



Universidad del
Rosario

PROYECTO INTEGRADOR

RHEMA INTERNACIONAL

AUTORES

Wilmer Blanco

Nicolas Ariztizabal

Sebastian Castañeda

Sebastian Blanco

Fabian Enriquez

Especialización en Marketing digital

Escuela de Administración

30 de octubre de 2024

Bogotá, Colombia

2024

RHEMA
INTERNACIONAL

PROYECTO INTEGRADOR
RHEMA INTERNACIONAL

Declaramos bajo gravedad de juramento, que hemos escrito el presente proyecto integrador de especialización por nuestra propia cuenta, y que por lo tanto, su contenido es original. Declaramos que hemos indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información, y que este proyecto integrador de especialización no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

AUTORES

Wilmer Blanco
Nicolas Ariztizabal
Sebastian Castañeda
Sebastian Blanco
Fabian Enriquez

30 DE OCTUBRE DE 2024

RHEMA
INTERNACIONAL

PROYECTO INTEGRADOR
RHEMA INTERNACIONAL

RHEMA
INTERNACIONAL

Declaración de exoneración de responsabilidad:
“Declaramos que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de sus autores. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él”.

AUTORES

Wilmer Blanco
Nicolas Ariztizabal
Sebastian Castañeda
Sebastian Blanco
Fabian Enriquez

30 DE OCTUBRE DE 2024



Universidad del
Rosario

RHEMA

INTERNACIONAL

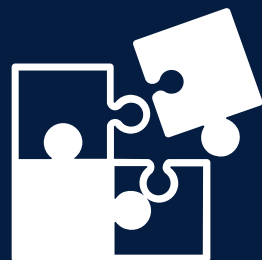
Proyecto Integrador

Wilmer Blanco
Nicolas Aristizabal
Sebastian Castañeda
Sebastian Blanco
Fabian Enriquez

Especialización en Gerencia de
Marketing para Entornos Digitales



Construimos, avanzando hacia **el futuro**.



MISIÓN

Brindar soluciones de Ingeniería, Construcción, Operación & Mantenimiento a través del uso de tecnología de punta para el sector Energético, Oil & Gas e Infraestructura, mediante la gestión de talento humano especializado, competente y certificado; siendo un aliado estratégico en el desarrollo, construcción y puesta en marcha de proyectos a través de procesos de excelencia, confiables y con altos estándares de responsabilidad social y ambiental.



VISIÓN

Para el año 2028 consolidar a Rhema Internacional como un empresa líder en Latinoamérica en el sector energético, oil & gas, infraestructura e industria; realizando gestión de proyectos, operación & mantenimiento, servicios de hot tap & line stop y suministros especializados para líneas; convirtiéndose en una gran empresa con capacidad de exportar servicios a cualquier parte del mundo internacionalizando su operación estratégicamente.



VALORES

- Honestidad
- Responsabilidad
- Transparencia



PRINCIPIOS

- Sostenibilidad
- Confidencialidad
- Responsabilidad Social Empresarial



- **Honestidad**

Somos honestos cuando somos coherentes, es decir cuando actuamos y hablamos conforme a lo que sentimos o pensamos, y no a lo que nos resulta más conveniente hacer o decir a los demás. Este valor nos compromete a ser justos y razonables, a obrar de manera íntegra, a ser claros y transparentes en nuestros motivos para la toma de decisiones, y a evitar de manera constante apropiarnos de lo que no nos pertenece. En RHEMA somos sinceros en nuestras comunicaciones así como en nuestras actuaciones.



VALORES

- **Responsabilidad**

Somos honestos cuando somos coherentes, es decir cuando actuamos y hablamos conforme a lo que sentimos o pensamos, y no a lo que nos resulta más conveniente hacer o decir a los demás. Este valor nos compromete a ser justos y razonables, a obrar de manera íntegra, a ser claros y transparentes en nuestros motivos para la toma de decisiones, y a evitar de manera constante apropiarnos de lo que no nos pertenece. En RHEMA somos sinceros en nuestras comunicaciones así como en nuestras actuaciones.



- **Transparencia**

Somos honestos cuando somos coherentes, es decir cuando actuamos y hablamos conforme a lo que sentimos o pensamos, y no a lo que nos resulta más conveniente hacer o decir a los demás. Este valor nos compromete a ser justos y razonables, a obrar de manera íntegra, a ser claros y transparentes en nuestros motivos para la toma de decisiones, y a evitar de manera constante apropiarnos de lo que no nos pertenece. En RHEMA somos sinceros en nuestras comunicaciones así como en nuestras actuaciones.

CONTEXTO EMPRESARIAL

Empresa de prestación de servicios especializados en los sectores de Hidrocarburos, Petroquímicos Hidrico y Energetico.

Entre nuestra oferta encontrará soluciones para Hot Tap & Line Stop, ingeniería, procura, construcción, mantenimiento EPCM además del montaje e instrumentación para obras mecánicas con sus obras civiles conexas y complementarias en oleoductos, gasoductos, poliductos, acueductos y tanques de almacenamiento de fluidos.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

RHEMA INTERNACIONAL



Gestión Integrada
de Poryectos EPC.



Construcción y Mantenimiento
de Oleoductos, Poliductos y Gasoductos.



PHD
Perforación Horizontal Dirigida.



Servicios de Hot Tapping & Line Stop.

**JUNTOS CONSTRUIMOS
AVANZANDO HACIA EL FUTURO**



www.rhemaint.com

PROYECTOS SOSTENIBLES

Proyectos sostenibles de impacto positivo al medioambiente y Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en las comunidades donde se desarrolla.

PROYECTOS EPC

Contratos en el que una empresa se encarga de todo el ciclo de vida de un proyecto, desde la ingeniería y el diseño (Engineering), hasta la adquisición de materiales (Procurement) y la construcción (Construction).



RHEMA
INTERNACIONAL

LOGOTIPO



RGB: 15255F
C: 00 M: 00 Y: 00 K: 00
PANTONE:



RGB: C52228
C: 00 M: 00 Y: 00 K: 00
PANTONE:



RGB: FFFFFFFF
C: 00 M: 00 Y: 00 K: 00
PANTONE:

COLORES

Gotham narrow - Bold

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
1234567890

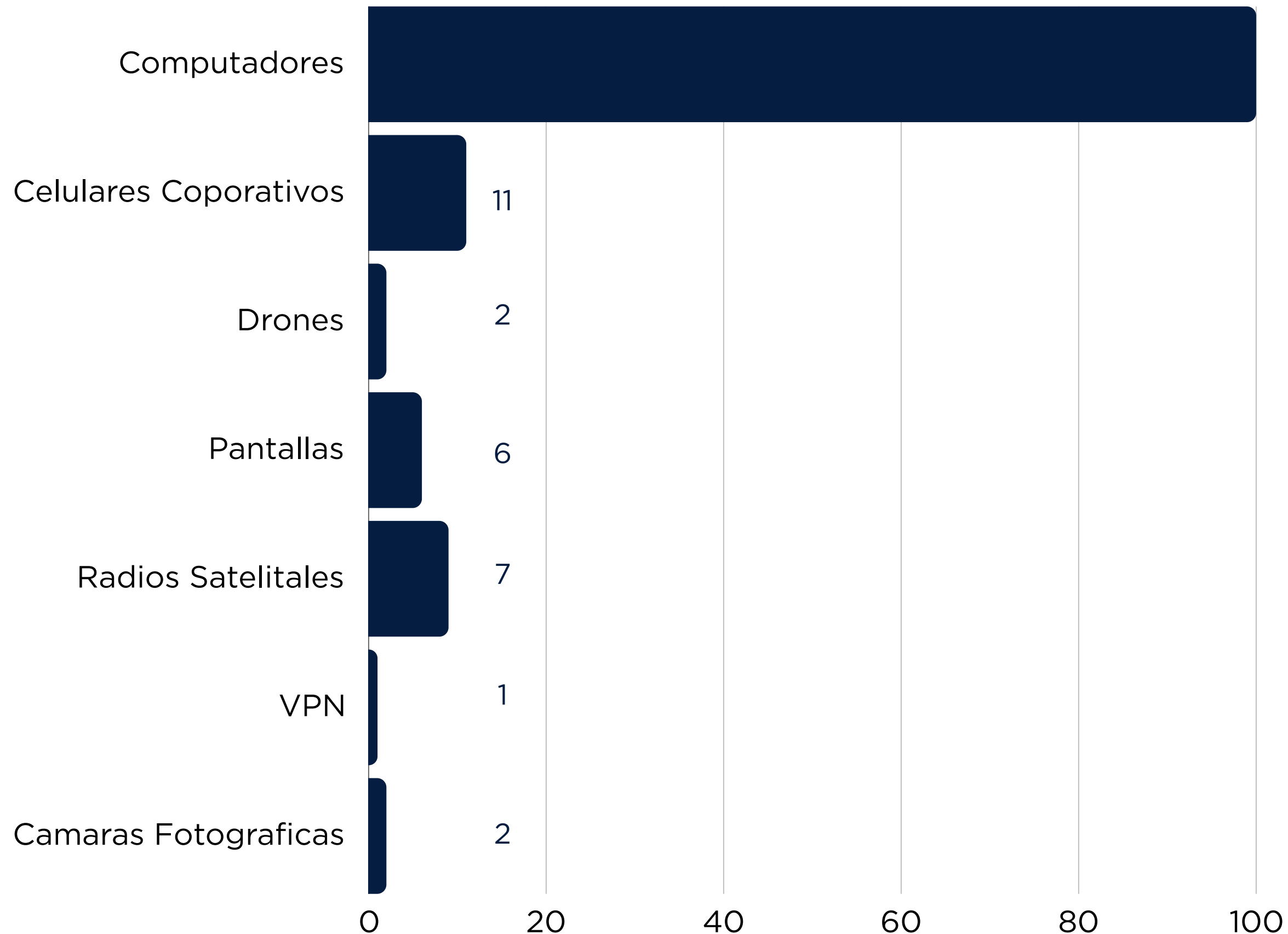
TIPOGRAFÍA

RHEMA **JUNTOS CONSTRUIMOS**
INTERNACIONAL **AVANZANDO**
HACIA EL FUTURO

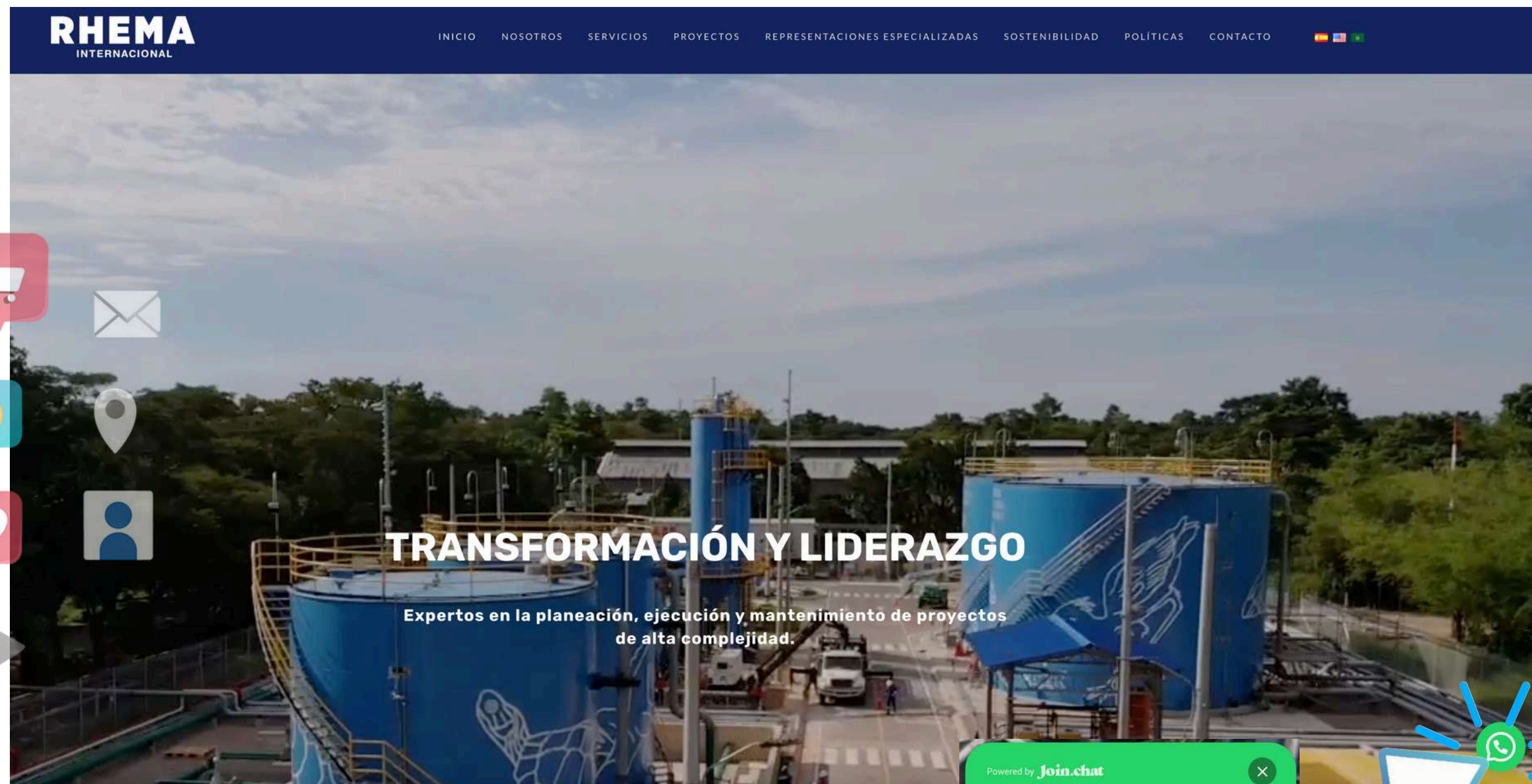
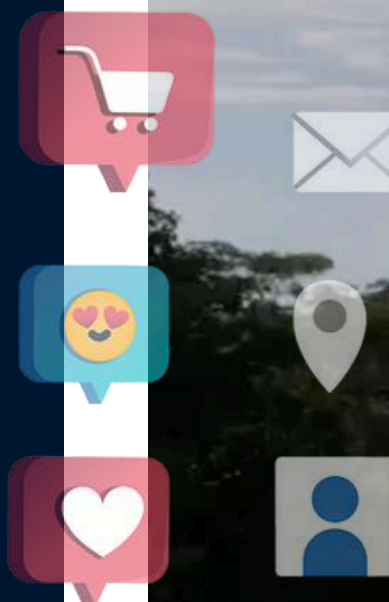
SLOGAN

INFRAESTRUCTURA

ECOSISTEMA DIGITAL EMPRESARIAL



**SERVICIOS
DIGITALES**



USUARIOS DIGITALES



@RHEMA INTERNACIONAL S.A.S

@rhema_int

www.rhemaint.com



Lideres de Opinión.

Colaboradores.

Colombia

Agentes Comerciales.

Competencia.

Perú

Solicitantes de Empleo.

Solicitantes de Empleo.

Ecuador

Tomadores de decisiones:
Gerentes.
Coordinadores de Áreas.
Ingenieros.
Especialistas.

Socios

EE.UU

Potenciales Clientes



PLATAFORMAS

Software Financiero



HELISA
Software para el trabajo

Software de Diseño



Software Administrativo



Software Contable

Presentación de Marketing

Plataformas actuales y posibles

Hoy

Website, LinkedIn, GMail,
Instagram, YouTube y
WhatsApp

POSIBLES

- Repositorio Web
- TikTok enfocado en RSE
- Facebook

PLATAFORMAS



www.rhemaint.com



@RHEMA INTERNACIONAL S.A.S



@rhema_int



@RHEMA INTERNACIONAL SAS.



+57 3134983912

Infografías



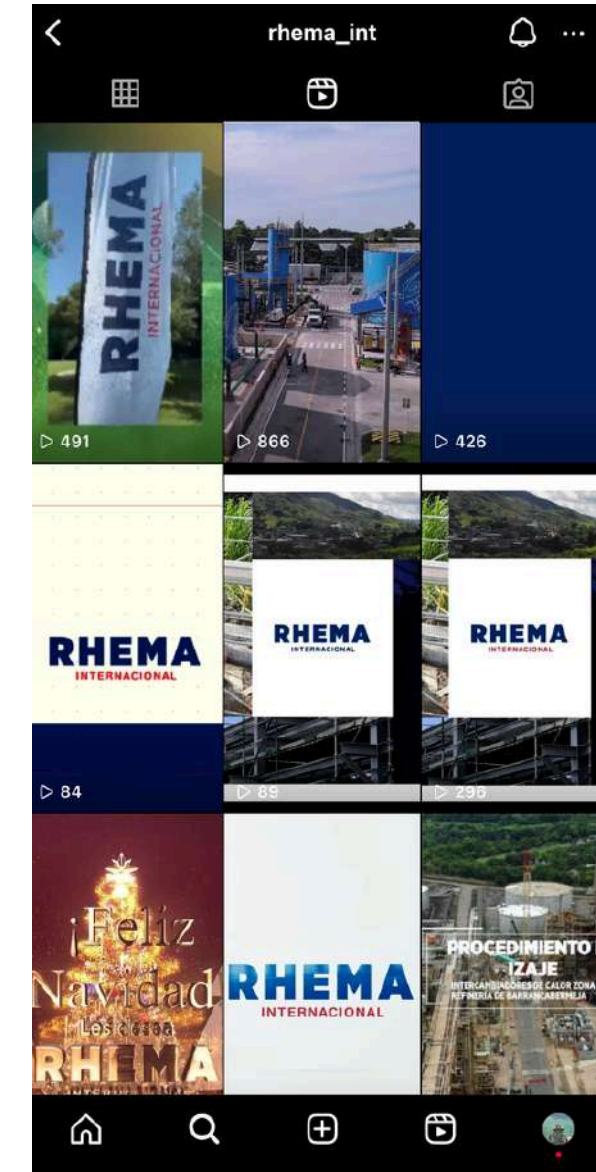
Flyers Informativos



Video



Reels



Brochure Digital



- SERVICIOS EN CABEZALES Y ABANDONO DE POZOS**
- Abandono de pozos.
 - Hot Tap en cabezales
 - Pruebas de presión a BOP y Cabezales
 - Inspecciones.
- MANTENIMIENTO E INSPECCION DE LINEAS OFSHORE**
- Servicio técnico especializado de inspección interna de líneas submarinas, mediante equipos inteligentes ILI: MFL, FI, UT Caliper, inercial, convencionales o autopropulsadas con tecnología robótica.
 - Rastreo y ubicación acústica de herramientas de inspección y limpieza.
 - Reparaciones de fugas o averías con grapas PLIDCO.
 - Reparación de revestimientos
 - Hot Tap
 - Protección catódica
- INSPECCIÓN INTERNA Y EVALUACIÓN DE DUCTOS (ILI)**
- Servicio técnico especializado de inspección y diagnostico de tuberías, mediante equipos inteligentes ILI
 - ENDURO
 - IP PIPELINE TECHNOLOGY

SOPORTES
ACTUALES Y
POSIBLES



Posibles

- Modulado 3D
- ADS
- Código QR

CANALES



ATENCIÓN DE EMERGENCIA EN EL GASODUCTO CUSIANA – APIAY

VIDEOS CASOS DE ÉXITO (CUBRIMIENTO A PROYECTOS)



FLAYER INFORMATIVOS (POP UP CON CALL TO ACTION)

Contenidos posibles

- Bruchure especializado por línea de servicio.
- Videos sobre impacto en el medio ambiente y RSE.



RHEMA INTERNACIONAL S.A.S / Fenocialetas en Hot Tan & Line Stop

VIDEOS TECNICOS SOBRE (BENEFICIOS TECNOLOGICOS Y OPERATIVOS)



VIDEOS DE CUBRIMIENTO A EVENTOS DEL SECTOR (CONGRESOS, TORNEOS DEL GOLF, WORKSHOP)

Actual

En el enfoque narrativo actual, la empresa utiliza un tono **técnico** y **corporativo**, siendo este diseñado para un nicho de mercado con necesidades específicas; respaldado por un profundo entendimiento de la ciencia y tecnología detrás de los servicios y productos que ofrece.

NARRATIVA

Proyectar

La empresa busca ampliar su narrativa hacia la **responsabilidad social empresarial** y **ambiental**, adoptando un tono más **amigable** y **cercano**. Estando comprometidos a proteger los ecosistemas locales y contribuir al desarrollo de las comunidades. Al mismo tiempo, busca **simplificar** mensajes técnicos para llegar a un público más amplio, explicando cómo sus soluciones ayudan a enfrentar desafíos en la industria petrolera.

Dentro de las técnicas de **outbound** podemos encontrar que Rhema utiliza canales como :

- Merchandising (llaveros, recordatorios).
- Stands en ferias y torneos de golf.
- Anuncios audiovisuales en la web.

PLATAFORMAS





Dentro de la organización las técnicas de **INBOUND** permiten que cuando hay satisfacción de los servicios en este proceso de interacción se atraigan nuevos clientes potenciales generando así un circuito que la alimenta y potencia automáticamente. Entre estas:



- Página Web
- Redes sociales



PLATAFORMAS



UX y Analítica

Panorama actual y a mediano plazo

Experiencia de usuario

Hoy

- Meetings con clientes
- Contenido LinkedIn

Mediano plazo

- Modelo 3D
- Realidad aumentada

Analítica

- Google analytics
- LinkedIn Premium



UX Y ANALÍTICA



INSIGHTS



CANALES DE
COMUNICACION

POSICIONAMIENTO
DE MARCA LATAM

RHEMA
INTERNACIONAL

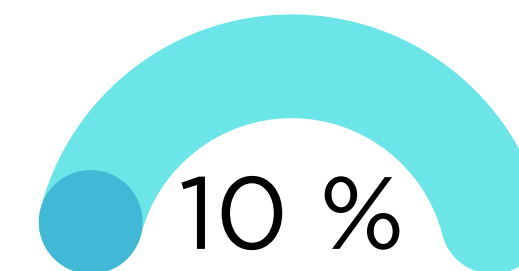
RECONCILIAMIENTO
PROYECTOS RSE

SERVICIOS EPC

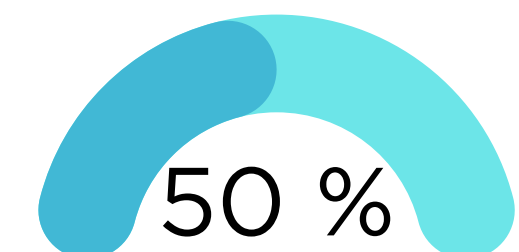
PROBLEMAS PUNTUALES



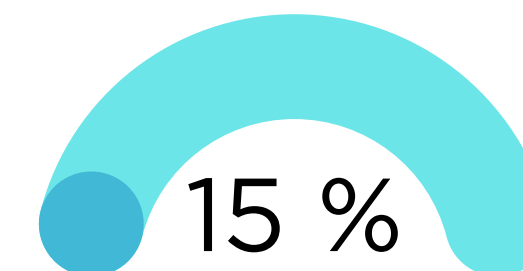
Bajo reconocimiento de la compañía como una empresa que ofrece servicios **EPC** dentro del sector **Oil and Gas** en **Colombia y LATAM.**



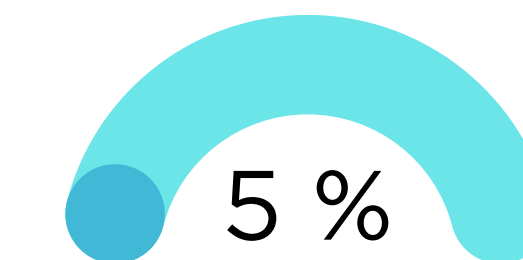
Desactualización de las piezas digitales que aun conservan el logo antiguo de la compañía.



Bajo reconocimiento de la marca en el mercado **LATAM.**



Poca visibilidad de los proyectos con impacto positivo al medio ambiente y de **RSE.**



OBJETIVOS SMART

Posicionar el sitio web de RHEMA en los primeros lugares de búsqueda en Latinoamérica con las Keywords: RHEMA Internacional SAS, Hot tap & line stop y Proyectos (EPC) en el sector energetico en los próximos 10 meses.

Implementar una estrategia UX que permita a RHEMA medir la percepción y satisfacción de sus clientes durante los proyectos ejecutados.

Mejorar la visibilidad de las acciones de RSE y ambiental realizadas por la empresa a través de sus Redes Sociales en un 30% durante los próximos 6 meses.

PRODUCTOS SUSTITUTOS

Especialización en Gerencia de
Marketing para Entornos Digitales

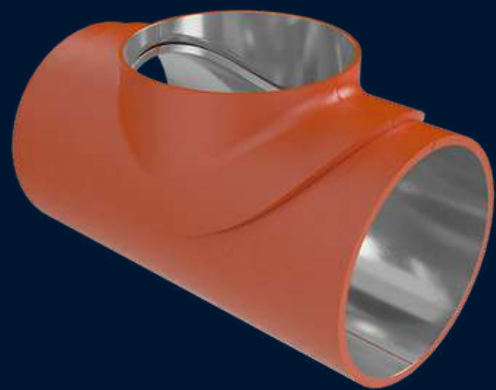
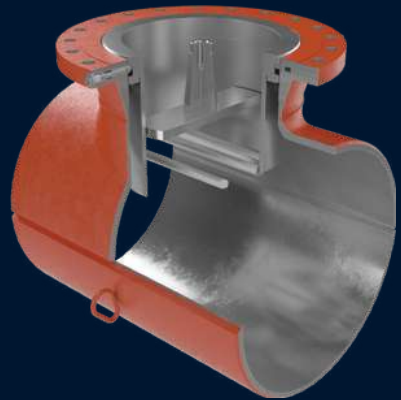
Sustituto	Ventajas	Desventajas
Gas Natural	Menor emisión de CO2 al quemarse	No es renovable
Energía Solar	Inagotable y baja emisión de CO2	Dependiente de la ubicación y clima
Energía Eólica	Inagotable y baja emisión de CO2	Dependiente de la ubicación y clima
Biocombustibles	Renovable y potencialmente neutro en CO2	Competencia con la producción de alimentos
Energía Nuclear	Baja emisión de CO2 y alta densidad energética	Problemas de seguridad y gestión de residuos nucleares

PROYECTOS ENERGIA SOLAR

Proyecto	Ubicación	Capacidad Instalada (MW)	Estado
Parque Solar Celsia Yumbo	Valle del Cauca	9	Operativo
Parque Solar Fotovoltaico El Paso	Cesar	86	Operativo
Parque Solar Fotovoltaico Celsia Toluviejo	Sucre	9	Operativo
Parque Solar Celsia Guajira	La Guajira	9	Operativo

DIFERENCIADOR EN EL MERCADO Y PROPUESTA DE VALOR

- El diferenciador de RHEMA INTERNACIONAL de cara al mercado de mantenimiento de oleductos que transportan refinados del petroleo y gas en Colombia, se encamina a resaltar la experiencia de mas de 25 años en la ejecucion de proyectos especializados.
- RHEMA ofrece asesoría a los clientes en la maduración de cada proyecto a través del diseño, ingeniería, procura y construcción de los proyectos de Hot Tap y Line Stop de acuerdo con las necesidades operacionales de cada cliente con equipos especializados y personal altamente calificado.
- RHEMA tambien puede entrar al mercado con un diferenciador clave en la adjudicacion de contratos con precios altamente competitivos, ya que en la prestacion de este servicio de Hot Tap y Line Stop maneja una linea de bajo costo por la fabricacion de accesorios de Splet Tees in-hause en el parque de prefabricado en la ciudad de Bogotá, optimizando costos al evitar la importación de los accesorios, mejorando tiempos de respuesta en la ejecucion de los proyectos.



