

Claudia Martínez Pérez

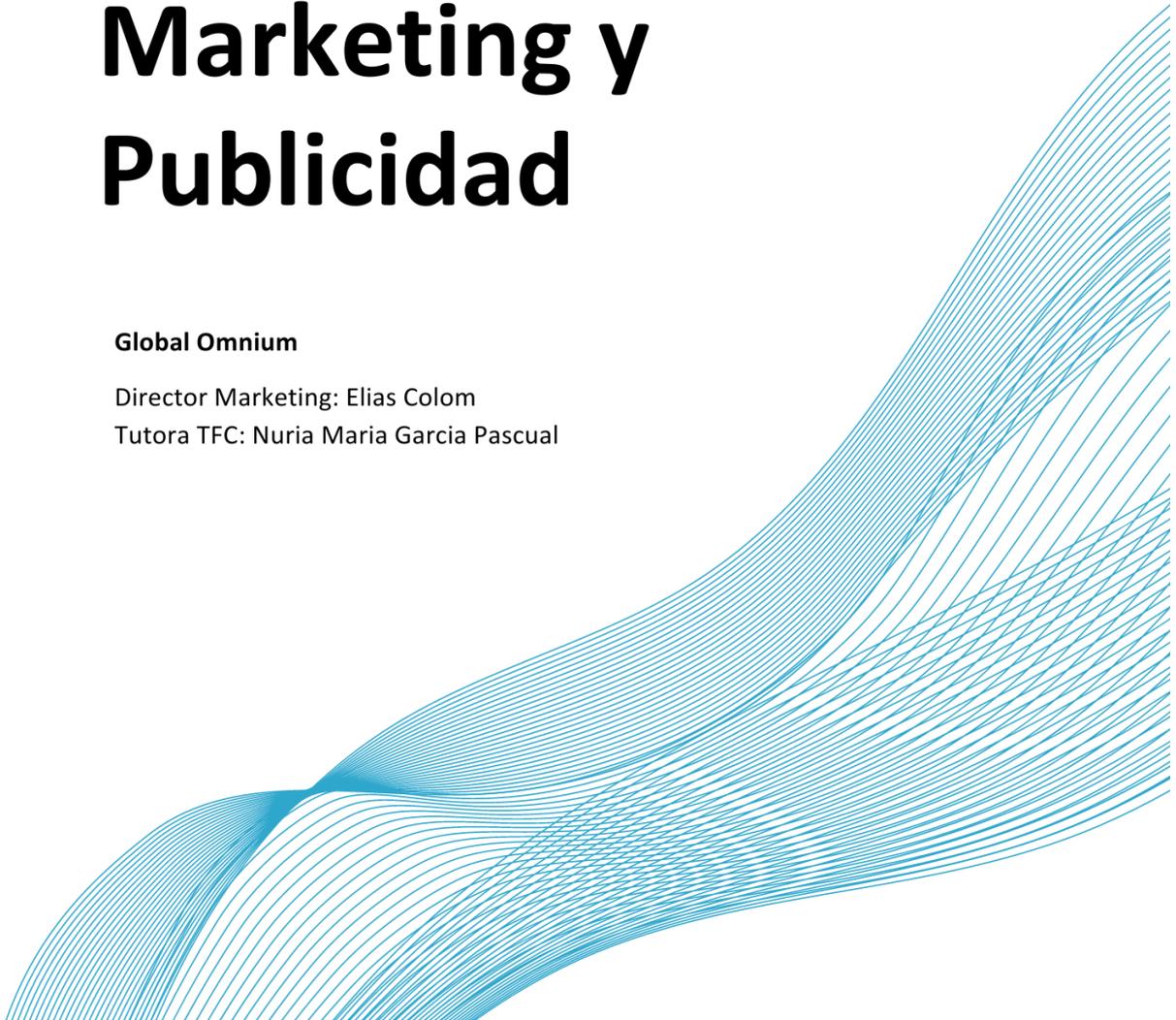
---

# Proyecto Final Marketing y Publicidad

**Global Omnium**

Director Marketing: Elias Colom

Tutora TFC: Nuria Maria Garcia Pascual



## Resumen del contenido

Global Omnium es una empresa centralizada en la **gestión integral del agua**, abarcando todos los aspectos relacionados con el **ciclo del agua**. Su actividad se basa en el suministro, distribución y tratamiento del agua, garantizando de esta forma su **calidad y sostenibilidad**.

La empresa emplea **tecnologías avanzadas** para optimizar el uso de recursos hídricos y mejorar la **eficiencia** en cada etapa del proceso. Global Omnium, emplea **sistemas de monitoreo y control** que permiten una **gestión eficiente y segura** del agua, adaptándose a las necesidades específicas tanto de entornos urbanos como industriales.

Uno de los pilares de la compañía es la **innovación**, destacándose por la creación de **proyectos I+D+I** que buscan **soluciones sostenibles** y **reducción en el impacto medioambiental**. Global Omnium con su **compromiso con el medioambiente**, promueve **prácticas sostenibles** en la **gestión de recursos hídricos**.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>Introducción .....</b>	<b>5</b>
<b>ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....</b>	<b>6</b>
1.1 <i>Actividad de la empresa y ubicación en el sector.....</i>	6
1.2 <i>Estructura y organización empresarial del sector y su competencia.....</i>	9
1.3 <i>Misión, visión y valores.....</i>	15
1.4 <i>La cultura de la empresa: imagen corporativa, manual de identidad... ..</i>	16
<b>2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO. ....</b>	<b>18</b>
2.1 <i>Análisis de las 5 FUERZAS DE PORTER:.....</i>	18
2.2 <i>Análisis DAFO: .....</i>	20
2.3 <i>Análisis PESTEL: .....</i>	22
<b>3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS .....</b>	<b>24</b>
3.1 <i>Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos. ....</i>	24
3.2 <i>Identificación de las funciones de los puestos de trabajo. ....</i>	25
3.3 <i>Procedimiento de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.....</i>	34
3.4 <i>Convenio colectivo aplicable al ámbito laboral.....</i>	37
<b>4. PLAN DE MARKETING .....</b>	<b>37</b>
4.1 <i>Estrategia de Marketing.....</i>	37
4.2 <i>Segmentación y público objetivo. ....</i>	40
4.3 <i>Herramientas de marketing operativo. ....</i>	41
4.4 <i>La relación con el cliente. ....</i>	42
4.5 <i>La distribución en el Mercado Local e Internacional ¿Qué canales utiliza? ....</i>	43
<b>5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL.....</b>	<b>45</b>
5.1 <i>Presencia online de la empresa, análisis y valoración. ....</i>	45
5.2 <i>Elabora un plan de mejora online con las acciones a llevar a cabo en función del análisis y valoración.....</i>	46
5.3 <i>Realiza una propuesta de logo y justifícalo. ....</i>	47
5.4 <i>Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores. ....</i>	48
Campaña 1:.....	48

Campaña 2:.....	52
<b>4. Costos de la campaña:.....</b>	<b>53</b>
5.5 Propuesta de mejora. ....	54
<b>6. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.....</b>	<b>54</b>
6.1 Objetivos del puesto. ....	54
6.2 Descripción de tareas. ....	54
6.3 Relaciones. ....	56
6.4 Disponibilidad. ....	56
6.5 Documentación.....	56
6.6 Ambiente. ....	57
6.7 Riesgos laborales. ....	57
6.8 Dedicación.....	57
6.9 Integración.....	57
<b>7. REFLEXIÓN FINAL.....</b>	<b>59</b>
<b>8. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>60</b>
<b>9. ANEXOS.....</b>	<b>61</b>
Anexo 1 .....	61
Anexo 2 .....	69

## ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Logo Emivasa Fuente: Global Omnium .....	7
Ilustración 2. Logo Egevasa Fuente: Global Omnium .....	7
Ilustración 3. Logo Aigües de Calpe Fuente: Global Omnium.....	7
Ilustración 4. Aigües de Sagunt Fuente: Global Omnium.....	8
Ilustración 5. Aigües de Tortosa Fuente: Global Omnium .....	8
Ilustración 6. Ciclo Urbano Del Agua Fuente: Global Omnium.....	9
Ilustración 7. Ciclo Urbano del Agua Fuente: Global Omnium .....	10
Ilustración 8. Ranking Sectorial de Empresas 2022 Fuente: El Economista.....	11
Ilustración 9. Evolución de Ventas Fomento Agrícola Castellonense SA Fuente: El Economista .....	12
Ilustración 10. Logo Fomento Agrícola Castellonense SA Fuente: Página Web FACSA .....	12
Ilustración 11. Evolución de Ventas FCC Aqualia SA Fuente: Elaboración Propia..	13
Ilustración 12. Logo FCC Aqualia SA Fuente: Página Web AQUALIA.....	13
Ilustración 13. Evolución de Ventas Canal de Isabel II SA Fuente: El Economista..	14
Ilustración 14. Logo Canal de Isabel II Fuente: Página Web Canal de Isabel II.....	15
Ilustración 15. Paleta Cromática Fuente: Elaboración Propia .....	16
Ilustración 16. Organigrama Global Omnium Fuente: Global Omnium .....	24
Ilustración 17. Área Educación y Divulgación en un taller escolar Fuente: Elaboración Propia.....	31
Ilustración 18. Planta de Tratamiento Fuente: Elaboración Propia.....	34
Ilustración 19. Centro Operativo de GoLab Fuente: Elaboración Propia.....	35
Ilustración 20. Instalaciones GoLab Fuente: Elaboración Propia .....	35
Ilustración 21. Trabajadora analizando en GoLab Fuente: Elaboración Propia .....	35
Ilustración 22. Tuberías Fuente: Página Web Global Omnium.....	36
Ilustración 23. Gemelo Digital Fuente: Página Web Global Omnium .....	36
Ilustración 24. PUSDAR Fuente: Elaboración Propia .....	38
Ilustración 25. Visita Escolar a ETAP Fuente: Elaboración Propia.....	38
Ilustración 26. Global Omnium participa en Feria del Agua Fuente: Página Web Global Omnium .....	39
Ilustración 27. Campaña Publicitaria diseñada para Municipio de Bétera Fuente: Elaboración Propia.....	55

## Introducción

La realización de las presentes prácticas tiene como finalidad la inmersión en el mundo laboral relacionado con el Marketing Global Omnium es un grupo empresarial enmarcado dentro del sector del agua, en un sector en el que el saneamiento y la higiene juegan un rol fundamental en el control de los factores de riesgo que afectan a la salud pública. Las condiciones de los sistemas de abastecimiento de agua potable y el tratamiento de las aguas residuales juegan un papel fundamental, y en este sentido, Global Omnium cuenta con más de 130 años de experiencia. Además, el agua es un bien tan vital como escaso, y en el momento de escasez hídrica en el que nos encontramos cobra especial relevancia realizar las prácticas en una empresa tan especializada en los diferentes procesos del ciclo integral del agua, así como conocer su enfoque en el mundo del Marketing.

# 1. ANTECEDENTES Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

## 1.1 Actividad de la empresa y ubicación en el sector.

Global Omnium es una empresa de capital español, dedicada a la **gestión del ciclo integral del agua** en nuestro país y es un referente internacional en su actividad. Integrada dentro del **sector del agua**, es un grupo multisectorial, formado por un conjunto de empresas especializadas en la gestión del agua.

Más de 130 años de experiencia, trabajo e innovación, culminaron en el nacimiento del Grupo Global Omnium que, actualmente, está presente en 15 Comunidades Autónomas de nuestro país y con presencia en USA, Latinoamérica, África y Oriente Medio.

A lo largo de su historia, para lograr el desarrollo de las actividades propias y su expansión tanto a nivel nacional como internacional, ha ido creando o participando en diversas sociedades de diferentes áreas geográficas y diversificando su área de negocio. Actualmente, agrupa 25 empresas especializadas, 13 firmas participadas y 56 UTEs en diferentes áreas relacionadas con la gestión del agua, la ingeniería y el medio ambiente.

El Grupo Global Omnium gestiona, a lo largo de la geografía española, 28 plantas de tratamiento de agua potable, abasteciendo a más de 300 ciudades y más de 5 millones de personas. También gestiona más de 300 instalaciones de tratamiento de aguas residuales, fosas sépticas, bombeos exteriores e instalaciones de fangos.

