministerio de Agricultura, para los programas educativos y promover la colaboración de los educadores en torno a los temas que abarcan.

Carlos Perkins Torres, Coordinador de la fundación y Francisco Engomas, encargado de Educación Ambiental, relatan sobre otros programas que implementan: "Amigos del Ozama" donde gestan un grupo de voluntarios que visitan los grupos sociales o juntas de vecinos de los sectores de las márgenes de los ríos, el proyecto "Corredor Ecológico del Ozama" mediante el cual luchan para declarar área protegida la franja verde en ambas márgenes del río Ozama, y los "Ecologistas Urbanos" que fomentan entre los munícipes ser vigilantes ambientales para promover un ambiente limpio y sano desde la comunidad, evitando los vertederos ambulantes.

### ***2.7.5. Ayuntamiento del Distrito Nacional***

Se reconoce como el gobierno de la ciudad y articula las intervenciones urbanas en el territorio del Distrito Nacional. En el Plan Estratégico del Distrito Nacional se contienen las acciones propuestas a ser ejecutadas por el gobierno municipal a través de sus diferentes direcciones ejecutivas con los recursos de su presupuesto en el periodo comprendido entre el 2005 y el 2015<sup>13</sup>.

La segunda línea estratégica de este plan es el Mejoramiento Integral del Hábitat en la Cuenca de los ríos Ozama e Isabela, que consiste en un amplio proceso participativo de mejoramientos de las condiciones de los ríos Ozama e Isabela y de los barrios ubicados en sus cuencas, focalizando los

---

<sup>13</sup> Ayuntamiento del Distrito Nacional: *Plan Estratégico del Distrito Nacional (PEDN) 2005 – 2015*. Santo Domingo.

siguientes aspectos: factores de contaminación ambiental, factores de vulnerabilidad de asentamientos, y factores de cultura ciudadana<sup>14</sup>.

El objetivo de esta estrategia es reducir los niveles de contaminación de los ríos Ozama e Isabel a niveles tolerables para la regeneración de la fauna y la flora propias de sus cuencas, mediante un programa sostenido de saneamiento ambiental; elevar los niveles de habitabilidad de los barrios ubicados a lo largo de los ríos Ozama e Isabel, a través de programas de mejoramiento urbano con la participación de las estructuras sociales de la población.

Para llevar a cabo estos objetivos, se desarrolló un programa de acción, consensado en cada barrio con las organizaciones de base comunitaria para impulsar el desarrollo de las comunidades de forma sistemática<sup>15</sup>. Según este documento se abordan siete (7) barrios, a saber: La Ciénaga, Los Guandules, Gualey, Las Cañitas, Simón Bolívar, Capotillo y La Zurza.

En los espacios de diálogo creados, las organizaciones pudieron presentar las necesidades de la población, junto al planteamiento de posibles soluciones y se crearon los Comités de Seguimiento, en cada uno de los barrios.

El documento de la Estrategia se estructuró en 5 partes:

1. Antecedentes de la misma, enumerando las intervenciones más significativas que se han realizado en los barrios de la cuenca.
2. Contiene el enunciado de la estrategia, sus objetivos y componentes.

---

<sup>14</sup> Ayuntamiento del Distrito Nacional: *Recuperación de los Barrios Ribereños de la Circunscripción 3*, Santo Domingo.

<sup>15</sup> Ayuntamiento del Distrito Nacional (2009): *Mejoramiento Integral del Hábitat en la Cuenca de los ríos Ozama e Isabel, Acción Barrial*. Santo Domingo.

3. Describe el proceso metodológico con que se ha abordado el mejoramiento integral.
4. Caracterización de los asentamientos que describe la situación sociodemográfica y ambiental, así como el estado de los servicios colectivos urbanos.
5. Programas operativos que conducen las intervenciones sobre el territorio, que han sido el producto final del proceso participativo llevado a cabo.

Como resultado se enuncian las medidas transversales comunes a todos los barrios y los programas operativos correspondientes a La Ciénaga, Los Guandules, Gualey, Las Cañitas, Simón Bolívar, Capotillo y La Zurza. A la fecha, este programa ha descontinuado su ejecución y solamente continua el pago de recolección de residuos a las fundaciones de saneamiento y reciclaje

#### **2.7.6. Centro de Estudios Sociales Padre Juan Montalvo**

Se define como "entidad no gubernamental de promoción social, educación e investigación que trabaja para el desarrollo y empoderamiento de las organizaciones comunitarias, impulsando y participando en procesos de investigación, acción, reflexión y divulgación centrados en el fortalecimiento de la sociedad civil y el combate a la pobreza"<sup>16</sup>.

Forma parte del Centro Bonó, Espacio de Acción y Reflexión, una institución que articula un conjunto de obras sociales y culturales. Cita como su misión "promover una sociedad dominicana justa, democrática, equitativa

---

<sup>16</sup> Centro de Estudios Sociales Padre Juan Montalvo. [En línea]. Disponible: <http://centrojuanmontalvo.org.do/spip/spip.php?rubrique79>. [2012, 21 Marzo].

y solidaria, apoyando la constitución, fortalecimiento y articulación de sujetos sociales, desde una opción preferencial por los/as empobrecidos/as”.

Dentro de su agenda de trabajo se inserta el desarrollo local, el fortalecimiento de la sociedad civil y la implementación de políticas locales.

Por esta razón desarrolla investigaciones sociales, agendas de desarrollo barrial y municipal (para promover el desarrollo local), implementa políticas sociales para la superación de la pobreza en los márgenes de las comunidades ribereñas a los ríos Ozama e Isabela.

### **2.7.7. Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales**

El Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales trabaja específicamente en la gestión de los recursos hídricos de la República Dominicana a través del Viceministerio de suelos y Agua. Su función principal es gestionar el uso integral y sostenido de los recursos de suelo y agua de las cuencas hidrográficas, para mejorar las condiciones y calidad de vida de los habitantes.

A grandes rasgos formula y dirige la política nacional sobre el uso y manejo de los recursos hídricos en los cuales acoge además la participación de las comunidades. Obra en paralelo con la Dirección de Cuencas hidrográficas, cuyas funciones son las siguientes<sup>17</sup>:

1. Controlar la extracción de materiales de la corteza terrestre, tales como arena, grava, gravilla y piedra, derogándose con la Ley 64-00 la Ley No.

---

<sup>17</sup> Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales: [En línea]. Disponible: [http://www.ambiente.gob.do/cms/index.php?option=com\\_content&task=blogcategory&id=64&Itemid=127](http://www.ambiente.gob.do/cms/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=64&Itemid=127). [2012, 26 Marzo].

127, que designa dichas funciones a los ayuntamientos en donde se realizaba la actividad extractiva.

2. Formular y dirigir la política nacional sobre el uso y manejo normativo de los recursos suelo y agua y la corteza terrestre, de acuerdo con los requerimientos de la Ley 64-00.
3. Establecer la participación de las comunidades rurales en planes, proyectos y programas sobre el manejo de las cuencas hidrográficas, recursos naturales renovables y la producción agropecuaria en general.
4. Determinar mecanismos y normas para regular la extracción nacional de los materiales usados para la construcción.
5. Establecer las bases y coordinaciones necesarias para lograr un ordenamiento adecuado en el uso y manejo de las aguas y los suelos, mediante la utilización de las informaciones agro-físicas y socioeconómicas existentes.

### **2.7.8. Instituto Nacional de Recursos Hidráulicos (INDRHI)**

Estudia, proyecta y programa todas las obras hidráulicas y energéticas necesarias para el desarrollo integral de las cuencas hidrográficas de la República Dominicana, con sujeción a los planes nacionales de desarrollo y en coordinación con los organismos encargados de los demás tipos de obras de desarrollo<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Instituto Nacional de Recursos Hidráulicos (INDRHI). [En línea]. Disponible: <http://www.indrhi.gob.do/Default.aspx?tabid=57>. [2012, 26 Marzo].

En ese mismo orden, organizan, dirigen y reglamentan los trabajos de aprovechamiento de las aguas para acueductos con la cooperación del Instituto Nacional de Aguas Potables y Alcantarillados (INAPA) y en el caso de Santo Domingo con la Corporación de Acueducto y Alcantarillado de Santo Domingo (CAASD).