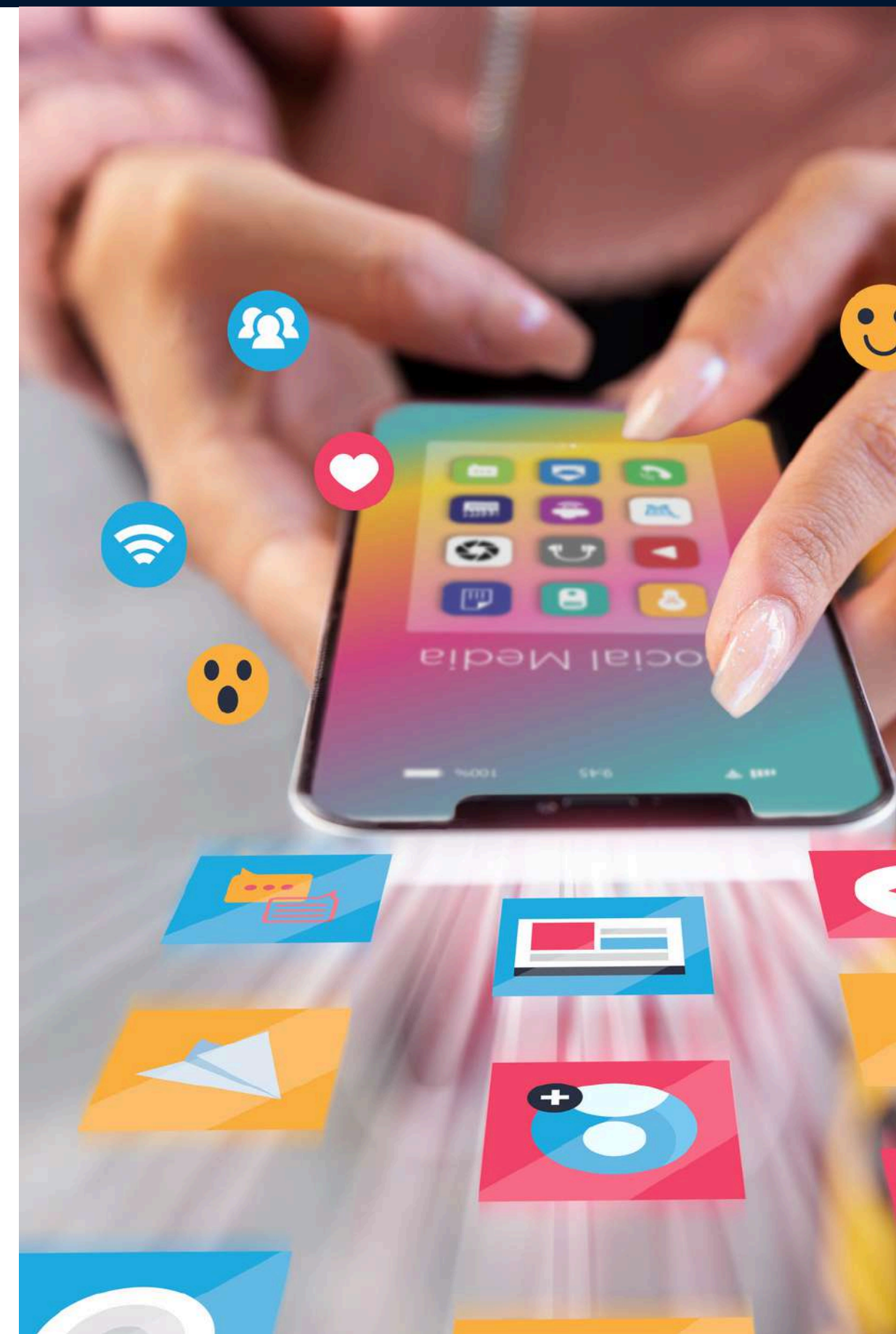
FUENTE PRINCIPAL:



PRÓXIMOS PASOS

Desarrollo de advertising:

- Gestión e inscripción de proveedores para licitación
- Posicionamiento de imagen
- Comunicación destacada de la Compañía



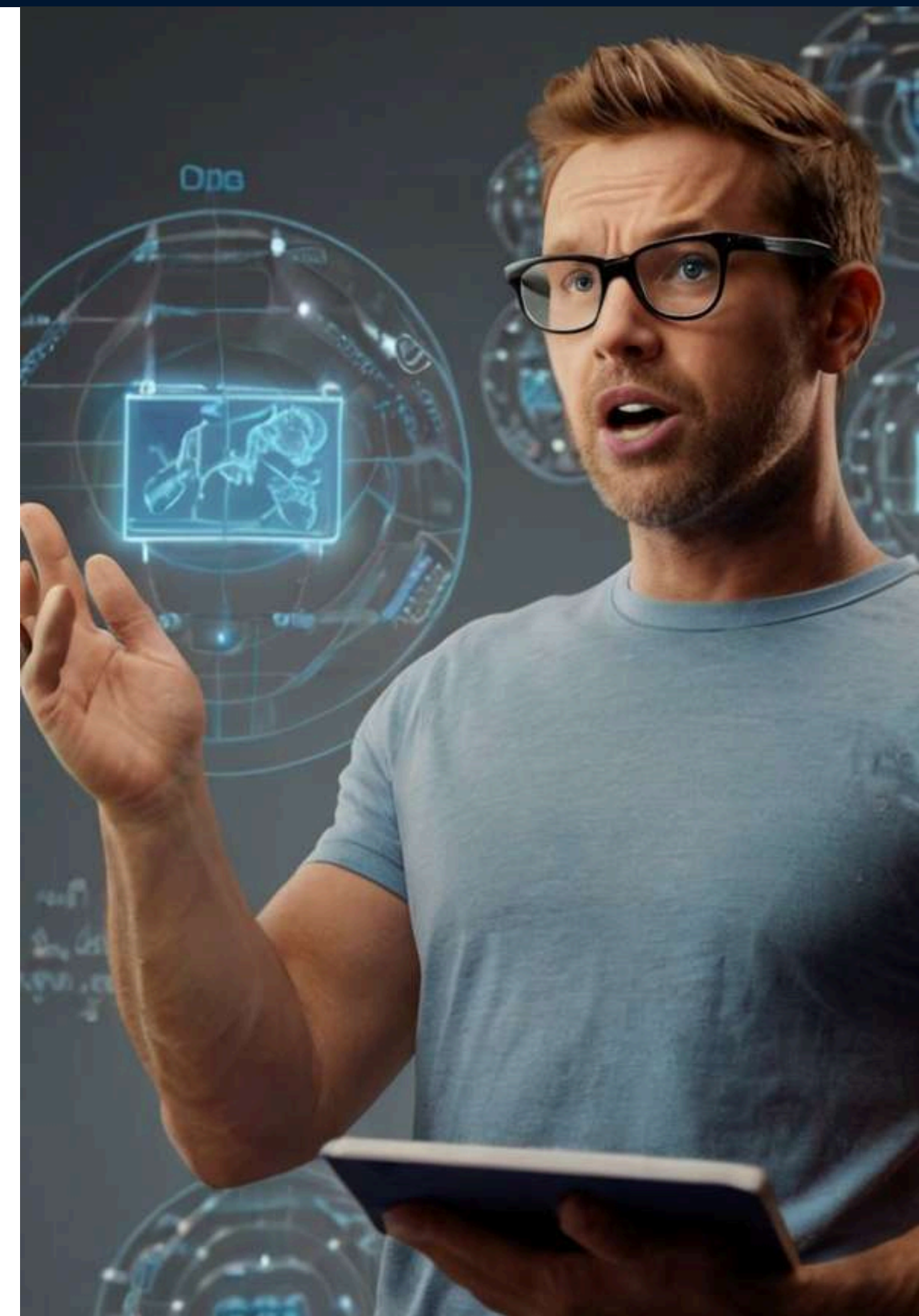
WEBINARS

Contenido Propuesto

- ¿Como la implementación de hot tap y line stop optimiza la eficiencia y seguridad en la industria?
- Casos reales de éxito que demuestran el ahorro de costos y tiempo al utilizar estas técnicas.
- Introducción a los proyectos EPC y su importancia en la industria Oil & Gas.

Beneficios

- Permite atracción de publico altamente focalizado.
- Demuestra conocimiento y experiencia en el tema, generando confianza y credibilidad en la marca.
- Capturar información de clientes potenciales altamente relevantes.



**OFERTA
IRRESISTIBLE**

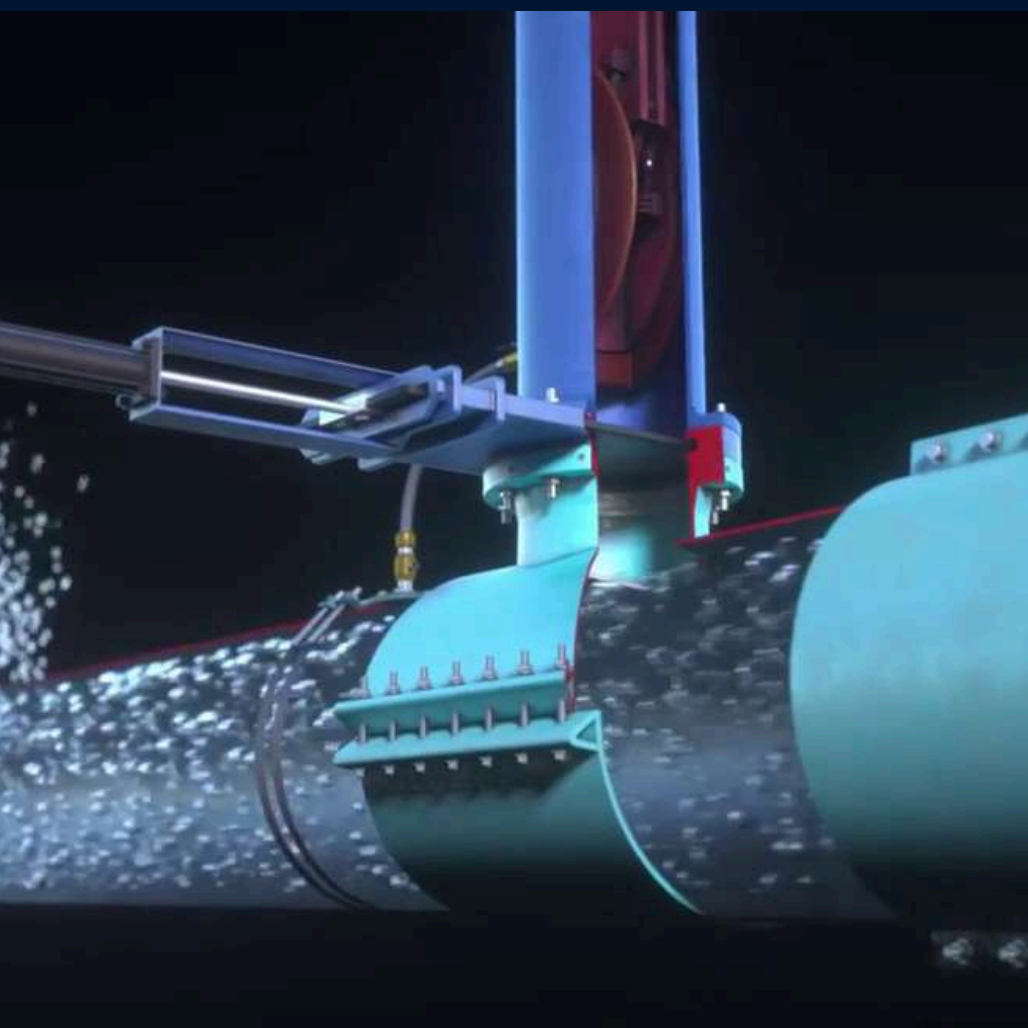
**OBRA
CIVIL**

**HOT TAP
&
LINE STOP**

**TECNOLOGÍA
DE
PUNTA**

MECANICA

**SUMINISTRO
DE
ACCESORIOS**



OFERTA CENTRAL



- En RHEMA Internacional, nos distinguimos por nuestra capacidad para brindar soluciones integrales en proyectos de infraestructura crítica para los sectores Hidrocarburos, Petroquímico y Energético
- Nuestra metodología comienza con el establecimiento de las bases tecnológicas de cada proyecto. Definimos con precisión los pliegos técnicos, asegurando que las contrataciones se realicen con base en las necesidades específicas de cada cliente. Para ello, contamos con una coordinación efectiva entre diferentes áreas y departamentos, garantizando una visión integral y estratégica.
- No solo nos limitamos a la fase inicial, sino que también ofrecemos un seguimiento minucioso de los proyectos en ejecución. Monitoreamos de cerca el avance de las obras, identificando y resolviendo proactivamente cualquier eventualidad.

OFERTA CENTRAL



En Amplia gama de soluciones para sus necesidades:
Nuestra oferta comprende una amplia gama de soluciones para satisfacer las necesidades específicas de cada proyecto:

- **Hot Tap & Line Stop:** Ejecución segura y eficiente de intervenciones en tuberías presurizadas.
- **Construcción:** Ejecución de obras con los más altos estándares de calidad y seguridad.
- **Facilidades de producción:** Desarrollo y mantenimiento de instalaciones para la producción de energía.
- En **RHEMA Internacional**, estamos comprometidos con el éxito de nuestros clientes. Trabajamos de cerca con cada uno de ellos para comprender sus necesidades y objetivos, y brindarles soluciones integrales que superen sus expectativas.

PRODUCTOS ACTUALES



Productos y su cobertura:

- Cuenta con equipos y personal especializado para responder a las necesidades de los clientes de manera rápida y eficiente.
- Realiza perforaciones desde 1/2" hasta 72" en condiciones de operación hasta 2.200 psi y temperaturas de 700°F.
- Ofrece obturaciones desde 4" hasta 36" en condiciones de operación hasta 900 psi (Rango de Seguridad).

Servicios adicionales:

- Inspección, mantenimiento y reparación de equipos de Hot Tap & Line Stop.
- Soporte técnico y de garantía.

ESTUDIO RIESGOS TECNICOS



Maximizador de Ganancia

HAZOF

TÉCNICA UTILIZADA EN EL ÁMBITO DE LA GESTIÓN DE RIESGOS PARA IDENTIFICAR Y EVALUAR LOS RIESGOS POTENCIALES EN UN SISTEMA O PROCESO.

- MEJORA DE LA SEGURIDAD
- OPTIMIZACIÓN DE LA OPERACIÓN
- REDUCCIÓN DE COSTOS
- CUMPLIMIENTO NORMATIVO

En la competitiva industria del oil and gas, la fidelización de clientes es fundamental para el éxito a largo plazo. Las empresas líderes en este sector deben comprender las necesidades y expectativas de sus clientes y desarrollar estrategias efectivas para mantenerlos satisfechos y comprometidos

FIDELIZACION

- **Reducción de costos:** Un cliente fidelizado es un cliente que genera menos costos para Rhema Internacional. Esto se debe a que no es necesario gastar recursos en marketing
- **Mejora de la reputación:** Una empresa con una base de clientes fidelizada tiene una mejor reputación en la industria
- **Proporcionar un excelente servicio al cliente:** El servicio al cliente es otro factor clave en la fidelización de clientes
- **Crear programas de fidelización:** Los programas de fidelización pueden ser una forma efectiva de recompensar a los clientes por su lealtad.
- Para **Rhema Internacional** la fidelización de clientes es un aspecto esencial del éxito en la industria del oil and gas. Las empresas que implementan estrategias efectivas de fidelización de clientes pueden generar un crecimiento a largo plazo y una rentabilidad sostenida.



Los contratos marco en Rhema Internacional son acuerdos a largo plazo establecidos entre una empresa de servicios y compañías del sector oil and gas para la provisión de servicios específicos relacionados con sus operaciones. Estos contratos ofrecen ventajas tanto para la empresa prestadora del servicio como para las petroleras y gasíferas.

Beneficios para la empresa prestadora de servicios **Hot Tap & Line Stop**

- Seguridad y previsibilidad: Se establece una relación estable a largo plazo, facilitando la planificación y organización de recursos.
- Reducción de costos administrativos: Simplifica procesos de contratación y facturación, optimizando recursos administrativos.
- Fortalecimiento de la reputación: Demuestra compromiso con los clientes y los convierte en referentes para otras empresas oil and gas.
- Mayor acceso a proyectos: Abre puertas a proyectos grandes y complejos a los que quizás no se tendría acceso de otra forma.

Ejemplos de aplicación exitosa de Rhema Int en servicios de **Hot Tap & Line Stop**:

- Una empresa petrolera colombiana firma un contrato marco con una empresa de Hot Tap & Line Stop para la realización de estos servicios en todos sus pozos. Esto permite a la petrolera reducir paradas por mantenimiento, mejorar la seguridad y optimizar costos.
- Una empresa de gas natural contrata a una proveedora de Hot Tap & Line Stop para intervenciones en su red de gasoductos a lo largo del país. Garantiza a la empresa de gas una respuesta rápida y segura ante eventuales fugas o modificaciones necesarias en la red.



Los contratos de exclusividad dentro de la empresa de servicios de Hot Tap & Line Stop son acuerdos legales entre dos partes, donde una empresa (contratante) se compromete a adquirir los servicios de la otra empresa (contratista) de manera exclusiva durante un período determinado.

Aspectos Clave :

- **Duración:** Establece el período de tiempo durante el cual el contrato tendrá vigencia.
- **Exclusividad:** Especifica que el contratante no podrá contratar a otras empresas para realizar los servicios indicados en el contrato durante su vigencia.
- **Cláusulas de confidencialidad:** Protegen la información sensible de ambas partes.
- **Fidelización de clientes:** Fortalecen la relación entre el contratante y el contratista.
- **Negociación de mejores precios:** Pueden permitir negociar precios más favorables al tener un compromiso de exclusividad.

CONTRATOS DE EXCLUSIVAD



TRANSFORMACIÓN Y LIDERAZGO

Expertos en la planeación, ejecución y mantenimiento de proyectos de alta complejidad.

Síguenos en LinkedIn



RHEMA

INTERNACIONAL

Todos los derechos reservados RHEMA
INTERNACIONAL © 2021

+57 1 6010225
info@rhemaint.com
Carrera 21 # 100-20- of 202
Bogotá, Colombia.

Síguenos en LinkedIn

INICIO
NOSOTROS
UNIDADES DE NEGOCIO
CLIENTES
CONTACTO

¡Escribanos!

Si desea contactarse con un asesor, por
favor envíenos un mensaje al correo
info@rhemaint.com

CONTACTO

LANDINGPAGE
WWW.RHEMAINT.COM

Dentro de las propuestas de mejora a implementar:

- Actualización del nuevo logo de la compañía en algunas piezas graficas (fotografias) aun presentes en la pagina web.
- Actualizar pagina web con el enlace del modulo SRM de SINCO ERP (Registro de proveedores).



En la pagina oficial de RHEMA encontramos en su encabezado diferentes secciones:

- Historia de la empresa.
- Portafolio de servicios. (Gestion y Gerencia de proyectos EPC Operacion y mantenimiento, servicios de Hot tap y Line Stop)
- Proyectos destacados.
- Representaciones especializadas (Weldfit, Plidco, Polyguard)
- Sostenibilidad (medicion y reduccion del impacto de la huella de carbono.
- Politicas (Politica de tratamiento de datos, politica de SAGRILAFT, politica de desconexion laboral etc.)
- Certificaciones (ISO 9001, ISO 14001, ISO45001, Sertificacion RUC)
- Contacto y PQRS

Contenido Educativo en LinkedIn para atraer y convertir a la audiencia

Contenido Propuesto

- Artículos Ej: Tendencias actuales de la industria Oil & Gas.
- Infografías: El ABC del Hot tap & Line Stop
- Videos: Entrevistas a Lideres de Opinión en el sector

Beneficios

- Generación de trafico hacia el sitio Web
- Obtención de Leads Calificados
- Mejora el SEO en LinkedIn

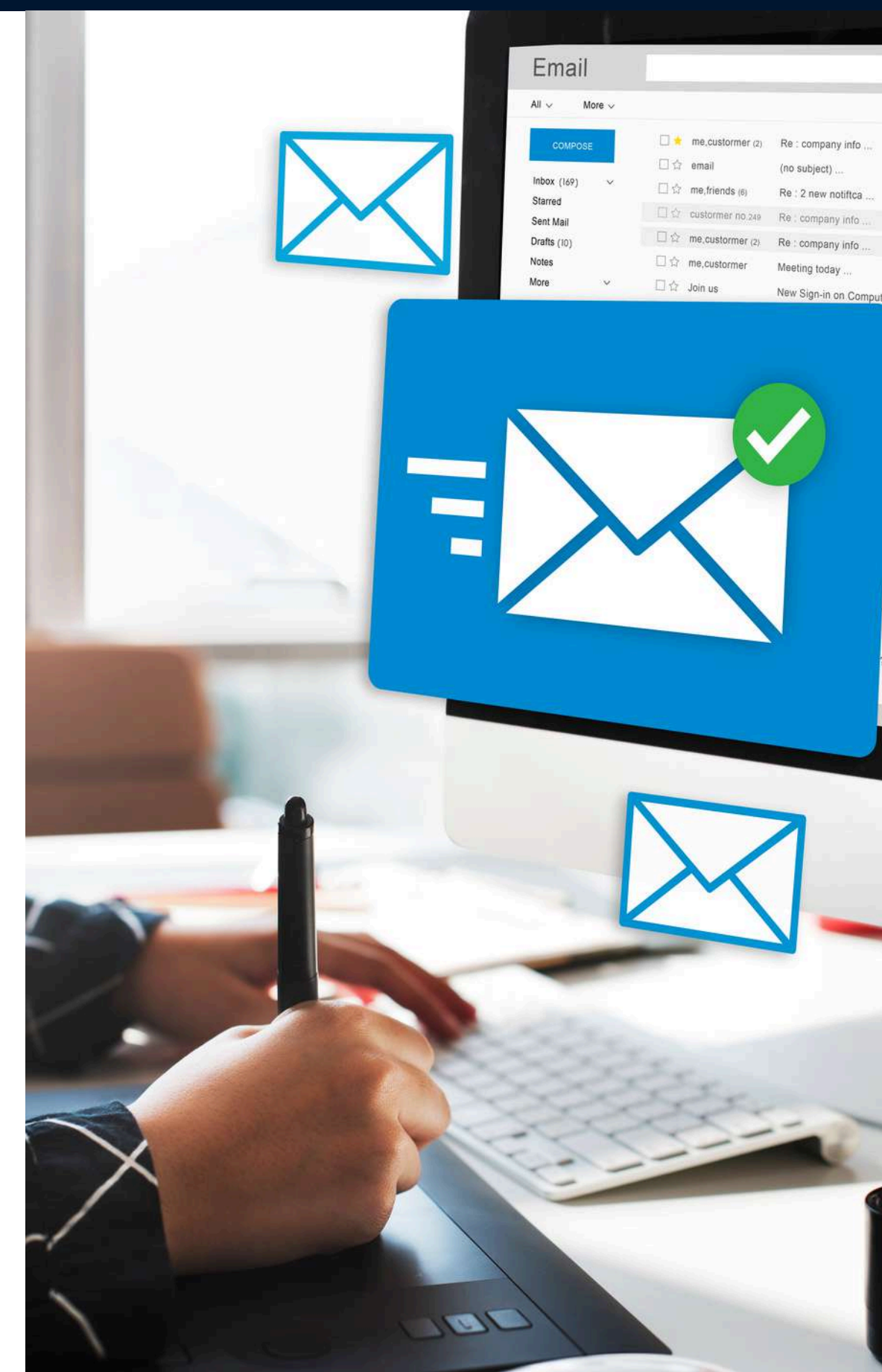


NURTURE

- “Así aportamos a la construcción del territorio”.
- Generación de empleabilidad y desarrollo.
- Proyectos de RSE.
- Valores de Compañía.

VENTAS

- Comerciales y colaboradores clasificados.
- Certificaciones.
- Experiencia en proyectos.
- Nuevos servicios y productos especializados.
- Número de contacto.



En el corazón de Barrancabermeja, donde el río Magdalena se abraza con la tierra, vivía Mateo Casierra, un niño de sonrisa contagiosa y ojos que brillaban con la alegría de la vida sencilla. Su mundo giraba en torno a las tardes soleadas junto a sus amigos en las orillas del río, donde las risas se mezclaban con el sonido del agua y el aroma a exquisito pescado frito.

Un día, la rutina de Mateo se vio interrumpida: el agua dejó de correr por los grifos, el ferry que cruzaba el río estaba inoperante y su plato de almuerzo se vio vacío por la ausencia de su pescado favorito. La preocupación se apoderó de él y de su padre, quien al investigar descubrió la causa: una fuga de petróleo producto de la explotación ilegal a manos de grupos armados.



<https://www.youtube.com/watch?v=u8BPRU-nWpk>

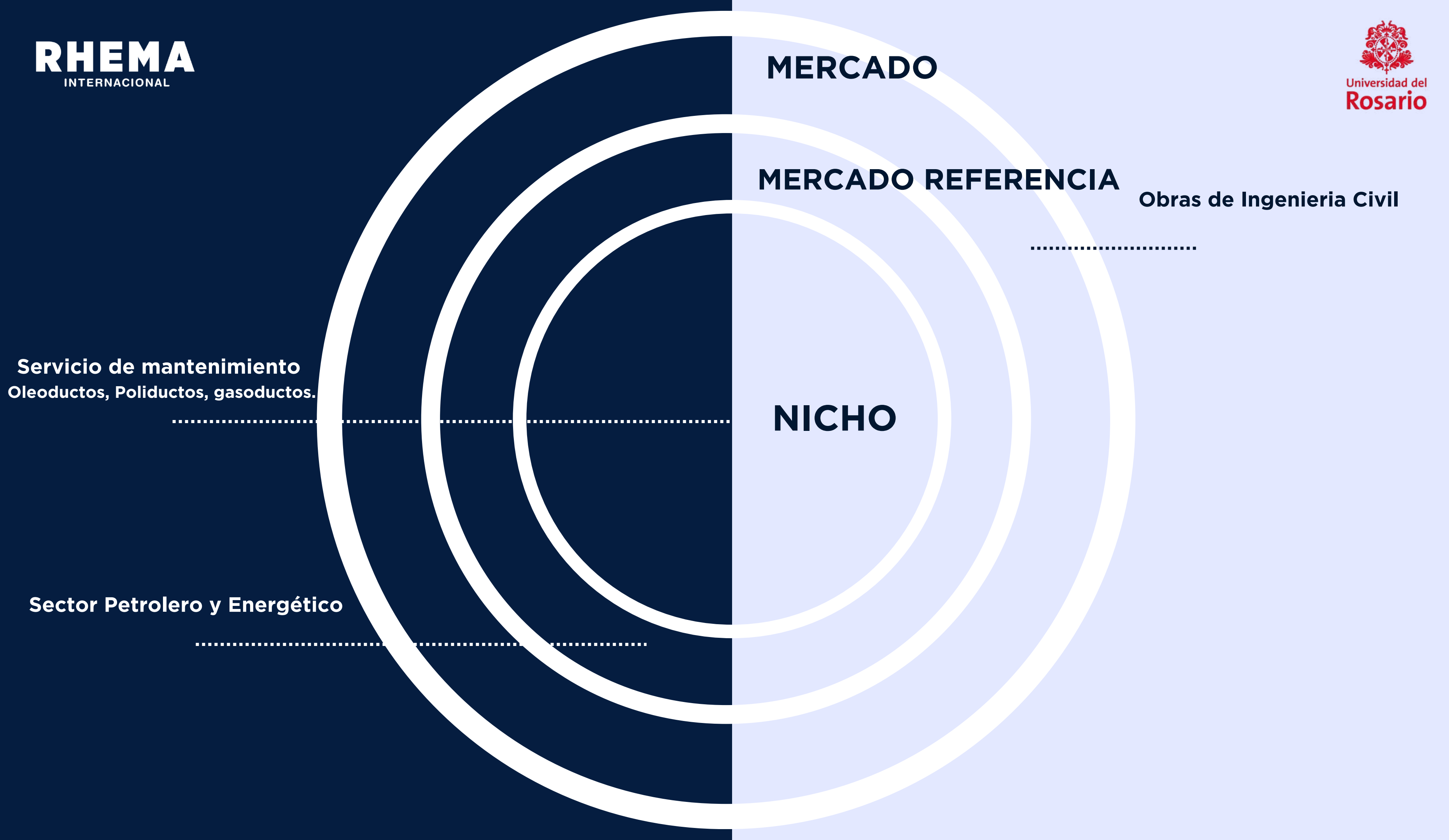
Desesperados, recurrieron a RHEMA INTERNACIONAL, especialistas en emergencias ambientales, quienes con su expertise y tecnología de punta lograron contener y limpiar el derrame, devolviendo la esperanza a Mateo y a su comunidad.

Con el río recuperado, Mateo volvió a disfrutar de sus juegos y su pescado, pero ahora con una nueva misión: crear conciencia sobre la importancia del cuidado del agua y la lucha contra la explotación ilegal de recursos naturales.

La historia de Mateo es un canto a la resiliencia, un llamado a proteger nuestro medio ambiente y un ejemplo de que incluso los más pequeños pueden hacer grandes cambios.



PLAN DE MARKETING PARA ENTORNOS DIGITALES





Generación de empleo especializado



Mejora la calidad de vida del entorno



Impulsa el crecimiento del PIB

Servicios de reparación y mantenimiento de oleoductos, gasoductos y poliductos.



**Hay informalidad en el sector
Se estima que el 40%**



Se puede presentar casos de corrupción



Riesgos medioambientales y de reputación

01. Análisis de Mercado



Alta dependencia al país al sector de hidrocarburos 33%



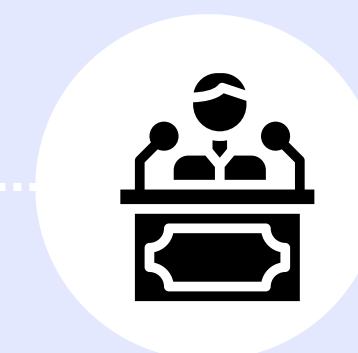
Demanda constante de productos derivados del petróleo.



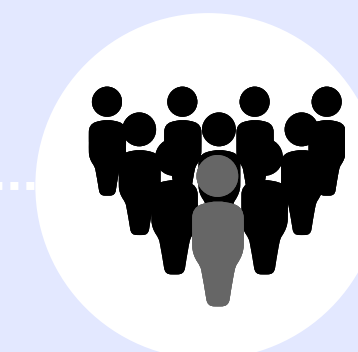
Tener uno de los clientes más grandes del país y del continente

SECTOR PETROLERO DE OLEODUCTOS, POLIDUCTOS Y GASODUCTOS.