Global Omnium se constituyó en 1890 bajo la denominación de Sociedad de Aguas Potables Mayores de Valencia S.A. En la actualidad, la organización tiene el reconocimiento y estabilidad necesarias para realizar un crecimiento sostenible.

La empresa que da origen al Grupo Global Omnium, Aguas de Valencia, inició su andadura en 1890 y nació con la vocación de abastecer con agua potable a la ciudad de València (**EMIVASA**) y su área metropolitana y, de manera progresiva, fue incorporándose a los municipios de las provincias de Valencia, Castellón y Alicante.

(EGEVASA, Global Omnium Medioambientes, Empresa de Aguas y Servicios Públicos de Morella, Aguas de Calpe, Aigües d'Altea y Aigües de Sagunt).



*Il·lustración 1. Logo Emivasa Fuente: Global Omnium*



*Il·lustración 2. Logo Egevasa Fuente: Global Omnium*



*Il·lustración 3. Logo Aigües de Calpe Fuente: Global Omnium*



*Il·lustració 4. Aigües de Sagunt Fuente: Global Omnium*

En poco tiempo amplió su proyección a otras comunidades autónomas, en donde también gestiona servicios relacionados con el Ciclo Integral del Agua (**Aguas de Teruel, SASTESA, Companyia General d'Aigües De Catalunya, Aigües d'Tortosa, Aigües d'Altafulla**).



*Il·lustració 5. Aigües de Tortosa Fuente: Global Omnium*

Asimismo, posee una presencia cada vez más consolidada en distintas áreas, como en la gestión de la calidad del agua a través del laboratorio (**Gamaser-GOLab**), la implantación de sistemas de gestión de atención a clientes (**ISG**), la instalación, mantenimiento e implantación de contadores inteligentes (**MACSA**), otros servicios de mantenimiento (**SAMAS**) y obras hidráulicas y mantenimiento integral de infraestructuras hidráulicas (**CCSA**).

El sector del agua, saneamiento e higiene juega un rol fundamental en el control de los factores de riesgo, que afectan a la salud pública y que se pueden generar cuando las condiciones de los sistemas de abastecimiento de agua, disposición de excretas y aguas residuales cambian por afectación en la infraestructura que impactan en el servicio que se entrega a una población.

## 1.2 Estructura y organización empresarial del sector y su competencia.

La **línea principal de actividad o de negocio** del grupo Global Omnium es la gestión del ciclo integral del agua, que podría estructurarse de la siguiente manera:

La **potabilización** es la línea principal de actividad es la gestión del ciclo integral del agua. Global Omnium gestiona las plantas potabilizadoras, así como el agua en alta y el agua en baja (más de 300 municipios y más de 3 millones de clientes servidos).



Ilustración 6. Ciclo Urbano Del Agua Fuente: Global Omnium

En la actualidad gestionan 28 plantas potabilizadoras a través de más de 12.000 km de tuberías distribuidas por todo el país. Es un tratamiento clave para que el agua pueda ser consumida por las personas, siguiendo los parámetros asignados por el Ministerio de Sanidad. “Se denomina agua “potable”, al agua que puede ser consumida sin representar un riesgo para la salud.

Por otro lado, nos encontramos con el proceso de **depuración**. Presta los servicios de gestión de alcantarillado y depuración de las aguas residuales. Gestiona más de 400 plantas de tratamiento de aguas residuales y más de 298 Hm<sup>3</sup> de agua depurada.

El agua usada se recoge a través del sistema de alcantarillado y se dirige hasta las plantas de depuración donde utilizarán diferentes procesos, dependiendo de si el agua se va a reutilizar o simplemente se devolverá al entorno natural. Esta fase es

clave para la problemática de la escasez de agua y sigue los principios de la economía circular, que implica reutilizar el producto el mayor número de veces posible.

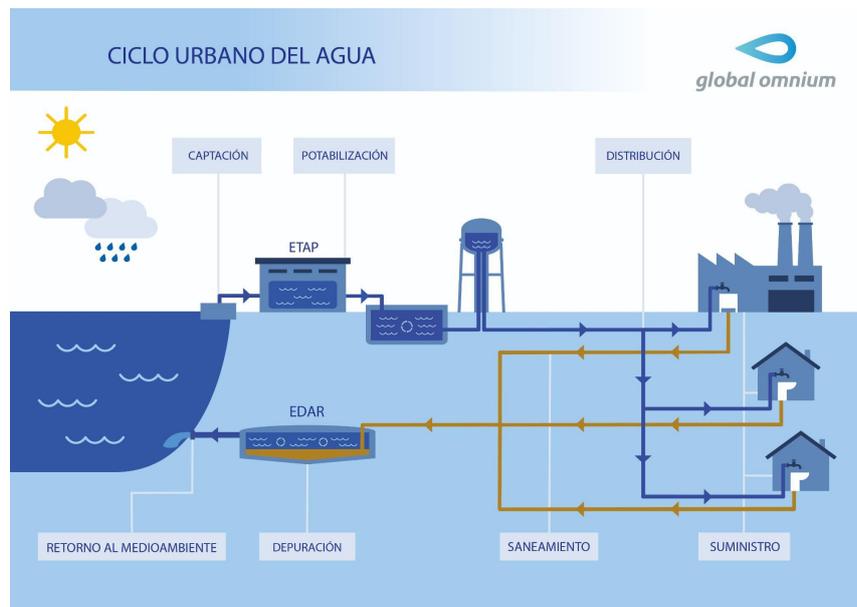


Ilustración 7. Ciclo Urbano del Agua Fuente: Global Omnium

**La Ingeniería y obras hidráulicas** se basa en el diseño de proyectos hidráulicos, dirección de obras y asistencias técnicas. Se han invertido más de 40 millones de euros en obras hidráulicas.

**Servicios** como la gestión de laboratorios propios de análisis de aguas y control de vertidos. Destaca su laboratorio central **Gamaser-GoLab**, en el que se realizan todo tipo de analíticas del agua. Así mismo, Global Omnium presta otros tipos de servicios como la medición de consumos de agua mediante los contadores inteligentes y servicio de atención al cliente y facturación.

Global Omnium opera en un sector altamente competitivo, donde se enfrenta a múltiples desafíos para diferenciarse y alcanzar la notoriedad que ostenta en la actualidad.

Información ofrecida por 

Posición Sector	Evolución Posiciones	Nombre de la empresa > <input type="text" value="Buscar por nombre"/>	Facturación (€) <input type="text" value="Seleccionar..."/>	Provincia <input type="text" value="Seleccionar..."/>	
1	(ND)	ACCIONA AGUA SAU	1.114.878.000	Madrid	<a href="#">Ver más</a>
2	1 ↓	CANAL DE ISABEL II SA M.P.	886.128.000	Madrid	<a href="#">Ver más</a>
3	1 ↓	FCC AQUALIA SA.	815.879.000	Madrid	<a href="#">Ver más</a>
4	1 ↓	AIGUES DE BARCELONA, EMPRESA METROPOLITANA DE GESTIO DEL CICLE INTEGRAL DE L'AIGUA SA	423.324.000	Barcelona	<a href="#">Ver más</a>
5	1 ↓	SOCIEDAD GENERAL DE AGUAS DE BARCELONA SAU	214.043.000	Barcelona	<a href="#">Ver más</a>
6	1 ↓	AGUAS DE LAS CUENCAS MEDITERRANEAS S.M.E. SA.	175.404.164	Madrid	<a href="#">Ver más</a>
7	1 ↓	EMPRESA METROPOLITANA DE ABASTECIMIENTO Y SANEAMIENTO DE AGUAS DE SEVILLA SA	141.178.920	Sevilla	<a href="#">Ver más</a>
8	1 ↓	HIDRAQUA, GESTION INTEGRAL DE AGUAS DE LEVANTE SA.	124.178.089	Alicante	<a href="#">Ver más</a>
9	1 ↓	SOCIEDAD DE FOMENTO AGRICOLA CASTELLONENSE, SA	120.032.000	Castellon	<a href="#">Ver más</a>
10	0 →	AGUAS DE VALENCIA SA	113.914.000	Valencia	<a href="#">Ver más</a>

*Ilustración 8. Ranking Sectorial de Empresas 2022 Fuente: El Economista*

El gráfico mostrado, representa el Ranking Sectorial de Empresas dedicadas a la captación, distribución y gestión del agua en el año 2022. Global Omnium (figura en la tabla como Aguas de Valencia S.A).

Algunas empresas competidoras relevantes, dentro de su sector, como Sociedad de Fomento Agrícola Castellonense SA, Canal de Isabel II SA, FCC AQUALIA SA, así como otras entidades de renombre como Acciona Agua SAU, entre otras, componen la competencia de Global Omnium.

A continuación, procederé a efectuar un análisis conciso de las empresas competidoras en el mercado mencionadas anteriormente.

### **Sociedad de Fomento Agrícola Castellonense SA:**

En el ejercicio fiscal del 2022, la Sociedad De Fomento Agrícola Castellonense S.A. reportó activos consolidados por un total de 201.485.000 €, con un volumen de ventas alcanzando los 120.032.000 €.

La empresa castellanense, al igual que Global Omnium, es una empresa multisectorial. Contiene 11 marcas distintas, entre ellas; FACSA El Agua Primero.



*Ilustración 9. Evolución de Ventas Fomento Agrícola Castellonense SA Fuente: El Economista*

El diagrama exhibido muestra la evolución de ventas de la empresa Sociedad de Fomento Agrícola Castellonense SA desde el año 2020 a 2022.



*Ilustración 10. Logo Fomento Agrícola Castellonense SA Fuente: Página Web FACSA*

<https://www.facsa.com/>

### **FCC AQUALIA SA:**

Durante el año 2022, la empresa madrileña FCC Aqualia SA, una empresa líder en el manejo del agua, mostró un buen balance financiero. Registraron activos valuados en 3.045.950.000 euros y vendieron productos y servicios por valor de 815.879.000 euros. Esto significa que están creciendo y siendo sólidos en su negocio.

FCC Aqualia SA, es una empresa diversificada, es decir, opera en muchos sectores. Esto implica que la empresa esté involucrada en diversas áreas de negocio. En su cartera de marcas, posee un total de 34 marcas. Entre ellas podemos encontrar ELAN, AQU-ELAN, entre otras. Esto implica que la empresa tiene una amplia gama de productos o servicios bajo diferentes nombres comerciales, lo que le permite llegar a diferentes segmentos de clientes y satisfacer diversas necesidades en distintos mercados.

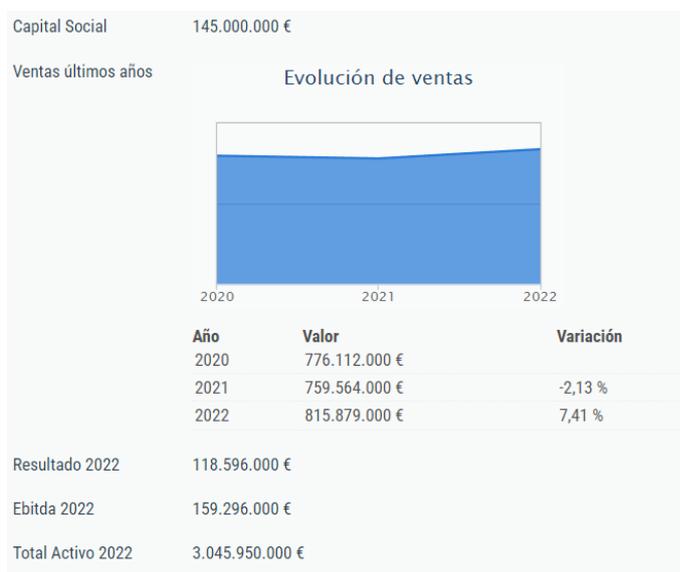


Ilustración 11. Evolución de Ventas FCC Aqualia SA Fuente: Elaboración Propia

El diagrama exhibido muestra la evolución de ventas de la empresa FCC Aqualia SA desde el año 2020 a 2022.



Ilustración 12. Logo FCC Aqualia SA Fuente: Página Web AQUALIA

### Canal de Isabel II SA:

Durante el año 2022, la empresa Canal de Isabel II SA, ubicada en Madrid, exhibió un desempeño financiero que refleja su presencia y robustez en el mercado. Sus activos alcanzaron una valuación destacable de 5.180.377.000 euros. En paralelo a esto, las ventas de la compañía ascendieron a los 886.128.000 euros.