A sus fines también está organizar, dirigir y reglamentar los trabajos de hidrología en cuencas, cauces y alveolos de aguas nacionales, tanto superficiales como subterráneas; e intervenir en la conservación de las corrientes de agua, lagos y lagunas.

#### **2.7.9. Corporación de Acueducto y Alcantarillado de Santo Domingo (CAASD)**

Es una institución de servicio público con carácter autónomo, cuyo objetivo principal es el de elaborar y ejecutar el plan de abastecimiento de agua potable y recolección, tratamiento y disposición de las aguas residuales de la ciudad de Santo Domingo y algunas poblaciones de su entorno<sup>19</sup>.

Tienen a su cargo la administración, comercialización, mantenimiento, operación y ampliación en los sistemas de acueducto y alcantarillado de su área de influencia.

### **2.8. Análisis de las tendencias y situación del entorno**

Sans Soucí Ports y Molinos Modernos son las únicas empresas que en la actualidad hacen trabajos de dragado en el Río Ozama.

---

<sup>19</sup> Corporación de Acueducto y Alcantarillado de Santo Domingo (CAASD). Historia. [En línea]. Disponible: [http://www.caasd.gov.do/n\\_historia.php](http://www.caasd.gov.do/n_historia.php). [2012, 12 Marzo].

Particularmente para Sans Souci Ports mantener la navegabilidad en el espacio de uso del Puerto de Santo Domingo representa un alto costo de inversión anual, que ronda los 3 millones de dólares anuales.

El Río Ozama es el río más contaminado de la República Dominicana, recibe una carga diaria de 23 fuentes contaminantes directas y 58 indirectas; 17 de las cuales llegan a través de la cañada de La Zurza y 41 por el Río Isabela<sup>20</sup>.

Las acciones provenientes de las instituciones estatales responsables del seguimiento e intervención de la contaminación del Río Ozama y Río Isabela y del manejo de estas cuencas es limitado.

Se constata que solamente el Ayuntamiento del Distrito Nacional realiza acciones puntuales en la actualidad, en tanto que el Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales ha emprendido iniciativas de recuperación y uso de algunas márgenes Río Ozama a través del proyecto Quiqueya Verde, entre ellos se destaca el proyecto Humedales de Ozama.

Las agencias de cooperación internacional han permitido algunos avances en el mejoramiento de las condiciones de vida del entorno.

En la actualidad La Agencia de Cooperación Japonesa y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional canalizan recursos de donación para sobre todo apoyar las iniciativas de reciclaje que se emprenden en la actualidad a través de instituciones locales. Sus acciones no están integradas ni conectadas.

---

<sup>20</sup> Del Pozo, M. E.: (2009, Marzo 20). El Ozama continúa siendo el río más contaminado del país. [En línea]. Disponible: <http://www.listindiario.com.do//la-republica/2009/3/20/95098/El-Ozama-continua-siendo-el-rio-mas-contaminado-del-pais>. [2012, 26 Marzo].

Algunas empresas privadas locales se han sumado a las jornadas de sensibilización sobre la conservación del medioambiente, saneamiento y el reciclaje.

En muchos de los casos catalizan su acción en las asociaciones pertenecientes a la Asociación de Fundaciones de Saneamiento por el Reciclaje.

No existe una agenda común entre estos actores. Sobre todo accionan en la colección de materiales para reciclaje y campañas de sensibilización a nivel general.

Algunas instituciones no gubernamentales, comunitarias y activistas medioambientales organizan voluntariados y otras intervenciones en favor del Río Ozama e Isabela, más operan de manera individual, no integrada.

Desde el 2002 existen 5 fundaciones que trabajan de la mano del Ayuntamiento del Distrito Nacional en la recolección de desechos, venta de material para reciclaje y en la eliminación de focos de basura.

Esta gestión de residuos no peligrosos inició como parte del Programa de Saneamiento Ambiental de Barrios Marginados (SABAMAR) a través del Proyecto Piloto de Residuos Sólidos Urbanos del Ayuntamiento del Distrito Nacional (ADN).

Aparte de crear la infraestructura operativa de estas fundaciones Sabamar, facilitó capacitaciones al personal involucrado y donó los equipos para la recolección y transporte.

Estas fundaciones están estructuradas por organizaciones no gubernamentales, escuelas, iglesias, asociaciones de padres de las escuelas, organizaciones comunitarias, clubes recreativos, culturales y deportivos.

**Tabla No. 2: Fundaciones que integran la Asociación de Fundaciones de Saneamiento por el Reciclaje.**

<b>Fundación Comunitaria</b>	<b>Siglas</b>	<b>Barrios de Operación</b>	<b>Cantidad de Empleados</b>
<b>Fundación Escoba</b>	Escoba	Capotillo	75
<b>Fundación Comunitaria de Saneamiento Ambiental Guandules, La Ciénaga, Chuachupita y 27 de Febrero</b>	Fucosagucigua27	Guandules, La Ciénaga, Guachupita, Barrio 27 de Febrero	110
<b>Fundación de Desarrollo y Medioambiente La Puya Puede</b>	Fundemapu	La Puya, Cristo Rey	39
<b>Fundación de Saneamiento Ambiental Comunitario</b>	Funsaco	24 de Abril, Simón Bolívar, Gualay y Las Cañitas	90
<b>Fundación de Saneamiento Ambiental de la Zurza</b>	Fundszurza	La Zurza	210

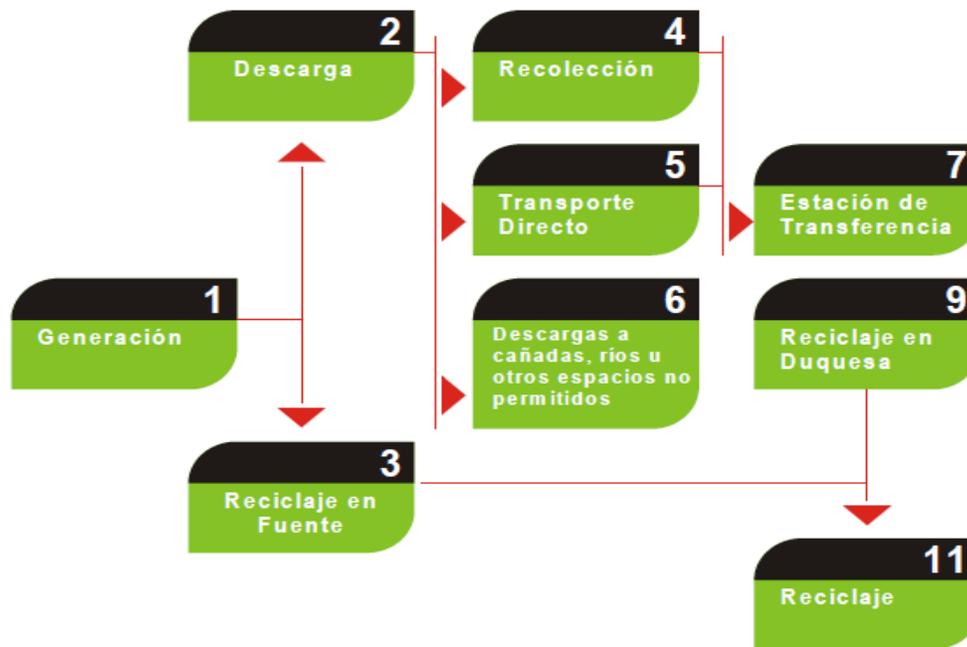
Elaboración propia

A través de estas instituciones comunitarias se emprende la recogida de basura desde La Zurza, Las Cañitas, Barrio 24 de Abril, Gualay, Simón

Bolívar, La Puya, Barrio 27 de Febrero, La Ciénaga, Los Guandules, Guachupita y Capotillo, hasta la estación de transferencia ubicada en Villas Agrícolas.

En la actualidad el ADN paga cada tonelada métrica de residuos sólidos llevadas a la estación de transferencia. En los barrios citados anteriormente actualmente se producen más de 200 toneladas diarias de basura.

**Figura No. 21: Representación del proceso recolección y reciclaje**



FLUJO DE LOS RESIDUOS SÓLIDOS EN LOS ASENTAMIENTOS DE LAS RIBERAS DE LOS RÍOS OZAMA E ISABELA.

Nota: tomado de Estrategia de Mejoramiento integral en los barrios de la cuenca Ozama e Isabela. Pos Ayuntamiento del Distrito Nacional.