02. Análisis de Referencia



Incertidumbre por contexto político



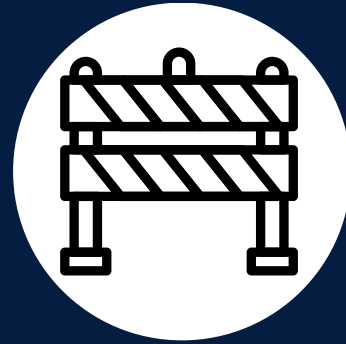
Alta concentración de ofertantes



Incremento de la inseguridad en los territorios



Perfilamiento y conocimiento de los equipos tomadores de decisión



Barreras de entrada a nuevos competidores



Experiencia en el mercado

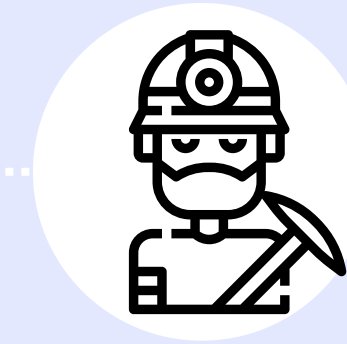
OBRAS DE INGENIERIA CIVIL



El abanico de estrategias de Marketing es reducido

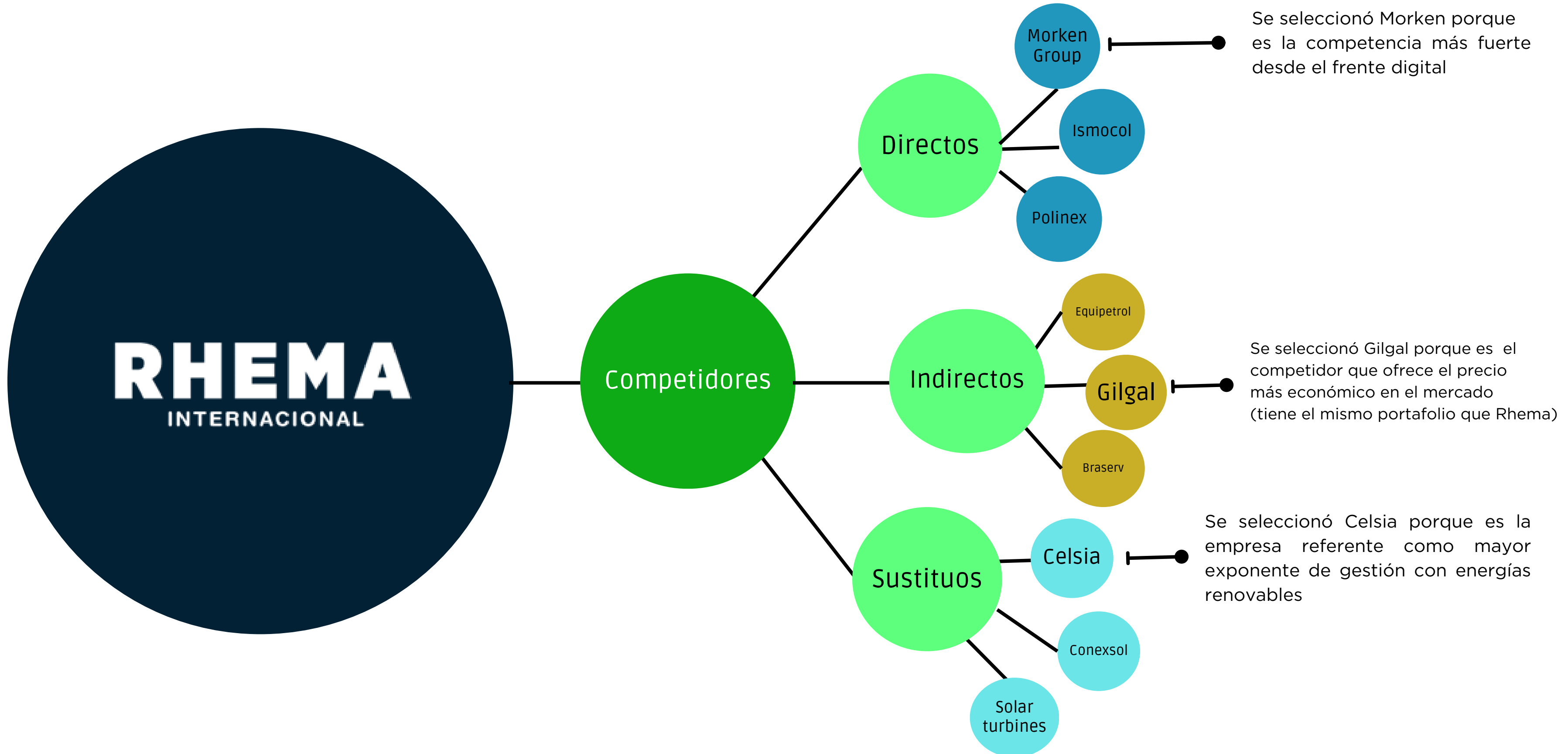


Ausencia de un plan de acción sobre nuevas tecnologías en energías alternativas



Déficit de mano de obra especializada en los proyectos

03. Análisis de Nicho





Presencia	40 Seguidores	160 Seguidores	5.000 Seguidores	252 seguidores
Frecuencias y Horarios	Anual	Anual	Semanal	Anual
Tipo de contenido	Texto Propio Informativo	Video Terceros Informativo	Imagen Propio Producto	Video Propio/Terceros Producto
Comunidad	Sector oil & gas	Sector oil & gas	Sector oil & gas	Sector oil & gas
Engagement de Likes	0	80	22	11
Engagement de Comentarios	0	4	5	2

**Batería de
Presencia Digital RHEMA INT**



Presencia	45 suscriptores	984	229
Frecuencias y Horarios	Trimestral	Mensual	Mensual
Tipo de contenido	Formato : Video Origen: Propio Contenido: Informativo (avances de proyectos de alto impacto)	Formato: Video y imagen Propio (Educativo, informativo y cubrimiento a proyectos)	Formato: Video y imagen Propio (Educativo, informativo y cubrimiento a proyectos)
Comunidad	Colegas del sector de hidrocarburos	Perfiles Ingenieros, empresarios, profesionales del sector, empleados.	Perfiles Ingenieros, empresarios, profesionales del sector, empleados.
Engagement de Likes	5	35	20
Engagement de Comentarios	0	5	3

**Batería de
Presencia Digital Gilgal Internacional**



Presencia	31	20	54
Frecuencias y Horarios	2022 2024 -unicas	Anual (2023)	Unico (2022)
Tipo de contenido	Formato: imagen y texto Contenido: informativo	Formato: video Contenido: informativo	Unico (2022)
Comunidad	Personas interesadas que buscan mayor informacion	Seguidores socios del sector	Unico (2022)
Engagement de Likes	6	7	12
Engagement de Comentarios	0	Desactivados	0

**Batería de
Presencia Digital Celsia Energía**



Presencia	80.000 Seguidores	7.5000 Seguidores	178.000 Seguidores	37.000 Seguidores
Frecuencias y Horarios	Lunes a Viernes 10am-6pm	Lunes a Viernes 10am-6pm	Lunes a Viernes 10am-6pm	Lunes a Sabado 10am-6pm
Tipo de contenido	Formato: Video, reels, fotos y texto. Origen: Propio Contenido: Educativo, Informativo y de conciencia ambiental	Formato: Videos y shorts Origen: Propio Contenido: Consciencia ambiental y responsabilidad social	Formato: Videos, fotos y texto. Origen: Propio Contenido: Informativo, educativo, consciencia ambiental y responsabilidad social	Formato: Videos, fotos y texto. Origen: Propio Contenido: Informativo, educativo, consciencia ambiental y responsabilidad social
Comunidad	Adultos interesados en la conservación del medio ambiente y apoyo a proyectos con impacto social.	Adultos interesados en la conservación del medio ambiente y apoyo a proyectos con impacto social.	Empresarios y emprendedores interesados en energias renovables y proyectos medio ambientales.	Adultos interesados en la conservación del medio ambiente y apoyo a proyectos con impacto social.
Engagement de Likes	Promedio: 42 x publicación	Promedio: 29 x publicación	Promedio: 22 x publicación	Promedio: 109 x publicación
Engagement de Comentarios	Promedio: 14,8 x publicación	Promedio: 0,4 x publicación	Promedio: 0,2 x publicación	Promedio: 3 x publicación

Mapa estratégico táctico





Posicionamiento Productos y servicios de la compañía

Estrategia 1

Visualización y posicionamiento de productos y características

Tácticas

Publicación piezas de características de productos

Énfasis certificaciones obtenidas compañía.

Videos informativos implementación de técnicas

Estrategia 2

Creación de Contenidos haciendo promoción de estrategia e innovación

Tácticas

Publicacion videos ayuda a comunidades

Catalogo digital de Productos

Publicacion casos de exito en la industria

**Medios Propios
Redes Sociales pagina Web**



Estrategia 1

Estrategia 2

Tecnología moderna en el diseño, construcción y operación de la infraestructura.

Procedimientos y controles para garantizar la calidad, seguridad y salud en el trabajo

Tácticas

Tácticas

Equipo de talento humano calificado

Implementar sistemas de gestión de calidad, seguridad, salud y medio ambiente (HSEQ) en todas las etapas del desarrollo de infraestructura pública y privada.

Catalogo web para aumentar la participacion del cliente

Planta de equipos propios

MEDIOS PROPIOS

Mostrar los productos de una forma atrayente

Mostrar obras de protección de Geotecnia en eventos

Consecuencias de mantenimientos preventivos y/o correctivos

Consolidarse como referente en sostenibilidad y responsabilidad ambiental, alineando su imagen de marca con la oferta de productos eco-amigables.

Sostenibilidad ambiental

Participación en foros, summits y encuentros de luchas contra el cambio climático.

Directorio Naranja: Comunidad de emprendedores interesados en el ahorro de energía y agua.

Fundación Reverdec: Contribución para sembrar arboles nativos y restaurar ecosistemas estratégicos en Colombia.

Responsabilidad Social

Ejecución de proyectos de infraestructura vial en Cauca y Tolima con inversión de mas de 18mil millones COP

Becas educativas para estudiantes de zonas rurales del país, con estratos sociales bajos (1 y 2).

Iniciativas de transición energética agrivoltaica a comunidades del pacifico colombiano.

Contenido Educativo

El cuarto Naranja: Podcast en el que se habla de temas de interés general de la industria energética: Energías renovables, eficiencia energética, inversión y nuevos proyectos.

Facebook Lives: Asesoramiento legal, transición energética, derecho corporativo.

Post de beneficios: La importancia de utilizar energías renovables, calcular costos de recargas energéticas, "Como puedes ahorrar más energía"

Mapa de posicionamiento
Análisis propio



Tecnología

Personas

Producto

RHEMA
INTERNACIONAL



MORKEN
GROUP

Trayectoria

Mapa de posicionamiento
Análisis persona 1

Tecnología



Personas

Producto



Trayectoria

Mapa de posicionamiento
Análisis persona 2

Tecnología

MORKEN
GROUP

RHEMA
INTERNACIONAL

 **GILGAL**
Internacional


CELSIA

Personas

Producto

Trayectoria

Mapa de posicionamiento
Análisis resumido (Persona 1 y 2)

Tecnología



MORKEN
GROUP

Personas



Producto

RHEMA
INTERNACIONAL

Trayectoria

RHEMA
INTERNACIONAL

- Perforacion en caliente
- Hot tap and line stop
- Oil and gas
- Responsabilidad social ambiental
- Construcción y mantenimiento de oleoductos
- Presencia en eventos

 **GILGAL**
Internacional

- Hot tap and line stop
- Oil and gas
- Mantenimiento preventivo y correctivo
- Accesorios para Hot Tap y obturación

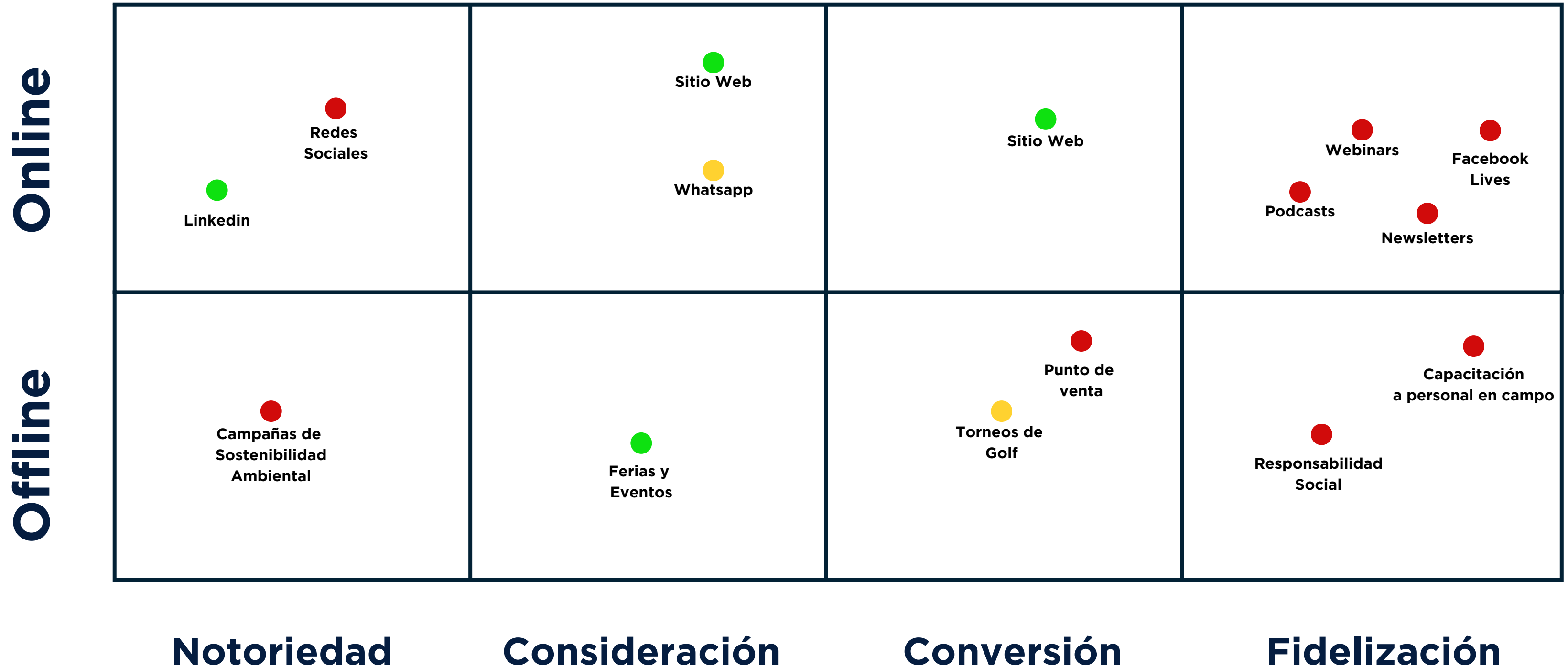
MORKEN
GROUP

- Mantenimiento preventivo y correctivo
- Capacitaciones y seminarios
- Oil and gas
- Hot tap and line stop
- Presencia en eventos

 **CELSIA**

- Transporte de energía
- Responsabilidad social ambiental
- Sensibilidad pedagógica sobre el uso de la energía
- Publicación diaria de contenido en Web

RHEMA



MORKEN GROUP

Online

Offline

<p>Linkedin</p> <p>Redes Sociales</p>	<p>Sitio Web</p> <p>Whatsapp</p>	<p>Sitio Web</p>	<p>Podcasts</p> <p>Webinars</p> <p>Newsletters</p> <p>Facebook Lives</p>
<p>Campañas de Sostenibilidad Ambiental</p>	<p>Ferias y Eventos</p>	<p>Torneos de Golf</p> <p>Punto de venta</p>	<p>Responsabilidad Social</p> <p>Capacitación a personal en campo</p>

Notoriedad

Consideración

Conversión

Fidelización

GILGAL

Online

Offline

<p>Linkedin</p> <p>Redes Sociales</p>	<p>Sitio Web</p> <p>Whatsapp</p>	<p>Sitio Web</p>	<p>Podcasts</p> <p>Webinars</p> <p>Newsletters</p> <p>Facebook Lives</p>
<p>Campañas de Sostenibilidad Ambiental</p>	<p>Ferias y Eventos</p>	<p>Torneos de Golf</p> <p>Punto de venta</p>	<p>Responsabilidad Social</p> <p>Capacitación a personal en campo</p>

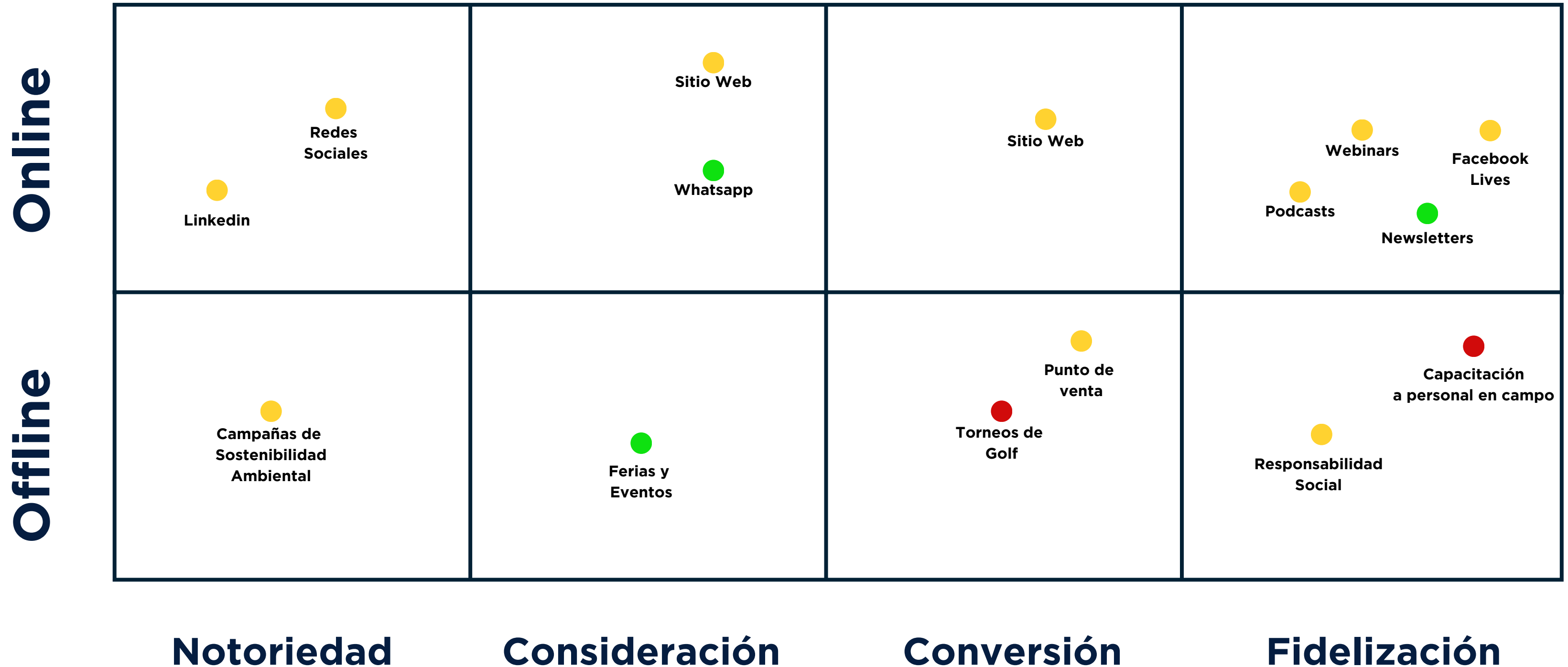
Notoriedad

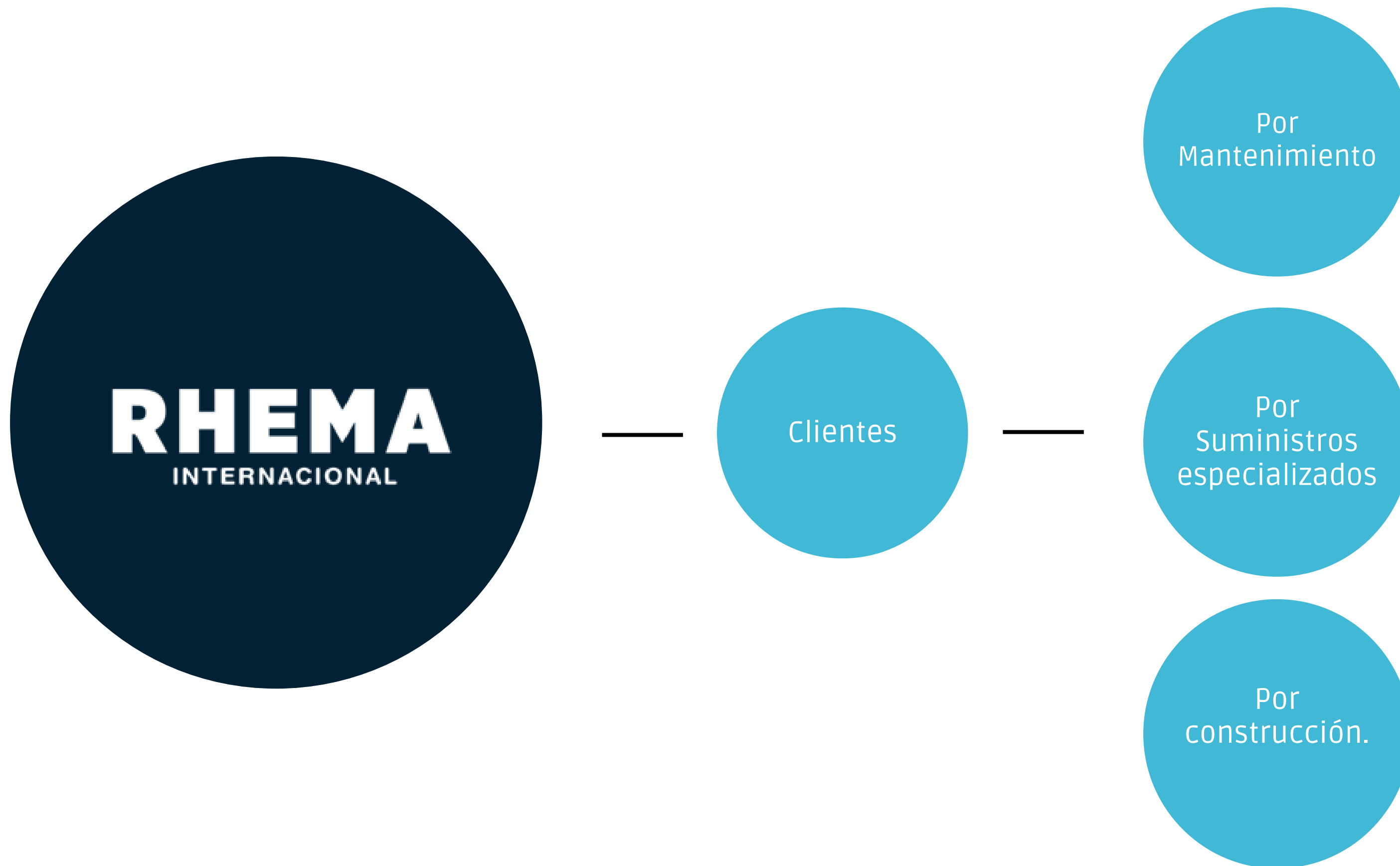
Consideración

Conversión

Fidelización

CELSIA



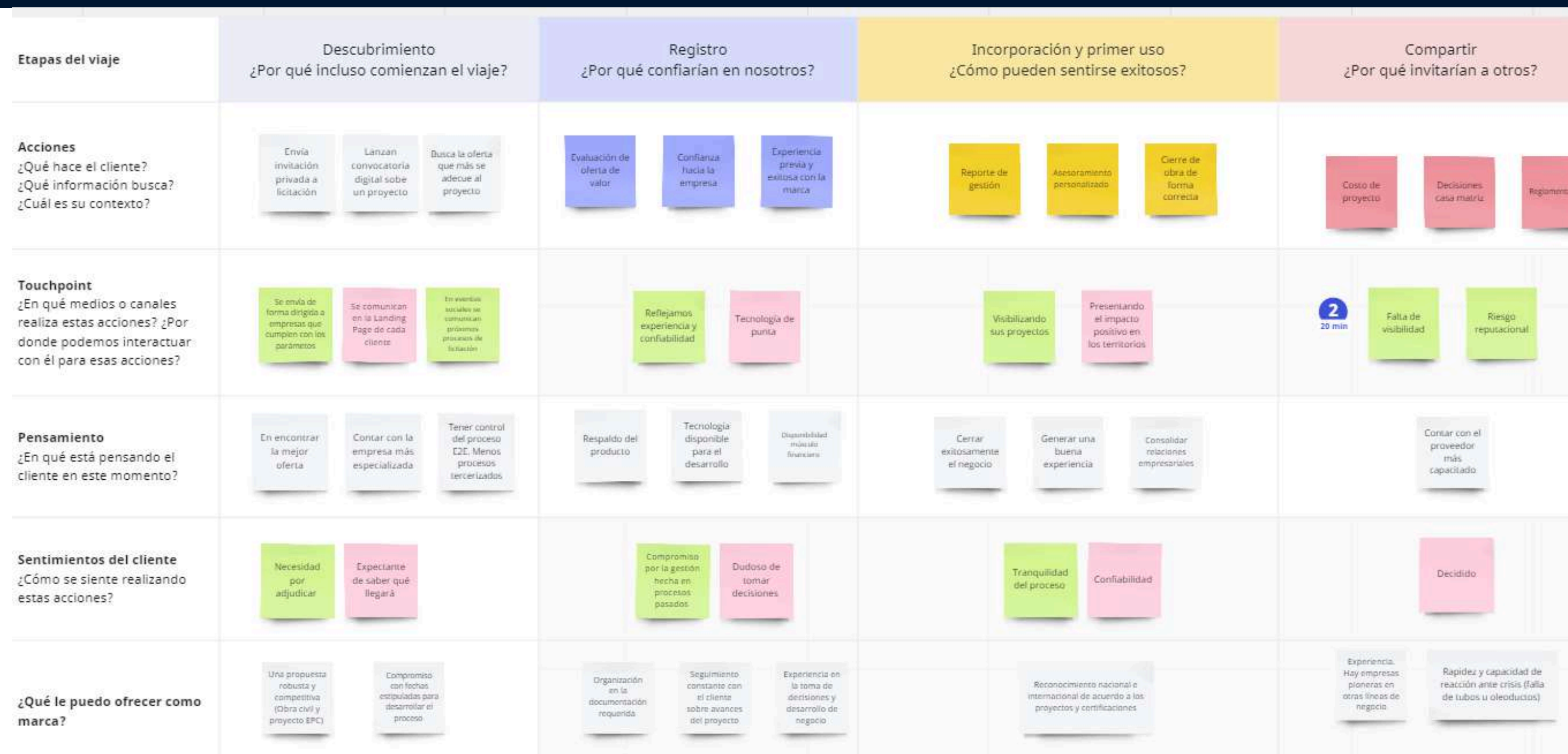


BATERIA DE INSIGHTS



- El relacionamiento y cierre de negocios se genera en eventos sociales.
- Perciben la competencia como un elemento positivo para el desarrollo del sector.
- Las personas que toman las decisiones de adjudicación de contratos tienen gastos elevados.
- Invierten atención en fidelización del cliente.
- Su promesa de valor está centrado en experiencia y tecnología.
- El discurso de RSE está siendo cada vez más explícito e importante en su narrativa corporativa.

Customer journey



Link de acceso al documento en Miro:

https://miro.com/welcomeonboard/Y00wMmdWR3owOVJpbWtScjJVU3hWT2NsUG5zV2ZvZjFrZzhwQjZXQnhoV1ILYVICM1A2Z2dCVnFxSk5xWUxjS3wzNDU4NzY0NTE0Njk1MDg5MDkzfdI=?share_link_id=156434332293

TOFU

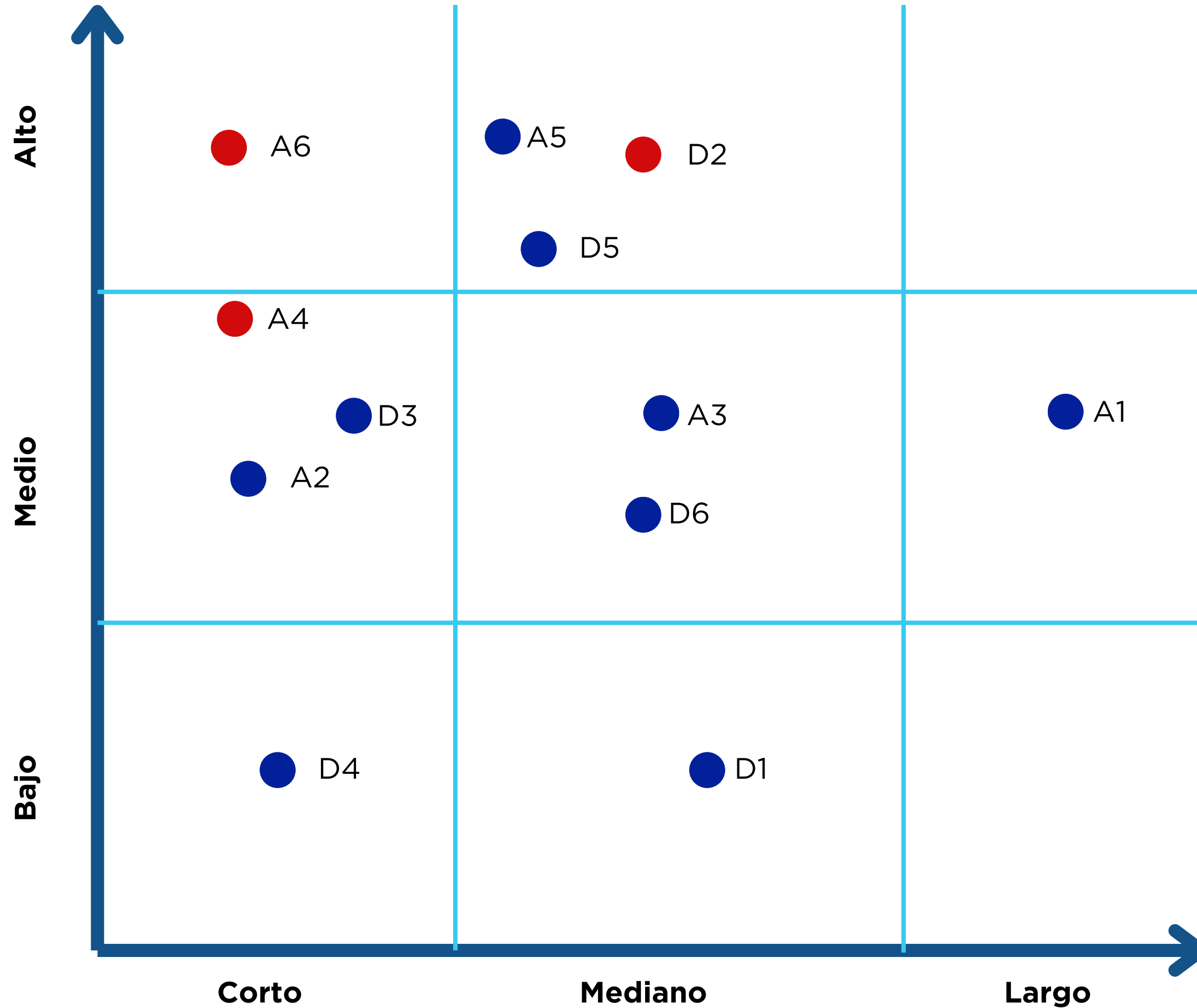
- A1** La industria Oil & Gas es percibida como una de los mayores contaminantes del aire y agua en el mundo. Incurriendo en riesgos medioambientales y de reputación.
- A2** Existe una alta concentración de ofertantes que compiten por proyectos reducidos, incurriendo incluso en estrategias de baja de precios que puede afectar la rentabilidad de los proyectos.
- D1** Inactividad en redes sociales: Limita el alcance de la empresa y su capacidad para conectarse con nuevos clientes potenciales.
- D2** LinkedIn que es la principal plataforma de la empresa de contacto con posibles clientes, nuevos empleados y otros actores de la industria y no tiene contenido regular.

MOFU

- A3** Disminución en la cantidad de proyectos ofertados a causa de políticas públicas tomadas por el gobierno actual.
- A4** No generan contenido de tipo aspiracional. Por lo tanto, cualquier acercamiento que tiene el cliente respecto a la marca es enfocado al producto o servicio ofertado por la marca, siendo un lenguaje técnico que se limita a un segmento muy específico de la industria.
- D3** Baja participación en eventos y ferias del sector petrolero, plataformas vitales para establecer conexiones, promover la marca y los desarrollos tecnológicos de la empresa.
- D4** El sitio web de la página no está actualizado, aun cuenta con imágenes y logos que fueron cambiados durante su proceso de rebranding.