Canal de Isabel II es una empresa versátil que opera en múltiples sectores, lo que significa que está activa en una variedad de áreas de negocio. Dentro de su portafolio de marcas, cuenta con un total de 44 marcas distintivas. Entre ellas se destaca HIDRÁULICA SANTILLANA. Esta diversificación implica que la empresa ofrece una amplia variedad de productos o servicios bajo diferentes denominaciones comerciales, lo que le permite llegar a diversos segmentos de clientes y satisfacer una amplia gama de necesidades en distintos mercados.



*Ilustración 13. Evolución de Ventas Canal de Isabel II SA Fuente: El Economista*

El diagrama exhibido muestra la evolución de ventas de la empresa Canal de Isabel II SA desde el año 2020 a 2022.



*Ilustración 14. Logo Canal de Isabel II Fuente: Página Web Canal de Isabel II*

<https://www.canaldeisabelsegunda.es/>

### 1.3 Misión, visión y valores.

La **visión** principal de Global Omnium es garantizar la continuidad del servicio para proporcionar agua en calidad y cantidad suficiente, protegiendo los recursos hídricos mediante el desarrollo de soluciones innovadoras que permitan el desarrollo de ciudades resilientes, sostenibles e inteligentes.

Por otro lado, la **misión** de la empresa es contribuir a la prosperidad, garantizando la calidad del agua por su importancia en la salud de las personas y proteger los recursos hídricos de las comunidades, a través del desarrollo de soluciones innovadoras en el ciclo integral del agua.

Global Omnium se constituye por **3 valores relevantes**; compromiso social, transparencia y excelencia.

En cuanto a compromiso social, garantizan agua de calidad de forma más eficiente y sostenible. Se promueven proyectos como la recuperación de la biodiversidad del río Turia, la limpieza de playas, la integración laboral, la diversidad, entre muchos otros.

Global Omnium establece una vía de comunicación honesta entre la empresa y el cliente, a través de la gestión de un recurso que pertenece a las comunidades en las que opera. Se publica una memoria corporativa anual en el que se describe cómo se gestiona el ciclo integral del agua de forma eficiente.

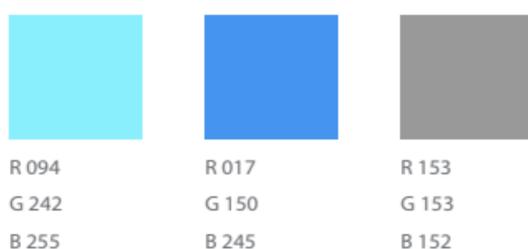
Es importante señalar que Global Omnium da mucha importancia y se invierte en innovación y cultura, formando profesionales y materializando acuerdos con prestigios universitarios.

#### 1.4 La cultura de la empresa: imagen corporativa, manual de identidad...

La empresa apuesta por una cultura basada en la calidad del servicio ofrecido, además de ser eficiente y sostenible con el medioambiente, por lo que se ha empleado una identidad corporativa coincidente con los valores que se desean transmitir. Además, la identidad visual de la empresa se distingue por su memorabilidad, modernidad y simplicidad, al mismo tiempo que evoca una percepción de distinción.

El material gráfico está cuidadosamente pensado de manera que sea fácil de relacionar la empresa con su actividad empresarial: el ciclo integral del agua.

Se utiliza una paleta cromática compuesta por 3 tonalidades distintas:



*Ilustración 15. Paleta Cromática Fuente: Elaboración Propia*

Se otorga gran relevancia a los tonos azules debido a su asociación con el elemento del agua. Además, el uso del color azul se asocia con la percepción de confiabilidad, fidelidad, sofisticación y credibilidad.

A continuación, expondré un ejemplo del manual de identidad, el resto se encontrará en el [Anexo 1](#).

*Símbolo y nombres. Versión preferente:*

Símbolo y nombre. Versión preferente.

Composición centrada de símbolo y nombre.



## 2. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL Y ESPECÍFICO.

Procederé a realizar un estudio detallado del entorno tanto general como específico en el que opera la empresa. (Análisis de las 5 fuerzas de Porter, Análisis DAFO y Análisis PESTEL)

### 2.1 Análisis de las 5 FUERZAS DE PORTER:

El **análisis de las 5 Fuerzas de Porter** es una herramienta empleada por las empresas para evaluar la competitividad y la estructura de un sector en concreto. Esta fue desarrollada por Michael Porter, este análisis identifica 5 fuerzas clave para determinar el nivel de competencia existente y la rentabilidad económica que puede obtener la empresa si desarrolla su actividad en el sector.

#### 1. COMPETENCIA EN EL SECTOR DE LA GESTIÓN DEL AGUA:

Global Omnium opera en un sector altamente competitivo, donde se enfrenta a la presión de otras empresas que ofrecen servicios similares de gestión de agua. La competencia puede provenir tanto de empresas multinacionales como de empresas locales o regionales. Sin embargo, Global Omnium destaca por su experiencia y por sus sistemas innovadores en la gestión del agua, esto le otorga cierta ventaja competitiva.

#### 2. PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES:

En este sector, los proveedores de los equipos y tecnologías especializadas pueden tener cierto grado de poder de negociación, especialmente si estos ofrecen productos exclusivos. Sin embargo, Global Omnium puede contrarrestar este poder diversificando sus proveedores, estableciendo relaciones estratégicas y desarrollando tecnología propia.

### 3. PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES:

La cartera de clientes de Global Omnium incluye, municipios, industrias y consumidores finales. Estos pueden tener cierto poder de negociación, especialmente en aquellos municipios en donde hay varios proveedores de servicios de gestión de agua. Sin embargo, la calidad, la reputación y la fiabilidad de Global Omnium puede reducir el poder de negociación de los clientes, ya que la empresa ofrece soluciones personalizadas que agregan valor y satisfacen las necesidades específicas de cada cliente.

### 4. AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES:

La entrada de nuevos competidores en el sector de la gestión del agua puede representar una amenaza para Global Omnium, especialmente si estos nuevos participantes cuentan con tecnologías innovadoras. Sin embargo, las barreras de entrada como las grandes inversiones que se deben de invertir en infraestructura o las licencias necesarias para establecer un negocio de este tipo pueden disuadir a mucha competencia potencial. Por otra parte, la fuerte reputación de Global Omnium puede ser una barrera añadida.

### 5. AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTIVOS:

Aunque hay otras formas de manejar el agua, como convertirla en agua potable o reutilizarla, Global Omnium sigue siendo exitoso porque siempre está actualizando sus métodos. Además, como la gente sigue creciendo y preocupándose más por el medio ambiente, siempre habrá demanda para lo que ofrece Global Omnium.

## 2.2 Análisis DAFO:

El **análisis DAFO** es una herramienta estratégica utilizada para evaluar la situación de una empresa. El término DAFO es un acrónimo de; Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.

### 1. DEBILIDADES:

- a) *Vulnerabilidad ante regulaciones*: La industria del agua está sujeta a estrictas regulaciones gubernamentales y normativas medioambientales. Cualquier cambio repentino podría afectar a la empresa.

### 2. FORTALEZAS:

- a) *Experiencia y conocimiento técnico*: Global Omnium cuenta con una larga trayectoria en el sector y cuenta con un equipo altamente cualificado en la gestión integral del agua.
- b) *Tecnología avanzada*: La empresa ha invertido una gran cantidad de dinero en tecnología para mejorar la eficiencia en la gestión del agua, como sistemas de monitorización y control inteligentes. Esto les proporciona una ventaja competitiva en el mercado.
- c) *Diversificación de servicios*: Global Omnium no solo se centra en la distribución de agua, sino que también ofrece una amplia gama de servicios relacionados como el tratamiento de aguas residuales. Esta diversificación de servicios permite a la empresa adaptarse a necesidades cambiantes del mercado.

### 3. AMENAZAS:

- a) *Competencia creciente*: A medida que el sector del agua se vuelve más competitivo, Global Omnium se enfrenta a la amenaza de nuevos competidores en el mercado y rivalidad en precios y servicios.
- b) *Cambio climático*: El cambio climático y los fenómenos extremos pueden tener un impacto significativo en la disponibilidad y calidad del agua, esto podría

afectar a las operaciones de la empresa y aumentar los costos de mantenimiento de la infraestructura.

- c) *Crisis económicas:* En tiempos de crisis económica, es posible que los gobiernos y clientes reduzcan sus presupuestos para proyectos relacionados con el agua, lo que podría afectar negativamente a la demanda de servicios de Global Omnium.

#### 4. OPORTUNIDADES:

- a) *Expansión internacional:* Global Omnium tiene la oportunidad de expandirse a nuevos mercados internacionales donde la gestión del agua es una prioridad, aprovechando su experiencia y tecnología avanzada.
- b) *Innovación y desarrollo tecnológico:* La creciente demanda de soluciones sostenibles y eficientes en la gestión del agua ofrece oportunidades para la innovación y el desarrollo de nuevas tecnologías, lo que podría beneficiar a Global Omnium.

## 2.3 Análisis PESTEL:

El **análisis PESTEL** es una herramienta empleada para analizar el entorno macroeconómico que puede influir en la actividad de una empresa u organización.

El término PESTEL es un acrónimo de; Político, Económico, Sociocultural, Medioambiental y Legal.

### 1. POLÍTICO:

- a) *Normativas y regulaciones medioambientales:* Global Omnium está sujeta a políticas y regulaciones relacionadas con la gestión integral del agua. Entre ellos encontramos, permisos de extracción y vertidos, estándares de calidad.
- b) *Subsidios:* Los subsidios gubernamentales pueden influir en la cantidad de inversión de las infraestructuras de la empresa, esto podría afectar a las operaciones de la empresa.

### 2. ECÓNICOS:

- a) *Ciclos económicos:* La economía tanto local, nacional e internacional puede afectar a la demanda de estos tipos de servicios. En tiempos de crisis, puede haber recortes en el gasto de la infraestructura.
- b) *Costes de la operación:* Cambios en los precios de la energía, materiales y mano de obra pueden afectar directamente a los costes operativos de la empresa.

### 3. SOCIOCULTURAL:

- a) *Cambios demográficos:* El crecimiento o decrecimiento de la población, cambios en la distribución geográfica, entre otros. pueden influir en la demanda de suministro de agua.
- b) *Conciencia con el medioambiente:* En estos últimos años se ha incrementado la preocupación por el medioambiente, por lo tanto, se demandan más prácticas sostenibles y tecnologías más eficientes.

#### 4. TECNOLÓGICO:

- a) *Innovación tecnológica*: Avances en la tecnología, en los sistemas de monitoreo o en el tratamiento del agua puede afectar a la operación de la empresa.
- b) *Automatización y digitalización*: Resulta muy conveniente que la empresa adapte sistemas de monitorización y digitalización.

#### 5. MEDIOAMBIENTAL:

- a) *Cambio climático*: El cambio climático puede afectar la disponibilidad y calidad del agua, a su vez, pueden aumentar la frecuencia e intensidad de eventos extremos, lo que requiere una gestión del agua más robusta y adaptativa al entorno en el que se encuentra.
- b) *Sostenibilidad*: Hoy en día, existe una gran presión hacia las empresas para que estas adopten prácticas de gestión más sostenibles. A Global Omnium le pueden influir estas estrategias y decisiones comerciales.

#### 6. LEGAL:

- a) *Legislación ambiental*: Cumplir con las leyes y regulaciones sobre la calidad del agua, la conservación de recursos hídricos y el impacto ambiental es esencial para Global Omnium.

### 3. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

#### 3.1 Organigrama de la empresa. Relación funcional entre departamentos.

Un organigrama es una representación gráfica de la estructura organizativa de una empresa. Se muestran las relaciones jerárquicas y las líneas de responsabilidad dentro de una organización.

A continuación, adjunto el organigrama de la empresa Global Omnium.