Aparte de la recolección de residuos y posterior reciclaje, las cinco fundaciones de saneamiento realizan jornadas de limpieza de drenajes, fumigación, construcción de escalinatas de acceso entre las viviendas, cuneteo, manejo de desechos y aguas negras.

Sus acciones también se encaminan a la sensibilización de la población, disponen dentro de su directiva se inserta el área de educación, que soportan con charlas sobre la correcta disposición de desechos, talleres con las comunidades de reciclaje y manualidades.

Gracias a esta intervención, en la bordera del Río Ozama se han desmontado a la fecha cerca de 46 vertederos.

Lo hacen a través de grupos de promotores y charlistas miembros de las comunidades y las juntas de vecinos.

Disponen de materiales de apoyo educativo, sobre todo impresos. Ninguno de estos materiales educativos es homogéneo, a pesar de que tienen el mismo propósito.

En resumen, las condiciones de vida de los barrios ribereños pertenecientes a la Circunscripción 3 del Distrito Nacional presentan en común las siguientes características:

- Ocupación informal de territorio y deficiencias en la construcción de las viviendas y de las estructuras edificadas en estas zonas.
- Numerosos asentamientos humanos en zonas vulnerables a inundaciones y deslizamientos de tierra.
- Alta densidad poblacional, supera los 350 habitantes por hectárea.
- Altos niveles de hacinamiento.
- Servicios de agua potable, energía eléctrica deficientes.
- Sistema sanitario y pluvial precarios.
- Vías de transporte angostas, limitadas y difíciles que imposibilita el tránsito de vehículos y personas.

- Alta contaminación ambiental por ruido, el manejo inadecuado de residuos.
- Vertido directo de residuos en los cuerpos de agua y cañadas.
- Territorio topográfico con numerosas pendientes y declives.
- Ocupación de territorios cercanos a cañadas, algunas sin intervención.
- Niveles considerables de analfabetismo

**Tabla No. 3: Condiciones de los barrios en cifras**

<b>Población Total</b>	<b>Agua Potable</b>	<b>Electricidad</b>	<b>Educación</b>	<b>Basura</b>	<b>Vivienda</b>
137,107 habitantes en total.  Constituyen cerca del 15% de la población total del Distrito Nacional	Oscila entre un 60 a 79% que tiene conexión al agua potable. (Siuben 2005, Censos 2002, Sabamar 2002). Menos del 2% tiene medidor de agua	Solo el 26% de la población tiene conexión regular de energía. El registro de consumo oscila en los 55,587,328 Kw en un periodo de 6 meses. Las conexiones al tendido eléctrico ascienden al 2002 a 36,151.	69% de la población analfabeta se encuentra en esta zona. El mayor nivel de analfabetismo en el Distrito Nacional está en La Zurza, La Ciénega, Los Guandules, Gualay y Capotillo, todos con porcentaje superior a 10%.	Producen un aproximado de 200 toneladas diarias.	30 % Tiene características estructurales deficientes.  Solo el 17.97% de la población tiene condiciones óptimas

Nota: tomado de Estrategia de Mejoramiento integral en los barrios de la cuenca Ozama e Isabela. Por Ayuntamiento del Distrito Nacional.

**CAPITULO III**  
**DISEÑO DE PROGRAMA DE MARKETING SOCIAL**

### **III. DISEÑO DE PROGRAMA DE MARKETING SOCIAL**

#### **3.1. Identificación de la necesidad Social**

Se necesitan acciones puntuales que incidan en la reducción de la contaminación y saneamiento del Río Ozama y el Río Isabela.

#### **3.2. Justificación de la necesidad social**

Los habitantes e industrias cercanas a los ríos Ozama a Isabela, al igual que las instituciones sanitarias del Distrito Nacional vierten sus desechos sólidos, ácidos y aguas residuales directamente en los cuerpos de agua los Ríos Ozama e Isabela.

Se ha identificado la pertinencia de un programa de educación para fomentar una cultura no contaminante en los barrios y empresas adyacentes estas dos fuentes hídricas.

De igual manera es evidente la necesidad de aglutinar esfuerzos conjuntos y desarrollar un programa que sirva de mecanismo de integración y planificación de las instituciones inciden en el tema.

#### **3.3. Objetivo General**

*Estimular comportamientos beneficiosos respecto al Río Ozama e Isabela.*

### **3.4. Objetivos Específicos**

- 3.4.1. Fortalecer las relaciones de cooperación con la comunidad de la parte del Distrito Nacional adyacente al Río Ozama e Isabela
- 3.4.2. Fomentar las sinergias y una agenda común de actividades entre las instituciones vinculadas con el saneamiento del Río Ozama e Isabela
- 3.4.3. Desarrollar una campaña de educación y sensibilización que aborde la protección y el cuidado del Río Ozama y Río Isabela
- 3.4.4. Fortalecer las acciones que desarrollan las instituciones de saneamiento por el reciclaje

### **3.5. Grupos de Interés**

En este acápite están segmentados los grupos de interés afines a la conservación del Río Ozama e Isabela, independientemente si trabajan o no en la actualidad con el tema en cuestión.

Se han clasificado por su área de acción o sector, a saber: universidades, empresas privadas, agencias de cooperación internacional, sociedad civil y asociaciones empresariales, fundaciones de saneamiento comunitario, las instituciones públicas o de gobierno y la institución ejecutora.

## **Universidades**

- Universidad Iberoamericana (UNIBE)
- Instituto Tecnológico (INTEC)
- Universidad Autónoma de Santo Domingo (UASD)
- Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña (UNPHU)
- Universidad APEC

## **Empresas Privadas**

- Seaboard Dominicana
- Molinos del Ozama
- Astilleros de Santo Domingo
- Banco Popular

## **Agencias de Cooperación Internacional**

- Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
- Agencia de Cooperación Japonesa
- Unión Europea
- Cooperación Española
- GTZ (Cooperación Alemana)

## **Asociaciones Empresariales y Sociedad Civil**

- Instituto de Desarrollo Integral (IDDI)
- Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (RENAEPA)
- Clúster Turístico de Santo Domingo
- The Nature Conservancy
- Asociación de Hoteles de Santo Domingo
- Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF)
- Fundación Amigos del Ozama - Ozama Verde

- Comunidad Parque Nacional Manantiales Cachón de la Rubia

### **Asociación de Fundaciones de Saneamiento por el Reciclaje**

- Fundemapu
- Funsaco
- Fundszurza
- Fundacion Escoba
- Fucosagucigua

### **Sector público e instituciones de Gobierno**

- Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales
- Ministerio de Planificación, Economía y Desarrollo
- Consejo Nacional de Competitividad
- Ayuntamiento del Distrito Nacional
- Ayuntamiento de Santo Domingo Este
- Ayuntamiento de Santo Domingo Norte
- Instituto Nacional de Recursos Hidráulicos
- Corporación de Acueductos y Alcantarillados de Santo Domingo
- Ministerio de Educación
- Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social
- Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones
- Ministerio de Turismo
- Ministerio de Cultura
- Instituto de Auxilios y Vivienda
- Despacho de la Primera Dama
- Dirección General de Comunidad Digna
- Dirección General de Desarrollo de la Comunidad

## Organización Ejecutora

- Sansoucí Puerto de Santo Domingo

### 3.6. Público Meta

- **Empresas Privadas Contaminantes:** Tienen la obligación de respetar las normas y leyes medioambientales y son los principales contaminantes de las aguas del río.
- **Comunidades Ribereñas a los Ríos Ozama e Isabela:** Son los responsables de la diseminación de la basura en los cuerpos de agua de los ríos y la improvisación de vertederos próximo a los ríos.
- **Escuelas Públicas y Colegios de la zona de incidencia:** Facilitan la diseminación de los mensajes ejes de la campaña y forjadores de valores y comportamientos de base en los niños y jóvenes de la comunidad.
- **Fundaciones de Saneamiento:** Desarrollan programas afines a los propósitos de la campaña y a cargo de la recolección de basura en la zona.
- **Padres de la comunidad y asociaciones comunitarias:** Son el modelo a seguir en cada hogar y su principal responsabilidad es velar por la seguridad y bienestar de sus hijos y entorno.
- **Sector Gubernamental:** Conjunto a ellos y a través de grupos de apoyo, es posible implementar programas orientados al cambio de actitud hacia los Ríos Ozama e Isabela.