BOFU

- A5** Existen competidores que ofertan “capacitaciones en campo para los empleados de los clientes” una vez terminados los servicios de mantenimiento; generando un valor agregado dentro de su oferta y que puede percibirse como un elemento diferenciador en la toma de decisión.
- A6** No existe una cultura de marketing enfocada en la fidelización de clientes para el sector. Ocasionando que sea difícil de implementar este tipo de estrategias con el cliente, ya que no está acostumbrado a ser parte de este tipo de actividades.
- D5** No se implementa estrategias de fidelización de clientes, como la organización de webinar o el envío regular de newsletters. Estas tácticas son fundamentales para fomentar un vínculo sólido entre nuestra marca y nuestros clientes, al proporcionarles acceso directo a contenido relevante y actualizaciones sobre la industria.
- D6** La empresa no realiza estrategias de impacto social, un factor que genera una impresión positiva en las comunidades y el entorno en que se opera y que además puede influir significativamente en la percepción de la marca y lealtad del cliente.



**MATRIZ
DE
IMPACTO**

OBJETIVO TOFU

Aumentar el número de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) en las publicaciones de LinkedIn en un 50% durante el próximo semestre.



1. Variable

2. Escala:

3. Nombre:

4. Línea Base:

5. Rango:

6. Horizonte:

7. Definición:

8. Instrumento:

9. Categorías:

10. Preguntas:

11. Fórmula:

Porcentaje

Porcentaje de interacción en
Linkedin Likes: 22 ; Comentarios: 5

Max: 50% ; Min: 45%

Mensual

N/A

Conteo de Likes, comentarios y
compartidos

N/A

N/A

Promedio Likes x
Publicación
Periodo Actual



Promedio Likes x
Publicación
Periodo Anterior

Promedio Likes x Publicación Periodo Anterior

x100

Mapa estratégico táctico

OBJETIVO

Aumentar el número de interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) en las publicaciones de LinkedIn en un 50% durante el próximo semestre.

Proporcionar contenido con un enfoque educativo, de responsabilidad social y ambiental.

Tácticas

Creación de infografías con temas actuales pertenecientes a la industria en un lenguaje práctico,

Videos en formato Podcast con Líderes de opinión que traten casos de éxito y modelos en la industria.

OBJETIVO MOFU

Lograr que 50% de la población
aledaña en donde tenemos
operación posea una percepción
positiva de nuestra compañía
para el cierre del mes de
Noviembre de 2024 .



1. Atributo:	Percepción Positiva de la compañía
2. Escala:	Porcentaje
3. Nombre:	percepción positiva de nuestra compañía
4. Línea Base:	N/A
5. Rango:	Positiva superior al 50%
6. Horizonte:	Trimestral
7. Definición:	Se realizara encuestas acerca de los beneficios que otorga la compañía a la población
8. Instrumento:	Encuesta
9. Categorías:	Nivel alto = Poblador percibe como positiva nuestras acciones en un 70% y 100% Nivel Medio = Poblador percibe como positiva nuestras acciones en un 50% y un 69%
10. Preguntas:	Nivel bajo = Poblador percibe como positiva nuestras acciones en un 0% y un 49%
11. Fórmula:	Considera que las acciones desarrolladas por la compañía son beneficiosas para la comunidad Pobladores que tiene una percepción positiva superior al 50

Mapa estratégico táctico

OBJETIVO

Lograr que 50% de la población aledaña en donde tenemos operación posea una percepción positiva de nuestra compañía para el cierre del mes de Noviembre de 2024 .

Estrategia

Creación contenido informativo sobre practicas de seguridad en procesos y divulgación de los mismos en la comunidad

Tácticas

Eventos de socialización acerca de los proyectos de RSE enfocados a la comunidad



Videos Educativos

OBJETIVO BOFU

Innovar en estrategias de fidelización, logrando que el 15% de los clientes interactúen en nuestros canales digitales en el 2024

Canales digitales de fidelización:
Webinar y ABC del negocio

1. Variable:	Porcentaje
2. Escala:	Porcentaje de clientes que interactúan
3. Nombre:	N/A
4. Línea Base:	Max: 15% - Min: 10%
5. Rango:	Trimestral
6. Horizonte:	N/A
7. Definición:	Conteo de participantes
8. Instrumento:	N/A
9. Categorías:	N/A
10. Preguntas:	N/A
11. Fórmula:	Promedio de clientes alojados en bases de datos / cantidad de participantes

Mapa estratégico táctico

Objetivo

Innovar en estrategias de fidelización, logrando que el 15% de los clientes interactúen en nuestros canales digitales

Estrategia 1

Contenidos digitales RSE y educativo

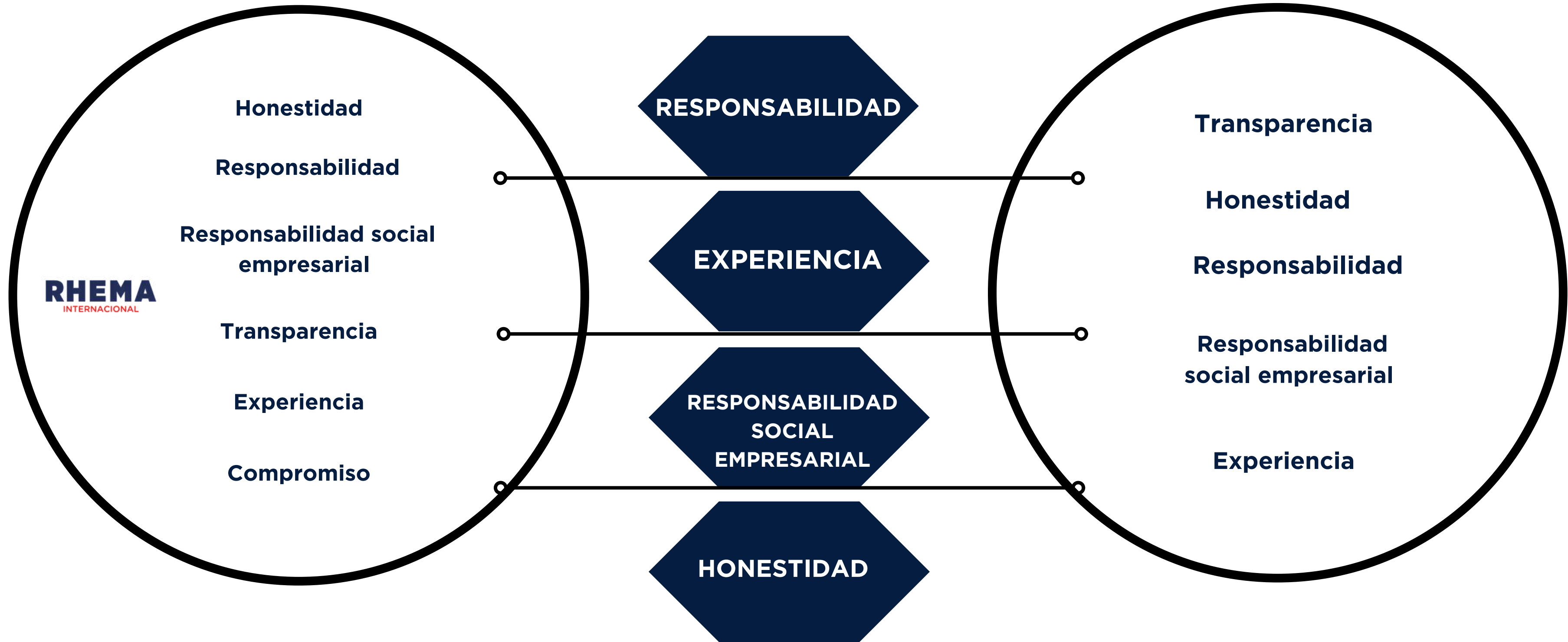
Tácticas

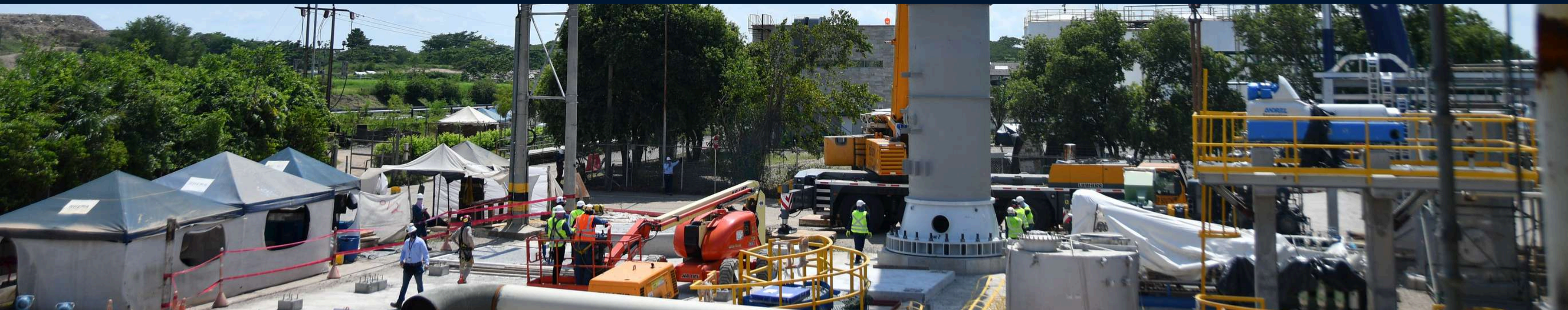


**Suscripción Webinar
novedades del sector
frente a RSE)**



**News letter ABC de lo que
hacemos**





VALORES

- Experiencia

MORKEN
GROUP

- Cercanía



- Empatía



LO QUE NOS HACE DIFERENTES

- Seguridad

RHEMA
INTERNACIONAL

Seguridad:

Percepción de una empresa fiable con los productos que ofrece. Una compañía interesada en proveer productos seguros en los territorios donde opera siendo responsable y empática.

EMPRENDIMIENTO PARA LOS ENTORNOS DIGITALES

Lista de Problemas

Toma de
decisiones
concentrada

Baja inserción
en el mercado
de LATAM

Poco
reconocimiento
de la empresa
como
prestadora de
servicios EPC

Falta de
personal
capacitado

No se manejan
estrategias
BOFU para la
fidelización

No hay un plan
de Marketing
Definido

Percepción
Negativa
generalizada
de la industria

No hay relevo
generacional

Poco alcance e
interacciones
en redes
sociales

Arbol de Problemas

Gran problemática (Toma de desiciones concentrada)

Efecto primer Nivel

Dilación en la respuesta del mercado

Dificultad en la respuesta rápida a eventos o tendencias del mercado que requieran un avance inmediato tanto tecnológicamente como organizacional

Efecto primer Nivel

Perdida de oportunidades

Rhema Int puede perder la oportunidad de aprovechar tendencias del mercado o de adelantarse a sus competidores.

Efecto primer Nivel

Bajo crecimiento financiero

Afecta negativamente el retorno de la inversión de la empresa y limitar su capacidad para generar crecimiento.

Problema central (oportunidades de crecimiento sin explorar de Rhema Internacional en LATAM)

Causa primer Nivel

Causa de primer nivel (bajo nivel de exploracion en el mercado)

Causa primer Nivel

Causa de primer nivel (Una vez se da a conocer la propuesta de valor puede notarse equipos con baja capacidad y dificultad en transmitir un valor diferenciado para competir)

Causa segundo Nivel

Causa de segundo nivel (El estado en el que se encuentra la empresa hace que su rango de accion esté concentrado solo en Colombia)

Causa de segundo nivel (se reduce la capacidad de conectar con clientes potenciales)

Causa segundo Nivel

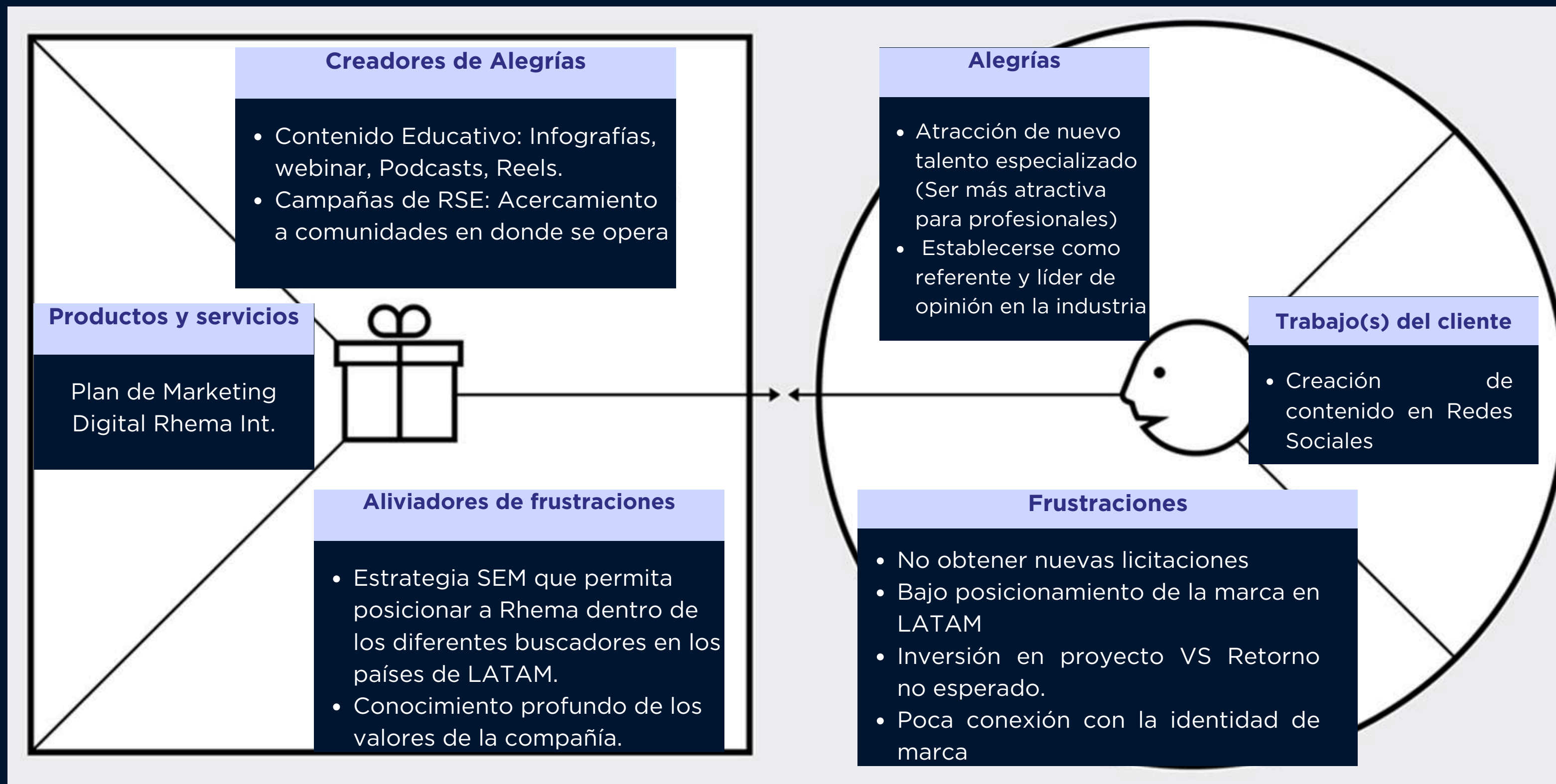
Causa de segundo nivel (ausencia de un plan de marketing establecido/ Limitada estrategia de comunicacion de transmitir la propuesta de valora los nichos de interes)

Causa de segundo nivel (ausencia de un plan de marketing establecido)

Causa de segundo nivel (ausencia de un plan de marketing establecido/ Limitada estrategia de comunicacion de transmitir la propuesta de valora los nichos de interes)

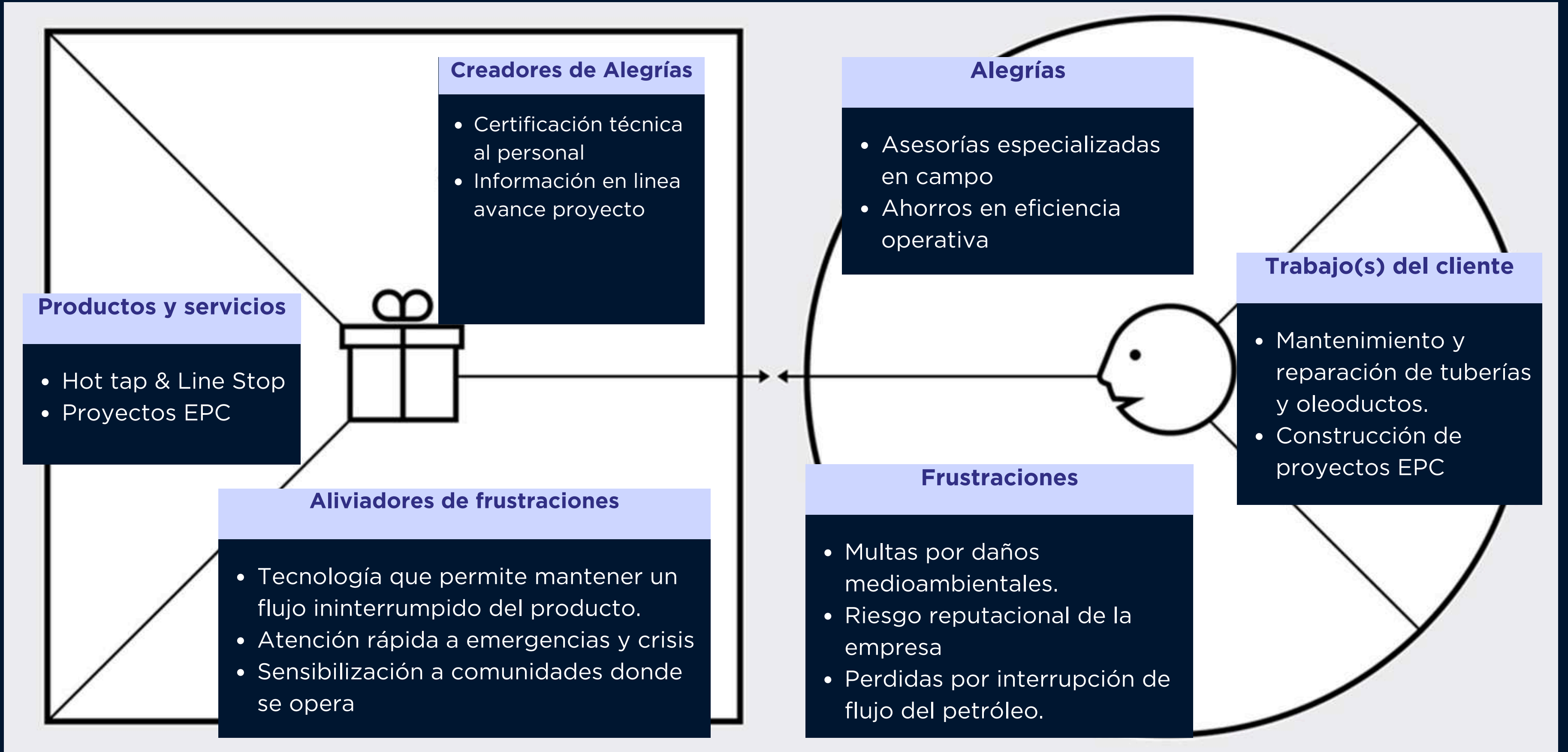
RETO

¿Cómo podríamos diseñar una estrategia de marca para Rhema que permita aumentar su visibilidad en el mercado internacional-LATAM?





PROPUESTA DE VALOR DE LA EMPRESA PARA SU CLIENTE



Hipótesis de Deseabilidad

Creemos que

Una estrategia de Marketing enfocada en Responsabilidad Social Empresarial permite generar mayor visibilidad de la marca en el entorno LATAM.

Generar contenido Educativo nos permitirá posicionarnos como una empresa líder de opinión a nivel LATAM

El canal más adecuado para llegar a nuestros clientes es LinkedIn

Hipótesis de Factibilidad

Creemos que

Nuestra tecnología asegura un constante flujo del producto sin interrupciones o perdidas

Al contar con representaciones especializadas en productos de marcas reconocidas como: Weldfit, Plidco y Pollyward nos permite generar confianza con nuestros clientes.

Podemos realizar todas las actividades de reparación y mantenimiento con el nivel de calidad y rapidez necesario.

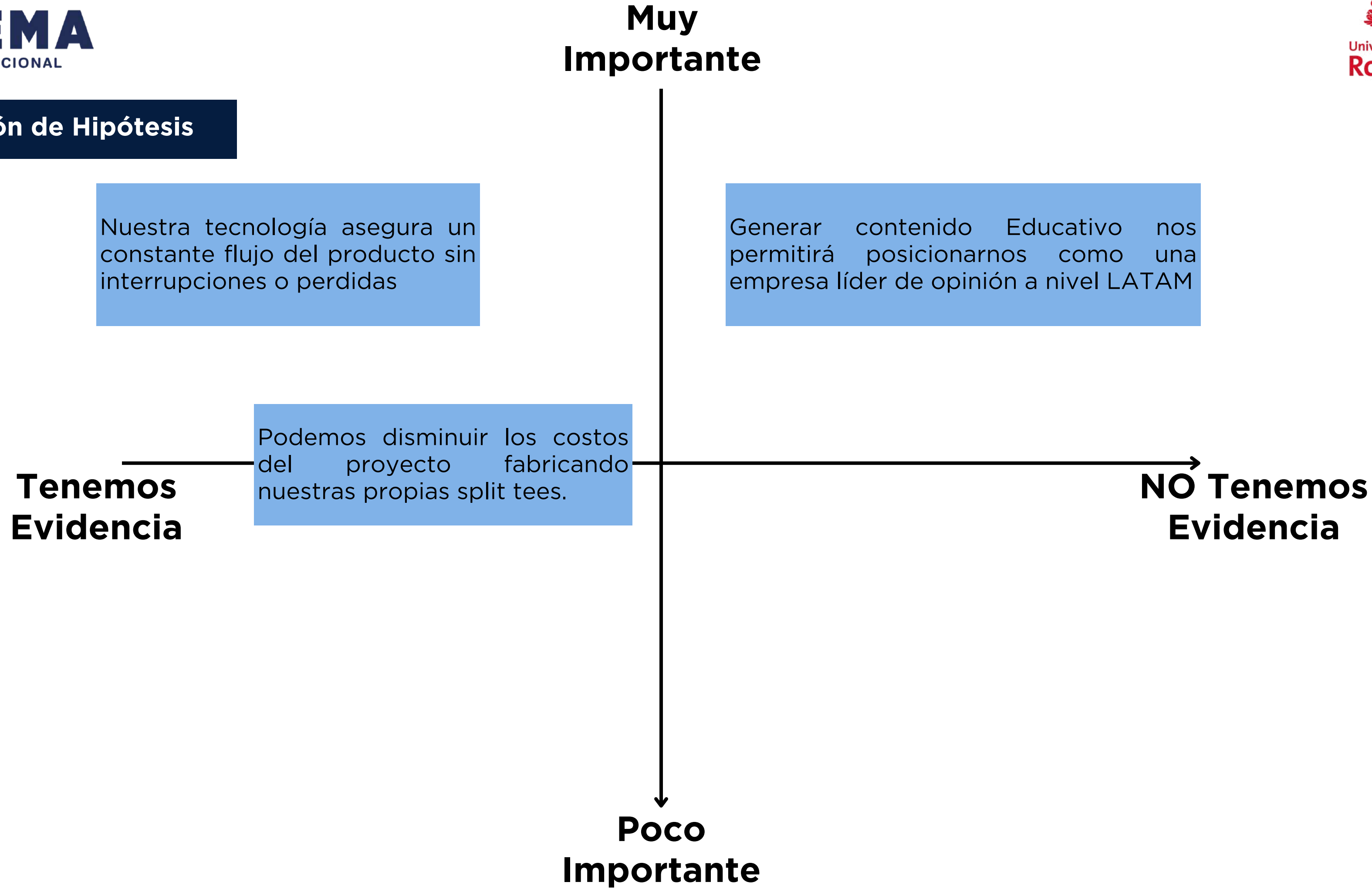
Hipótesis de Viabilidad

Creemos que

Podemos estructurar una mejor proyección de costos y asegurar un incremento en los márgenes de rentabilidad

Podemos disminuir los costos del proyecto fabricando nuestras propias split tees.

Priorización de Hipótesis



Hipótesis

Generar contenido Educativo nos permitirá posicionarnos como una empresa líder de opinión a nivel **LATAM**

Hipótesis de Deseabilidad

- Replantear el plan de Marketing.
- Replantear la hipótesis.

Segmento

El segmento de usuario elegido son los coordinadores de cada área de **RHEMA INTERNACIONAL** tanto administrativos como operativos (Talento humano, Negocios ,Licitaciones y Ofertas, HSE, calidad, Gerencia General, Proyectos)

Criterio de Éxito

El criterio de éxito es que los colaboradores estén de acuerdo con “Generar contenido Educativo nos permitirá posicionarnos como una empresa líder de opinión a nivel LATAM” validando así el experimento con el envío y valoración positiva en la encuesta.

Diseño del Experimento

Se diseñó una encuesta en Google Forms de 7 preguntas de opción múltiple y de escala de valor de 1 a 5 , encuesta que se compartió con los líderes de procesos (Coordinadores de áreas) que nos diera valores de referencia sobre la hipótesis de **“Generar contenido educativo para posicionar a RHEMA en LATAM”** y de esta manera poder validarla.

El experimento lo respondieron 18 colaboradores de las diferentes áreas tanto Administrativo como Operativo de la compañía que fueron seleccionados a ser encuestados ya que los colaboradores tienen conocimiento tanto de la compañía como del sector de Hidrocarburos en Colombia por su experticia y amplia trayectoria.

Rhema Int.

sebastianblga09@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. En una escala de 1 a 5 que tan interesado estaría en participar en espacios de transferencia de conocimientos (Ej. Webinar, infografías, Reels, entrevistas) de la industria Oil & Gas.

Poco Interesado 1 2 3 4 5 Muy Interesado

2. En una escala de 1 a 5 que tan interesado estaría en escuchar Podcasts relacionados a casos de éxito en proyectos de la Industria Oil & Gas

Poco Interesado 1 2 3 4 5 Muy Interesado

3. En una escala de 1 a 5 que tan interesado estaría usted en leer contenido acerca de responsabilidad social y sostenibilidad ambiental

Poco Interesado 1 2 3 4 5 Muy Interesado

4. ¿Cree usted que realizar este tipo de contenido genera valor para la empresa dentro de la industria?

Si

No

5. ¿Cree usted que este tipo de contenido genera visibilidad para los miembros activos dentro de la industria Oil & Gas?

Si

No

6. ¿Considera que los proyectos de Responsabilidad Social Empresarial mejoran la percepción de la marca en la Industria?

Si

No

7. ¿En cual red social considera usted habría mayor visibilidad de este contenido?

Facebook

Instagram

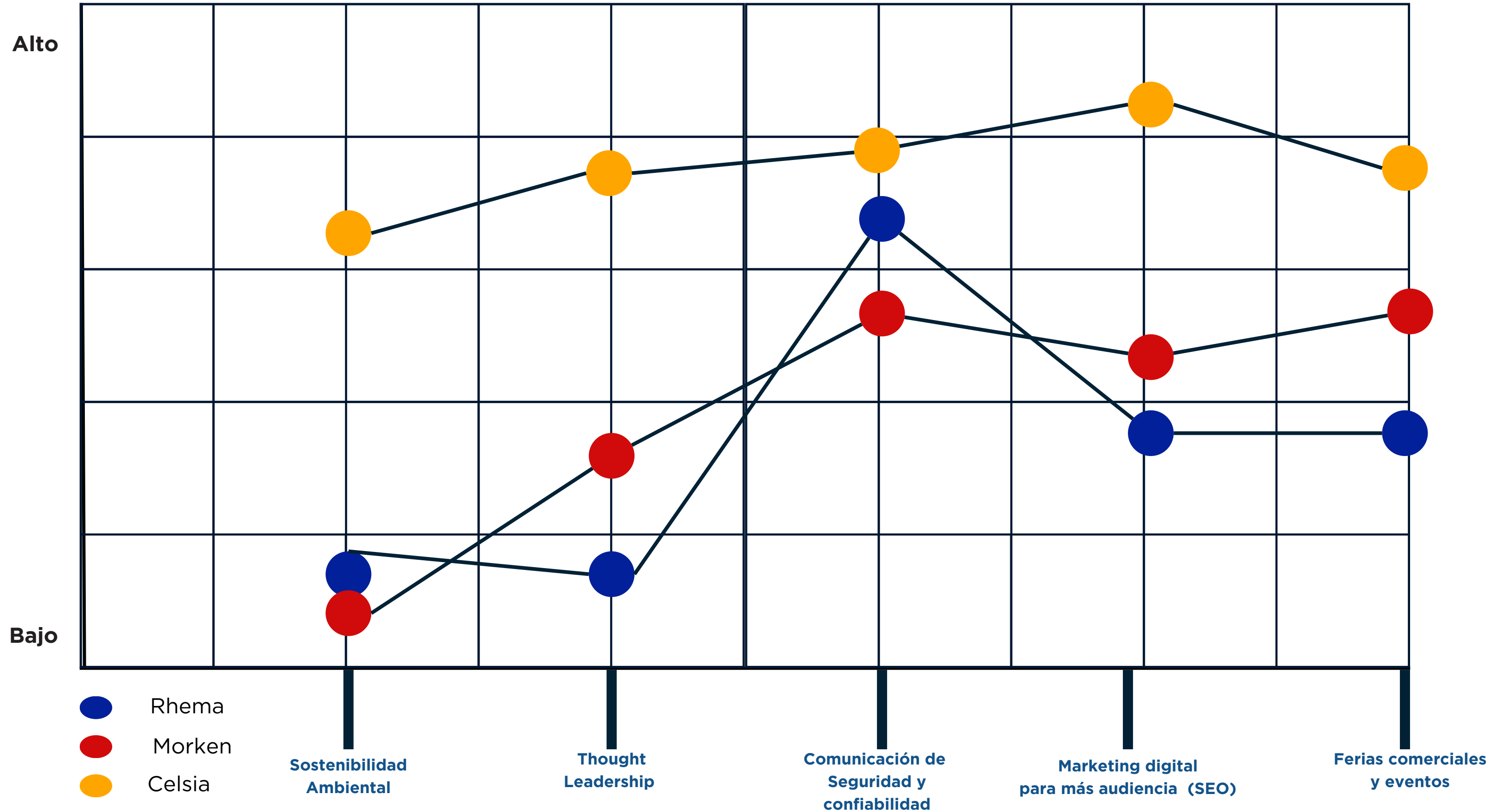
Tiktok

LinkedIn

Youtube

Enviar [Borrar formulario](#)

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSednhdxfnbMOK0uqW122X5jJKr01h8gHDzeYUybtJ-qpJOCQw/viewform>



Nosotros creíamos que

Generar contenido Educativo nos permitirá posicionarnos como una empresa líder de opinión a nivel **LATAM**

Nosotros observamos

Que pese a que Rhema no genera contenido educativo para sus stakeholder, los comerciales y coordinadores de área consideran que puede ser una propuesta de valor para ser percibidos como una empresa referente en el sector

De ahí aprendimos qué

Los clientes tienen en cuenta al momento de tomar decisiones de contratos, cómo la empresa proyecta su gestión con el medio ambiente y las comunidades donde opera con contenido educativo

Por lo tanto vamos a

Generar una propuesta de campaña de marketing educativo para Rhema que permita posicionar sus valores, experiencia y participación en programas de RSE, siendo esto palanca para su posicionamiento a nivel LATAM

¿Qué

- El 88% de los coordinadores de área están interesados en participar y generar espacios de transferencias de conocimientos como lo son webinar, infografías, Reels, etc.
- Generar contenido educativo permite posicionar a la empresa como una líder de opinión en la industria.
- LinkedIn es la red social que puede dar mayor visibilidad a los contenidos comunicados por la empresa.