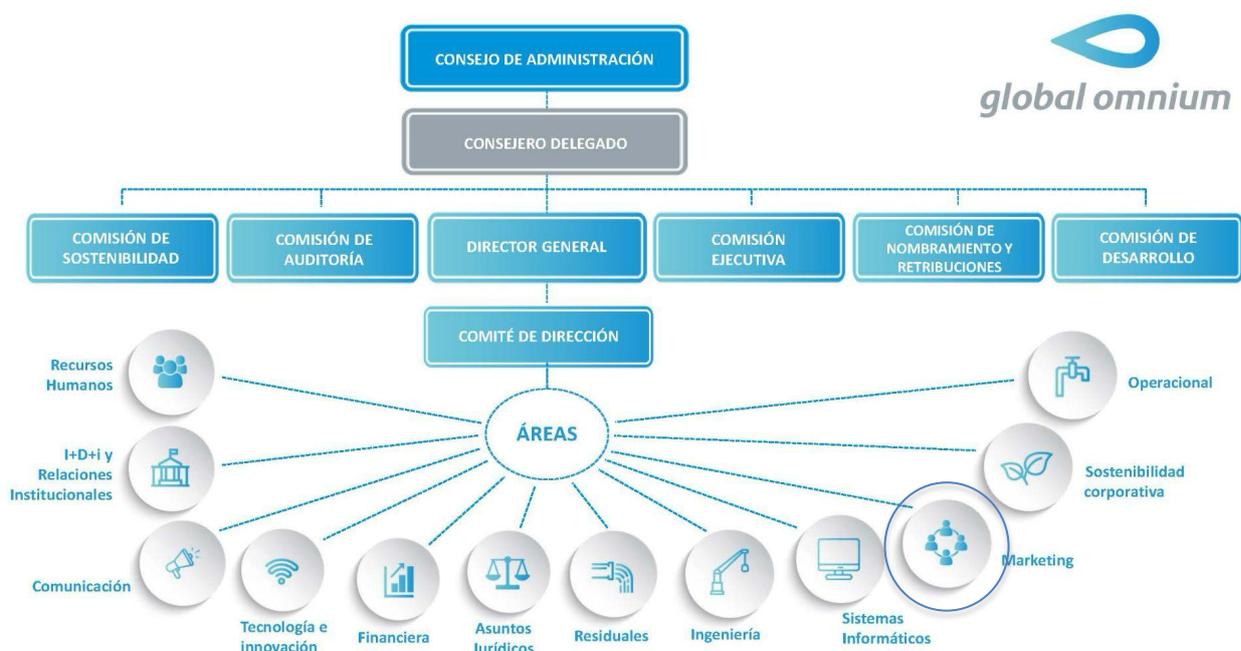


Ilustración 16. Organigrama Global Omnium Fuente: Global Omnium

Yo me encuentro en el departamento de Marketing realizando las prácticas.

La relación funcional entre los distintos departamentos de Global Omnium es fundamental para garantizar una gestión del agua segura y eficiente. La coordinación de los departamentos es fundamental para alcanzar los objetivos estratégicos de la empresa y garantizar un correcto funcionamiento.

La relación funcional entre departamentos de Global Omnium se caracteriza por una estrecha colaboración y coordinación, donde cada departamento aporta su experiencia y recursos para alcanzar objetivos comunes.

En el punto 3.2 se explica de manera más detallada las funciones que cumple cada departamento de la empresa Global Omnium.

### 3.2 Identificación de las funciones de los puestos de trabajo.

Global Omnium es un grupo empresarial, por lo tanto, está compuesta de diversas áreas las cuales cada una tiene distintas funciones.

El departamento de **Recursos Humanos** en Global Omnium, se dedica a diversas funciones relacionadas con la gestión del talento y el bienestar de los empleados. Algunas de sus funciones incluyen:

- *Gestión del Talento y Desarrollo Profesional:* RRHH se encarga de atraer, seleccionar y mantener a empleados talentosos, asegurando que la empresa tenga profesionales capacitados y motivados. También promueve el desarrollo profesional a través de programas de formación continua.
- *Bienestar y Satisfacción del Empleado:* Se centra en el bienestar de los empleados mediante iniciativas que fomenten un ambiente de trabajo saludable y equilibrado. Esto incluye programas de salud y bienestar y políticas para conciliar la familia con el trabajo.
- *Compromiso y Cultura Corporativa:* RRHH se encarga de promover una cultura de empresa fuerte y coherente con los valores de la empresa. Esto abarca la comunicación interna y actividades de team building.

**I+D+I y Relaciones Institucionales** se dedica principalmente a la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías, procesos y soluciones relacionados con la gestión integral del agua. Esto puede incluir actividades como la implementación de tecnologías más eficientes para mejorar la gestión de los recursos hídricos.

El departamento de **Comunicación** es fundamental para mantener una comunicación coherente y efectiva, tanto dentro de la empresa como con el público externo, promoviendo la imagen y valores de la compañía. Sus funciones incluyen:

1. Gestión de la Imagen Corporativa:

- *Construcción y mantenimiento de la marca:* Se asegura de que el mensaje y la imagen de la empresa, sean consistentes en todos los puntos de contacto, incluyendo el logotipo, los colores y los mensajes clave.
- *Reputación corporativa:* Supervisa y maneja la opinión pública sobre la empresa, resolviendo aquellos problemas que puedan surgir y resaltando logros y contribuciones positivas.

2. Relaciones Públicas y Gestión de Medios:

- *Relaciones con los medios de comunicación:* Establece y gestiona conexiones con periodistas y medios para garantizar una cobertura favorable y exacta de la empresa.
- *Comunicados de prensa y notas informativas:* Prepara y envía mensajes a la prensa y otros canales para mantener al público al tanto de lo que hace la empresa y sus éxitos.
- *Eventos y ruedas de prensa:* Coordina y administra actividades mediáticas como conferencias de prensa, presentaciones y otros eventos relevantes.

**Tecnología e Innovación**, este departamento tiene como principal función impulsar la transformación digital y la innovación dentro de la organización. Sus funciones incluyen:

- *Desarrollo e Implementación de Soluciones Tecnológicas:* Este departamento se encarga de crear y usar tecnologías avanzadas para hacer que las operaciones de la empresa sean mejores y más eficientes. Esto abarca desde sistemas de monitoreo hasta soluciones para manejar gran cantidad de datos, inteligencia artificial o IOT.
- *Investigación y Desarrollo (I+D):* Se llevan a cabo investigaciones para descubrir nuevas tecnologías y métodos que puedan ayudar a la empresa a ser más eficientes.
- *Ciberseguridad:* De esta forma se asegura a la empresa que todas las soluciones tecnológicas y sistemas digitales implementados estén protegidos contra ciberataques.
- *Transformación Digital:* Se centra en la transformación digital de la empresa, promoviendo la adopción de nuevas herramientas digitales y la digitalización de procesos tradicionales.

El **Área Financiera** de Global Omnium, como el de cualquier empresa, juega un papel crucial en la gestión eficiente de los recursos financieros y la planificación estratégica para asegurar la viabilidad económica y el crecimiento de la compañía. Las principales funciones de este departamento son

- *Planificación Financiera:* Elabora estrategias y planes detallados para lograr metas financieras en diferentes plazos de tiempo, de esta forma se examinan opciones de inversión y de crecimiento.
- *Elaboración y Control de Presupuestos:* Se elaboran presupuestos detallados que anticipan los ingresos y gastos y se realiza un seguimiento constante para ajustarse a las demandas del mercado.

- *Contabilidad y Cumplimiento:* Se encarga del registro de todas las transacciones financieras, la elaboración de informes financieros y el cumplimiento de las normas contables y fiscales aplicables a la empresa.
- *Análisis Financiero:* Se analizan los números de la empresa para ver como está yendo financieramente. Se revisan los datos de dinero, se estudian las tendencias, los costos y oportunidades para invertir, esto ayudará a la empresa a tomar decisiones importantes para su futuro.

El área de **Asuntos Jurídicos** desarrolla un importante papel en la empresa. Su principal objetivo es asegurar el cumplimiento normativo y legal de todas las operaciones de la compañía.

- *Gestión de Contratos:* Crea, repasa y se discuten acuerdos con los proveedores, clientes y otras personas involucradas en la empresa para garantizar de que estos sean beneficios para ambas partes y sean legales.
- *Asesoramiento Legal:* Ofrecen orientación legal sobre reglas, políticas internas y asuntos legales que tengan que ver con la empresa.

Global Omnium, es una empresa especializada en la gestión integral del agua, por lo tanto, incluye diversas áreas funcionales para garantizar el correcto tratamiento y gestión de este recurso vital. Una de esas áreas es **Residuales**, que tiene el papel fundamental de la gestión de las aguas residuales.

La función principal de Residuales incluye las siguientes responsabilidades:

- *Recogida y Transporte de Aguas Residuales:* Gestiona la red de alcantarillado y saneamiento que recoge las aguas residuales de hogares, industrias y comercios, y las transporta a las plantas de tratamiento.
- *Tratamiento de Aguas Residuales:* Se encarga del tratamiento de las aguas residuales para eliminar contaminantes y asegurar que el agua tratada cumpla

con las normativas ambientales antes de ser devuelta a los cauces naturales o ser reutilizada. Esto incluye procesos físicos, químicos y biológicos.

- *Mantenimiento de Infraestructuras:* Supervisa y mantiene las infraestructuras asociadas con el saneamiento y tratamiento de aguas residuales, asegurando su óptimo funcionamiento y minimizando el riesgo de fugas o fallos.
- *Gestión de Lodos:* Se encarga del tratamiento y disposición adecuada de los lodos generados durante el proceso de tratamiento de aguas residuales, buscando minimizar el impacto ambiental y, en algunos casos, promoviendo su reutilización en aplicaciones agrícolas o energéticas.

El área de **Ingeniería** es un pilar fundamental para garantizar la eficiencia, sostenibilidad y modernización de sus servicios. Algunas funciones clave son:

*Diseño y Desarrollo de Infraestructuras Hidráulicas:* El equipo de ingeniería se encarga de diseñar y desarrollar infraestructuras necesarias para la captación, tratamiento, distribución y saneamiento del agua. Esto incluye la construcción y mantenimiento de plantas de tratamiento de agua potable y de aguas residuales, redes de distribución y sistemas de alcantarillado.

*Gestión de Proyectos:* Los ingenieros de Global Omnium están involucrados en la gestión integral de proyectos, desde la planificación y diseño hasta la ejecución y supervisión. Esto incluye la coordinación con otros departamentos, contratistas y autoridades locales para garantizar que los proyectos se completen dentro del plazo y presupuesto establecidos.

*Optimización de Procesos y Eficiencia Energética:* El departamento de ingeniería busca constantemente mejorar la eficiencia de los procesos operativos, reduciendo el consumo energético y minimizando el impacto ambiental. Esto implica la evaluación y modernización de equipos y procesos para asegurar que sean más sostenibles y rentables.

El departamento de **Sistemas informáticos** de Global Omnium se dedica principalmente a la gestión y optimización de la infraestructura tecnológica que soporta las operaciones de la compañía.

En sus responsabilidades esenciales se encuentran:

- *Gestión de Infraestructuras Tecnológicas:* El departamento es responsable de administrar los centros de procesamiento de datos (CPD), asegurando la continuidad y seguridad de las operaciones. Un ejemplo destacado es el traslado exitoso de su CPD, lo que ha permitido mejorar tanto la seguridad física como lógica de sus instalaciones.
- *Digitalización y Big Data:* Implementan tecnologías avanzadas como el Gemelo Digital y plataformas de Big Data para analizar datos y mejorar la eficiencia de las operaciones. Estas tecnologías permiten monitorizar y optimizar el rendimiento de los sistemas de distribución de agua, detectar fugas, y gestionar el consumo de manera más eficiente.
- *Inteligencia Artificial y Optimización Energética:* El uso de inteligencia artificial es fundamental para optimizar el rendimiento de sus operaciones y reducir la huella de carbono. La IA permite la monitorización en tiempo real de las infraestructuras, mejorando la calidad del servicio y minimizando el impacto ambiental.
- *Colaboración con Startups Tecnológicas:* Global Omnium invierte en empresas tecnológicas como Linkener, que desarrollan soluciones para aumentar la eficiencia energética. Estas colaboraciones han resultado en significativos ahorros energéticos y mejoras operativas.

El departamento de **Marketing** es muy importante para la empresa Global Omnium, ya que se encarga de diversas funciones muy importantes y esenciales para la empresa.

Algunas de sus responsabilidades incluyen:

- *Educación y Divulgación:* Global Omnium no solo se centra en promover sus servicios, sino que también juega un papel crucial en la divulgación y educación sobre la gestión del agua y la sostenibilidad. Estas actividades se realizan para concienciar al público sobre la importancia del agua y promover prácticas sostenibles que ayuden con la conservación de este recurso hídrico.