- **Comunidad en General:** Porque al conformar esta la sociedad se influye en el interés por el tema.
- **Empresas instaladas próximas al Río Ozama:** Les afecta directamente la contaminación del Río Ozama e Isabela y es su interés mermar el problema.
- **Medios de Comunicación:** Facilitan la difusión de la información y mensajes claves del programa.

### 3.7. Mapa de Públicos

**Tabla No. 4: Mapa de Públicos**

<p><b>Prioridad 1:</b></p> <p><b>Convertir – Colaboración</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Molinos del Ozama</li> <li>• Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales</li> <li>• Ayuntamiento del Distrito Nacional</li> <li>• Fundemapu</li> <li>• Funsaco</li> <li>• Fundszurza</li> <li>• Fundación Escoba</li> <li>• Fucosagucigua</li> <li>• INTEC</li> <li>• Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF)</li> <li>• Periódico Hoy</li> <li>• Plan Lea Listín Diario</li> </ul>	<p><b>Prioridad 2:</b></p> <p><b>Involucrar - Retener</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• UNPHU</li> <li>• Agencia de Cooperación Japonesa</li> <li>• Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo internacional</li> <li>• Seaboard Dominicana</li> <li>• Astilleros de Santo Domingo</li> <li>• Banco Popular</li> <li>• Clúster Turístico de Santo Domingo</li> <li>• The Nature Conservancy</li> <li>• Corporación de Acueductos y Alcantarillados de Santo Domingo</li> <li>• Ministerio de Educación</li> <li>• Ministerio de Turismo</li> <li>• Diario Libre</li> </ul>
---	---

<p><b>Prioridad 3:</b></p> <p><b>Monitorear - Acercar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• APEC</li> <li>• UNIBE</li> <li>• UASD</li> <li>• Cooperación Española</li> <li>• GTZ (Cooperación Alemana)</li> <li>• Asociación de Hoteles de Santo Domingo</li> <li>• Fundación Amigos del Ozama - Ozama Verde</li> <li>• Ayuntamiento de Santo Domingo Este</li> <li>• Ayuntamiento de Santo Domingo Norte</li> <li>• Despacho de la Primera Dama</li> <li>• Dirección General de Comunidad Digna</li> <li>• Dirección General de Desarrollo de la Comunidad</li> <li>• Ministerio de Planificación, Economía y Desarrollo</li> <li>• Consejo Nacional de Competitividad</li> <li>• Instituto Nacional de Recursos Hidráulicos</li> <li>• Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social</li> <li>• Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones</li> <li>• Ministerio de Cultura</li> <li>• Instituto de Auxilios y Vivienda</li> <li>• Medios de comunicación sensibles al tema</li> </ul>	<p><b>Prioridad 4:</b></p> <p><b>Monitorear – Retener</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unión Europea</li> <li>• Instituto de Desarrollo Integral (IDDI)</li> <li>• Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (RENAEPA)</li> <li>• Comunidad Parque Nacional Manantiales Cachón de la Rubia</li> <li>• Programas y comunicadores afines al tema</li> </ul>
--	---

Elaboración Propia

### **3.8. Macro – Estrategias de Marketing Social**

#### **3.8.1. Macro - Estrategia 1: Fortalecer las relaciones de cooperación con la comunidad de la parte del Distrito Nacional adyacente al río Ozama e Isabela.**

- **Objetivo:** Fomentar compromiso en la comunidad y motivar interés en el tema.
  
- **Tácticas**
  - Desarrollar encuentros y asambleas participativas con las comunidades afectadas
  - Hacer jornadas de saneamiento del Río Ozama e Isabela
  - Canalizar jornadas de sensibilización protección del medioambiente en las escuelas, clubes y colegios de la zona para abordar población juvenil
  - Crear voluntariado protección del Ozama e Isabela
  - Desarrollar talleres de reciclaje y manualidades con mujeres y población infantil
  - Hacer charlas temáticas de reciclaje, cambio climático, conservación del medioambiente
  - Hacer programas de pasantías con jóvenes de la comunidad
  - Priorizar oportunidades de empleo con las comunidades afines al programa
  - Participar actividades y eventos que desarrolla la comunidad

### **3.8.2. Macro - Estrategia 2: Crear mesa de diálogo permanente.**

- **Objetivo:** Fomentar las sinergias y una agenda común de actividades entre las instituciones vinculadas con el saneamiento del Río Ozama e Isabela
  
- **Tácticas:**
  - Realizar visitas puntuales a instituciones relacionadas con el tema. Incluye a los actores que accionan en este respecto en la actualidad, potenciales colaboradores y captar el interés empresas, entidades de gobierno y comunidades que se mantienen indiferentes.
  - Promover alianzas con empresas privadas vecinas al Puerto de Santo Domingo
  - Promover conversatorio para definir situación actual, retos y oportunidades y delimitar responsabilidades con todos los involucrados.
  - Crear mesa de concertación desarrollar plan de trabajo a corto, mediano y largo plazo y determinar acciones concretas y responsables de ejecución
  - Promover pacto de "Alianza por el Ozama e Isabela"
  - Visibilizar pacto a través de difusión pública
  - Involucrar medios de comunicación difusión y jornadas de sensibilización
  - Calar tema a la opinión pública a través de los líderes de opinión y comunicadores sensibles al tema

**3.8.3. Macro - Estrategia 3: Desarrollar una campaña de educación y sensibilización que aborde la protección y el cuidado del Río Ozama y Río Isabela.**

- **Objetivo:** Estimular cambio de actitudes nocivas
  
- **Tácticas**
  - Determinar mensajes claves, agentes de difusión, público meta, herramientas de sensibilización
  - Preparación materiales audiovisuales
  - Lanzamiento de la campaña y distribución de materiales
  - Selección personal y voluntariado
  - Desarrollo de jornada educativas
  - Seguimiento
  - Evaluación de efectividad de la campaña

**3.8.4 Macro - Estrategia 4: Fortalecer las acciones que desarrollan las instituciones de saneamiento por el reciclaje**

- **Objetivo:** Generar capacidades locales
  
- **Tácticas**
  - Canalizar apoyo de Sans Souci Ports a las comunidades a través de las asociaciones de Saneamiento y Reciclaje
  - Potenciar y generar el desarrollo de nuevos negocios para las asociaciones de reciclaje
  - Promover talleres de buenas prácticas medioambientales con asociaciones de saneamiento y reciclaje
  - Facilitar los espacios del Puerto de Santo Domingo para el desarrollo de actividades y eventos de la comunidad

### 3.9. Mix de Marketing (7 PS)

Específicamente para la macro – estrategia 3, que aborda la sensibilización y educación de protección del medioambiente y conservación de los Ríos Ozama e Isabela se ha de desarrollar una campaña eje acorde a estos fines, utilizando las herramientas del mix de marketing o 7p´s.

#### Producto

- *Objetivo:* Implementar una campaña de marketing social para crear conciencia en la población de Santo Domingo sobre la necesidad del cuidado del medioambiente, en general y en específico del Río Ozama y el Río Isabela.
- *Estrategia:* Lanzamiento de la campaña de marketing social utilizando diversos medios audiovisuales.
- *Tácticas*
  - Creación de un mensaje dirigido al público meta
  - Elaborar los mensajes publicitarios
  - Escribir los guiones para spot de televisión y radio
  - Diseñar materiales impresos

#### Precio

- *Objetivo:* Recaudar los fondos necesarios para la ejecución de la campaña.
- *Estrategia:* Elaborar un presupuesto detallado, que incluya los gastos a incurrir en cada etapa de la campaña, y presentarlo a las entidades donadoras.

- *Tácticas*
  - Cotizar el spot de televisión y radio
  - Cotizar el diseño e impresión de folletos
  - Cotizar el diseño e impresión de stickers
  - Cotizar el diseño, elaboración y colocación de mini-vallas
  - Elaborar presupuesto final y presentar a donadores.

## **Plaza**

- *Objetivo:* Determinar los canales de distribución de los mensajes promocionales.
- *Estrategia:* Hacer llegar el mensaje al público meta a través de los canales más idóneos.
- *Tácticas*
  - Utilizar las bombas de expendio de gasolina, colmados, bancas de apuestas, escuelas, colegios y clubes para distribuir materiales impresos.
  - Utilizar periódicos de circulación gratuita para difusión de arte de afiches. Los periódicos gratuitos son los que población meta tiene acceso. Periódicos de circulación nacional y de pago apoyan este tipo de iniciativas para utilizarlos para sensibilización de la población en general.
  - Estaciones de radio, y diversos canales de televisión locales para la difusión del spot de radio y televisión

- Utilizar las paradas de transporte público y "motoconcho" para poner mini-vallas con mensajes educativos.