Insights: Abstracción de la información consultada

- La experiencia transmite credibilidad en los contenidos publicados.
- Los proyectos de responsabilidad social y sostenibilidad ambiental mejoran la percepción de la marca en la industria.

Frases Textuales

- “La red social en la que me puedo actualizar de la industria es LinkedIn”
- “Para nuestros clientes la responsabilidad social puede ser un determinante a la hora de elegir un proveedor”

Preguntas Directriz

- ¿Sería positivo centralizar nuestro contenido en un solo vocero?
- ¿Es necesario capacitar a nuestros voceros para que su comunicación sea asertiva?
- ¿Realmente las personas quieren ser voceras?

PROPUESTA DE VALOR

Con nuestro servicio de HOT TAP, las petroleras obtienen experiencia y seguridad en la gestión de emergencias, asegurando la continuidad del flujo de productos refinados y minimizando pérdidas.

PROPUESTA DE VALOR AGENCIA

Con nuestro plan de marketing, Rhema se posicionará como referente de seguridad en el sector Oil&Gas, incrementando su visibilidad en LATAM.

GERENCIA DE CLIENTES EN ENTORNOS DIGITALES

Wilmer Blanco, Nicolás Aristizabal, Sebastián Castañeda
Sebastián Blanco, Fabián Enríquez



Trabajos

- Mantenimiento y reparación de tuberías y oleoductos
- Construcción de proyectos EPC



Alegrías

- Asesorías especializadas en campo de prevención de derrames.
- Ahorro en eficiencia operativa.
- Aseguramiento de flujo constante de petróleo durante el proceso de mantenimiento, sin interrupción.
- Reconocimiento de líderes por gestión eficiente de recursos y atención temprana a riesgos.



Frustraciones

- Multas por daños medioambientales.
- Riesgo reputacional de la empresa.
- Pérdidas por interrupción de flujo del petróleo.
- Enfrentamiento de demandas legales por personas y empresas que se ven afectadas por el derrame.
- Atención mediática de prensa por daños medioambientales.

Iniciador

Escenario 1 - Mantenimiento de oleoductos:

- Jefe de mantenimiento evidencia fecha próxima a procesos de mantenimiento y/o revisiones de recertificación.

Aconsejador

- **Portal registro proveedores Ecopetrol y CENIT:** Plataforma donde están los criterios de selección de proveedores de servicios.

Decisor

- Departamento de mantenimiento y operaciones son los responsables de ordenar dicho gasto.

Escenario 2 - Atención a emergencias:

- Grupos al margen de la ley

- Trabajadores en campo con experiencia previa a este tipo de escenarios

- Departamento de mantenimiento y operaciones son los responsables de ordenar dicho gasto.

Comprador

Escenario 1 - Mantenimiento de oleoductos:

- Área de Compras: Expide orden de compra luego de recibir orden del Depto de mantenimiento y operaciones

Escenario 2 - Atención a emergencias:

- Área de Compras: Expide orden de compra luego de recibir orden del Depto de mantenimiento y operaciones

Consumidor

- **Países a los que se exporta** el crudo como China, India, Brunei y Singapur

- Refinerías nacionales e internacionales

Modelo de Atención

Multicanal

- En Rhema Internacional, optamos por un modelo de atención multicanal por razones estratégicas que se ajustan a las características únicas de nuestro sector especializado y de nicho.
- Al enfocarnos en un público objetivo específico y reducido, nos permite brindar una atención personalizada y de alta calidad a través de canales seleccionados, como el teléfono, correo electrónico reuniones virtuales y presenciales. Esta estrategia nos permite profundizar en las necesidades y requerimientos de cada cliente, estableciendo relaciones duraderas y satisfactorias, sin embargo contamos con un canal inicial por medio de nuestra página WEB que será nuestro primer filtro de atención
- Consideramos que la implementación de un modelo omnicanal, si bien ofrece una experiencia fluida a través de múltiples canales, no se adapta de manera óptima a nuestro contexto. Dado el bajo volumen de clientes y la complejidad de sus necesidades, la atención personalizada y especializada resulta más efectiva y eficiente.
- Dentro de nuestra dinámica empresarial entendemos que la comunicación eficaz y la colaboración clara y concisa son elementos cruciales para el éxito, tal es el caso de la adopción de la herramienta Teams que nos permite optimizar la comunicación en tiempo real y facilitar el contacto mediante reuniones virtuales sin importar la ubicación de las personas del equipo.
- Nuestra página Web como puerta de entrada a la información y participación, a su vez actúa como plataforma integral para mostrar nuestra marca y servicios, brindar soporte al cliente y mejorar su participación.



Whatsapp

-Atención inmediata: El canal de WhatsApp permite una respuesta rápida y directa a las solicitudes del cliente.

-Comunicación personalizada: La interacción uno a uno a través de WhatsApp facilita una comunicación personalizada y adaptada a las necesidades específicas del cliente

-Disponibilidad extendida: El canal de WhatsApp está disponible durante un horario extendido para atender a los clientes en cualquier momento que lo necesiten.



Teams

-Review Meetings: Información actualizada con el cliente sobre el progreso del proyecto, incluyendo avances, desafíos, anticipos, pagos por avances y próximos pasos a seguir.



Página Web

-Navegación y búsqueda de información: El cliente puede navegar por la página web para encontrar información sobre los productos y servicios de Rhema Internacional

-Sección de PQRS (Peticiónes, Quejas, Reclamos y Sugerencias): El cliente puede acceder a la sección de PQRS para presentar una petición, queja, reclamo o sugerencia relacionada con los productos o servicios de Rhema Internacional.



LinkedIn

-Perfil Oficial : Permite que empresarios contacten y visualicen de manera segura las soluciones ofrecidas por la compañía.

-Comparte contenidos: transmite información sobre la empresa y su alcance permitiendo dar alcance a la gestión de proyectos de su línea



Modelo Presencial

Este modelo es fundamental para la compañía ya que el servicio que ofrece RHEMA a sus clientes es de carácter presencial, esto debido a los procesos de reparación de las tuberías directamente en la zona o territorio del país donde se encuentre la fuga de crudo o producto.

Todos los servicios con modelo presencial:

1. Realineamientos de tuberías.
2. Reparación en Caliente Hot tap & Line Stop.
3. Mantenimiento de ductos.
4. Instalación de líneas de tuberías nuevas.
5. PHD Perforación Horizontal Dirigida.
6. Atención a fugas o emergencias.
7. Instalación de facilidades.

Modelo Proactivo

Este modelo lo implementa RHEMA de tal manera que se le ofrece a los clientes servicios preventivos de mantenimiento de los oleoductos mediante tecnología de inspección en línea llamada ILY, por medio de esta se le indica al cliente cuales son los tramos de tubería próximos a remplazar por corrosión o deterioro.

Todos los servicios dados por este modelo:

1. Mantenimiento preventivo de oleoductos.
2. Inspección y detección temprana por medio de tecnología ILY (Inspección en Línea)

Modelo Mediado por Tecnología

Este modelo es muy importante para la atención continua al cliente de principio a fin, ya que se implementan varios canales en las diferentes etapas a través de las cuáles el cliente le da seguimiento del servicio.

Microsoft 360 (Teams)
Correo corporativo.
WhatsApp Corporativo.
Redes Sociales (Linkedin, Instagram)
Página Web.

Los servicios prestados por este modelo:

1. Cotizaciones.
2. Charlas técnicas.
4. Reuniones de Avances de obra.
5. Licitaciones.
6. Encuesta de satisfacción al cliente.

Modelo Reactivo

Este modelo es implementado por la compañía cuando el cliente necesita la atención de una reparación de emergencia sin previa planificación o fuga, y de manera reactiva RHEMA atiende esta solicitud con una atención inmediata, evitando la pérdida de producto (gas, petróleo, refinados etc), dinero, e impacto medio ambiental que este implica.

Todos los servicios dados por este modelo:

1. Atención a fugas o emergencias.
2. Reparación en Caliente Hot tap & Line Stop.

Modelos de Atención

Modelo Presencial

NIVEL DE SOPORTE :

NIVEL 4-5

RESPONSABLES:

- Ingenieros especializados (mecánicos, civiles, eléctricos)
- Técnicos especializados (Hot Tap , Line Stop)

Modelo Proactivo

NIVEL DE SOPORTE:

NIVEL 2

RESPONSABLES:

- Coordinador de inspección Línea (Ily)
- Coordinador de Negocios.
- Representaciones especializadas Ily (3P Services)

Modelo Mediado por Tecnología

NIVEL DE SOPORTE :

NIVEL 1

RESPONSABLES:.

- Coordinador de Comunicaciones.
- Coordinador de Negocios.
- Coordinador de Licitaciones y Ofertas.

Modelo Reactivo

NIVEL DE SOPORTE:

NIVEL 3

RESPONSABLES:

- Coordinador de Proyectos.
- Coordinador de Negocios.
- Técnicos de Hot Tap.



Universidad del
Rosario

Modelo de Soporte Técnico

RHEMA
INTERNACIONAL

PQRS

<https://www.rhemaint.com/pqrs/>

Proceso de Radicación digital PQRS

A través del siguiente formulario usted podrá enviar su solicitud de PQRS, para dar trámite y respuesta a la Petición, Queja, Reclamo y/o sugerencia presentada por usted, en cumplimiento de lo previsto por la Ley 1581 de 2012 autoriza a RHEMA INTERNACIONAL SAS, a tratar sus datos personales, de acuerdo con nuestra política que podrá consultar en el siguiente enlace: [VER POLÍTICA](#)

De acuerdo con el tipo de solicitud se establecen los tiempos de respuesta, teniendo en cuenta que se dará respuesta en el menor tiempo posible no excediendo los días permitidos por la Ley:

RHEMA cuenta con una sección completa de **PQRS en la página web** donde se enuncia el alcance de esta herramienta y se despliega un formulario para el desarrollo de cualquier petición, queja o reclamo.

Esta solicitud llega directamente al correo pqrs@rhemaint.com y es gestionado directamente por la **Coordinación Administrativa Central de RHEMA** y es redireccionado al área correspondiente, se tiene un tiempo prudencial de **8 días** hábiles para dar respuesta ya que el proceso pasa por evaluación de los diferentes comités (**Convivencia, COPASST, Comité Seguridad Vial, Comité Bienestar, Comité de Crisis**) dependiendo la tipología de la solicitud si es interna o externa.

Tipo de solicitud*

Petición

Tipo de solicitante*

Persona jurídica

Nombre Apellido

CC Número de identificación

Razón social

País

Departamento

Ciudad

Dirección

Email

Teléfono de contacto

Proyecto

Solicitud

Dirección de correo electrónico para respuesta.

***Acepto la política de tratamiento de datos personales. [VER POLÍTICA](#)

ENVIAR

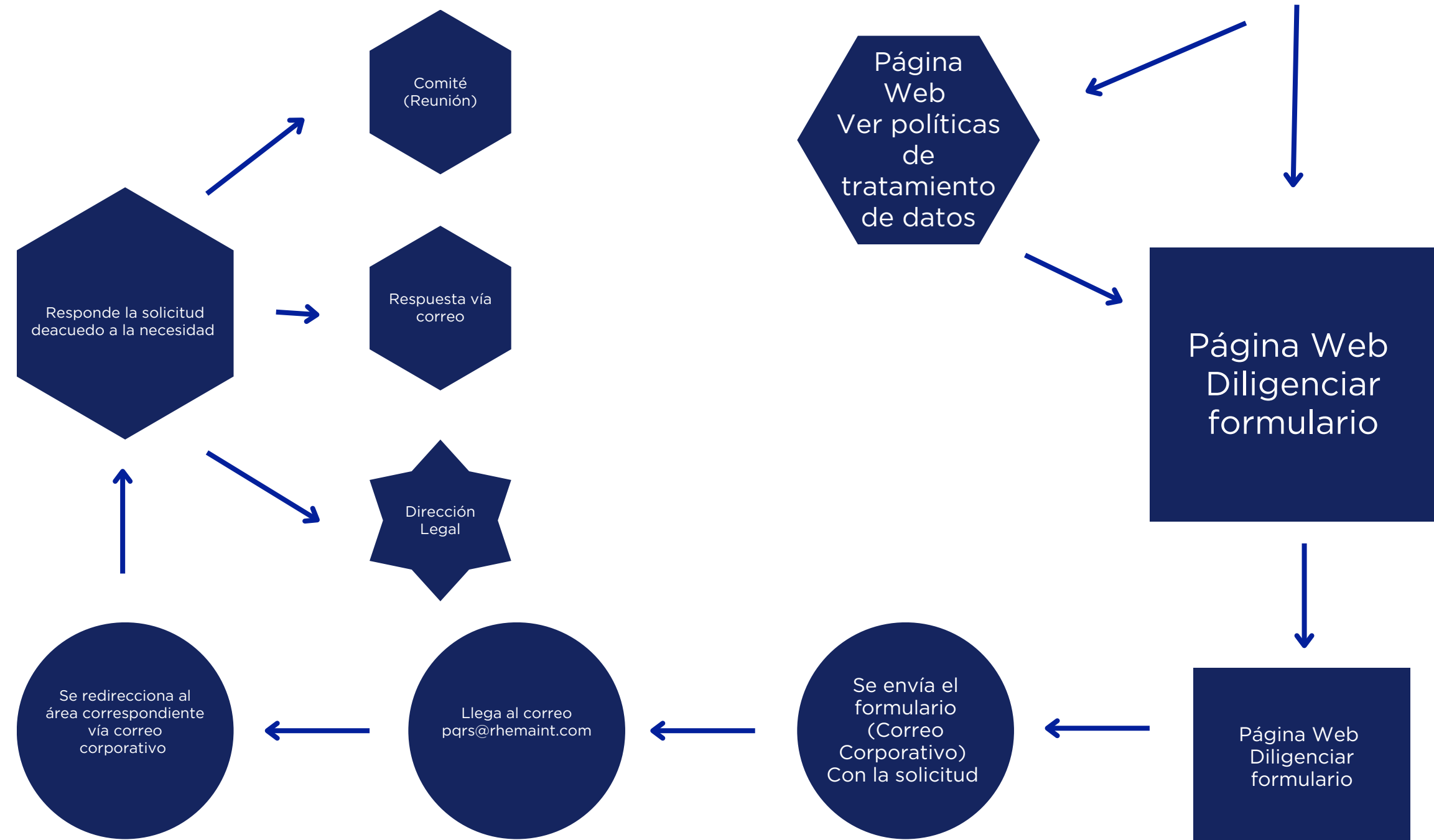
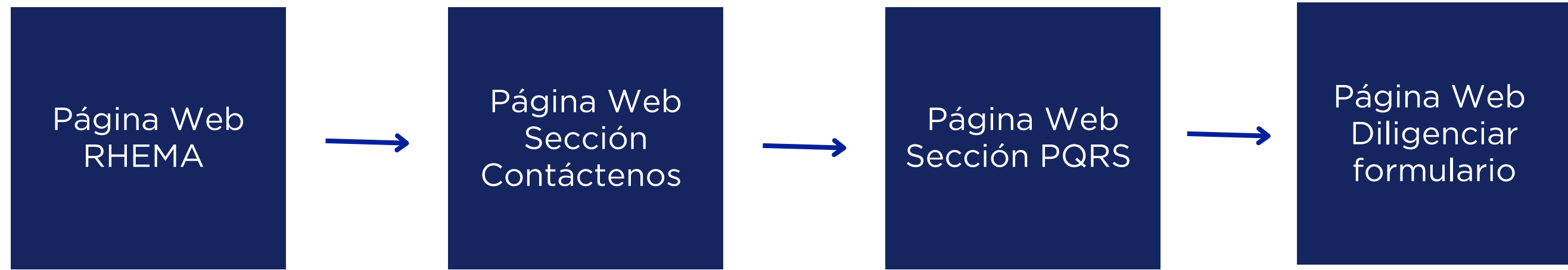


Diagrama de flujo de solicitudes de PQRS

Diagrama Service Blueprint

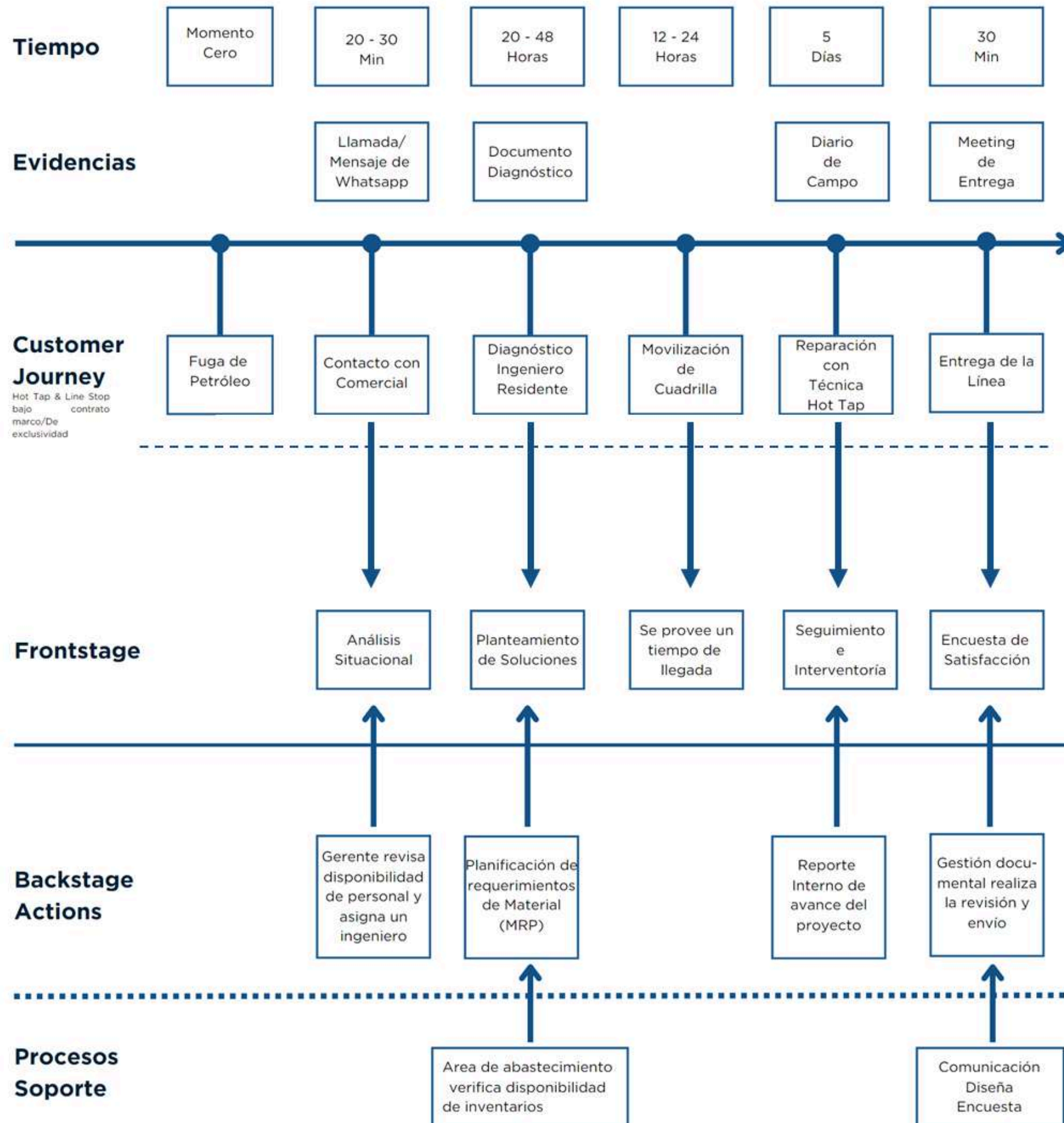


DIAGRAMA SERVICE BLUEPRINT





Microsoft 365

RHEMA INTERNACIONAL S.A.S cuenta actualmente con una encuesta de satisfacción del cliente creada en Microsoft 365 y realizada por el área de Gestión Contractual de la compañía.

Esta encuesta de satisfacción del cliente se envía a los administradores del contrato de cada cliente en la etapa de liquidación de cada proyecto vía correo.

Cada semana se tiene agendada una programación de llamadas a los clientes para efectos de recordación del diligenciamiento de esta encuesta.

14 Clientes encuestados

Siemens Energy
GEOCIVILES SAS
CONSORCIO SH TGI SA **Cenit** Gas Internacional SA Logistica
METALPAR SAS
Transportadora de
Hidrocarburos S.A.S TransporteWEG COLOMBIA S.A.S

Al enviar la encuesta de satisfacción el cliente debe adjuntar la certificación de experiencia de la realización del trabajo. Este documento nos sirve para soportar nuestra experiencia frente a futuras licitaciones y proyectos.

Métricas de relación con los clientes

Promedio de valoración 4,5



OBSERVACIONES

"Personal apto para las actividades"

- Para cubrir el NPS (Net Promoter Score) proponemos la siguiente pregunta referente a la encuesta de Satisfacción del Cliente mostrada anteriormente.

De la escala de 1 a 5 ¿Qué tanto recomendarías lo servicios de RHEMA Int.?

1. **No la recomiendo por ningún motivo.**
2. **Tal vez la recomendaría.**
3. **La recomendaría.**
4. **Seguramente la recomendaría.**
5. **Sin dudarlo la recomendaría.**

- Para cubrir el CES (Puntuación del esfuerzo del Cliente) proponemos la siguiente pregunta a la encuesta de Satisfacción del Cliente mostrada anteriormente .

¿Que tan difícil fue para usted contratar los servicios de Rhema Internacional?

1. **Extremadamente difícil.**
2. **Difícil.**
3. **Medianamente.**
4. **Fácil.**
5. **Extremadamente fácil.**

Esta encuesta va dirigida al cliente para evaluar el servicio ofrecido por el área Comercial de la compañía y se enviará por medio del correo corporativo info@rhemaint.com

El área **Contractual y Cumplimiento** le hará seguimiento telefónico al cliente para debido diligenciamiento.



1
¿Qué tan fácil fue contactarse con el área comercial de RHEMA?
¿Qué tan fácil fue contactarse con el área comercial de RHEMA?
☆☆☆☆☆

2
¿Qué tan satisfecho está con la atención recibida por parte de nuestro equipo comercial de RHEMA?
¿Qué tan satisfecho está con la atención recibida por parte de nuestro equipo comercial de RHEMA?
☆☆☆☆☆

3
¿Cómo calificarías la amabilidad y profesionalismo del profesional comercial que te atendió?
¿Cómo calificarías la amabilidad y profesionalismo del profesional comercial que te atendió?
☆☆☆☆☆

4
¿Cómo calificarías la el dominio del tema técnico del profesional comercial de RHEMA?
¿Cómo calificarías la el dominio del tema técnico del profesional comercial de RHEMA?
☆☆☆☆☆

5
¿El profesional comercial de RHEMA que te atendió resolvió tu problema de manera efectiva?
¿El profesional comercial de RHEMA que te atendió resolvió tu problema de manera efectiva?
☆☆☆☆☆

6
¿En qué medida estás satisfecho con el proceso de asesoría técnica realizada por el área comercial de RHEMA?
¿En qué medida estás satisfecho con el proceso de asesoría técnica realizada por el área comercial de RHEMA?
☆☆☆☆☆

<https://forms.office.com/r/AJ65zUuxXJ>

Esta encuesta va dirigida al cliente para evaluar el impacto de los contenidos generados por RHEMA en redes sociales. Se enviará por medio del correo corporativo **comunicaciones@rhemaint.com**

El área **Comunicaciones y Marketing** le hará seguimiento telefónico al cliente para el debido diligenciamiento.



Formulario Redes Sociales RHEMA

Esta encuesta es completamente anónima y confidencial. Tus respuestas no se asociarán con tu información personal.

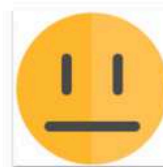
¡Gracias de nuevo por tu tiempo!

¿Cómo calificarías la calidad de nuestro contenido en redes sociales?

Opción 1



Opción 2



Opción 3



¿Consideras que nuestro contenido en redes sociales refleja con precisión la personalidad de nuestra marca?

Opción 1



Opción 2



Opción 3



¿Considera importante crear contenido de RSE en las redes sociales de RHEMA para posicionar la compañía en el sector de hidrocarburos a nivel nacional e internacional?

Opción 1



Opción 2



Opción 3



<https://forms.gle/kJedWetUMstP7Uw58>

¿Considera importante crear contenido de mitigación del impacto ambiental en las redes sociales de RHEMA para posicionar la compañía en el sector de hidrocarburos a nivel nacional e internacional?

Opción 1



Opción 2



Opción 3



¿Compartirías el contenido generado por RHEMA en tus redes sociales o algún colega del sector?

Opción 1



Opción 2



Opción 3



CANALES DE ATENCIÓN

ASESOR

Tiempo de respuesta
máximo 12 horas.

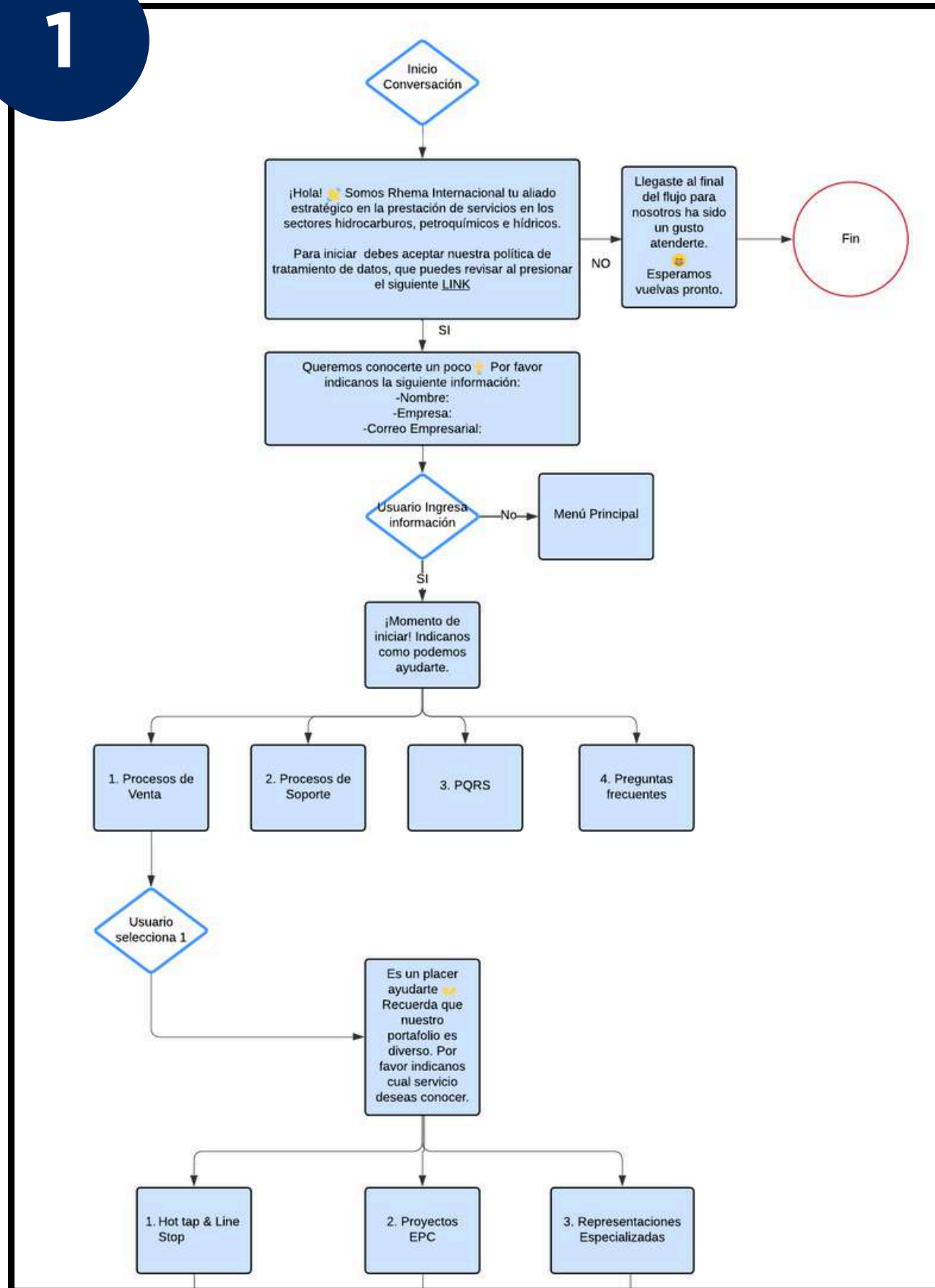
La métrica se hará por
medio de encuesta de
satisfacción con una escala
de 1 a 5.