En primer lugar, se encargan de realizar campañas educativas, a través de la creación y distribución de materiales educativos en diversas plataformas, como son redes sociales y blogs. Estos contenidos abordan temas como la crisis hídrica existente, técnicas de ahorro de agua, entre otros.

Por otro lado, el área de Educación y Divulgación de la empresa desempeña una labor crucial en la educación escolar. Se organizan talleres y charlas en múltiples colegios de Valencia y sus pedanías, con el objetivo de enseñar a los estudiantes, desde una temprana edad, el valor y la importancia del agua como recurso vital. Estos talleres y charlas están diseñadas para ser accesibles y relevantes para todas las etapas escolares, desde la educación infantil hasta la educación secundaria.



*Ilustración 17. Área Educación y Divulgación en un taller escolar Fuente: Elaboración Propia*

- *Eventos:* El área de eventos juega un papel muy importante en el departamento de Marketing de la empresa. A través de la creación y ejecución de estrategias, aumentan la visibilidad de la empresa y fortalecen las relaciones con los clientes. Son los encargados de crear, organizar y ejecutar eventos corporativos.
- *Comunicación y Diseño Gráfico:* El área de Comunicación y Diseño Gráfico desempeña varias funciones.

En primer lugar, se encargan de crear y ejecutar estrategias que alineen los objetivos de la empresa con la comunicación tanto interna como externa. Además, son los encargados del diseño de presentaciones para reuniones corporativas, conferencias y otros eventos importantes. Esta área también es la encargada de crear material para eventos, se incluye el diseño de stands, banners y otros materiales gráficos necesarios para la presencia de la empresa en ferias y conferencias. Se crean en esta área materiales promocionales, es decir, material gráfico para campañas de marketing, incluyendo anuncios, folletos, banners digitales y contenido para redes sociales. En definitiva, son los encargados de realizar cualquier contenido visual que precise la empresa.

El departamento de **Sostenibilidad Corporativa** se encarga de garantizar que la empresa opere de manera ética, socialmente responsable y respetuosa con el medioambiente. Algunas de sus responsabilidades específicas pueden incluir:

- *Desarrollo e Implementación de Estrategias de Sostenibilidad:* Esto involucra establecer objetivos y metas a largo plazo para reducir el impacto ambiental de las operaciones de la empresa y aumentar su contribución a la sociedad.
- *Reporte y Divulgación de Información:* El departamento es responsable de recopilar datos sobre el desempeño ambiental, social y de gobierno corporativo de la empresa y comunicar estos resultados a las partes interesadas internas

y externas, tales como los accionistas, clientes, empleados y comunidades locales.

- *Cumplimiento Normativo:* Se asegura de que la empresa cumpla con todas las leyes y regulaciones relacionadas con la sostenibilidad y el medio ambiente en todas las regiones donde opera.

El departamento **Operacional** de Global Omnium, se encarga de supervisar y gestionar las operaciones diarias relacionadas con la producción, distribución y tratamiento del agua. Esto incluye:

- *Supervisión de plantas de tratamiento de agua:* Es importante asegurarse de que las plantas de tratamiento están funcionando correctamente y que cumplan los estándares de calidad y seguridad requeridos.
- *Gestión de la red de distribución:* Monitorear y mantener la red de distribución de agua para garantizar un suministro continuo a los clientes.
- *Optimización de procesos:* Implementar mejoras en los procesos para aumentar su eficiencia y reducir costos innecesarios.
- *Cumplimientos normativos:* Asegurar de que todas las operaciones cumplen con las normativas y legislación vigente.
- *Gestión de emergencias:* Este departamento debe de estar completamente formado y capacitado para responder a emergencias como pueden ser fugas de agua o desastres naturales que pueden afectar al suministro de agua.

### 3.3 Procedimiento de trabajo en el ámbito de la empresa. Sistemas y métodos de trabajo.

En el ámbito de una empresa como Global Omnium, la cual se dedica a la gestión integral del ciclo del agua, los procedimientos de trabajo y sus métodos de trabajo están altamente especializados y tienen como objetivo garantizar la eficiencia operativa y calidad del servicio.

Global Omnium implementa una combinación de procedimientos de trabajo y sistemas sofisticados para garantizar la máxima calidad en sus operaciones y cumplimiento normativo en todas sus actividades relacionadas con la empresa.

1. *Procedimientos de tratamiento de agua:* Global Omnium cuenta con procedimientos detallados para el tratamiento de las aguas en sus plantas. Estos procedimientos incluyen filtración, desinfección y otras técnicas para garantizar que el agua cumpla con los estándares de calidad requeridos.



*Ilustración 18. Planta de Tratamiento Fuente: Elaboración Propia*

Dentro de Global Omnium, se encuentra **Golab** es el Centro Tecnológico de Global Omnium y base operativa de los servicios del agua. Dentro de GoLab se encuentra el área de laboratorio de análisis. Este laboratorio es Entidad de Inspección especializada de **Global Omnium**, este nació en 1994 y es el encargado de analizar el agua para asegurar que se cumple los estándares de calidad fijados.



*Ilustración 19. Centro Operativo de GoLab Fuente: Elaboración Propia*



*Ilustración 20. Instalaciones GoLab Fuente: Elaboración Propia*



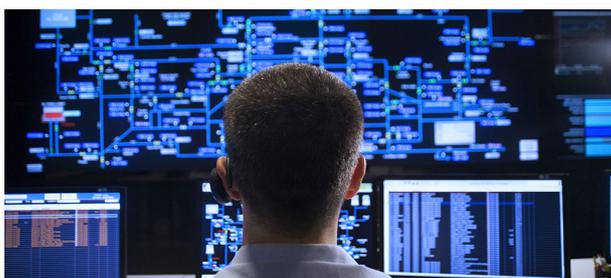
*Ilustración 21. Trabajadora analizando en GoLab Fuente: Elaboración Propia*

2. *Sistemas de monitoreo y control:* Global Omnium cuenta con sistemas avanzados de monitoreo y control en sus instalaciones. Estos sistemas permiten la supervisión en tiempo real de los procesos de tratamiento y distribución del agua, esto ayuda a detectar cualquier anomalía de manera temprana y tomar medidas correctoras lo antes posible.
3. *Métodos de gestión en la red de distribución:* La organización utiliza métodos sofisticados para gestionar la red de distribución. Esto incluye la

implementación de tecnologías para monitorear el flujo de agua en la red o sistemas de gestión activos para mantener y reparar el sistema.



*Ilustración 22. Tuberías Fuente: Página Web Global Omnium*



*Ilustración 23. Gemelo Digital Fuente: Página Web Global Omnium*

4. *Procedimientos de atención al cliente:* Global Omnium cuenta con procedimientos para atender quejas y solicitudes de los clientes. Esto incluye canales de comunicación específicos, como pueden ser líneas telefónicas exclusivas para atención al cliente o plataformas en línea.
  
5. *Métodos de gestión ambiental y sostenibilidad:* Global Omnium cuenta con métodos para garantizar una sostenibilidad ambiental en todas sus operaciones. Como pueden ser programas de conservación de recursos hídricos, prácticas de gestión de residuos y energías y evaluaciones periódicas del impacto ambiental de sus acciones como empresa.

### 3.4 Convenio colectivo aplicable al ámbito laboral.

El convenio aplicable ha sido recientemente modificado y publicado en el Boletín Oficial del Estado, en fecha 23 de marzo de 2024, mediante Resolución de 12 de marzo de 2024, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registran y publican las tablas salariales definitivas para 2023 del **VI Convenio colectivo estatal del ciclo integral del agua**.

## 4. PLAN DE MARKETING

### 4.1 Estrategia de Marketing.

Las diversas estrategias de marketing que sigue Global Omnium, se centran en promover su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Algunas estrategias que sigue la empresa son:

- *Enfoque en la sostenibilidad y responsabilidad social:* El papel del agua es fundamental en la vida del ser humano y en el medioambiente, por ello Global Omnium destaca su compromiso con la sostenibilidad y responsabilidad social en todas sus iniciativas de marketing. Esto incluye, la promoción de prácticas de gestión de aguas eficientes, la inversión en tecnologías verdes y la participación de la empresa en eventos comunitarios relacionados con el agua y el medioambiente.

Emivasa ha instalado en los últimos años 25 Puntos de Suministro de Agua Declorada y Atemperada para Relleno de botellas de uso Personal (PUSDAR) en la ciudad de València, cuya vigilancia también corre a cargo del departamento de calidad del agua de EMIVASA.

Actualmente está en ejecución el proyecto para la instalación de 21 PUSDAR más, alcanzando los 46 Puntos de Suministro en el año 2024 en los distintos barrios y distritos de la ciudad.



*Ilustración 24. PUSDAR Fuente: Elaboración Propia*

- **Educación y concienciación:** La empresa se centra en educar al público sobre la importancia de la gestión responsable del agua y en la forma en la que los individuos pueden contribuir en la gestión y conservación de este recurso vital. Global Omnium suele realizar campañas de concienciación pública, eventos educativos y creación de contenido informativo relacionado con el agua.



*Ilustración 25. Visita Escolar a ETAP Fuente: Elaboración Propia*

- *Desarrollo de la marca basado en la confianza y experiencia:* Global Omnium promueve su marca como símbolo de confianza y experiencia en el sector de la gestión integral del agua. Destacan su larga experiencia en el sector (130 años de experiencia), su experiencia técnica y su compromiso con la calidad y fiabilidad en todos los aspectos de la organización.
- *Empleo de tecnologías digitales:* Global Omnium emplea plataformas digitales para llegar a un público más extenso de manera efectiva. Emplean redes sociales, marketing de contenido y herramienta de análisis para optimizar su marketing.
- *Participación de la empresa en eventos y ferias:* Global Omnium participa en eventos y ferias relacionadas con el agua, la sostenibilidad y gestión ambiental. De esta forma, la empresa tiene más visibilidad y de esta manera establecer conexiones con los clientes potenciales, socios de la empresa y partes interesadas del sector.



*Ilustración 26. Global Omnium participa en Feria del Agua Fuente: Página Web Global Omnium*

## 4.2 Segmentación y público objetivo.

El público objetivo de Global Omnium se divide en 5 sectores.

En primer lugar, destaca el **sector público**, que comprende principalmente administraciones locales y regionales. En este sector es donde se encuentra la mayoría de la clientela de Global Omnium ya que requiere de soluciones integrales para la gestión del agua, incluyendo municipios y entidades gubernamentales. En cuanto a los municipios, Global Omnium ofrece servicios de gestión integral del agua, incluyendo suministro de agua potable, tratamiento de aguas residuales, gestión de redes de alcantarillado y mantenimiento de infraestructuras. Por otro lado, a las entidades gubernamentales, la empresa proporciona soluciones de gestión de agua a organismos gubernamentales tanto a nivel local como a nivel regional, ayudándoles de esta forma a cumplir con las regulaciones ambientales y al acceso equitativo del agua.

En cuanto al **sector privado**, que comprende industrias y empresas. Nos encontramos con dos tipos de empresas a las que Global Omnium ofrece servicio; empresas manufactureras y empresas comerciales y de servicios. Global Omnium ofrece servicios de gestión del agua adaptados a las necesidades específicas de diferentes sectores industriales, como la industria alimentaria, química, farmacéutica, entre otras. Por otro lado, Global Omnium ofrece servicios a empresas comerciales como hoteles, hostelería, centros comerciales, ayudándoles a optimizar el consumo del agua y a reducir costes.

Por otro lado, el **sector residencial**, está conformado por hogares urbanos y urbanizaciones y comunidades residenciales. En ambos casos, Global Omnium se encarga de la gestión integral del agua, además del mantenimiento de sus redes y el control para un suministro de calidad y continuo de agua. Específicamente, en el caso de las comunidades residenciales, la organización también se encarga de los sistemas de riego.

En cuanto al **sector agrícola** Global Omnium ofrece soluciones eficientes del agua, incluyendo sistemas de riego eficientes, gestión de recursos hídricos y tecnologías de tratamiento de aguas residuales.

Finalmente, Global Omnium también participa en el **sector de la investigación y el desarrollo**. La empresa colabora con instituciones académicas y centros de investigación en el desarrollo de tecnologías innovadoras para la gestión sostenible del agua y la mejora de la eficiencia hídrica.