## **Promoción**

- *Objetivo:* Informar al público meta de la campaña por medio de diversos recursos publicitarios.
- *Estrategia:* Elaborar una campaña publicitaria que incluya spot de televisión y radio, folletos educativos, stickers, botones y mini-vallas.
- *Tácticas*
  - Redactar el mensaje
  - Grabar el/los anuncios de televisión
  - Diseñar e imprimir los folletos
  - Diseñar e imprimir los stickers
  - Diseñar las mini-vallas
  - Contratar la agencia para elaborar y colocar las mini-vallas
  - Potenciar acuerdos con las instituciones que tienen campañas de educación medioambiental en ejecución para que la distribución sea más efectiva y llegue a una mayor cantidad de público.

## **Proceso**

- *Objetivo:* Organizar las actividades a realizar de una manera lógica, para lograr un uso eficiente del tiempo y los recursos, tanto humanos como económicos.

- *Estrategia:* Elaborar un cronograma de actividades que permita alcanzar los resultados de una manera eficiente.
  
- *Tácticas*
  - Nombre de la Campaña: "Eres lo que ven de ti"
  - Vigencia y duración: 1 año, abril 2012 a Abril 2013
  
  - Cronograma

**Tabla No. 5: Cronograma de Ejecución: Campaña Eres lo que ven de ti**

Cuatrimestre 1	Cuatrimestre 2	Cuatrimestre 3
<p><b>Fase 1:</b> Diseño campaña</p> <p><b>Fase 2:</b> Desarrollo de materiales audiovisuales</p> <p><b>Fase 3:</b> Socialización e involucramiento</p>	<p><b>Fase 1:</b> Selección personal y medios de difusión</p> <p><b>Fase 2:</b> Implementación</p> <p><b>Fase 3:</b> Seguimiento</p>	<p><b>Fase 1:</b> Reforzamiento</p> <p><b>Fase 2:</b> Monitoreo y evaluación</p> <p><b>Fase 3:</b> Presentación de resultados</p>

Elaboración propia

### **Personal**

- *Objetivo:* Seleccionar personas que cumplan con el perfil adecuado para trabajar con el mercado meta.
  
- *Estrategia:* Reclutar el personal para las diferentes actividades relacionadas con la campaña.
  
- *Tácticas*
  - Elaborar descripciones de funciones y puestos
  - Publicar las posiciones a ser contratadas dentro de las comunidades

- Reclutar al personal de las comunidades
- Gestionar voluntariado
- Entrenar al personal de comunidades

### Presentación

- *Objetivo:* Definir el impacto que se desea causar en el público meta con la línea grafica y los materiales impresos y audiovisuales que conforman la campaña.
- *Estrategias:* Crear una línea gráfica para la campaña y diseñar materiales impresos y audiovisuales de acuerdo con la misma.
- *Tácticas*
  - Creación línea grafica con contenido racional, "Eres lo que ven de ti"
  - Utilizar colores e imágenes que apelen a las emociones y motiven reacción y acciones al corto - mediano plazo.

### 3.10. Presupuesto

**Tabla No. 6: Presupuesto Macro estrategia 1**

Macro Estrategia 1	Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Total
Fortalecer las relaciones de cooperación con la comunidad	Encuentros y asambleas comunitarias	6	RD\$30,000.00	RD\$180,000.00
	Jornadas de Saneamiento Ríos	5	RD\$120,000.00	RD\$600,000.00
	Talleres de Sensibilización	50	RD\$18,000.00	RD\$900,000.00

Macro Estrategia 1	Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Total
	Creación de Voluntariado	5	RD\$75,000.00	RD\$375,000.00
	Talleres de reciclaje y manualidades	30	RD\$10,000.00	RD\$300,000.00
	Imprevistos		5%	RD\$117,750
<b>Total Estrategia 1</b>				<b>RD\$2,472,750.00</b>

**Tabla No. 7: Presupuesto Macro estrategia 2**

Macro Estrategia 2	Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Total
Fomentar las sinergias y una agenda común de actividades entre las instituciones vinculadas	Transporte y Combustible	12 meses	RD\$6,000.00	RD\$72,000.00
	Conversatorio	1	RD\$150,000.00	RD\$150,000.00
	Mesas de trabajo	12	RD\$10,000.00	RD\$120,000.00
	Relaciones Públicas	12 meses	RD\$5,000.00	RD\$60,000.00
	Imprevistos		%5	RD\$,17,400.00
<b>Total Estrategia 2</b>				<b>RD\$365,400.00</b>

**Tabla No. 8: Presupuesto Macro Estrategia 3**

Macro Estrategia 3	Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Total
Estimular cambio de actitudes nocivas	Diseño materiales educativos	1	RD\$80,000.00	RD\$80,000.00
	Producción materiales audiovisuales	2	RD\$100,000.00	RD\$200,000.00
	Impresión de Materiales (Vallas, stickers, brochures, folletos y afiches)	5,000 Kits	RD\$500.00	RD\$2,500,000.00
	Jornadas de Visitas domiciliarias	50 (4 jornadas x mes)	RD\$15,000.00	RD\$750,000.00

Macro Estrategia 3	Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Total
	Talleres (6x comunidad)	30	RD\$10,000.00	RD\$300,000.00
	Difusión spots y afiches	10,000 cuñas	Especie	No aplica
	Lanzar campaña	1	RD\$150,000.00	RD\$150,000.00
	Imprevistos		5%	RD\$199,000.00
<b>Total Estrategia 3</b>				<b>RD\$4,179,000.00</b>

**Tabla No. 9: Presupuesto Macro estrategia 4**

Macro Estrategia 4	Actividad	Cantidad	Costo Unitario	Total
Generar capacidades locales	Obra necesaria comunidades	5	RD\$350,000.00	RD\$1,750,000.00
	Desarrollo de nuevos negocios	5	RD\$150,000.00	RD\$750,000.00
	Talleres buenas prácticas	10	RD\$10,000.00	RD\$100,000.00
	Benchmarking entre asociaciones similares	1	RD\$150,000.00	RD\$150,000.00
	Fomento cajas recicladoras	2000	RD\$150.00	RD\$300,000.00
	Desarrollo de identidad corporativa y materiales asociaciones	5	RD\$35,000.000	RD\$175,000.00
	Imprevistos		%5	RD\$161,250.00
<b>Total Estrategia 2</b>				<b>RD\$3,386,250.00</b>

**Tabla No. 10: Resumen Presupuesto General**

<b>Estrategias</b>	<b>Total</b>
Fortalecer relaciones comunidad	RD\$2,472,750.00
Fomentar sinergias y agenda común	RD\$365,400.00
Estimular cambio actitud	RD\$4,179,000.00
Generar capacidades locales	RD\$3,386,250.00
<b>Total General</b>	<b><u>RD\$10,403,400.00</u></b>

### **3.11. Indicadores de Desempeño y Monitoreo**

Para medir y evaluar la eficacia y los progresos del plan de marketing social en general, se han establecido como indicadores de desempeño los siguientes:

1. Se socializa, desarrolla e implementar un Plan estratégico a corto y mediano plazo.
2. Se produce al menos 1 acuerdo de coalición permanente por el Ozama con al menos 5 nuevas empresas e instituciones de gobierno sumadas a las acciones desarrolladas.
3. Se reduce en al menos un 5% anual en las cantidad de sedimento dragados en el Rio.
4. Se incrementa en un 5% la recolección eficiente de residuos vertidos en los cuerpos de agua.
5. Se desarrollan al menos 5 encuentros anuales con la comunidad y se completa al menos 1 Asamblea Participativa por año.
6. Se implementan al menos 2 jornadas anuales simultáneas de saneamiento del Ozama e Isabela.

7. Se gesta un voluntariado con al menos 5 participantes por cada comunidad.
8. Se desarrolla al menos 1 taller de reciclaje, manualidades sensibilización con cada comunidad.
9. Se incrementa en un 5% las publicaciones en los medios sobre el tema.
10. Se eliminan al menos 2 vertederos ribera del Ozama.
11. Se desarrolla al menos 1 nueva oportunidad de negocio con las asociaciones de saneamiento y reciclaje.