AUTOSERVICIO

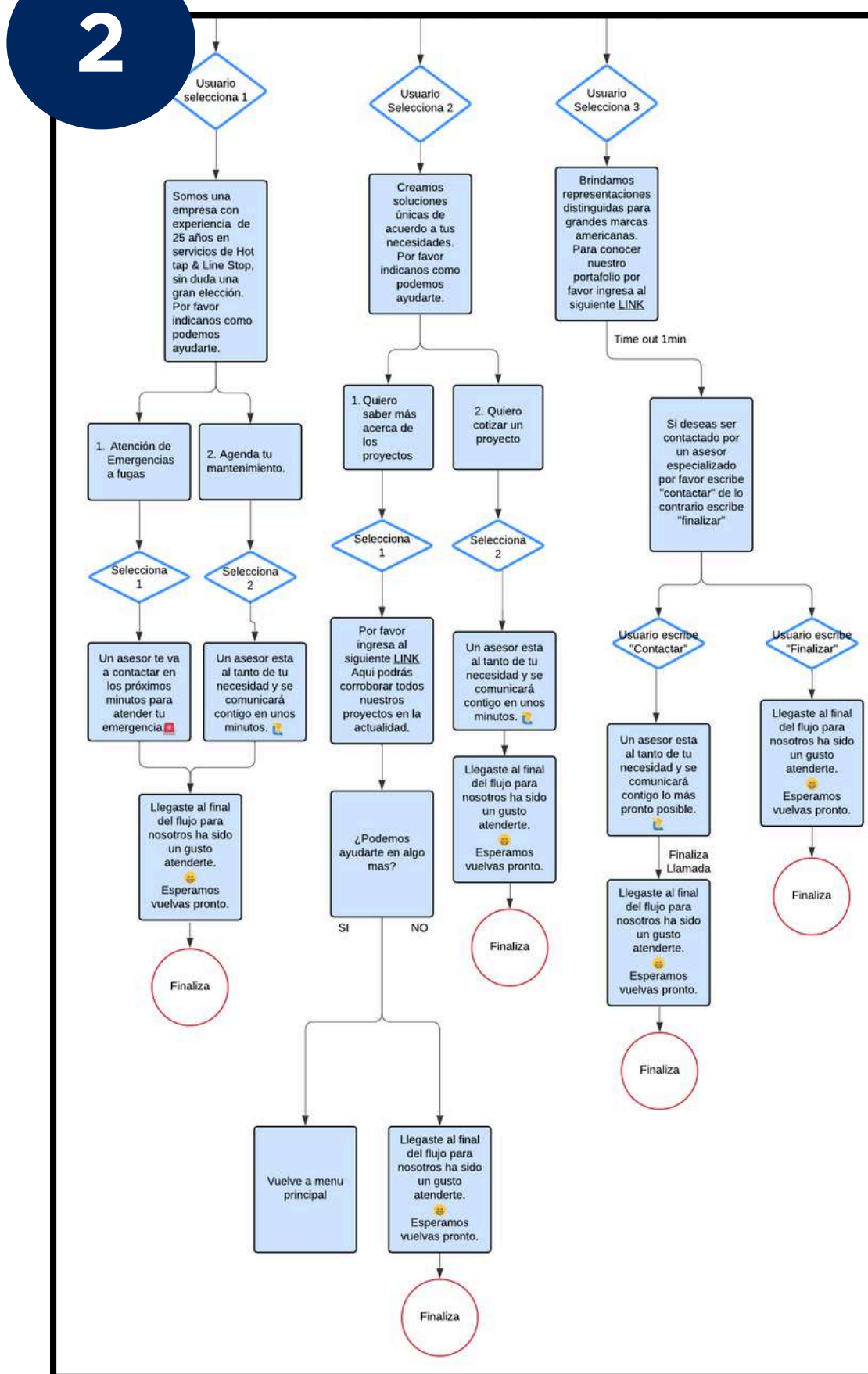
Tiempo de respuesta
máximo
1 hora.

Se medirá por medio de
tickets promedio
cerrados.

1



2



Para una mejor visualización del flujo dar clic [aquí](#)

DIAGRAMA FLUJO CORREO ELECTRÓNICO

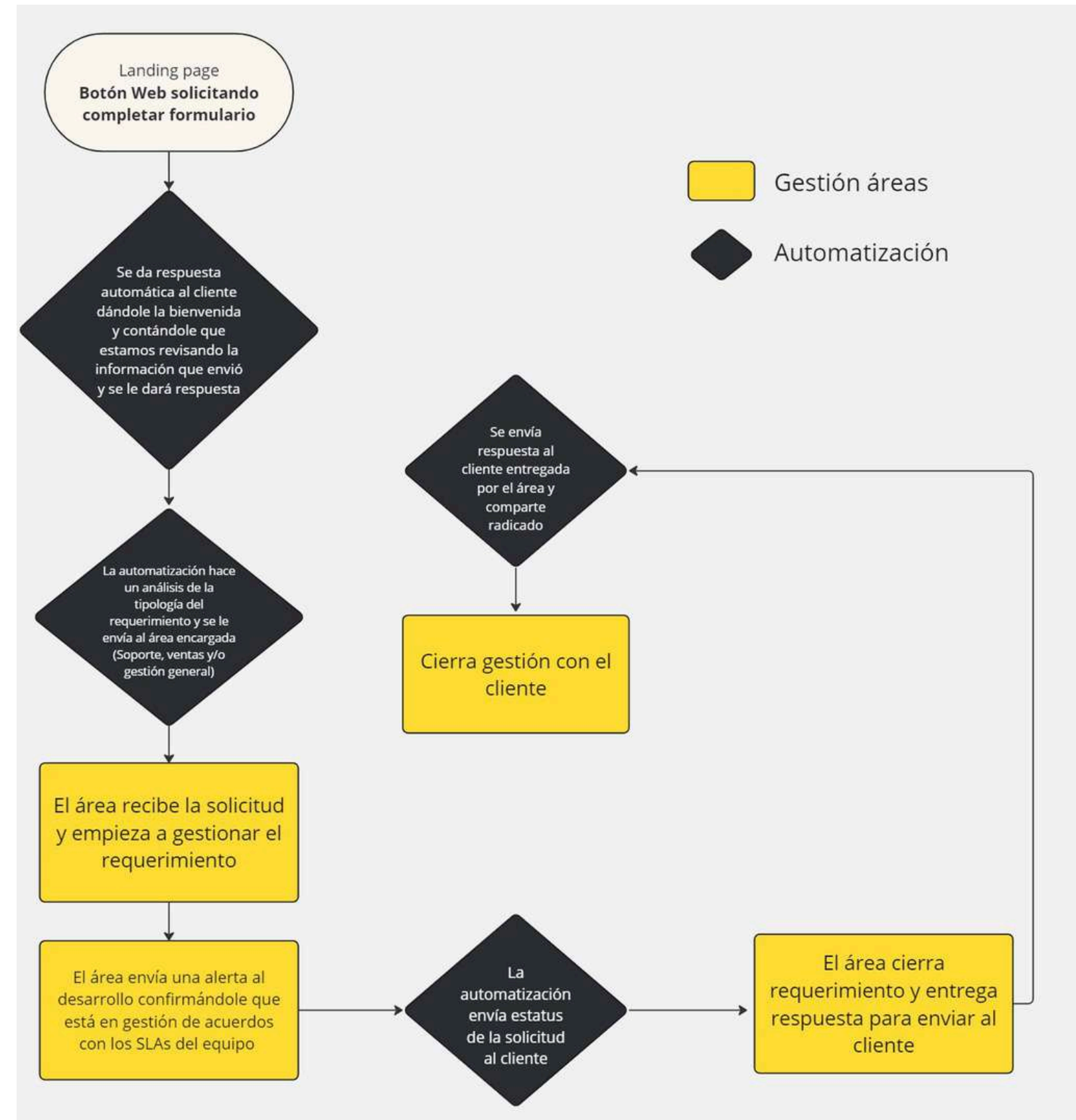
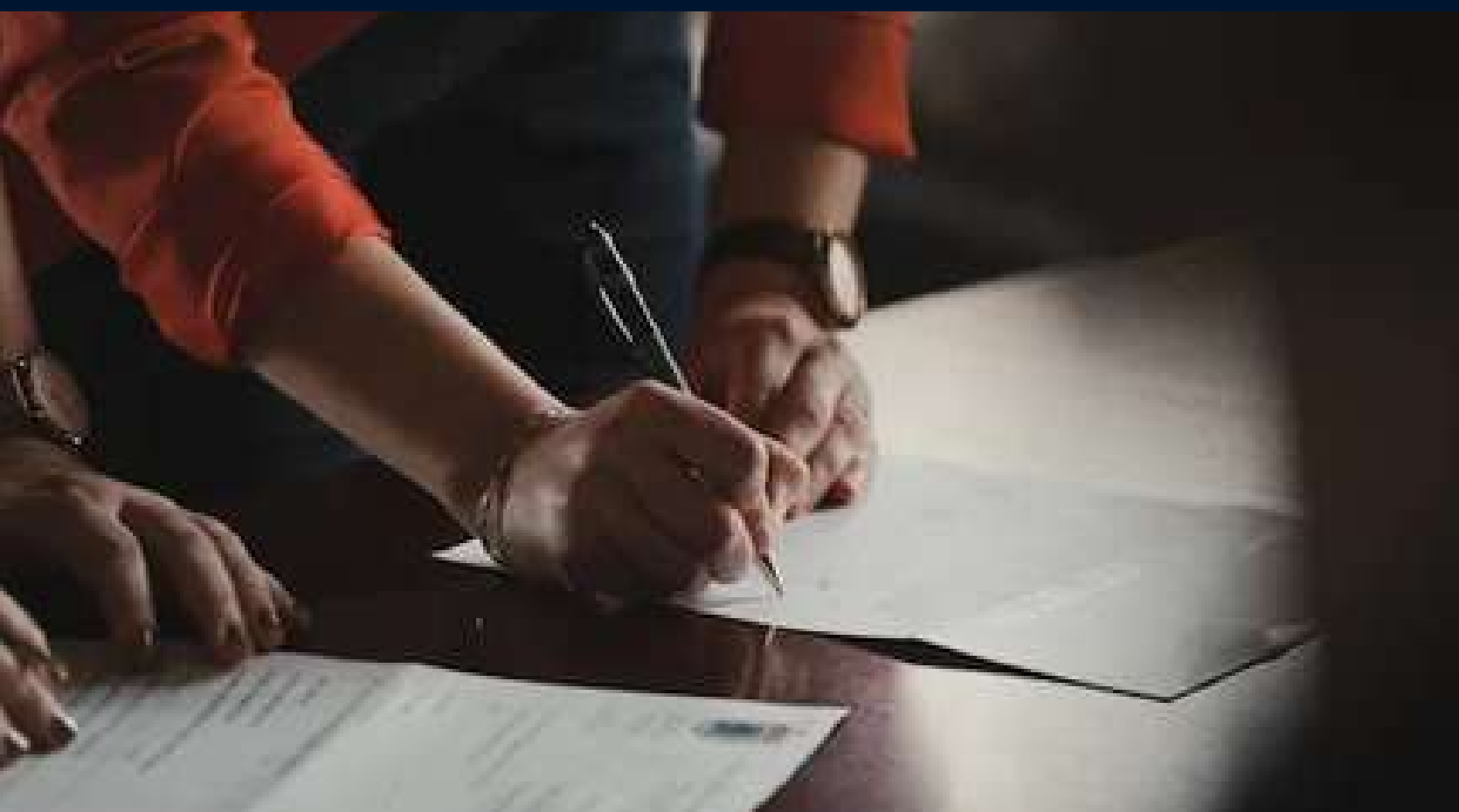
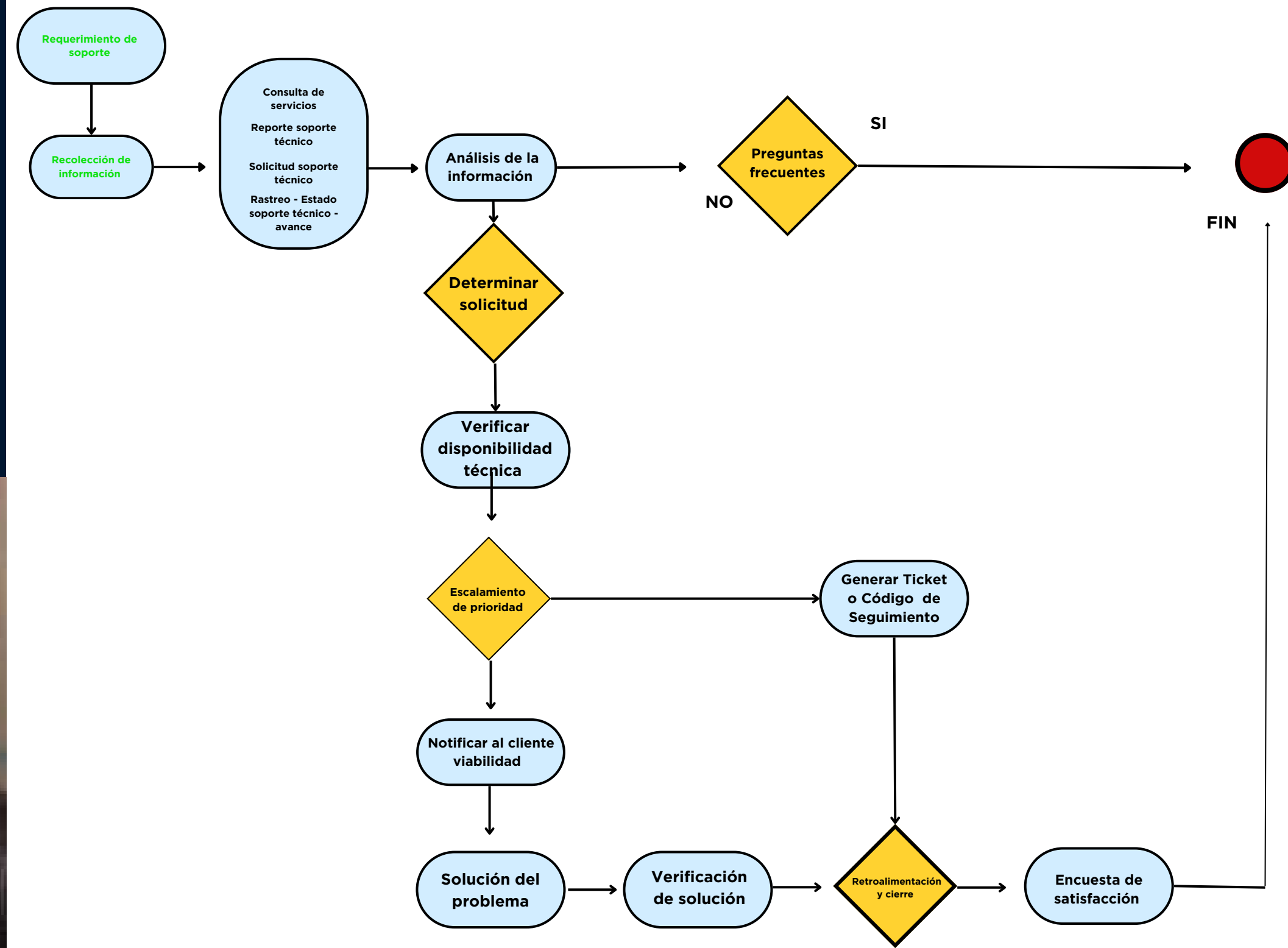


DIAGRAMA FLUJO PROCESO DE SOPORTE



Preguntas Frecuentes

1. ¿Actualmente la empresa tiene vacantes de empleo?
2. ¿Dónde se encuentran localizadas sus oficinas?
3. ¿Cuál es el NIT de Rhema Internacional?
4. ¿Cuáles son los productos de Rhema Internacional?
5. ¿Tiene Rhema Internacional WhatsApp?
6. ¿Con quién puedo cotizar un servicio?
7. ¿Cuál es el tiempo de respuesta para un mantenimiento de emergencia?

Respuestas

1. Para verificar las vacantes de empleo disponibles en Rhema Internacional, te invitamos a visitar nuestro perfil de LinkedIn, donde publicamos todas nuestras ofertas de manera regular. Puedes acceder a él a través del siguiente enlace: <https://www.linkedin.com/company/rhema-internaciona-s-a-s>
En nuestro perfil de LinkedIn, encontrarás información detallada sobre cada posición abierta, sus requisitos específicos y el proceso de postulación. Además, podrás conocer más sobre la empresa, nuestra cultura de trabajo y los beneficios que ofrecemos a nuestros colaboradores.

Preguntas Frecuentes

1. ¿Actualmente la empresa tiene vacantes de empleo?
2. ¿Dónde se encuentran localizadas sus oficinas?
3. ¿Cuál es el NIT de Rhema Internacional?
4. ¿Cuáles son los productos de Rhema Internacional?
5. ¿Tiene Rhema Internacional WhatsApp?
6. ¿Con quién puedo cotizar un servicio?
7. ¿Cuál es el tiempo de respuesta para un mantenimiento de emergencia?

Respuestas

1. Para verificar las vacantes de empleo disponibles en Rhema Internacional, te invitamos a visitar nuestro perfil de LinkedIn, donde publicamos todas nuestras ofertas de manera regular. Puedes acceder a él a través del siguiente enlace: <https://www.linkedin.com/company/rhema-internaciona-s-a-s>
En nuestro perfil de LinkedIn, encontrarás información detallada sobre cada posición abierta, sus requisitos específicos y el proceso de postulación. Además, podrás conocer más sobre la empresa, nuestra cultura de trabajo y los beneficios que ofrecemos a nuestros colaboradores.

2. Nuestras oficinas centrales se encuentran en Bogotá, Colombia, específicamente en la carrera 21 # 100-21, con el siguiente horario de atención: Lunes a viernes: De 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

3. Rhema Internacional S.A.S. es una sociedad por acciones simplificada cuya actividad económica principal es la construcción de otras obras de ingeniería civil. Su NIT es el siguiente: 830081824

4. Rhema Internacional ofrece soluciones integrales y servicios especializados en el sector de la ingeniería civil, principalmente en el área de oleoductos, gasoductos, poliductos, acueductos y tanques de almacenamiento de fluidos. Entre nuestros principales servicios se encuentran:

-Reparación y mantenimiento de grapas para detención de fugas en tuberías o ductos de hidrocarburos:

- Contamos con un equipo altamente calificado y experimentado en la reparación y mantenimiento de grapas para la detención de fugas en tuberías o ductos de hidrocarburos.
- Ofrecemos soluciones personalizadas a cada una de las necesidades de nuestros clientes.

-Hot Tap & Line Stop:

- Somos especialistas en la ejecución de intervenciones en caliente (Hot Tap) y paradas de línea (Line Stop) en sistemas a presión.
- Brindamos soluciones eficaces a nuestros clientes con los más altos estándares de seguridad, eficiencia y calidad.

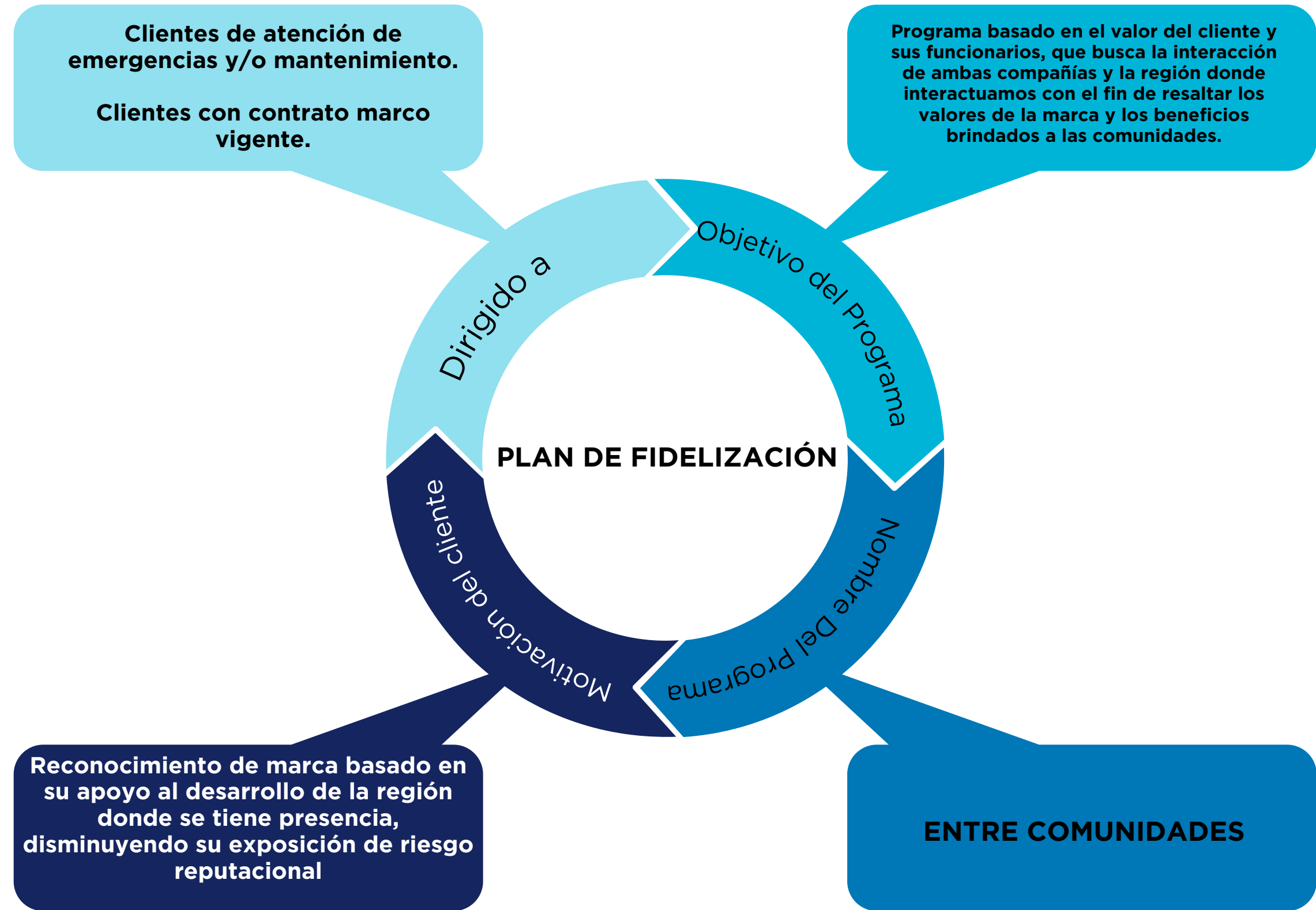
-Gestión y gerencia de proyectos:

- Contamos con un equipo de profesionales expertos en la gestión y gerencia de proyectos de ingeniería civil.
- Realizamos la evaluación, cálculo, distribución y optimización de recursos de forma eficiente, maximizando los márgenes de ganancia de nuestros clientes.
- Garantizamos el cumplimiento de los objetivos, plazos y presupuestos establecidos en cada proyecto.

5. Sí. Actualmente Rhema Internacional maneja un WhatsApp corporativo el cual está ubicado en la parte inferior derecha de la página Web. También se puede contactar con este canal escribiendo al número +57 313 4983912.
6. Las personas interesadas pueden ponerse en contacto a través del número de WhatsApp +57 313 4983912 o también enviando un correo con la solicitud al siguiente mail: info@rhemaint.com
7. El tiempo de respuesta para emergencias depende del lugar y de la complejidad del daño. Sin embargo la gestión es inmediata debido a los riesgos y pérdidas que puede generar.

**PLAN DE
FIDELIZACIÓN**

“ENTRE
COMUNIDADES”



PLAN DE FIDELIZACIÓN

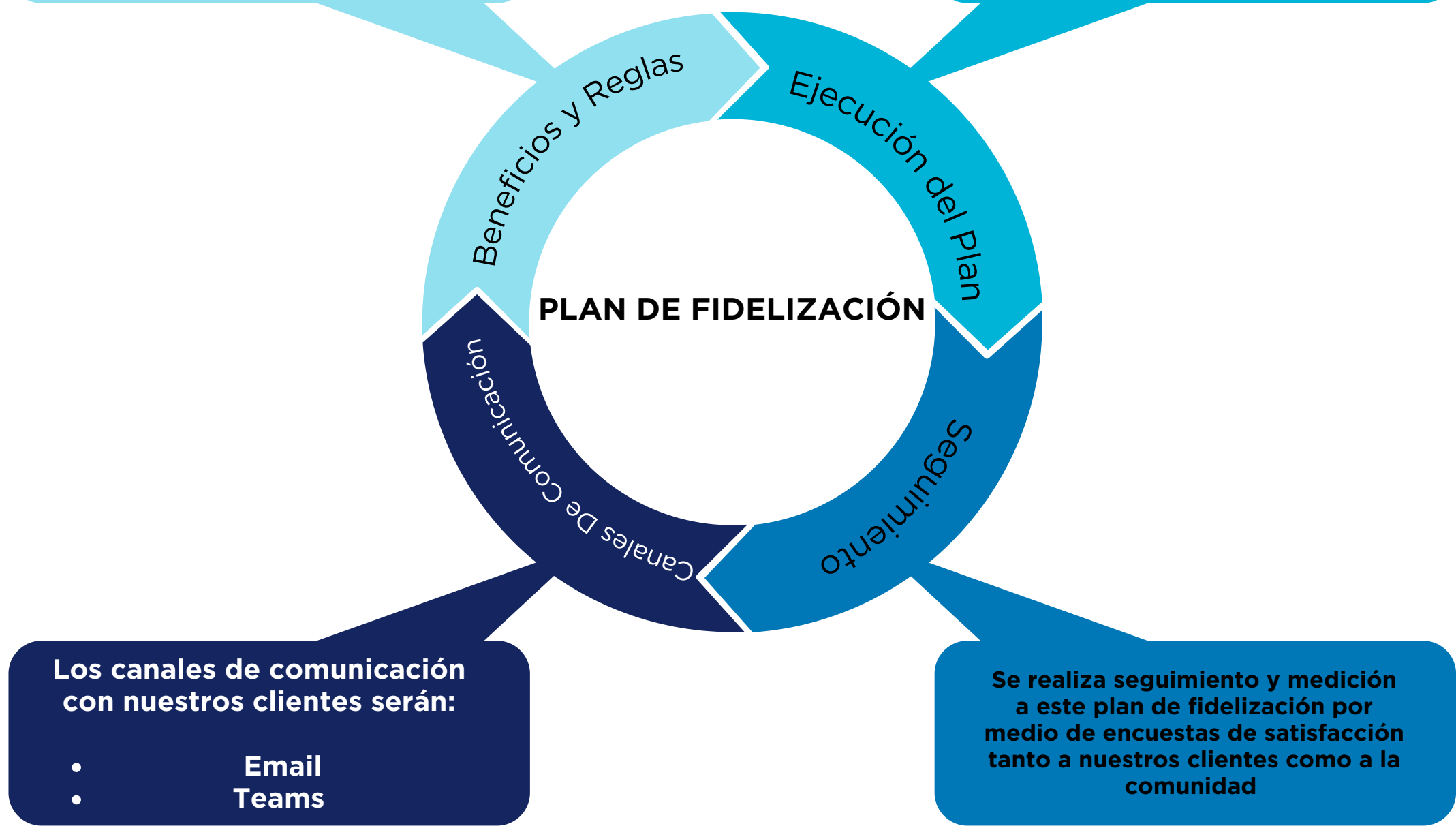
“ENTRE COMUNIDADES”



Nuestros clientes se verán beneficiados por eventos realizados con las comunidades en los cuales resaltaremos su labor en la región y promoción de proyectos de RSE. Nuestra empresa destinará un porcentaje del 1% sobre el valor total de los proyectos ejecutados en el primer y segundo semestre del año, el cual se utilizará en campañas y eventos que resalten la marca de nuestros principales clientes.

Junto con el área de comunicaciones de nuestros clientes estableceremos los lineamientos de dichas campañas y eventos, buscando siempre fortalecer nuestros lazos de amistad con la comunidad.

Estas campañas se realizarán dos veces al año en los meses de marzo y agosto.