#### 4.3 Herramientas de marketing operativo.

Global Omnium como he dicho anteriormente, es una empresa multiempresarial, por lo tanto, cada empresa que conforma el grupo “Global Omnium” se encarga de una actividad empresarial distinta, aunque todas se relacionan con el ciclo integral del agua. Las tarifas de los servicios varían según para que se destinan y no hay un presupuesto fijo.

Global Omnium emplea diversas herramientas de marketing operativo para alcanzar sus objetivos comerciales y posicionarse en el mercado en el que opera. Estas herramientas ayudan a la empresa a planificar, ejecutar y evaluar sus estrategias de marketing de manera efectiva.

Emplea la **segmentación de mercado** para identificar y dividir a su audiencia en grupos homogéneos, permitiendo de esta forma personalizar las estrategias a cada segmento. Se realizan investigaciones de mercado periódicas para recopilar información relevante sobre preferencias y gustos de los clientes, tendencias del sector del agua y sobre el comportamiento de la competencia, ajustando así sus estrategias y productos en consecuencia.

Global Omnium, invierte su capital en **investigación y desarrollo** para mejorar continuamente sus servicios. Su **estrategia de precios** es justa y competitiva, esta es fijada basada en análisis de costos, estudios de mercado y la evaluación continua de la competencia. Por otra parte, la **promoción y comunicación** de sus servicios se lleva a cabo a través de marketing digital y eventos corporativos, empleando redes

sociales, el sitio web de la empresa y boletines informativos. Además, gestiona eficientemente la distribución de sus servicios, asegurándose de que lleguen de manera oportuna y efectiva. La **atención al cliente** es clave para el éxito de la empresa, cuenta con un sistema robusto capacitado en responder a consultas, responder dudas y recibir feedback, de esta forma se asegura un trato personalizado al cliente.

#### 4.4 La relación con el cliente.

Global Omnium se distingue por su compromiso con sus clientes. La empresa ha construido una reputación basada en la confianza y atención personalizada, elementos fundamentales en la relación con sus clientes. Este tipo de relación que Global Omnium forma con sus clientes no solo permite a la empresa satisfacer las necesidades de estos, sino que también ayuda a anticiparse a aquellas necesidades que se pueden demandar en un futuro.

La relación de Global Omnium con sus clientes, se basa en varios pilares fundamentales, que aseguran un vínculo sólido y confiable entre empresa-cliente.

Global Omnium entiende que el **cliente es fundamental** para que el negocio funcione. La empresa se dedica a escuchar y entender las necesidades de cada cliente, de esta forma las podrán adaptar a su negocio de manera eficiente. Esto se refleja en cada interacción, desde la primera toma de contacto con el cliente hasta el servicio postventa.

**Ser transparente** con el cliente es crucial para Global Omnium. La empresa se compromete a proporcionar información clara y honesta. Esta transparencia genera confianza para establecer relaciones a largo plazo.

Global Omnium ofrece **servicios de alta calidad** con profesionales altamente cualificados. La empresa invierte gran cantidad de capital en formación de su personal para garantizar que los clientes reciban soluciones eficaces e innovadoras. De esta forma, la empresa garantiza que los clientes obtengan el mejor valor posible.

Global Omnium considera que una **comunicación abierta** con el cliente es fundamental para establecer relaciones sólidas y a largo plazo. Global Omnium se encarga de que los clientes cuenten con canales accesibles y efectivos, para que puedan expresar sus inquietudes, sugerencias y feedback. La empresa tiene en cuenta las opiniones de los clientes y las utiliza para mejorar sus servicios.

La organización reconoce la importancia de la **responsabilidad social y la sostenibilidad**. Se esfuerza en operar de manera eficiente y responsable, siendo consciente del impacto ambiental que su actividad empresarial genera. Esta actividad no solo mejora el posicionamiento y reputación de la empresa, sino que también fortalece las relaciones con el cliente.

El **soporte postventa** es otro aspecto crucial de la relación de Global Omnium con sus clientes. La empresa ofrece un servicio de atención al cliente dedicado y disponible para resolver cualquier duda que pueda existir. Este soporte garantiza que los clientes se sientan valorados y atendidos en todo momento.

#### 4.5 La distribución en el Mercado Local e Internacional ¿Qué canales utiliza?

Global Omnium cuenta con una presencia significativa tanto en el mercado nacional como internacional, se emplea una estrategia de distribución bien estructurada y diversificada. De esta forma, la empresa llega a una gran cantidad de clientes objetivo y satisface sus necesidades de manera eficiente y efectiva.

En el **mercado local**, Global Omnium tiene como objetivo maximizar su cobertura y accesibilidad a través de varios canales de distribución: distribución directa y distribución indirecta.

En cuanto a la distribución directa existen dos canales; ventas directas y oficinas regionales.

Global Omnium cuenta con un equipo de ventas interno cualificado, este es el encargado de contactar con clientes. Este equipo trabaja estrechamente con clientes para entender sus necesidades y ofrecer soluciones ajustadas a sus demandas.

Global Omnium ha establecido oficinas regionales estratégicamente ubicadas para asegurar una cobertura completa a sus clientes. Estas oficinas hacen la labor de centros de operación y puntos de contactos con los clientes.

En la distribución indirecta existe un canal principal; Distribuidores y minoristas.

Global Omnium colabora con una red de distribuidores y minoristas locales que ayudan a ampliar su alcance. Estos socios tienen la capacidad de llevar los servicios en zonas geográficas difíciles de acceder, ya sea por una alta competencia o porque su gestión del agua ya está cubierta por otra empresa o por el propio ayuntamiento la gestiona.

En cuanto al **mercado internacional**, Global Omnium emplea un conjunto de estrategias; exportación directa, distribución indirecta y centros de distribución internacionales.

La exportación directa, a través de equipos de ventas internacionales y participación en ferias y eventos internacionales hacen que la empresa y los productos y servicios sean conocidos de manera global, además permiten que la empresa establezca relaciones con clientes internacionales.

Gracias a los agentes y socios internacionales, a alianzas estratégicas con otras empresas internacionales y plataformas globales de comercio, se realiza la distribución indirecta.

## 5. MARKETING Y DISEÑO DIGITAL

### 5.1 Presencia online de la empresa, análisis y valoración.

Global Omnium mantiene una presencia activa en las principales redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube. Estas plataformas sirven como medios cruciales de la difusión de sus proyectos, iniciativas medioambientales y de sus avances tecnológicos. En Facebook y Twitter, Global Omnium publican sobre sus actividades, eventos en los que participan y sobre noticias relevantes del sector. Utilizan estas plataformas como medio para interactuar con sus clientes. En Youtube, la empresa comparte videos educativos y promocionales que destacan sus esfuerzos en la gestión integral del ciclo del agua. En estos se incluyen videos de los procedimientos que sigue la empresa para tratar el agua hasta testimonios y casos de éxito, lo que permite a la audiencia visualizar de manera tangible los beneficios y los impactos de los servicios.

La estructura de la página web es intuitiva, facilitando así la navegación de los usuarios de diferentes perfiles. En la página web hay un apartado de oficina virtual. La oficina virtual es un ejemplo de cómo la digitalización puede mejorar el acceso a los servicios. Los usuarios tienen la posibilidad de registrarse y gestionar sus cuentas de una manera autónoma, esto reduce la necesidad de llamadas telefónicas. Esta plataforma promueve la transparencia, los clientes pueden acceder de una manera rápida y sencilla a sus datos de consumo y facturación en tiempo real.

La valoración online de Global Omnium es positiva. La empresa ha sabido usar las redes sociales, no solo para informar, sino también para educar a sus usuarios.

## 5.2 Elabora un plan de mejora online con las acciones a llevar a cabo en función del análisis y valoración.

Tras realizar un análisis y valoración de la presencia online de Global Omnium, realizaré un plan de mejora online.

En primer lugar, es importante expandirse y consolidarse en las diversas redes sociales con las que cuenta la empresa. Para conseguir esto, es importante incrementar la frecuencia de publicaciones en FaceBook, Twitter y Youtube, de esta forma se mantendrá a la audiencia comprometida con la empresa. Se publicarán aproximadamente 3 publicaciones por semana. Por otra parte, es muy importante seguir creando y compartiendo contenido de valor, se compartirá más contenido educativo sobre la gestión sostenible del agua, la sostenibilidad y las tecnologías que usa Global Omnium. En este tipo de publicaciones se pueden incluir videos educativos e infografías. Además, es muy importante que haya interacción con la comunidad, para que los consumidores del contenido se sientan valorados. Para ello, se puede responder a comentarios y preguntas, crear encuestas o realizar contenidos en vivo con frecuencia.

En segundo lugar, tras realizar un análisis de las redes sociales de Global Omnium, he llegado a la conclusión que redes sociales como son Instagram y Tik Tok, no están lo suficientemente explotadas por la empresa. Hoy en día, estas dos redes sociales están en auge. En Instagram hay 2000 millones de usuarios activos en 2024 y en Tik Tok 1582 millones de usuarios. En estas dos plataformas se subiría un contenido similar al dicho anteriormente. Lo que sería diferencial al resto de plataformas, es la frecuencia de subida de contenido (diariamente) y un contenido más creativo, en especial en la red social Tik Tok. Esta plataforma a través de sus videos cortos permite que exista un contenido dinámico y eficaz.

En cuanto a la página web y oficina virtual, es crucial que estas se actualicen y se realice un mantenimiento de ellas de manera rutinaria. Realizar auditorías mensuales de la página web para asegurarse que toda la información de la página web esté correcta y de manera actualizada. Por otro lado, se debe continuar mejorando las

medidas de seguridad y privacidad para garantizar que los datos de los usuarios estén protegidos, conforme las regulaciones vigentes.

Por último, sería interesante crear contenidos novedosos. Iniciar una serie de podcasts donde expertos de Global Omnium discutan sobre tendencias, desafíos y soluciones para la gestión del agua, además se podrá contar con invitados influyentes para que participen en los podcasts.

### 5.3 Realiza una propuesta de logo y justifícalo.



El **diseño** del logo de Global Omnium se centra en la claridad y simplicidad. La elección de una estructura limpia y ordenada transmite profesionalismo y confianza, elementos esenciales para una empresa que busca destacar frente a su competencia en el sector donde desempeña su actividad. La disposición del texto en dos líneas ayuda a enfocar la atención en las dos partes del nombre de la empresa “Global” y “Omnium”, destacando así su alcance y los diversos servicios con los que cuenta la empresa.

Por otra parte, los **colores** empleados en el logo son tonalidades de azul, que varían de un azul claro a un azul más oscuro. El color azul se asocia con la sensación de confianza, seguridad y profesionalismo, además este color está ligado a la actividad profesional que desempeña la empresa: la gestión integral del agua. El color azul claro sugiere apertura y claridad, mientras que la tonalidad más oscura aporta solidez y estabilidad al diseño.

Además, la **tipografía** escogida es moderna y simple. La tipografía no incluye serifas, por lo tanto, facilita la lectura y da una sensación moderna al logo. Los espacios y proporciones uniformes aseguran que el texto sea claro y legible en cualquier tamaño. Esto es clave, ya que el logo se aplicará en distintos medios y plataformas y es imprescindible que se identifique de manera clara.

El objetivo principal del logo es transmitir una imagen de confianza, profesionalismo y modernidad. Al elegir un diseño limpio, colores que inspiran confianza y una tipografía moderna, se busca posicionar a Global Omnium como una empresa innovadora y confiable. El nombre “Global” sugiere que la empresa opera a nivel internacional, y “Omnium” sugiere una variedad de servicios dentro de la empresa. El conjunto del nombre comunica que Global Omnium es una empresa versátil, moderna y global.

Este logo además de ser visualmente atractivo busca ser funcional y representativo de los valores de la empresa, ayudando a establecer una identidad fuerte.

#### 5.4 Realiza un plan para ganar presencia en redes sociales y captar nuevos seguidores.

Campaña 1:

El **objetivo** de esta campaña es aumentar la presencia en redes sociales y captar a nuevos clientes, empleando la temática de la crisis hídrica existente en la actualidad en España.

CRISIS CLIMÁTICA

## La sequía se instala en España en un año en el que continúan los récords climáticos

2022 fue el año más cálido registrado y lo mismo ocurre con la primavera de 2023. Los embalses están al 42%, las previsiones no son positivas y los usos del agua, con el regadío consumiendo más del 85% del total embalsado, allanan el camino hacia un horizonte de colapso hídrico en varias regiones.