## CONCLUSIONES

Existen diversas iniciativas de conservación y protección del Río Ozama e Isabela sobre todo en las comunidades y asociaciones empresariales que necesitan unirse para que el mensaje y las acciones no se diluyan. Se requiere por ende, la creación de un espacio de diálogo que permita aglutinar esfuerzos y acciones comunes a corto, mediano y largo plazo.

Este proceso debe estar acompañado por un interés genuino que converja la comunidad contaminadora y la de incidencia en el tema, el sector público, sector privado y las organizaciones de la sociedad civil. A este esfuerzo debe inyectarse el apoyo integrado de las organizaciones internacionales que canalizan recursos para subsanar el problema, pero que lo hacen de manera paralela, duplicando esfuerzos y recursos.

Es evidente la existencia de apatía y desinterés entre las instituciones de gobierno a cargo del manejo y regulación de estas cuencas. En las comunidades, empresas yace la percepción de que no es posible el saneamiento efectivo de los Ríos Ozama e Isabela.

Las comunidades del entorno asumen que el gobierno y el sector privado son los únicos responsables de la situación. A esto se suma la falta de educación ciudadana en buenas prácticas medioambientales y conciencia medioambiental.

Con reducidas excepciones, en el sector privado es notable la falta de compromiso e interés por el tema, se comprueba con la carencia de diálogo y consenso.

Dos factores de incidencia medular en esta situación de contaminación extrema es el desconocimiento de la legislación pertinente y la ausencia de un Plan de Ordenamiento Territorial, este último inminente y de urgencia.

Hace falta un proceso de educación a todos los niveles del estado actual de los recursos hídricos y de la preservación de los mismos; el desarrollo de un plan estratégico a corto, mediano y largo plazo, con alta orientación a la generación de ingresos y negocios; debe promoverse el consenso y el establecimiento de una mesa permanente de dialogo; los impactos de los esfuerzos deben ser medibles.

Se requiere generar consenso y compromisos transversales a los económico, social, salud, educación, medioambiente y turismo, triangulando el sector público, sector privado y la sociedad civil de incidencia. Esto debe estar acompañado de un plan de comunicación eficiente y uno de mercadeo social.

Para romper con la creencia de que el proyecto de saneamiento no es posible deben hacerse intercambios con otras iniciativas similares, incluso de otros países, que muestren resultados positivos.

Así mismo, deben gestarse creación de capacidades, no dependencia entre las comunidades; desarrollar programas con las universidades del país para investigación y desarrollo de programas que favorezcan seguimiento continuo.

Finalmente debe canalizarse el apoyo de los medios de comunicación y líderes de opinión para crear un periodismo de intercesión y trascender las denuncias a soluciones ambientales.

## BIBLIOGRAFÍA

Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (2010). *Convenio de Cooperación AID- 517-A-10-00001, aprobado en fecha 24 de mayo del 2010.*

Ayuntamiento del Distrito Nacional (2004). *Plan Estratégico del Distrito Nacional (PEDN) 2005 – 2015*, Santo Domingo.

Ayuntamiento del Distrito Nacional (2009). *Mejoramiento Integral del Hábitat en la Cuenca de los ríos Ozama e Isabela, Acción Barrial*. Santo Domingo.

Ayuntamiento del Distrito Nacional, *Estrategia de Mejoramiento integral en los barrios de la cuenca Ozama e Isabela*. Santo Domingo.

Ayuntamiento del Distrito Nacional. *Recuperación de los Barrios Ribereños de la Circunscripción 3*, Santo Domingo.

Centro de Estudios Sociales Padre Juan Montalvo. [En línea]. Disponible: <http://centrojuanmontalvo.org.do/spip/spip.php?rubrique79>. [2012, 21 Marzo].

Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF). [En línea]. Disponible: <http://www.cedaf.org.do/>. [2012, 21 Marzo].

Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal (CEDAF). *Folleto Programa 3Rs: Reducir, Reusar, Reciclar*. Santo Domingo.

Corporación de Acueducto y Alcantarillado de Santo Domingo (CAASD). Historia. [En línea]. Disponible: [http://www.caasd.gov.do/n\\_historia.php](http://www.caasd.gov.do/n_historia.php). [2012, 12 Marzo].

Del Pozo, M. E.: (2009, Marzo 20). El Ozama continúa siendo el río más contaminado del país. [En línea]. Disponible: <http://www.listindiario.com.do//la-republica/2009/3/20/95098/El-Ozama-continua-siendo-el-rio-mas-contaminado-del-pais>. [2012, 26 Marzo].

Escoba Informa, Órgano de Difusión de la Fundación Escoba, Año 1, volumen 2. Santo Domingo.

Fucosaguscigua 27. *Plan Piloto de Saneamiento del Rio Ozama*, Santo Domingo.

Fundación Ozama Verde (2010). *Proyecto Educativo Escuela Verde, periodo 2011 - 2012*. Santo Domingo.

Fundazurza. *Cartilla de Educación Ciudadana Vigilancia Ciudadana y Gobernanzas de las Políticas Públicas Municipales*. Distrito Nacional.

Fundszurza. *Brochure Proyecto de Vigilancia Ciudadana y Gobernanza Políticas Públicas Municipales Circunscripción Número 3*, Distrito Nacional.

Instituto Dominicano de Desarrollo Integral (IDDI). *Estrategia Organizacional*. [En línea]. Disponible: <http://www.iddi.org/es/about/organizational-strategy/>. [2012, 21 Marzo].

Instituto Nacional de Recursos Hidráulicos (INDRHI). [En línea]. Disponible: <http://www.indrhi.gob.do/Default.aspx?tabid=57>. [2012, 26 Marzo].

Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales: [En línea]. Disponible: [http://www.ambiente.gob.do/cms/index.php?option=com\\_content&task=blogcategory&id=64&Itemid=127](http://www.ambiente.gob.do/cms/index.php?option=com_content&task=blogcategory&id=64&Itemid=127). [2012, 26 Marzo].

Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (RENAEPA). [En línea]. Disponible: [http://www.renaepa.org.do/index.php?option=com\\_content&view=article&id=52&Itemid=134](http://www.renaepa.org.do/index.php?option=com_content&view=article&id=52&Itemid=134). [2012, 21 Marzo].

Reinoso, P. (2011). *Estrategia de Comunicación, Sans Souci Port 2012 – 2014*. Santo Domingo

Sans Souci Ports (2011, Julio). *Análisis Foda, Visión Estratégica*. Santo Domingo.

Sans Souci Ports. (2011, Diciembre). *Plan Estratégico*, Santo Domingo.

## **ANEXOS**

**Anexo 1**  
**Anteproyecto de Monográfico**

**UNIVERSIDAD APEC**



**ESCUELA DE GRADUADOS**

**ANTEPROYECTO PARA OPTAR POR EL TITULO DE  
MAESTRIA EN GERENCIA DE LA COMUNICACIÓN  
CORPORATIVA**

**ELABORACION DE PROGRAMA DE MARKETING SOCIAL  
PARA SANS SOUCI PORTS, PUERTO DE SANTO DOMINGO  
ACORDE A SU PLAN ESTRATEGICO 2012 - 2014**

Sustentante  
**PATRICIA REINOSO NÚÑEZ**  
2010-1121

Tutor  
**TINO ALEXANDRO DEON, MDCM.**

**SANTO DOMINGO, REPUBLICA DOMINICANA**

**25 DE ENERO DE 2012**

# ÍNDICE

1. INTRODUCCION .....	1
2. DEFINICIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACION .....	4
3. PLANTEAMIENTO DEL ROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	5
4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	5
4.1. Objetivo General.....	5
4.2. Objetivos Específicos .....	5
5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
6. MARCO DE REFERENCIA .....	8
6.1. Marco Teórico.....	8
6.2. Marco Conceptual .....	10
7. ASPECTOS METODOLÓGICOS .....	12
7.1. Tipo de Estudio.....	12
7.2. Métodos de la investigación .....	12
7.3. Fuentes y Técnicas .....	12
7.4. Tratamiento de la Información.....	13
8.TABLA DE CONTENIDO .....	14
BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR .....	15

# 1. INTRODUCCION

Una organización o empresa se sirve de un plan de marketing social para disponer de las herramientas y los principios necesarios para estimular y facilitar comportamientos beneficiosos para la sociedad, en base a estrategias de cambio social voluntario.