SOCIAL MEDIA MARKETING

Wilmer Blanco, Nicolás Aristizabal, Sebastián Castañeda
Sebastián Blanco, Fabián Enríquez



VICTOR

BRAND PERSONA

PERSONALIDAD

- Seguro
- Confiable
- Honesto
- Sabio
- Experto

FÍSICO

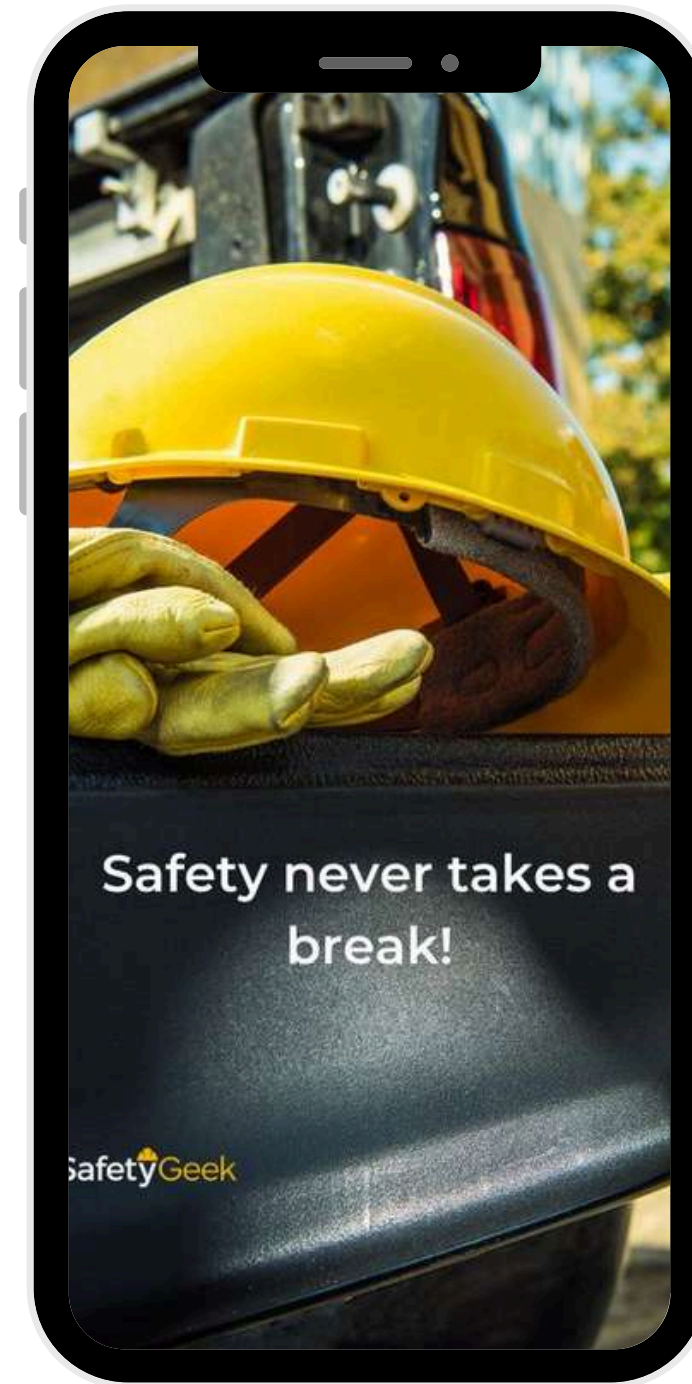
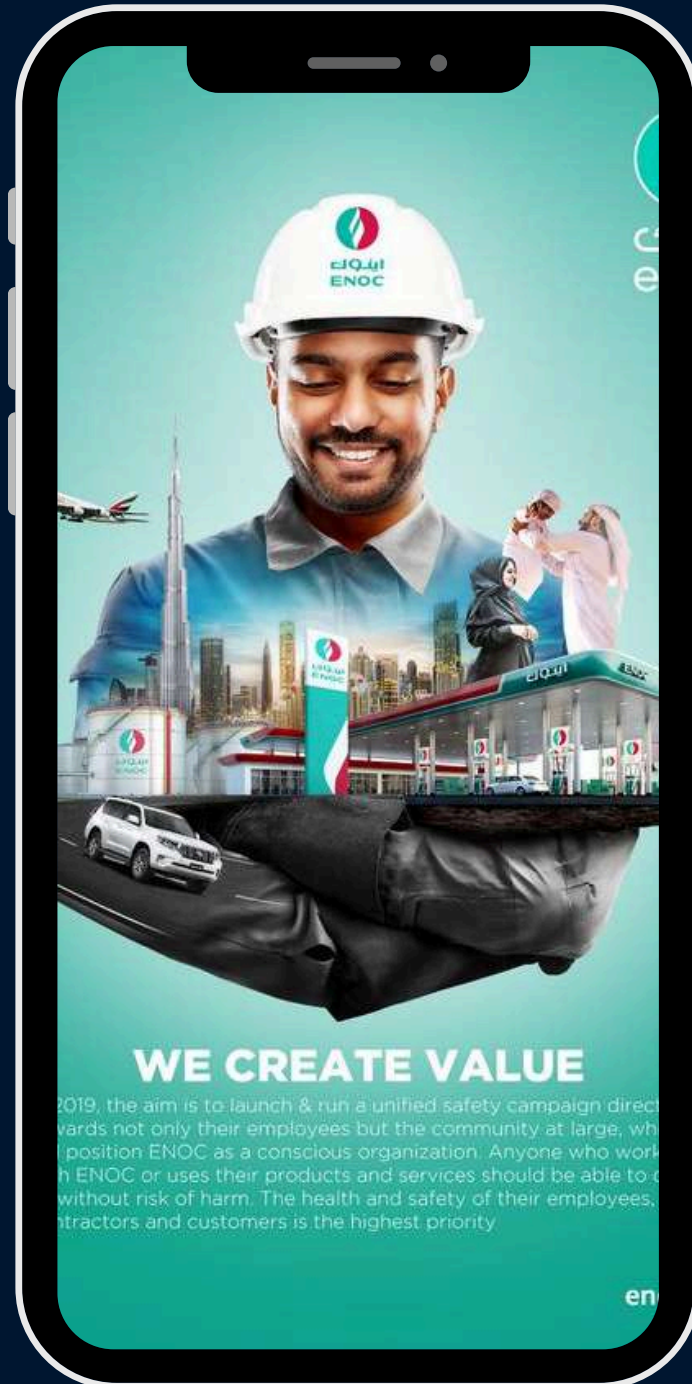
- Colores favoritos: Azul & Blanco
- Se viste de manera elegante y sobria.
- Es una persona educada, caracterizada por su experiencia y formalidad.

ADN

“Somos más que una empresa de servicios; somos referentes en la seguridad y excelencia en la reparación de oleoductos”

RELACIONES

- Asiste a torneos de golf
- Es miembro de un selecto club al cual asiste los fines de semana para socializar.



Clic aquí



MOODBOARD

CELSIA COLOMBIA



RED SOCIAL	ENFOQUE	FORMATO	ENGAGEMENT
Instagram	Publico Joven, Energía fotovoltaica	Imágenes, Reels, Stories	Promedio interacción 50 reacciones
Facebook	Informativo, Educativo, Comunidad	Podcast , Videos, Lives	Promedio interacción 27 reacciones
LinkedIn	Profesional, Educativo	Artículos, Podcast, Videos	Promedio interacción 87 reacciones

CELSIA COLOMBIA



SLB LATAM



RED SOCIAL	ENFOQUE	FORMATO	ENGAGEMENT
Instagram	Innovación, Atracción de Talento	Imágenes, Reels, Stories	Promedio interacción y reacciones 1.100
Facebook	Informativo, Comunidad, Tecnología RSE	Posts, Videos	Promedio interacción y reacciones 89
LinkedIn	Profesional, B2B, Liderazgo de Opinión	Artículos, Posts, Videos	Promedio interacción y reacciones 560

SLB
3,006,796 seguidores
2 semanas •

Turns out the world will have a surplus of lithium in the near term, [International Energy Agency \(IEA\)](#) estimates show. Why? Because we're efficiently tackling the challenge of leveraging existing supplies to meet tomorrow's demand. [...ver más](#)

[Ver traducción](#)

5 advantages of onsite lithium production

560
13 comentarios • 47 veces compartido

SLB
5 de agosto a las 9:47 •

To protect one of the world's most precious resources, we're measuring, reducing, and replenishing water resources across our communities, operations, and facilities. From rainwater harvesting to water recycling and treatment, our initiatives are making a significant impact worldwide. Last year, through our Sustainability Impact Awards program, we reduced our global water usage by 3%, saving the equivalent of almost 40 Olympic swimming pools!

Read more in our Sustainability... [Ver más](#)

How are SLB's Sustainability Impact Awards projects supporting water stewardship?

0:02 / 0:33

58

slb_global

Safeguarding Biodiversity
Some of our local initiatives across the globe

255 2 8

slb_global This World Environment Day, we're proud to spotlight SLB's efforts to protect our planet's biodiver... [más](#)

[Ver todos los comentarios](#)

5 de junio • [Ver traducción](#)

AUDIENCIAS LINKEDIN

La audiencia especializadas del sector Oil and Gas Directores, gerentes, ingenieros, coordinadores, personal cualificado.

INSGIHT- PAINS

- El relacionamiento y cierre de negocios se genera en eventos sociales.
- Contenido especializado y técnico (Educativo).
- Su promesa de valor está centrado en experiencia y tecnología.
- El discurso de RSE está siendo cada vez más explícito e importante en su narrativa corporativa.

AUDIENCIAS INSTAGRAM

La audiencia es generalizada, personas del común, no necesariamente deben tener conocimiento del sector Oil and Gas.

INSGIHT- PAINS

- El contenido no es especializado ni técnico.
- El discurso en las publicaciones deben ir orientadas al impacto positivo medioambiental y RSE.
- Publicaciones con tono más cercano (un día como ingeniero, efemerides).
- El discurso debe ir orientado a dar a conocer la marca.
- Crear comunidad.

MEMEGRA LINKEDIN

Los memes contienen temas de empleabilidad, temas ambientales, conceptos y terminos de ingenieria.



Como cuando tu pasión es la Ingeniería petrolera...



¿Cuál es su principal fuente de ingresos?



MEMEGRAFIA INSTAGRAM

Los memes contienen temas dirigidos a temas de imaginarios generales de las personas que trabajan en el sector Oil and Gas.



- Cuando estás en Pozo y le haces video llamada a tu esposa/novia



"Hola hermosa"

Halago // Acoso



¡No inge, lo acaban de vacunar!



Objetivos **SMART**

TOFU

Mejorar la visibilidad de las acciones de RSE y ambiental realizadas por la empresa a través de sus Redes Sociales en un 30% durante los próximos 6 meses.



Objetivos **SMART**

MOFU

Aumentar las interacciones en un 10% en el perfil de LinkedIn, generar al menos **5 nuevas conexiones** y promover al menos **3 conversaciones con personas del sector de hidrocarburos**.



Objetivos **SMART**

BOFU

A través de la publicación de casos de éxito desarrollados por Rhema, aumentar la cantidad de leads en 12% a través del canal de WhatsApp.




MATRIZ DE CONTENIDOS

https://ured-my.sharepoint.com/:x/r/personal/elkin_enriquez_urosario_edu_co/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7BD0BB4745-B41E-4BDC-B10C-7E66FFFBA8BB%7D&file=Content.xlsx&action=default&mobileredirect=true

	Objetivos	Red Social	Eje				
			Educativo	Atención al cliente	Sedución	Negocio	RSC
COMUNIDAD	Contenido para comunidad (sin objetivo concreto, busca engagement o mitigar pains)	Instagram				*Contenido Detrás de Escenas: Mostrar el día a día del equipo de trabajo, la tecnología que se utiliza y los desafíos que se superan.	*Memes y gifs relacionados con el medio ambiente: Utiliza el humor para conectar con tu audiencia. *Recordatorio de Eventos y fechas importantes relacionadas con el medio ambiente: Día de la Tierra, Semana de la Sostenibilidad, etc.
		Facebook					
		LinkedIn					
		Web / Blog	*Glosario de términos de la industria petrolera: Simplificar conceptos complejos para un público general.				*Análisis de Tendencias del Sector de Oleoductos: Informe, opinión y análisis sobre las tendencias actuales en la industria de oleoductos y cómo estas afectan a los negocios. *Contenido Detrás de Escenas: Mostrar el día a día del equipo de trabajo, la tecnología que se utiliza y los desafíos que se superan.
		Whatsapp					
TOFU	Mejorar la visibilidad de las acciones de RSE y ambiental realizadas por la empresa a través de sus Redes Sociales en un 30% durante los próximos 6 meses.	Web / Blog		*FAQ sobre Productos y Servicios: Sección de preguntas frecuentes en el sitio web para responder a las dudas comunes de los clientes sobre soluciones de oleoductos.	*Campañas de Email con Contenido Exclusivo: Envío fr correos electrónicos con contenido exclusivo sobre nuevos productos, tecnologías innovadoras.	*Comparativas de Productos: Comparaciones detalladas entre tus soluciones de oleoductos y las de la competencia, destacando diferenciadores clave.	*Proyectos Comunitarios y Educativos: Destacar proyectos en los que la empresa está involucrada para apoyar a comunidades locales y programas educativos.
		Instagram		*Casos de Estudio de Clientes: Comparte casos de éxito que muestren cómo Rhema ha ayudado a otros clientes con sus desafíos relacionados con mantenimiento y reparación de oleoductos.		*Consejos para la Gestión de Proyectos de Oleoductos: Comparte consejos y mejores prácticas para gestionar proyectos de oleoductos de manera eficiente y efectiva.	*Webinars/lives sobre las regulaciones ambientales en Colombia que afectan el sector
		LinkedIn	*Guías Técnicas sobre Oleoductos: Publicaciones con guías detalladas sobre los diferentes tipos de oleoductos, sus aplicaciones y características técnicas. *Videos de Instalación y Mantenimiento: Muestran el proceso de instalación y mantenimiento de sistemas de oleoductos. *Infografías sobre Seguridad en Oleoductos: Se explican las medidas de seguridad y mejores prácticas para operar oleoductos. *Artículos sobre Regulaciones y Normativas: Publica artículos que expliquen las normativas y regulaciones que afectan a la industria de oleoductos y cómo cumplirlas	*Casos de Estudio de Clientes: Comparte casos de éxito que muestren cómo Rhema ha ayudado a otros clientes con sus desafíos relacionados con mantenimiento y reparación de oleoductos. *Testimonios de Clientes: Publicación de entrevistas con clientes que han tenido experiencias positivas con nuestros servicios.	*Colaboraciones en formato Podcast con Expertos del Sector: Conversatorios con expertos en el campo de oleoductos para crear contenido atractivo que resalte la calidad y beneficios de tus soluciones.	*Comparativas de Productos: Comparaciones detalladas entre tus soluciones de oleoductos y las de la competencia, destacando diferenciadores clave. *Infografías que comparen el antes y el después de un proyecto de reparación: Resultados tangibles	*Proyectos Comunitarios y Educativos: Destacar proyectos en los que la empresa está involucrada para apoyar a comunidades locales y programas educativos. *Infografías: Comparaciones entre la situación ambiental actual y la del pasado: Buscando mostrar la evolución y la necesidad de actuar. *Webinars/lives sobre las regulaciones ambientales en Colombia que afectan el sector

La experiencia nos respalda,
tu seguridad nos impulsa.



RHEMA
INTERNACIONAL

Recomendar Comentar Compartir Enviar

Comprometidos con la
seguridad



RHEMA
INTERNACIONAL

Recomendar Comentar Compartir Enviar

RHEMA
INTERNACIONAL

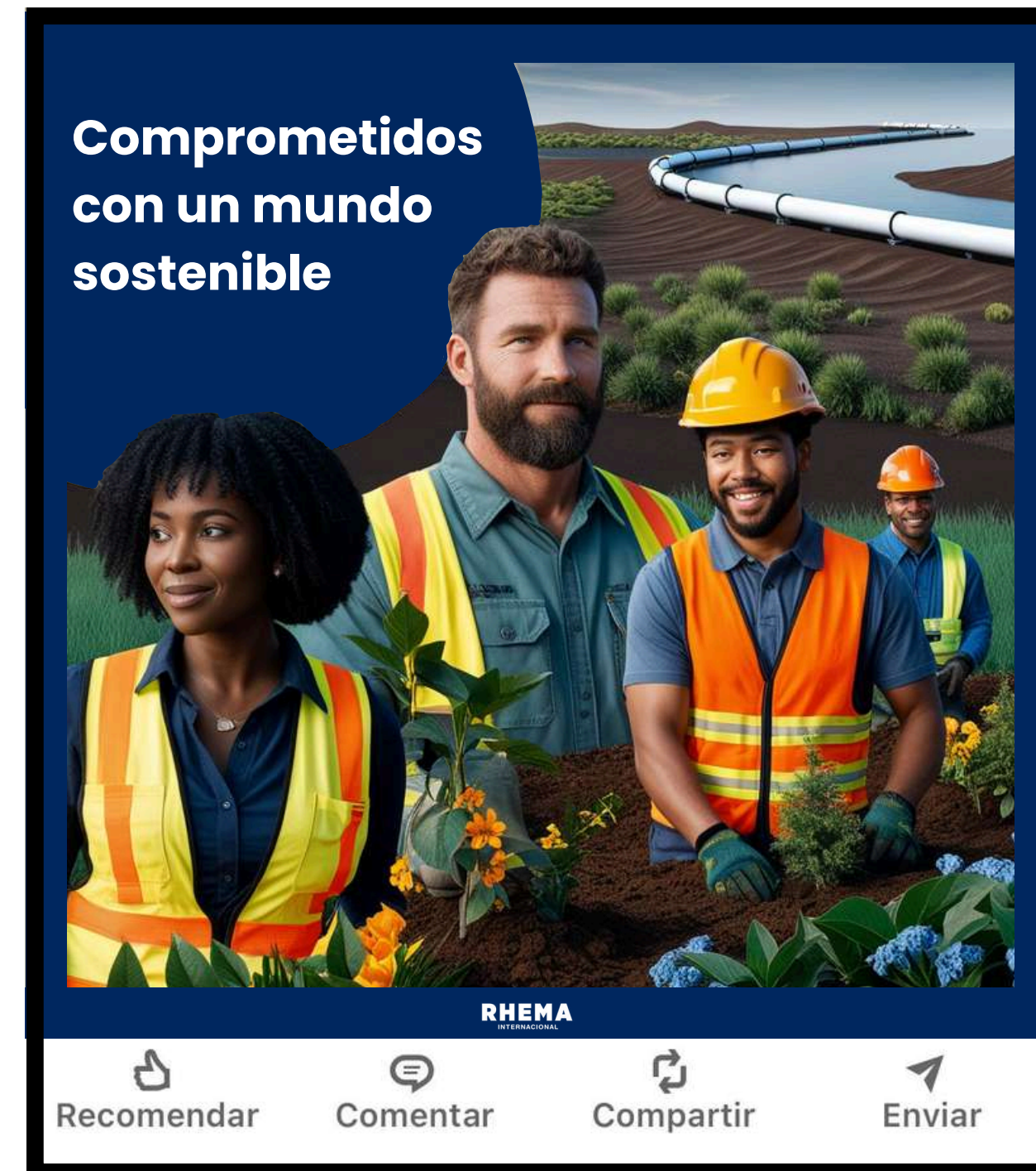
5 Razones poderosas
para
ahorrar agua



Desliza >>>

Recomendar Comentar Compartir Enviar

**Comprometidos
con un mundo
sostenible**



RHEMA
INTERNACIONAL

Recomendar Comentar Compartir Enviar



LinkedIn

En Confianza con Rhema

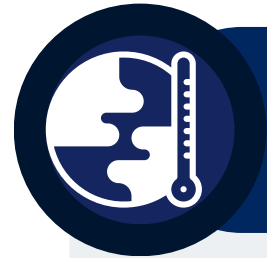
**Podcast #12:
Caso de éxito Proyecto
EPC Barrancabermeja**

**¡Escúchanos
ahora!**

Recomendar Comentar Compartir Enviar

ANALÍTICA Y TOMA DE DECISIONES

Wilmer Blanco, Nicolás Aristizabal, Sebastián Castañeda
Sebastián Blanco, Fabián Enríquez



Preocupación Medio Ambiental

Más del **60%** de los consumidores intentaron tener un impacto positivo en el medio ambiente en 2023, pero se dan cuenta de que sus contribuciones individuales para proteger el planeta son **limitadas**.



Renacimiento de eventos sociales - ferias

Aumento en la regularidad de salir a eventos sociales - ferias plataformas que **permiten exhibir ofertas, conocer a posibles clientes y establecer redes de contactos con profesionales**



Realidad Virtual y aumentada

Las tecnologías de realidad virtual y aumentada están surgiendo como herramientas de marketing poderosas, ofreciendo **experiencias inmersivas a los clientes**.



Crecimiento Comercio Social

Auge del comercio social con un **crecimiento del 62,3%**, redefiniendo el panorama del comercio electrónico y las compras por redes sociales.



Direccionamiento al ser humano

El consumidor busca **más empatía y nivel de servicio** que solo puede brindar un ser humano.

B2B

Preferencia por soluciones Integrales

El **88%** de los compradores B2B en la industria del petróleo y gas prefieren hacer negocios con empresas que tienen un profundo conocimiento de sus operaciones y pueden ofrecer **soluciones integrales**.



Destinos de Inversión en Colombia

La ACP estima una inversión en producción de **3.500M USD**. El **56%** de la inversión se destinará a perforación de pozos, el **27%** a facilidades, **11%** a recobro mejorado y **6%** a otras actividades como ingeniería, maduración de proyectos y **mantenimiento**.



Branding

En la industria del petróleo y gas, el branding está frecuentemente asociado con la **seguridad, la confiabilidad y la responsabilidad ambiental**.



Retención de Clientes

Las empresas que invierten en productos más limpios y eficientes vieron un **aumento del 9%** en las tasas de retención de clientes



Uso de Blockchain

Simplifica los complejos procesos de la cadena de suministro de petróleo y gas e introduce transparencia. Ayuda a procesos como el comercio de petróleo y gas, el control de inventarios y seguimiento de envíos.

Fuentes:

Tendencias y Perspectivas del sector Petróleo y Gas en Colombia - Asociación del Petróleo y Gas (ACP) / Market Outlook
Oil & Gas - Euromonitor/ Bloomberg / Kissflow



Toma de Decisión

Aproximadamente el **75%** de las compras B2B en el sector del petróleo y gas involucraron al menos **cinco tomadores de decisiones**



Thought Leadership como driver

El **73%** de las empresas de petróleo y gas invirtieron en marketing de contenidos, enfatizando el **Thought leadership para atraer leads**; contenido en el que se aprovecha el talento, pasión y experiencia de líderes para **aportar conocimiento** y crear **comunidades sólidas**.



Email Marketing

El email marketing sigue siendo una **forma efectiva de mantener una comunicación directa** y personalizada con los clientes. en la industria informaron una **tasa de apertura promedio del 22%** para sus correos electrónicos de marketing



Estrategia

El cliente se encuentra en el centro: Anticipando sus deseos y necesidades antes de que los pida. Dispuesto a pagar un precio premium por una **continuidad de suministro garantizada**.

Fuentes:

Market Outlook Oil & Gas - Euromonitor/ Oil and gas thought Leadership - Deloitte/ Bloomberg / Oil and Gas Leads - Targeted eMail Marketing for the Oil & Gas Industry that Drives New Customers

ASÍ ESTÁ NUESTRO ENTORNO DIGITAL

¿Cómo se comporta el mercado digital?

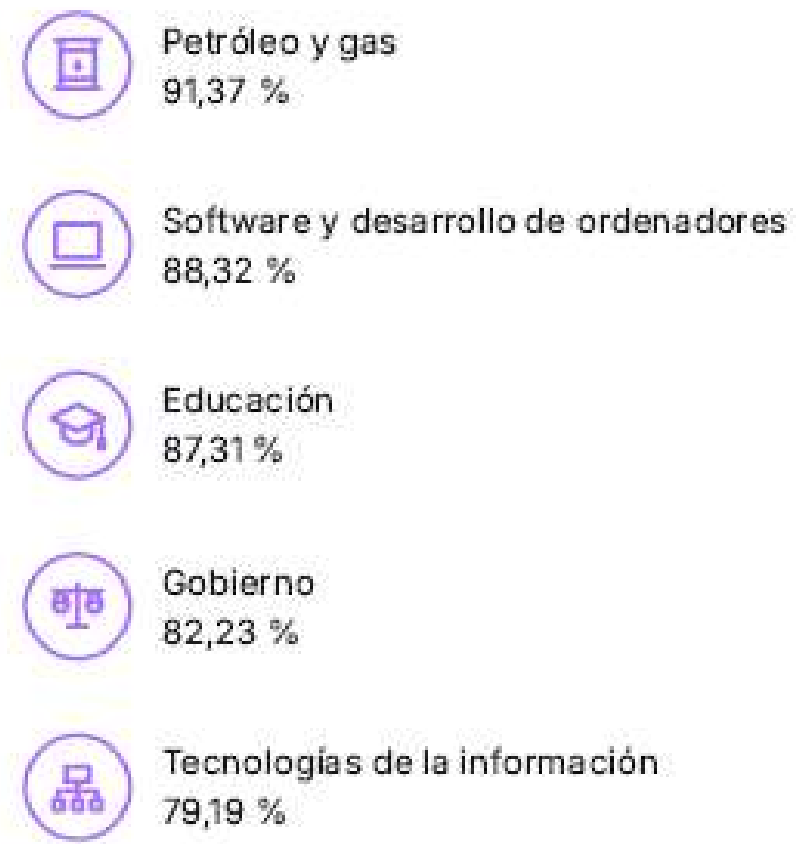


- Únicamente hay un competidor que tiene estrategia de marketing y comunicación. Esta empresa tiene el **66%** del tráfico digital.
- A pesar de que todas las empresas, excepto Stork, generan tráfico orgánico a través de sus contenidos, Rhema ocupa el penúltimo puesto, evidenciado deficiencia en sus contenidos publicados.
- Hay un factor común en los accesos al sector Oil&Gas: Los stake holders ingresan de manera directa a las páginas Web de las empresas.

Distribución geográfica e intereses

Países	Cuota de mercado	Tráfico	Cambios
Colombia	36,09 %	155,4 mil	↑820,15 %
Países Bajos	22,58 %	97,3 mil	↓80,07 %
Reino Unido	13,92 %	59,9 mil	↑6,15 %
Estados Unidos	3,98 %	17,1 mil	↓38,36 %
Alemania	3,49 %	15 mil	↓17,9 %

- Rhema Internacional tiene dentro de sus objetivos de negocio ampliar su mercado en Latinoamérica. Teniendo cuenta la gráfica, hay un mercado bajo en otros países de la región, siendo este un punto clave para explotar a futuro.
- Colombia, en comparación de los demás países muestra un crecimiento importante, evidenciando la relevancia del sector en el país.
- Dentro del plan de marketing establecido, teníamos el valor de la “Seguridad” como un diferencial en el sector Oil&Gas, sin embargo según los datos, un factor clave es la Tecnología. Se considera revisar si se incluye dentro de los pilares de marca y comunicación.



¿Cómo se comporta el tráfico en el sector y competencia?

Volumen

Detalle del tráfico



50,7 K



9,7 K



1,3 K



583



- Este análisis del tráfico digital del sector y la competencia muestran varios factores a tener en cuenta:
- El tráfico del sector Oil&Gas se da en su mayoría por búsquedas orgánicas
- El nivel de rebote de sus páginas Web es alto, lo que determina que no hay un posicionamiento de la marca en el mercado
- Entre menos volumen tiene la marca, está más evidenciados los accesos orgánicos. No hay una estrategia de marketing y comunicación robusta.
- Hay enormes posibilidades de explorar tácticas que incrementen la visibilidad de la marca en sus páginas Web.



Demográficos

Edad

- 35-62 años.

Educación

- Ingeniero mecánico, industrial o afín, con especialización en mantenimiento o gestión de activos.

Experiencia

- 10+ años en el sector de Oil & Gas, con conocimiento de los procesos de mantenimiento de oleoductos.

Ubicación

- Principales ciudades petroleras de Colombia (Bogotá, Cartagena, Barrancabermeja).

Canales de comunicación

- Revistas especializadas del sector (Petróleo y Gas, Dinámica Empresarial).
- Redes sociales profesionales (LinkedIn).
- Eventos y conferencias del sector.
- Sitios web de fabricantes de equipos y proveedores de servicios.

Redes sociales que utiliza





Como se comunica

- Maneja una comunicación asertiva, con manejo de temas técnicos, políticos y económicos sobre el sector de hidrocarburos.

Comó quiere ser visto

- Usualmente viste formal, maneja temas de etiqueta y protocolo, pero también en ocasiones viste de manera casual - formal.
- Refleja confianza, profesionalismo, conocimiento y transparencia, pulcritud.
- Refleja cercanía, simplicidad y cordialidad.

Como se relaciona

- Por medio del relacionamiento de alto perfil.

Que lo motiva

- El equilibrio de ser un empresario exitoso con disfrutar de del tiempo de calidad con su familia y allegados.
- El Poder aportar a la economía de su país impactando de manera positiva en las vidas de las personas.
- La generación de nuevos negocios.

Hacia dónde se dirige

- A crear un modelo de negocio sostenible y altamente rentable.
- Expansión LATAM.
- Diversificación del negocios.
- Proyectos iniciativas RSE de alto impacto.


Intereses

- Tendencias en mantenimiento oleoductos.
- Normativas y estándares de seguridad, gestión de riesgos, casos de éxito en seguridad.
- Prácticas ambientales responsables, economía circular, reducción de la huella de carbono en la industria.
- Nuevas tecnologías para el sector de oil & gas

Johan Sebastian Castañeda Pisco

OBJETIVO

Fortalecer la **presencia digital** y el **posicionamiento** de Rhema Internacional en el sector Oil & Gas, **incrementando el tráfico web** y **expandiendo la red profesional en LinkedIn** en los próximos 12 meses a través de contenido auténtico y de valor que destaque nuestra experiencia en reparación y mantenimiento de oleoductos, mejorando así la generación de leads cualificados y la conversión de clientes potenciales.



500 nuevos seguidores en LinkedIn

Aumento de seguidores LinkedIn

Incrementar el número de seguidores en **LinkedIn** mediante acciones que permitan optimizar el perfil de la compañía de manera tal que contenga información completa como los campos del perfil, descripciones detalladas, verificación del perfil, esto mejorará la visibilidad de la empresa y permitirá una mayor confianza con el **público objetivo**.



10.000 visitas en la página web al año

Tráfico esperado página Web

Aumentar el tráfico en la página web mediante una estrategia integral de **SEO** con la optimización de las **Keywords** con el fin de entender el comportamiento de los usuarios y ajustar la estrategia en función de los datos.

- Utilizar la herramienta de YouTube Ads segmentada en personas relacionadas con el sector Oil&Gas, mostrando un contenido sobre los nuevos recursos tecnológicos que usa Rhema en su core.

- Publicación de infografías sobre incidentes estadísticas de la industria y las mejores practicas del mercado

- Realizar una gestión de backlinks en las diferentes páginas Web de los gremios del sector.

- Colaboración con otros profesionales reconocidos de la industria por medio de entrevistas y webinars

- Hacer un benchmark de las keywords más utilizadas en las páginas Web de los competidores de Rhema.

- Realizar un cobranding estratégico con la empresa AGI Ambiental, Versa y la gobernación de Santander.

- Crear un foro mensual en la página Web donde se creen debates referente a los beneficios de las nuevas herramientas tecnológicas del sector Oil&Gas.

- Realización video corporativo sobre la certificación lograda por la RHEMA sobre Carbono Neutro.

- Creación del botón "Te contamos del negocio". Trata de infografías que presenten datos y estadísticas relevantes del sector.

- Lanzamiento Podcast "En confianza con Rhema" con temas enfocados a tendencias y programas de RSE

- Desarrollo y publicidad de Webinars y eBooks gratuitos en la página Web.

- Participación en el II foro Nacional sobre carbono neutro, sostenibilidad y cambio climático en colaboración con la gobernación de Santander.

- Publicación de proyectos denominados casos de éxito para mostrar el end to end del proceso de negocio realizado por Rhema.

- Realización de miniserie en formato reel de los avances de proyectos relevantes ejecutados por RHEMA, generando expectativa y confianza en los resultados finales

- Creación de la sección #NuestraGente en donde se muestran videos testimoniales de técnicos donde cuenten cómo aporta Rhema positivamente a los territorios donde opera.