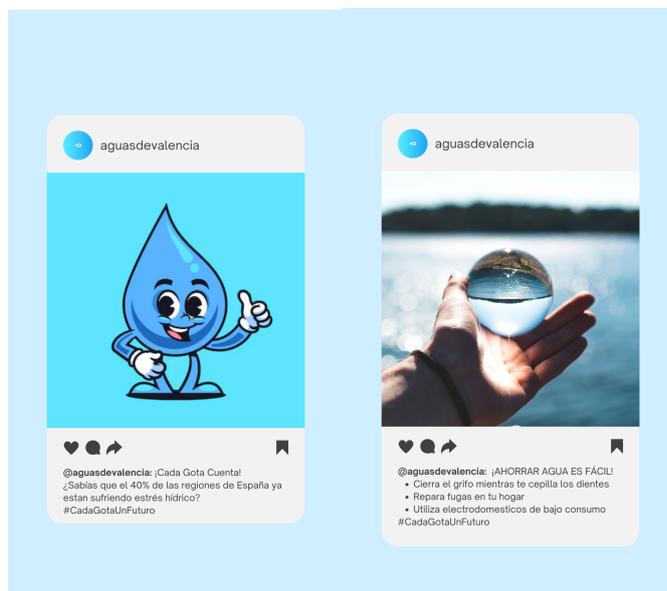
## Campaña “Cada Gota, Un Futuro.”

El **concepto** de la campaña trata de concienciar sobre la importancia de cada gota de agua mediante impactantes historias y soluciones. Esta campaña será realizada por la empresa del grupo Global Omnium, **Aguas de Valencia**. Su duración será de aproximadamente 90 días (3 meses), esta campaña está diseñada para que sea una campaña de alta intensidad y de esta forma maximizar el alcance y el impacto de la campaña, con un alto grado de visibilidad y repetición.

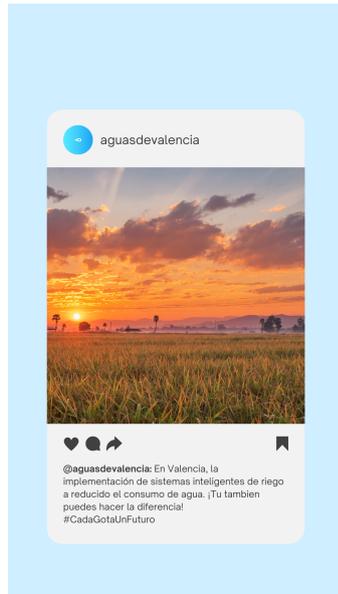
1. Las **estrategias** que emplear:

a) En primer lugar, se publicarán una serie de “**posts**” **informativos**.

- **Flyers Semanales:** Diseñar infografías semanales sobre la crisis hídrica, métodos de ahorro de agua y de la importancia de gestionar el agua.



- **Testimonios/Historias de Éxito:** Publicar casos en los que la gestión eficiente del agua ha tenido un impacto positivo en la sociedad.



- b) Se realizarán **desafíos y retos**. Un ejemplo de ello sería crear un reto en el que el objetivo sea ahorrar agua en casa. En este reto se incluiría un hashtag. Ejemplo: [#CadaGotaUnFuturo](#).
- c) **Colaboraciones** con Influencers. En la actualidad, es muy importante contar con “influencers” en las campañas que queramos realizar, ya que cuentan con mucha audiencia y engagement, además de que suelen contar con una audiencia específica, por lo tanto, sería interesante colaborar con influencers comprometidos con la sostenibilidad para promover la campaña y llegar a un público más amplio.
- d) **Videos Educativos**: Videos cortos que explican la importancia del ahorro de agua y las soluciones implementadas por la empresa.

## 2. Calendario de publicaciones:

**Lunes:** Publicación de datos sobre la crisis hídrica

**Miércoles:** Videos educativos

**Viernes:** Consejos de ahorro

**Domingo:** Reto con [#CadaGotaUnFuturo](#)

En esta campaña se emplearán las redes sociales **Instagram** y **Tik Tok**. Los flyers y publicaciones irán más enfocados hacia Instagram, mientras que los videos educativos se publicarán en ambas plataformas.

### **3. Medición y análisis:**

Para medir nuestra campaña publicitaria emplearemos la herramienta Google Analytics para rastrear el tráfico web y las conversiones.

### **4. KPIs:**

- Aumento del número de seguidores un 25% en tres meses.
- Incremento de la interacción (likes, comentarios, compartidos) un 40%.
- Participación en retos.
- Alcance y visualizaciones de videos.

### **5. Costos de la campaña**

- **Producción y contenidos:** Creación de posts informativos, infografías, videos educativos, testimonios y desafíos. Estimación: 1.000€
- **Colaboración con influencers:** Costos asociados con la contratación de influencers. Estimación: 10,000€
- **Publicidad en Redes Sociales:** Gastos en promociones pagadas en Instagram y TikTok para aumentar el alcance. Estimación: 300€
- **Medición y Análisis:** Herramientas analíticas y personal de seguimiento. (Google Analytics). Estimación: 600€
- **Estimación total:** 11.900€

Campaña 2:

El **objetivo** de los sorteos es fomentar la adhesión al sistema de facturación electrónica por parte de los clientes de **EMIVASA**, con el objetivo de avanzar en la progresiva supresión del papel, para una mayor sostenibilidad y eficiencia en la gestión.



1. Campaña “Sorteo Iphone 14 a cambio de pasarse a la factura electrónica.”



Emplearemos la estrategia “**Lead Magnet**”. Esta técnica se enfoca en ofrecer algo de valor, como un sorteo, descuento, u otra recompensa, para motivar a los clientes potenciales a realizar una acción que la empresa desea.

La campaña tendrá una duración de 6 meses (1 de julio de 2024 hasta el 30 de noviembre de 2024, ambos días incluidos). Cada mes se sorteará un Iphone 14 entre aquellos clientes que ese mes se hayan pasado a la factura electrónica o aquellos que ya estén inscritos, pero deseen participar en el sorteo.

Esta campaña está diseñada para que sea una campaña de alta intensidad y de esta forma maximizar el alcance y el impacto de la campaña, con un alto grado de visibilidad y repetición.

Las **plataformas** en donde se realizará este sorteo son sus redes sociales [@emivasa](#) y en su página web <https://www.emivasa.es/Empresa/Inicio/>. Este sorteo se realizará tanto en castellano como en valenciano.

Podrán participar las personas físicas o jurídicas titulares de un contrato de suministro con EMIVASA, cualquiera que sea el lugar de su residencia habitual, que se encuentren al corriente de pago de sus facturas, siempre que consten adheridos al sistema de facturación electrónica y que se hayan inscrito en el Sorteo dentro del plazo previsto para ello mediante el formulario de inscripción que se pone a su disposición.

## 2. Medición y análisis:

Para medir nuestra campaña publicitaria emplearemos la herramienta **Google Analytics** para rastrear el tráfico web y las conversiones.

## 3. KPIs:

- Aumento del número de clientes que se pasan a la e-factura en 6 meses un 45%.
- Participación en el sorteo de clientes ya en la factura online un 35%.

## 4. Costos de la campaña:

- **Iphones para sorteos:** En mayo de 2024, el precio de mercado de los Iphones 14 es de 859€. Por lo tanto, nos gastamos 5154€ en la compra de los Iphones.
- **Marketing y publicidad:** Gastos en redes sociales, creación de contenido, y promoción en la web. Estimación: 4,000€.
- **Monitoreo y análisis:** Herramientas analíticas y personal de seguimiento. (Google Analytics). Estimación: 600€
- **Desarrollo y mantenimiento del formulario de inscripción y soporte técnico.** Estimación: 3,000€
- **Estimación total:** 12.754€

## 5.5 Propuesta de mejora.

Desde mi punto de vista, no creo que sea necesario una mejora significativa en ningún aspecto de la empresa Global Omnium, ya que considero que la empresa tiene un buen funcionamiento y eso se demuestra en los 130 años de experiencia en el sector. Una trayectoria que avala su capacidad de adaptarse a los cambios que se puedan producir y mantenerse como una de las empresas líder en la gestión del agua.

## 6. DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

### 6.1 Objetivos del puesto.

El principal objetivo de mi puesto es el de edición de videos, así como la organización de archivos de videos y fotos. Al ser un grupo compuesto por múltiples empresas surge la necesidad de realizar videos especializados para cada una de ellas. Esto supone así mismo, tener organizado un buen archivo de videos y fotografías.

Periódicamente he mantenido reuniones con otras áreas del grupo para concretar los contenidos de los distintos videos.

Ocasionalmente, he participado en algún evento, como el evento "Encuentros por la Diversidad Global Omnium", realizado en el Oceanografic de Valencia, en la Sala Mar Rojo

### 6.2 Descripción de tareas.

He desempeñado varias funciones clave en la producción audiovisual de vídeos corporativos para las distintas áreas y departamentos del grupo Global Omnium.

**Edición de vídeos:** He estado utilizando el software iMovie, así como el programa profesional de edición Adobe Premiere Pro para llevar a cabo la realización de los mismos. He ensamblado el material bruto, realizado la composición, he cortado escenas, ajustado la duración y mejorado las tomas adaptando los tiempos. También he corregido colores y he aplicado algunos efectos para mejorar la calidad visual del contenido. He ajustado el sonido de la música y el de la narración locutada por mí, sincronizando el audio con las imágenes, mejorando la calidad del sonido, añadiendo música, efectos de sonido y las narraciones.

**Organización de archivos de vídeos y fotos:** He estado organizando los archivos de vídeo y clips del grupo, categorizando el material para que sea más accesible en futuros usos. Los he introducido todos en un disco duro externo que me facilitaron, estructurando el mismo en carpetas y subcarpetas, por áreas o departamentos.

**Colaboración con el equipo:** He colaborado con los compañeros del departamento en la realización de alguna de las campañas de promoción del cuidado del agua, como, por ejemplo, la campaña “Cada gota de agua cuenta”.



global omnium  
aguas de valencia



## **Cuidemos el agua**

*Ilustración 27. Campaña Publicitaria diseñada para Municipio de Bétera Fuente: Elaboración Propia*

**Aprendizaje y adaptación:** Estoy en constante aprendizaje, adquiriendo nuevas habilidades y conociendo las herramientas y técnicas de edición empleadas por el grupo, como el manejo de los programas Adobe Illustrator y Adobe Premiere Pro, así como continúo formándome mejor en el manejo del paquete Office, en concreto, el Word y Power Point.

### 6.3 Relaciones.

Sí que me he relacionado con el resto de los departamentos de la empresa, en especial con departamentos relacionados con Potables, ya que al realizar sus videos era necesario concretar todos los aspectos para realizarlos.

En el caso de mis compañeros, se relacionan con los diversos departamentos. Existe una comunicación diaria con el resto de las áreas de la empresa, ya que en Global Omnium, todas las divisiones de la empresa se coordinan con el departamento de marketing para desarrollar y producir los contenidos necesarios.

### 6.4 Disponibilidad.

Es imprescindible contar con una disponibilidad completa para realizar salidas fuera de la oficina. Esta exigencia se fundamenta ya que es clave para la eficiencia y efectividad de las operaciones organizacionales. La flexibilidad para salir de la oficina permite atender reuniones o eventos planificados con poca antelación, esto es vital para construir y mantener relaciones sólidas con clientes, socios, proveedores e incluso con los departamentos de la propia empresa.

### 6.5 Documentación.

En el departamento utilizan los siguientes programas:

**-Paquete Office** (Word, Excel, Power Point, etc.)

-Como herramienta de correo utilizan **Outlook**, con dominio propio "[globalomnium.com](mailto:globalomnium.com)".

-Creative Cloud: El área de diseño gráfico del departamento utiliza los programas de la casa Adobe, como, por ejemplo, Illustrator, Photoshop, InDesign o Premiere Pro. Estos son los más utilizados. También usan iMovie de Mac.

-Como herramienta de comunicación interna, utilizan Viva Engage de Microsoft, una red social específica de la empresa en la que se promocionan las actividades internas y fomentan las relaciones inter-empresa.