La empresa Sans Souci Ports obedeciendo a su filosofía corporativa y enmarcándose en su plan estratégico 2012 – 2014 busca fortalecer sus relaciones de cooperación con la comunidad a través de un Programa de Marketing Social.

Bajo esta premisa surge el presente trabajo de investigación, a razón de diseñar un Plan de Marketing Social para Sans Souci Ports, que ha de servir como base para su interrelación con las comunidades vecinas y para delimitar las estrategias a implementar con estos actores, contribuyendo de algún modo con el mejoramiento de sus condiciones de vida y asegurando a su vez, un buen trato al turista que recibe el Puerto de Santo Domingo.

La composición de esta monografía se inicia con la presentación de la empresa y su entorno, y; le continúan un análisis de la situación que predomina en sus comunidades, determinando los elementos básicos que han de servir como referencia y ponderación del plan de marketing, cuyo diseño se contempla en su último y tercer capítulo.

## **2. DEFINICIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACION**

El propósito de este trabajo es elaborar un Plan de Marketing Social para Sans Souci Ports, Puerto de Santo Domingo para implementarse del 2012 al 2014.

### **2.1 Contexto en que se ubica**

Este trabajo responde a la filosofía corporativa que enarbola la empresa y además se suscribe dentro del Plan Estratégico 2012 – 2014 de Sans Souci Port a implementarse con sus Comunidades Circundantes.

### **2.2 Importancia del tema**

Este instrumento es útil para estimular comportamientos beneficiosos en las comunidades cercanas a Sans Souci Port, a su vez, ha de regular y planificar las estrategias y acciones a implementar por el Departamento de Comunicaciones con estas comunidades.

### **3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

SANS SOUCI PORTS es un puerto privado multipropósito único en su especie con operaciones de cruceros, carga, eventos y ferry. Su visión estratégica se encamina a operar con eficiencia, seguridad, orientada al servicio, a la preservación del medioambiente y a ser socialmente comprometido.

Dentro de su plan estratégico 2012 / 2014, Sans Soucí Ports por tiene previsto gestar con su comunidad adyacente la ejecución de programas que estimulen la seguridad, la limpieza e higiene de la zona, así como el cuidado del Rio Ozama. No obstante, a la fecha no dispone de un mecanismo que le permita accionar con su comunidad de manera integrada, planificada y factible para contribuir a disminuir esta problemática. Es de aquí de donde surge el interés de desarrollar este plan.

## **4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **4.1 General**

Diseñar un programa de marketing social para Sansoucí, Puerto de Santo Domingo.

### **4.2 Específicos**

1. Analizar el contexto actual de la empresa Sansoucí Port y su entorno.
2. Identificar los elementos necesarios para el diseño e implementación de un plan de marketing social del Puerto de Santo Domingo con las comunidades vinculadas con esta empresa.
3. Diseñar un plan de marketing social de Sans Soucí Port con la comunidad circundante al Puerto de Santo Domingo.

## **5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Una organización o empresa se sirve de un plan de marketing social para disponer de las herramientas y los principios necesarios para estimular y facilitar comportamientos beneficiosos para la sociedad, en base a estrategias de cambio social voluntario.

Las razones que sustentan esta investigación yacen en interés del Puerto de Santo Domingo de empeñarse a fondo en el mejoramiento de las condiciones de vida de la zona que le circunda que sigue patrones, conductas y condiciones de extrema pobreza.

Ahí es precisamente donde radica la importancia de realizar este proyecto de investigación, para trazar las pautas que se han de tomarse en cuenta para el diseño e implementación de un plan de marketing social y que se contribuya en elevar el nivel de vida de la comunidad que interviene con Sans Souci Ports.

Visto a grandes rasgos, las comunidades aledañas a Sans Souci Ports confrontan problemas de disposición de desechos sólidos y líquidos que afectan el calado del Río Ozama, lo cual impacta directamente en el incremento de los costos de operación del puerto pues la sedimentación y basura del río hace que se implementen costosas jornadas de dragado de SSP. A lo externo, se implementan algunas iniciativas aisladas con referencia al reciclado de basura, sobre todo en la parte de Santo Domingo Este y el Ayuntamiento del Distrito Nacional que paga el pesaje de basura en algunos barrios de Villa Duarte. Estas acciones no son suficientes para mejorar el entorno y sus condiciones de higiene y salubridad.

En cuanto al tema de la seguridad de los cruceristas que hacen toque en la ciudad de Santo Domingo a través del Puerto de Santo Domingo, a pesar de las coordinaciones con los organismos de seguridad estatal, los turistas son sensibles a actos de delincuencia, sobre todo son víctimas de hurto.

De igual manera, los turistas son vulnerables a estafas y acoso de vendedores. Estas dos situaciones desmotiva la repetición de visitas a este destino de cruceros.

## 6. MARCO DE REFERENCIA

### 6.1 Marco Teórico

El marketing social sirve para proporcionar información, estimular acciones beneficiosas, modificar comportamientos nocivos y cambiar valores de la sociedad. En detalle es la aplicación de las técnicas del marketing comercial para el análisis, planeamiento, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia objetivo en orden a mejorar su bienestar personal y el de su sociedad<sup>21</sup>.

Kotler y Roberto<sup>22</sup> destacan que el elemento más importante en el concepto de marketing social, es el de producto social. Esto trae como consecuencia, que ante todo se detecten las necesidades de los destinatarios para poder satisfacerlas. Para ellos los distintos tipos de demanda son:

1. Demanda Latente: cuando un considerable número de personas comparte una fuerte necesidad de un producto o servicio social efectivo que no existe. La tarea de los expertos, es transformar la demanda latente en demanda real por medio de un producto o servicio eficaz.
2. Demanda Insatisfecha: En este caso, los productos o servicios disponibles no son suficientes ni satisfacen la demanda de los destinatarios
3. Demanda Dañina: Es cuando los destinatarios tienen ideas socialmente perjudiciales. Para lograr que estos grupos abandonen esas prácticas dañinas, los especialistas deben proporcionar una idea o práctica sustitutiva satisfactoria.

---

<sup>21</sup> Marketing social. (2011, 23 de noviembre). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: enero 17, 2012 desde [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketing\\_social&oldid=51614328](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketing_social&oldid=51614328).

<sup>22</sup> Kotler, P. & Roberto, E. (1993). *Mercadotecnia Social*. México: Editorial Diana.

4. Demanda Dual: Es cuando tienen que crearse destinatarios, tanto para un concepto de producto, como un instrumento o medio para realizar el valor de producto social.

5. Demanda Abstracta: Se presenta, cuando en una campaña de marketing social tratan de lograr solamente, la adopción de una idea. Si bien todos los programas buscan que los destinatarios adopten una idea, de lo que se trata aquí, es de limitar el objetivo durante un tiempo, para difundir la conciencia.

6. Demanda Vacilante: Este tipo de demanda se puede presentar, si luego de lanzado un producto con éxito, la demanda del producto social comienza a debilitarse.

Las actuaciones en marketing social corporativo pueden englobar los siguientes aspectos:

- Implican el soporte activo a una causa de interés social y/o cultural.
- Permiten el desarrollo de nuevos ejes de comunicación, reforzando la imagen de marca y la eficacia publicitaria mediante un posicionamiento por valores.
- Implican y posibilitan el empleo de relaciones públicas y generan presencia en los medios de comunicación, hecho que permite crear un estado de opinión favorable hacia la corporación o empresa y, por lo tanto, ofrece una imagen de credibilidad.
- Se crea un vínculo mayor con el consumidor que puede desembocar en una relación personalizada y se facilita la creación de una base de datos, el trabajo sociológico y el uso de técnicas de estudio de mercado. El consumidor sentirá que comparte valores con la marca.

- Constituye una base para la realización de actividades de promoción de ventas efectivas, ya que (en algunos casos), parte de las ventas realizadas van destinadas a una causa de interés social.
- Aumento de la motivación de compra: en igualdad de precio y calidad, la solidaridad se convierte en factor decisivo.

## 6.2 Marco Conceptual

Continuando con otros términos que orientan al marco conceptual del presente esquema de investigación Philip Kotler y Eduardo Roberto en su libro Marketing Social definen y destacan:

*Campaña:* conjunto de mensajes publicitarios que, orientados hacia un mismo objetivo, se defiende en medios y soportes previamente seleccionados durante un período de tiempo determinado, para así cumplir la estrategia diseñada.