- Realizar una campaña promocional sobre la participación de RHEMA en eventos importantes del sector (Foros, Congresos, Workshop)

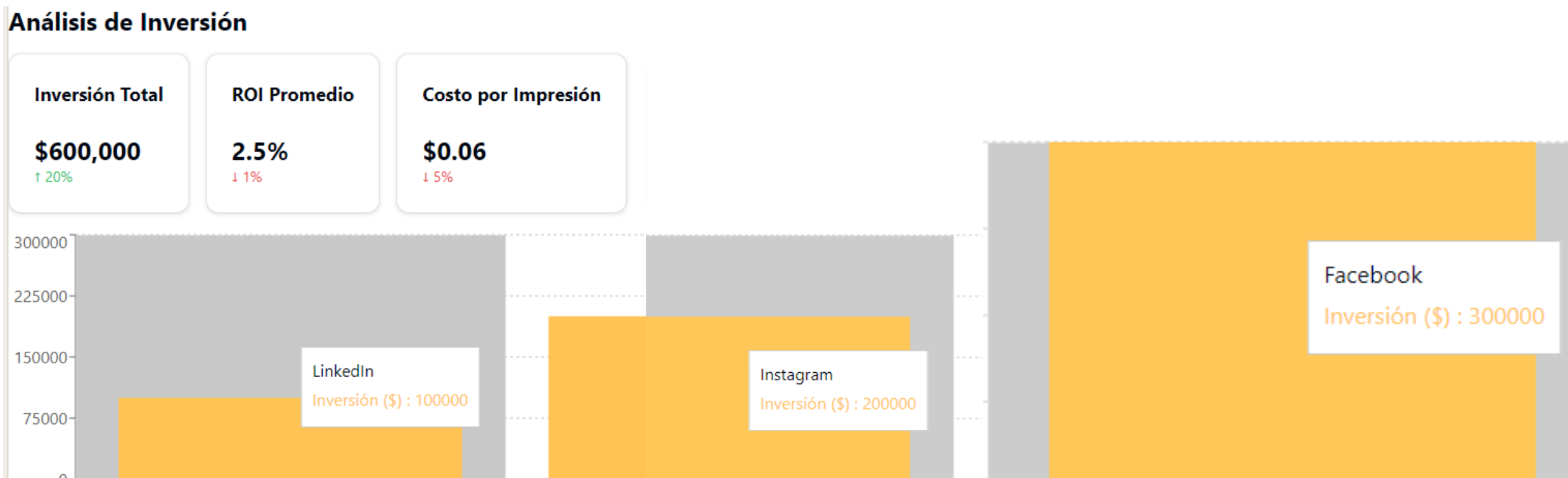
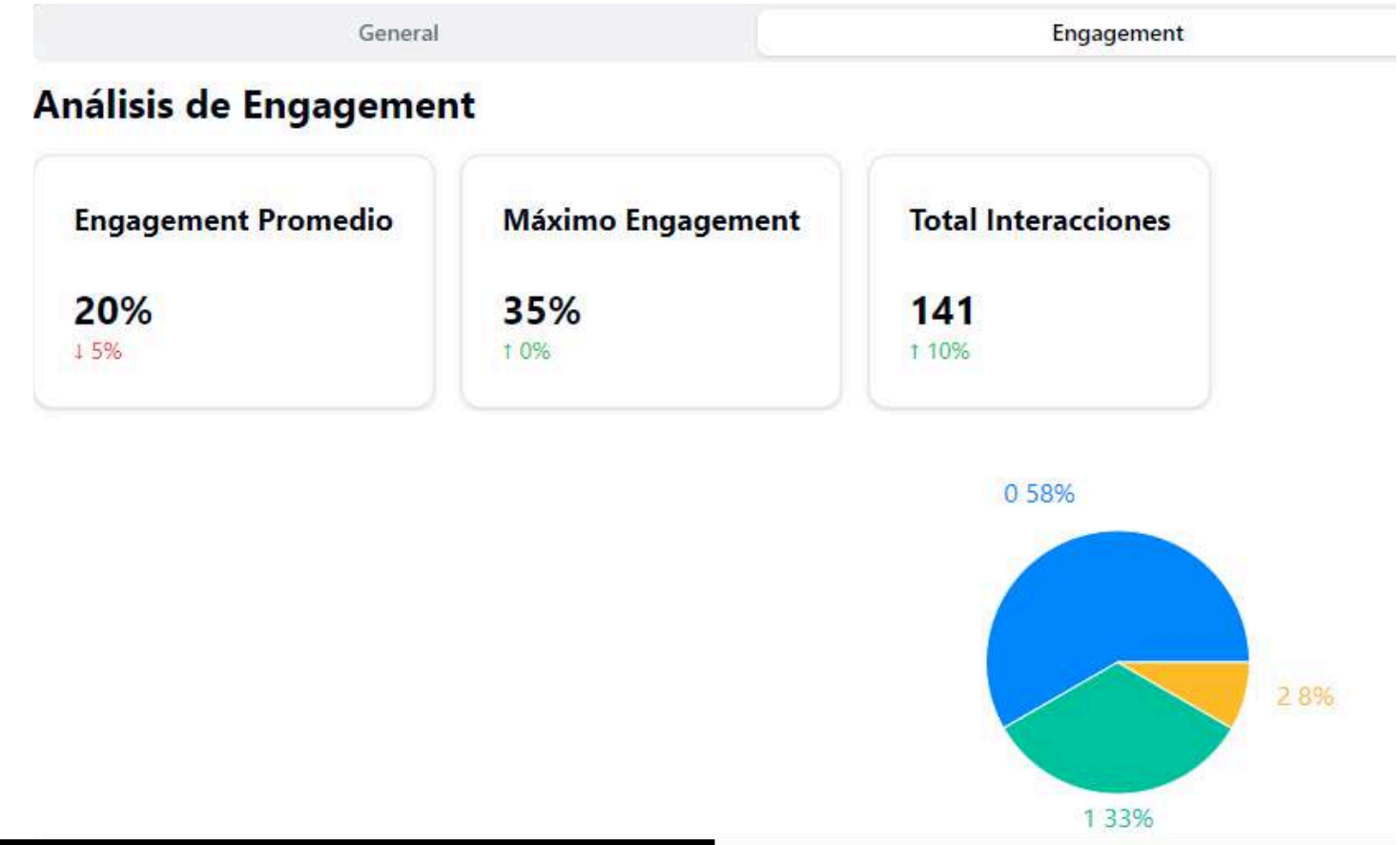
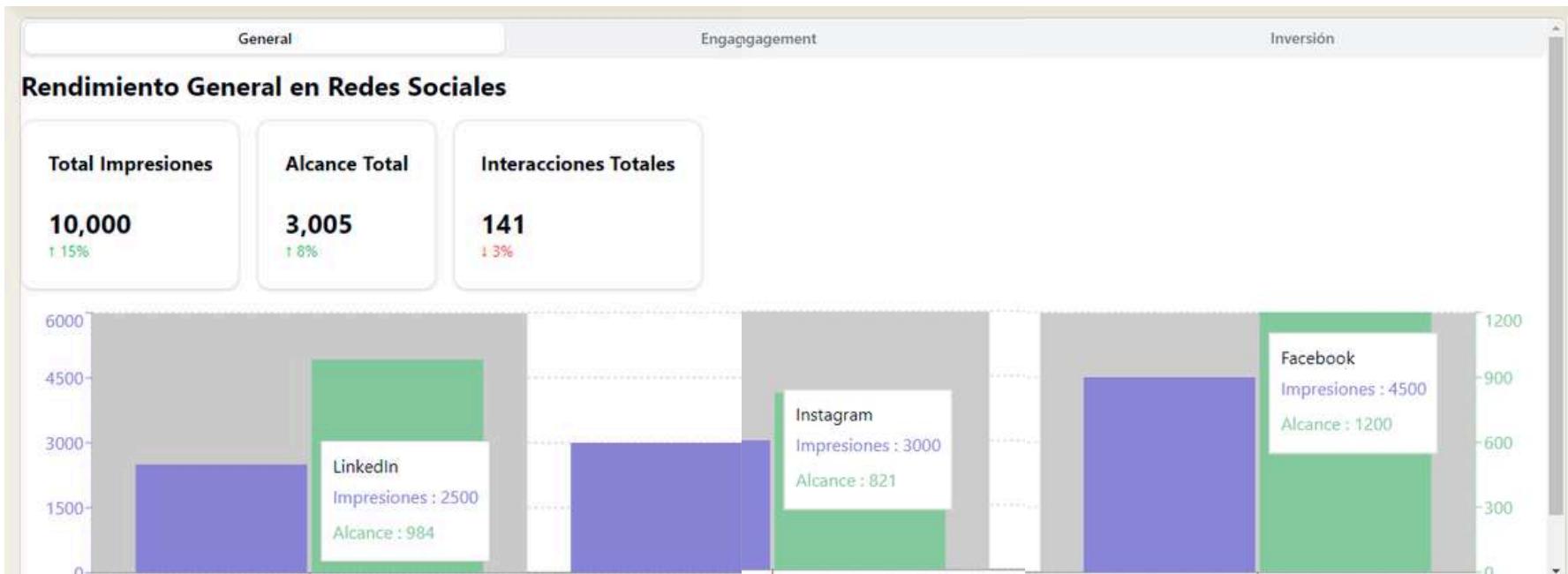
\$35.000.000
PRESUPUESTO
TOTAL
RHEMA

\$5.250.000
PRESUPUESTO Q1

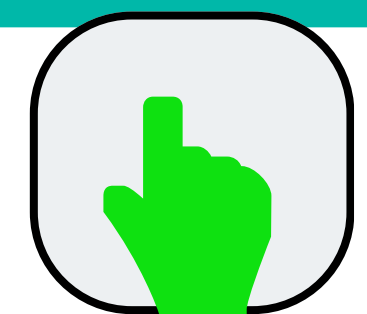
\$8.750.000
PRESUPUESTO Q2

\$12.250.000
PRESUPUESTO Q3

\$8.750.000
PRESUPUESTO Q4



Link de dashboard realizado con Claude 🔍



PRICING

CONTEXTO EMPRESARIAL

Somos una empresa líder en servicios especializados en los sectores de hidrocarburos, petroquímicos, hídrico y energético. Ofrecemos soluciones innovadoras y de alta calidad que maximizan la eficiencia y promueven la sostenibilidad.

Entre nuestra oferta encontrarás soluciones para Hot Tap & Line Stop, ingeniería, procura, construcción, mantenimiento EPCM además del montaje e instrumentación para obras mecánicas con sus obras civiles conexas y complementarias en oleoductos, gasoductos, poliductos y tanques de almacenamiento de fluidos.

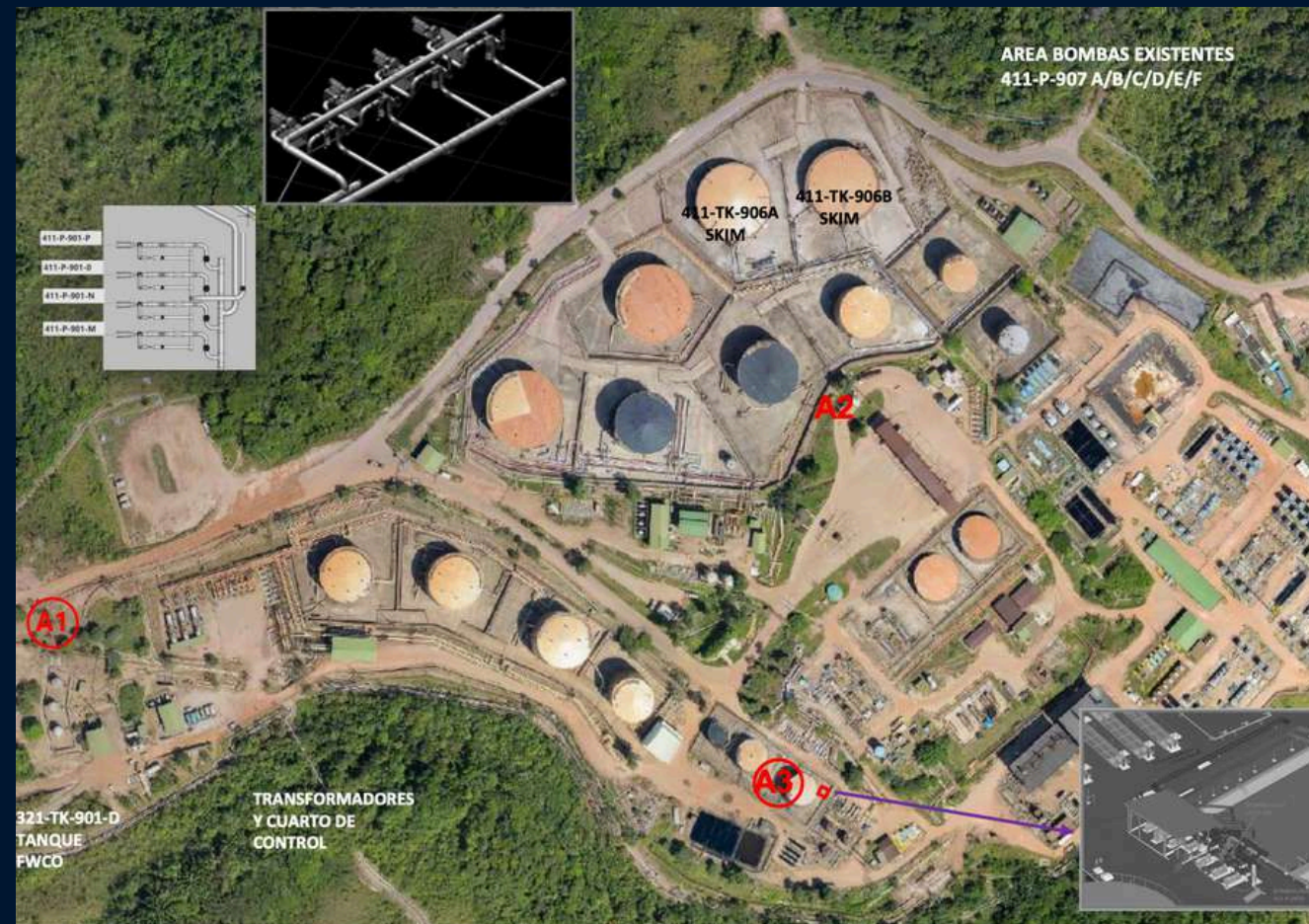
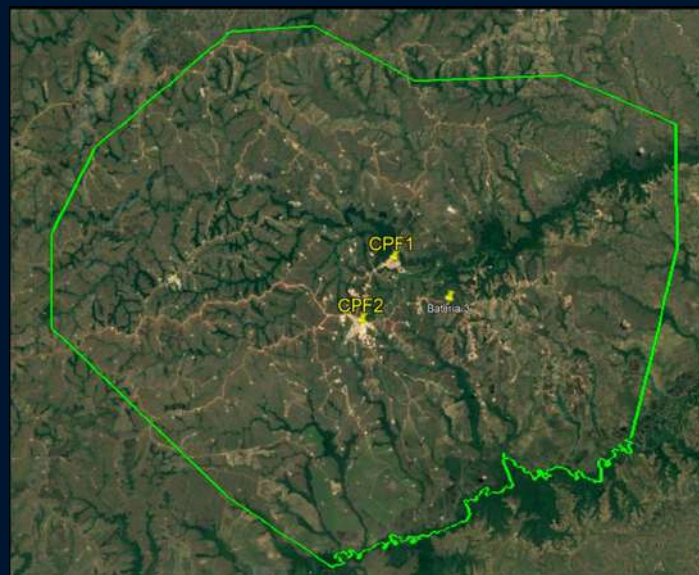


RANKING

RHEMA Internacional se ha destacado en el competitivo mundo de los servicios petroleros, alcanzando el impresionante **puesto 58** en el ranking de las **120 mejores empresas del sector**. Este logro resalta nuestra dedicación a la calidad y la innovación.



Campo Rubiales, el campo petrolero de mayor producción en el país, que extrae en promedio **205 mil barriles por día**, se encuentra en Puerto Gaitán Meta don sus principales empresas operadoras son la multinacional Pacific Rubiales Energy en asocio con ECOPETROL desde principios de 2001.



El Proyecto PTAR Campo Rubiales ODS 008-AO 3045327



- Construcción de la planta de tratamiento de aguas de producción **(PTAR) potabiliza 300.000** galones de aguas día del CPF 2. de campo Rubiales.

Beneficio Ambiental

- Prevención y control de la contaminación de fuentes hídricas garantizando la calidad del agua para consumo humano.
- Proteger la integridad del medio ambiente mediante aplicación de la política “cero vertimientos”.



CASOS DE EXITO REFINERÍA BARRACABERMEJA.

- ODS 008 Contrucción de tanques atmosféricos (3.000) bbl.
- ODS 009 Actualización y construcción tecnológica PTAR.
- ODS 015 Actualización y construcción del sistema FLUE GAS COOLER.
- ODS 004 Construcción de tanque Contraincendios K-2908 (60.000) bbl.





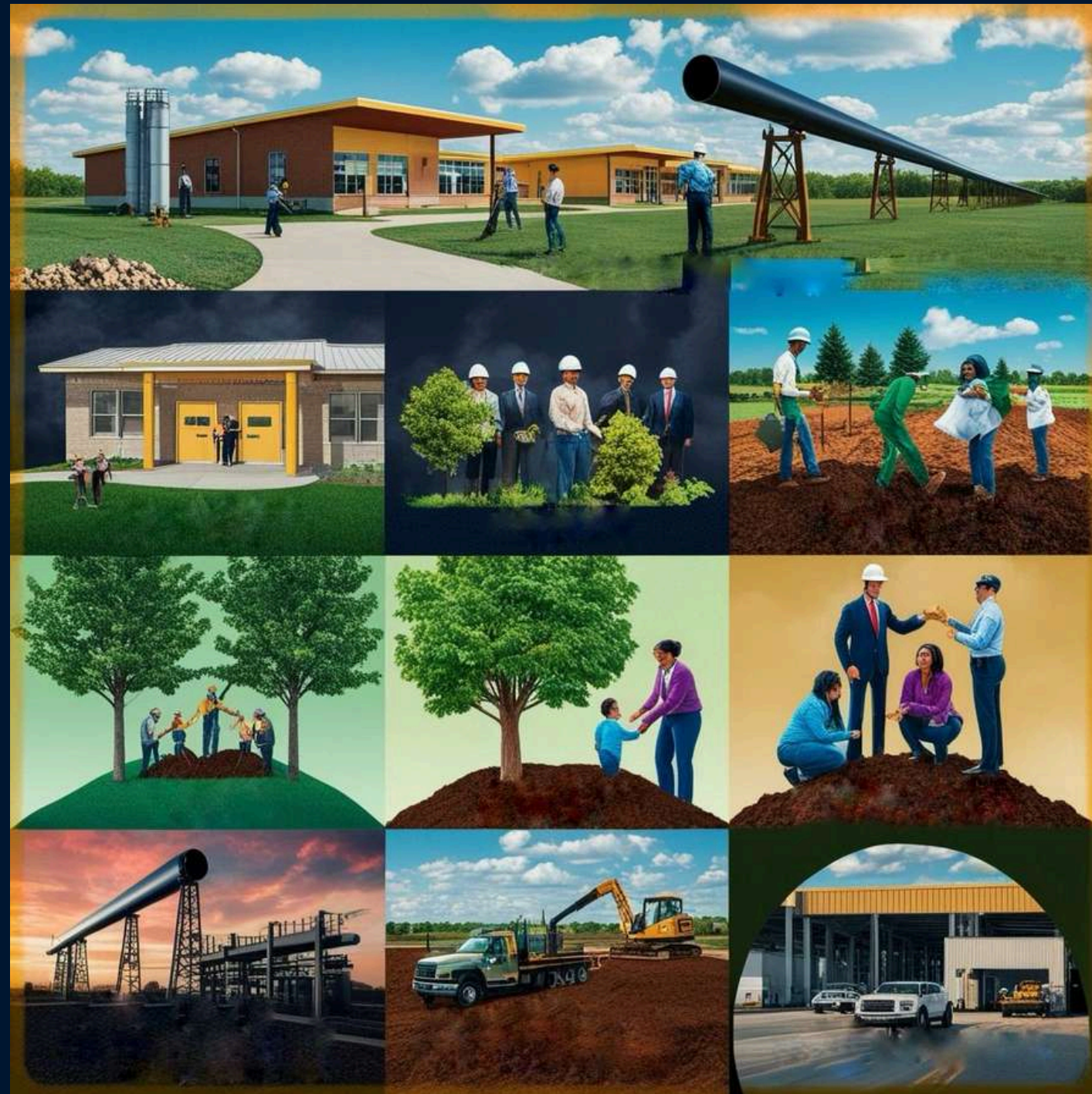
PUERTO GAITÁN (META) – CAMPO RUBIALES

- **Valor del Contrato COP \$103.400 MM**
- **Duración 12 meses.**
- **Necesidad de Inversion COP \$20.000 MM**
- **Rentabilidad del 15% del valor total de la inversión, equivalentes a 3.000 millones de pesos pagaderos al mes 13.**



Los ingresos totales del contrato serán administrados bajo una fiducia de administración de pagos con una de las principales fiduciarias del país, la cual estará auditada directamente por el departamento de costos de Ecopetrol.

Dentro del Contrato de Fiducia se anexa cláusula de pago para nuestros inversionistas al mes de 13 del inicio del proyecto y pignoración del 10% de rete garantía del valor total del proyecto.



Inversión que trasciende los números

Nuestra empresa no solo ofrece una atractiva oportunidad de retorno, sino que también genera un **impacto positivo en las comunidades donde operamos**. A través de proyectos como la **construcción de escuelas**, la **reforestación** y el **apoyo a madres cabeza de familia**, estamos creando un futuro más sostenible y próspero.



**Manejo de
residuos sólidos y
preservación del
agua**



**Reconstrucción
Centro
Educativo
Guamal**



**Reforestación
Ambiental**



**Cuidado del
Medio
Ambiente**

CONCLUSIONES

En el sector de Oil&Gas, la implementación de un plan de marketing es crucial para aprovechar la falta de estrategias en el mercado y destacar frente a la competencia. Las empresas que desarrollen planes de marketing efectivos podrán incrementar su visibilidad y consideración en el mercado. Es fundamental que estos planes incluyan la creación de contenidos que acerquen a los usuarios y posicionen los valores y principios de la compañía. Rhema Internacional, por ejemplo, debe enfocar su estrategia en la responsabilidad social y la seguridad, aspectos que pueden diferenciarla en un mercado competitivo.

La captación de leads en el sector de Oil&Gas no se limita a un simple plan de marketing, pero este sigue siendo una pieza clave. En esta industria, el éxito depende en gran medida del relacionamiento, el networking, el precio y la fidelización de los clientes. Un plan de marketing bien integrado con estas prácticas puede potenciar significativamente los resultados. Rhema Internacional debe aprovechar las redes sociales como LinkedIn, YouTube y su página web, ya que son los canales preferidos por los clientes corporativos del sector.

Para maximizar el impacto de su plan de marketing, Rhema Internacional debe acceder a las versiones premium de las redes sociales, lo que permitirá capturar más datos y tomar decisiones informadas basadas en estos datos. Además, es esencial que el plan de marketing se alinee con las nuevas tendencias del mercado, como los proyectos de energía limpia, y que se comuniquen de manera estratégica. Realizar ejercicios periódicos de benchmarking con competidores directos y sustitutos ayudará a entender qué contenidos y formatos están en vanguardia, permitiendo así capturar más usuarios y mantenerse relevante en el mercado.

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo de nuestro proyecto integrador decidimos dar un enfoque en responsabilidad social y empresarial, en el cual deberíamos comunicar de manera efectiva los proyectos de RSE en los cuales interviene la compañía, destacando las iniciativas que benefician a las comunidades locales y el medio ambiente. Esto no solo mejorará la imagen de la empresa, sino que también creará conexiones emocionales con el público; esta estrategia de marketing digital incluye redes sociales para amplificar el mensaje de RSE compartiendo historias de impacto, testimonios de beneficiarios y avances de proyectos buscando generar un mayor alcance y engagement.

Los diferentes análisis sobre los competidores directos, indirectos y sustitutos nos suministraron datos relevantes sobre el comportamiento, tendencias, frecuencia y canales más utilizados en el mercado Oil and Gas en Colombia, marcando una hoja de ruta para el planteamiento de nuestra estrategia de Benchmarking, el posicionamiento de la estrategia de marketing, la creación de objetivos reales y la proyección del posicionamiento de la marcha RHEMA Internacional a nivel local e internacional.

La importancia de conocer el mercado, el mercado de referencia y el nicho nos da un punto de referencia del cual podemos partir y nos da una ventaja competitiva de la cual podemos aprovechar. El análisis detallado de nuestros competidores como Gilgal, Morken Group y Celsia entre otros, en un mapa estratégico detallado sobre sus comunicaciones online como offline podemos comparar, medir y estudiar tácticas efectivas de respuestas de cara a ganar una participación más amplia en los mercados donde RHEMA Internacional hace presencia comprendiendo aun mejor las necesidades y preferencias de nuestros clientes, así como las fortalezas y debilidades de nuestros competidores, podemos desarrollar una estrategia de marketing que nos permita diferenciarnos.

CONCLUSIONES

Respecto a la estrategia de Content Marketing de Rhema Internacional, se recomienda enfocarse en la seguridad como un pilar diferenciador en redes sociales, dado su rol en proyectos de mantenimiento y construcción en el sector energético y de hidrocarburos. Los contenidos deben alinearse con los objetivos SMART establecidos:

- **Visibilidad y posicionamiento en LATAM:** Para mejorar el reconocimiento de la marca y visibilidad de sus servicios EPC, es crucial que la empresa comparta contenido técnico y educativo que demuestre su experiencia y compromiso con la seguridad en operaciones críticas, como el uso de Hot Tap & Line Stop. Publicaciones regulares en LinkedIn, la inclusión de casos de éxito y hacer uso de estrategias de “thought leadership” puede impulsar este objetivo y encaminar a la empresa como líder de opinión.
- **Fidelización:** En el contexto de seguridad, los webinars y newsletters pueden enfatizar la importancia de los procesos seguros y la prevención de riesgos ambientales, dirigidos a un 15% de clientes interactuando en canales digitales. Estos contenidos ayudan a construir la confianza y relación a largo plazo con los clientes actuales y potenciales.

La mayoría del contenido en las redes sociales de Rhema Internacional debe enfocarse en el aspecto educacional, reflejando la naturaleza altamente técnica y tecnológica de su sector. Al abordar temas complejos como Hot Tap & Line Stop, mantenimiento de ductos y proyectos EPC, el contenido educativo puede descomponer y simplificar los conceptos para destacar la experiencia de Rhema, aumentar la comprensión y atraer a un público especializado. Este enfoque permite posicionar a la empresa como un líder de opinión en la industria, consolidando la confianza de los clientes y destacando su capacidad para ofrecer soluciones seguras y tecnológicamente avanzadas.

Con esta estrategia, Rhema proyectará su diferenciación en seguridad y compromiso con la innovación, logrando una comunicación que no solo informa sino también genera valor para la audiencia clave que incluye directores de mantenimiento, ingenieros y responsables de proyectos, así como comunidades locales y clientes B2B en sectores de petróleo y gas que son tomadores de decisión en cada una de sus empresas.

Para este tipo de empresas del sector algo muy importante es lograr posicionarse dentro del ranking de las mejores del mercado, algo que descubrimos en nuestra investigación y estructuración del proyecto integrador es que en este caso Rhema Internacional que es la empresa escogida para el desarrollo del presente trabajo, ha logrado una destacada posición en el altamente competitivo sector ubicándose en el puesto 58 del ranking de las 120 mejores empresas del área según la Asociación Colombiana de Petroleros, esto no solo es un referente en el sector, sino que también ha establecido un estándar frente a sus competidores.

Como punto importante desarrollado observamos que como industria la optimización de costos traduce una ventaja competitiva crucial para el sector en donde el tiempo cuenta y la reducción de inversiones impacta en la rentabilidad de los proyectos, al combinar precios competitivos con la fabricación propia y la mejora en tiempos de respuesta, RHEMA no solo se destaca como un proveedor confiable en el sector oil and gas, sino que también establece un modelo de operación que puede redefinir las expectativas de la industria.

-
- Rhema Internacional. (2024, October 4). RHEMA Internacional. <https://www.rhemaint.com/>
 - Lecinski, J. (2011). ZMOT ganando el momento cero de la verdad. Estados Unidos, Google Inc.
 - Carreras, F. (2020). Cómo calcular el valor real de una inversión en “Marketing” de “Influencers.” Harvard-Deusto Business Review, 302, 61-63. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7488152>
 - De La Hoz Granadillo, E. J., Herrera, T. J. F., & Gómez, J. M. (2014). Evaluación del comportamiento de los indicadores de productividad y rentabilidad financiera del sector petróleo y gas en Colombia mediante el análisis discriminante. Contaduría Y Administración, 59(4), 167-191. [https://doi.org/10.1016/s0186-1042\(14\)70159-7](https://doi.org/10.1016/s0186-1042(14)70159-7)
 - Osma, F. B. (2022). Contrato de seguro y mercado digital. Revista Ibero-Latinoamericana De Seguro, 31(56). <https://doi.org/10.11144/javeriana.ris56.csmd>
 - 2024 oil and gas industry outlook. (2023, 01 diciembre). Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/oil-and-gas/oil-and-gas-industry-outlook.html>
 - Pearl, F. (2024, 1 agosto). La inversión en exploración y producción de hidrocarburos es clave para la seguridad energética y la sostenibilidad fiscal de Colombia. ACP.COM.CO. Recuperado 6 de septiembre de 2024, de <https://acp.com.co/portal/la-inversion-en-exploracion-y-produccion-de-hidrocarburos-es-clave-para-la-seguridad-energetica-y-la-sostenibilidad-fiscal-de-colombia-frank-pearl/>

-
- [Gilgal Group \(30 de octubre, 2024\)](https://gilgal.co/), <https://gilgal.co/>
 - [Morelco CUMBRA \(15 de septiembre, 2024\)](https://www.morelco.com.co/)<https://www.morelco.com.co/>
 - [Celseia \(20 de mayo, 2024\)](https://www.celsia.com/es/),<https://www.celsia.com/es/>
 - [Morken Group \(20 septiembre, 2024\)](https://morkengroup.com/), <https://morkengroup.com/>