## 6.6 Ambiente.

Al entrar me proporcionaron un ordenador portátil Mac con los programas ya instalados para la realización de todas las tareas que me habían sido asignadas. Suelo trabajar sola en un pequeño despacho ubicado en el propio departamento de marketing para poder realizar las grabaciones de voz sin ruido externo. El ambiente, en general, así como el clima laboral es muy bueno. Cuando tengo dudas, me las resuelven y me ayudan en mis tareas cuando es necesario.

## 6.7 Riesgos laborales.

Los riesgos laborales existentes en el departamento de Marketing no van más allá de los propios que pueden darse en una oficina, como podría ser dolores de espalda o alguna contractura. En referencia a la parte de Educación y Divulgación, tampoco reviste un gran riesgo, como tampoco tienen mayor trascendencia los eventos que realizan. Aun así, hay un Plan de Prevención de Riesgos Laborales previsto para los distintos cargos.

## 6.8 Dedicación.

Mi horario laboral es de 8h a 15h. Mi distribución horaria de las tareas es flexible, pues en función del día y si hay algún evento o no, o alguna reunión o no, realizó una u otras tareas. Aunque muchos de los días los he empleado en la producción de los distintos videos que se me asignaron.

## 6.9 Integración.

Si se requiere una formación inicial para realizar las múltiples tareas que se desempeñan dentro del Departamento de Marketing. Pues existe una amplia gama de funciones a realizar ya que deben de atender a las distintas necesidades de cada área de las diversas empresas que conforman el grupo Global Omnium.

En mi caso, dado que conocía el manejo de las distintas herramientas de edición de videos, he podido contribuir al desempeño de las distintas tareas que se realizan en su día a día.

A continuación, resumo los conocimientos académicos de los distintos componentes del departamento de Marketing, ya que dependiendo de las funciones que desempeñe cada uno de ellos deben de tener una formación u otra.

- Ingeniería Química y MBA.
- Licenciado en Ciencias Ambientales y Doctorado en Economía del Agua.
- Licenciatura en Bellas Artes y Especialización en Diseño Gráfico.
- Licenciatura en Derecho, MBA y Máster en Protocolo, Gestión de Eventos y Congresos, Marketing y Comunicación y Relaciones Institucionales.
- Graduado en Educación Primaria con Mención Especial en Pedagogía Terapéutica y Lengua Extranjera.

Sí que existe un Plan de Acogida que se entrega a las personas que se incorporan a cualquiera de las empresas del grupo.

En el [Anexo 2](#) se encuentra el link para acceder al Manual de Acogida de Global Omnium.

## 7. REFLEXIÓN FINAL

Mi experiencia realizando las prácticas en el departamento de marketing en Global Omnium ha sido muy enriquecedora tanto a nivel profesional como personal. Durante este periodo de prácticas, he tenido la oportunidad de aprender sobre el sector del agua y conocer de primera mano como una empresa líder en el sector maneja sus estrategias de marketing y comunicación.

Desde el primer día, me sentí muy acogida por mis compañeros y de ellos he aprendido muchos aspectos del marketing que antes desconocía. A pesar de que mi función principal en la empresa era la producción, ejecución y locución de los videos promocionales, he tenido la oportunidad de poder conocer otras funciones que el departamento de marketing realiza.

En conclusión, estas prácticas han sido muy valiosas para mí, proporcionándome habilidades y conocimientos que conservaré y emplearé toda mi vida.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

<https://www.iagua.es/ranking/entidades/empresas>

<https://ranking-empresas.economista.es/sector-3600.html>

<https://www.globalomnium.com/Grupo/Inicio/>

<https://www.facsa.com/>

<https://www.aqualia.com/>

<https://www.canaldeisabelsegunda.es/>

<https://economia3.com/2020/02/17/250206-idrica-nueva-empresa-de-global-omnium-experta-en-digitalizacion-del-sector-del-agua/>

<https://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2024/02/28/agua-tecnologia-eficiencia-mejor-alianza-98575943.html>

<https://www.idrica.com/blog/goaigua-an-essential-technological-solution-for-global-omniums-service-during-the-crisis/>

<https://www.fundacionaquae.org/>

<https://www.elsaltodiario.com/cambio-climatico/sequia-instala-espana-continuan-records-climaticos>

<https://www.egevasa.es/Empresa/Inicio/>

<https://www.emivasa.es/Empresa/Inicio/>

Material de la propia empresa (manual identidad)

## 9. ANEXOS

### Anexo 1

#### **MANUAL DE IDENTIDAD**

*Símbolo y nombre. Versión Horizontal:*

*Composición horizontal, en línea, con el símbolo centrado respecto al eje horizontal.*

*Esta versión está diseñada para adaptarse mejor a formatos alargados.*

*global omnium* 

*Símbolo y nombre. Área de respeto.*

*La marca ha de tener siempre un área mínima de respeto\* alrededor de la misma, para que no se perjudique su visibilidad y lectura por la influencia de otros elementos gráficos.*

*Esta área de respeto está definida por la distancia “x” que rodea la marca en todo su contorno. El módulo “x” es un tercio de la altura de la marca en la versión preferente y un medio de la altura en la versión horizontal.*



Al igual que el símbolo y el nombre, el cromatismo también varía.

*Cromatismo. Versión preferente / 3 tintas.*

*Ésta es la versión en color que tiene preferencia.*

*Siempre que el sistema de impresión asegure una buena reproducción del degradado de color del símbolo, se usará esta versión. Dos azules para el símbolo y un gris para el nombre.*



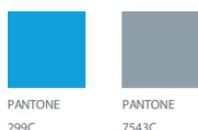
*Cromatismo. Versión alternativa / 2 tintas.*

*Cuando no pueda utilizarse ninguna de las versiones anteriores se usará esta versión en azul y gris corporativos.*

*Sin degradado de color en el símbolo.*

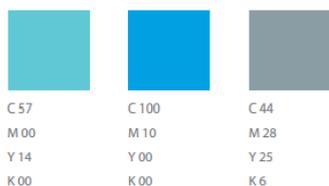
*De uso preferente en serigrafía u otros sistemas de*

*impresión que no garanticen una óptima reproducción del degradado de color del símbolo.*



**Cromatismo. Versión alternativa / 4 tintas CMYK.**

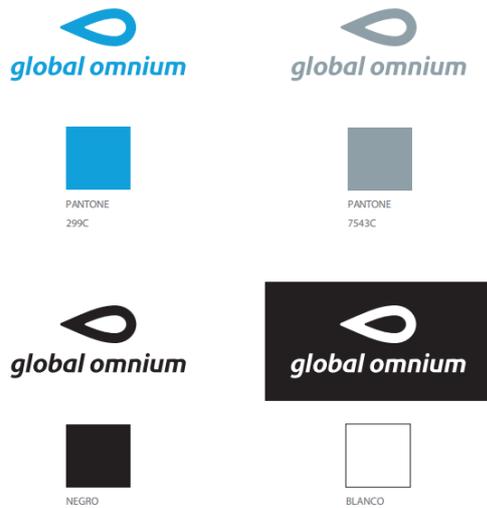
*Cuando se esté imprimiendo en cuatricromía y no se puedan utilizar tintas especiales, se usará esta versión.*



**Cromatismo. Versión alternativa / 1 tinta.**

*Se imprimirá a una tinta cuando no pueda utilizarse ninguna de las versiones anteriores. Se puede reproducir en azul corporativo, en gris corporativo, en negro o en*

blanco. También en acabado hielo o arenado cuando se usen soportes de rotulación como vinilo, o cuando se grabe sobre materiales como vidrio, acero o mármol, y en acero pulido brillo cuando se trate de rótulos corpóreos.



**Cromatismo. Versión RGB / 3 tintas.**

Ésta es la versión para pantalla. Es decir, también para página web, presentaciones para monitor o proyección, etc.



R 094  
G 242  
B 255



R 017  
G 150  
B 245



R 153  
G 153  
B 152

***Cromatismo. Fondos con imagen.***

*Sobre fondos con imagen, se recomienda usar la marca en blanco o en negro. La claridad/oscuridad del fondo determinará el uso de la marca en blanco o en negro.*

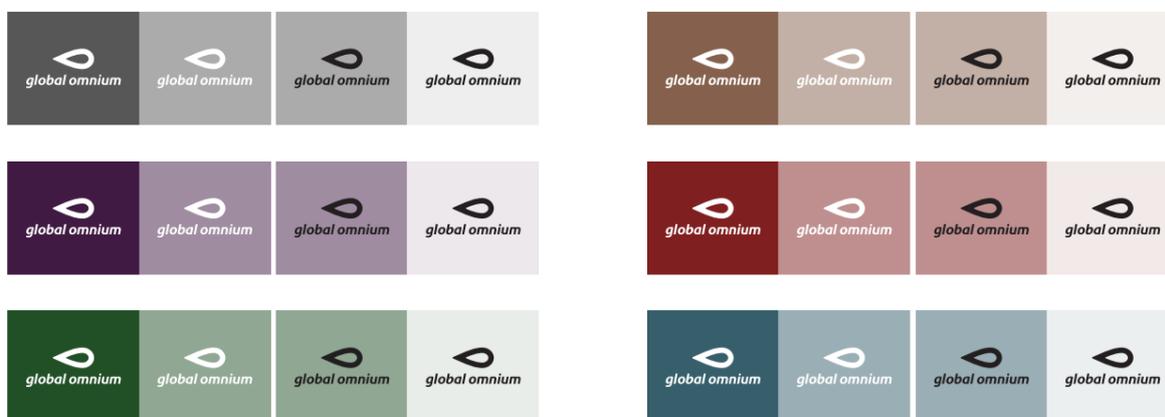
*La imagen utilizada de fondo no debe alterar ni perjudicar la visibilidad/lectura de la marca, de modo que se cumpla lo estipulado para el área de respeto.*



**Cromatismo. Fondos de color no corporativo.**

Sobre fondos con colores planos no corporativos, se recomienda usar la marca en blanco o en negro.

La claridad/oscuridad del fondo determinará la versión de la marca que deba utilizarse.



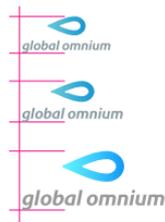
**Tamaños mínimos.**

Se establece un tamaño mínimo recomendado, utilizable en cada versión de la marca, teniendo en cuenta el método de impresión que se vaya a emplear y el soporte sobre el que haya que reproducir.

En los casos de reproducción en negativo, reserva de blanco sobre fondos entintados, se recomienda aumentar los tamaños mínimos, sobre todo cuando se imprima en soportes absorbentes.

Tamaños mínimos. **Positivo.**

- I y IV. OFFSET Y LÁSER \_\_\_\_\_ 7 mm
- II y III. PRENSA Y SERIGRAFÍA \_\_\_\_\_ 8 mm
- V. PANTALLA \_\_\_\_\_ 32 píxeles



Tamaños mínimos. **Negativo.**

- I y IV. OFFSET Y LÁSER \_\_\_\_\_ 8 mm
- II y III. PRENSA (B/N) Y SERIGRAFÍA \_\_\_\_\_ 9 mm
- V. PANTALLA \_\_\_\_\_ 32 píxeles



## Tipografía.

Global Omnium cuenta con dos tipos de tipografías: la tipografía complementaria y la tipografía de escritura.

### *Tipografía complementaria.*

*La tipografía complementaria es la MYRIAD PRO y todas sus variantes: regular, semibold, bold, cursivas...*

*Es la tipografía corporativa, utilizada en los membretes de papelería y de formularios y para usar también en revistas, folletos, carteles, memoria, página web, etc.*

Myriad Pro Regular	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890
<i>Myriad Pro Regular Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890
Myriad Pro Semibold	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890
<i>Myriad Pro Semibold Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890
Myriad Pro Bold	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890
<i>Myriad Pro Bold Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890

### Tipografía de escritura.

*Para textos de trabajo diario, generados en las propias oficinas, como informes, presupuestos, contenidos de cartas, de contratos, de presentaciones multimedia, etc., se recomienda el uso de Verdana.*

Verdana Regular	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890
<i>Verdana Regular Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890
Verdana Bold	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890
<i>Verdana Bold Italic</i>	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz 1234567890

## Anexo 2

Manual de Acogida Global Omnium: [https://issuu.com/global-omnium/docs/manual\\_acogid\\_web\\_converted](https://issuu.com/global-omnium/docs/manual_acogid_web_converted)