*Campaña social:* período de tiempo en el que se realizan diversas actividades encaminadas a lograr un cambio social determinado.

Elementos claves en la campaña social:

*Causa:* Aquel objetivo social que los agentes del cambio creen que proporcionará una respuesta deseable a un problema social.

*Agente de cambio:* Un individuo, una organización o una alianza que intenta realizar un cambio social.

*Adoptantes objetivos:* individuos, grupos poblacionales enteras, que son el objetivo de las llamadas al cambio por parte del agente de marketing social.

*Canales:* Vías de comunicación y de distribución, a través de las cuales se intercambian influencias y respuestas y se transmiten hacia delante y hacia detrás, entre los agentes de cambio y sus adoptantes objetivos.

*Estrategias de cambio:* Dirección y programa adoptados por una agente de cambio para realizar el cambio en las actitudes y las conductas de los adoptantes objetivos.

Entre otros términos que son parte de la mezcla de marketing, tenemos<sup>23</sup>:

*Precio:* Se refiere al costo que debe asumir el destinatario, para adoptar el comportamiento propuesto por el programa. Por lo general, en marketing social, el precio comprende principalmente valores intangibles, como ser el tiempo y el esfuerzo que conlleva el pase de una conducta a otra. De todas formas, el precio también puede ser en dinero. Por lo general la estrategia de marketing social, tiende a minimizar los costos y a aumentar los beneficios, de la adopción del comportamiento.

*Promoción:* La promoción es el conjunto de acciones dirigidas, a motivar al público objetivo a adoptar el cambio de comportamiento.

*Plaza o Distribución:* En marketing social, se refiere a poner a disposición del grupo objetivo, los elementos necesarios para que el destinatario adopte el comportamiento propuesto por el programa. Se debe facilitar lo más posible, que el grupo objetivo, pueda adoptar el comportamiento. En esto, cobra gran importancia la exposición del mensaje. Se debe evaluar bien, donde haremos que el grupo objetivo, tomará contacto con nuestro mensaje.

---

<sup>23</sup>Mezcla de mercadotecnia. (2011, 2 de agosto). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: enero 17, 2012 desde [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mezcla\\_de\\_mercadotecnia&oldid=48495203](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mezcla_de_mercadotecnia&oldid=48495203).

## **7. ASPECTOS METODOLÓGICOS**

### **7.1 Tipo de Estudio**

De acuerdo a los objetivos de esta investigación, el tipo de estudio que aplica es un estudio cualitativo. Será exploratorio y permitirá familiarizar con la situación manifiesta a través de un estudio de campo.

### **7.2 Métodos de la investigación**

La observación es el primer paso, y en el análisis de la realidad observada se hará una relación de causa y efecto. Esta metodología ha de ser útil para determinar y elaborar el plan de marketing idóneo a los propósitos de la investigación.

### **7.3 Fuentes y Técnicas**

Como fuentes de documentales se utilizarán libros especializados en el tema de Marketing Social y de Investigación Social, también artículos de revistas, documentos institucionales, reportes y escritos relacionados.

Se harán entrevistas a los ejecutivos de Sansoucí conocedores de la situación actual, y algunas instituciones que han trabajado con el tema.

Además, se desarrollarán dinámicas de grupos a manera de reunión focal con los líderes comunitarios.

## **7.4 Tratamiento de la Información**

Los datos recabados en las fuentes documentales y las entrevistas aplicadas constituirán la base teórica de la investigación.

Estos resultados se van a comparar con fuentes y estudios similares y servirán de insumo para el diseño de un plan de marketing social práctico a los fines.

## **8. TABLA CONTENIDO**

### **CAPITULO I: SANS SOUCI PORTS, PUERTO DE SANTO DOMINGO**

*Objetivo: Describir empresa Sans Souci Ports*

- 2.1 Naturaleza institucional de Sans Souci Ports
- 2.2 Historia de la empresa
- 2.3 Misión, Visión, Valores
- 2.4 Plan Estratégico SSP 2012 – 2014
- 2.5 Plan de Comunicación 2012

### **CAPITULO II: FASE DE INVESTIGACIÓN**

Objetivo: Analizar situación actual y tendencias del entorno

- 2.1 Visitas exploratorias a las comunidades
- 2.2. Mapeo e Identificación de las comunidades
- 2.3 Entrevistas a líderes comunitarios
- 2.4 Entrevistas a Ejecutivos Sans Souci Port
- 2.5 Entrevista a Instituciones relacionadas con el tema
- 2.6 Descripción de la situación actual
- 2.7 Análisis de las tendencias del entorno

### **CAPITULO III: DISEÑO DE PROGRAMA DE MARKETING SOCIAL**

*Objetivo: Diseñar propuesta de Plan de Marketing Social Sans Souci Ports para el periodo 2012 / 2014*

- 3.1 Objetivo General
- 3.2 Objetivos Específicos

- 3.3 Grupos de Interés
- 3.4 Proyectos potencialmente realizables
- 3.5 Estrategias de marketing social
- 3.6 Recursos disponibles
- 3.7 Estructura organizativa y perfiles laborales
- 3.8 Socios Estratégicos del Plan
- 3.9 Política de Comunicación
- 3.10 Plan de Acción
- 3.11 Presupuesto
- 3.12 Ejecución del Plan
- 3.13 Evaluación
- 3.14 Anexos

## BIBLIOGRAFÍA PRELIMINAR

Castillo, Jaime (2011 Diciembre 16). [Entrevista personal].

Kotler, P. & Roberto, E. (1993). *Mercadotecnia Social*. México: Editorial Diana.

Kotler, P. & Roberto, E. (2003). *Marketing Social*. Edición Díaz de Santos, S. A.

Marketing social. (2011, 23 de noviembre). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: enero 17, 2012 desde [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketing\\_social&oldid=51614328](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Marketing_social&oldid=51614328).

Méndez, C. (2001). *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación*. (3ra. Ed.).

Mezcla de mercadotecnia. (2011, 2 de agosto). Wikipedia, La enciclopedia libre. Fecha de consulta: enero 17, 2012 desde [http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mezcla\\_de\\_mercadotecnia&oldid=48495203](http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mezcla_de_mercadotecnia&oldid=48495203).

Sans Soucí Port. (2011, Julio). *Estudio de Clima Organizacional*. Santo Domingo.

Sans Soucí Port. (2011, Diciembre). *Plan de Comunicación*, Santo Domingo.

Sans Soucí Port. (2011, Diciembre). *Plan Estratégico*, Santo Domingo.

**ANEXO 2**  
**PROPUESTAS DE ARTES**  
**CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION**  
**"ERES LO QUE VEN DE TI"**

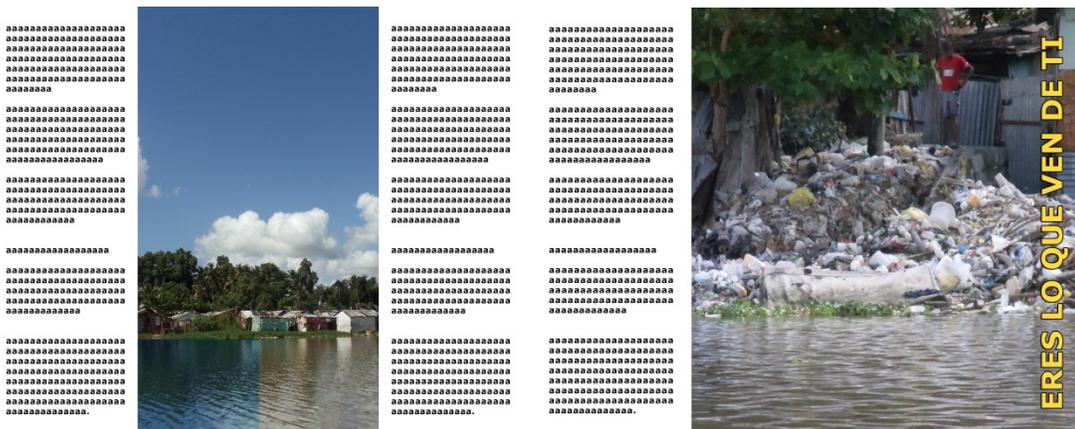
# IDEAS CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION

## “ERES LO QUE VEN DE TI”

### 1. Botones:



### 2. Brochure



Vallas:



Stickers:



Posters y Afiches

