

Tratamiento de agua a nivel domiciliario y su almacenamiento seguro Estudio de caso de implementación: Cloro Air RahMat

AMAN TIRTA, INDONESIA

Introducción

Aman Tirta es una sociedad entre el sector público y privado que se creó con el fin de producir, promocionar y distribuir una solución de cloro líquido denominado Air RahMat y el almacenamiento seguro del agua en Indonesia. En un afán por promocionar el agua segura, Aman Tirta ha trabajado con el gobierno de Indonesia para mejorar su política y ha posibilitado que en el seno político se plantee el tratamiento del agua a nivel domiciliario y su almacenamiento seguro (TANDAS) en dicho país.

El programa está constituido por los siguientes socios:

- John Hopkins Bloomberg School of Public Health/Centre for Communication Programs: se ocupa de la gestión general del programa, comunicación e intervenciones para lograr cambios de comportamiento
- CARE International (ONG): se encarga de la participación de la comunidad
- Lowe Worldwide: se ocupa del marketing y la promoción del producto
- PT Tanshia Consumer Products: se ocupa de la producción, la distribución, el marketing y el desarrollo del producto
- PT Ultra Salur: distribuidor exclusivo
- Locales minoristas: se encargan de los puntos de venta de todo el país



**Air Rahmat, Indonesia
(Fuente: Tirta/JHUCCP)**

El programa sigue dos enfoques para aumentar el acceso al agua segura:

1. **Estimular el sector comercial** para producir, distribuir y comercializar un producto que vuelve el agua apta para su consumo mediante un proceso de desinfección y un almacenamiento seguro y adecuado en el punto de uso a precios accesibles a nivel nacional; y
2. **Generar demanda** por medio de un programa estratégico de cambios de comportamiento que promueven eficazmente y posicionan el producto en el mercado y maximizan las conexiones con las ONGs de Indonesia con el fin de aumentar su adopción.

Aman Tirta ha estado trabajando muy de cerca con la empresa privada PT Tanshia en la preparación del traspaso definitivo del programa a manos de la empresa tras finalizar el proyecto.

Creación de la demanda

Air RahMat está pensado para madres con ingresos bajos o medios y que tienen niños menores de cinco años. La promoción y la venta de Air RahMat se implementaron con un enfoque por etapas en distintos lugares de toda Indonesia en el transcurso de varios años, empezando por el lanzamiento del producto en Yakarta en 2005.

El objetivo de la estrategia de marketing y comunicación es que la gente tome conciencia y pruebe Air RahMat. Presenta a Air RahMat como una opción accesible y fácil de usar patrocinada por el Ministerio de Salud para el consumo de agua potable. Los materiales educativos y los métodos de comunicación incluyeron pósteres, folletos, anuncios publicitarios por radio y televisión, y camiones de demostración que ofrecen muestras de agua gratuitas.

Asimismo, una sólida movilización comunitaria dirigida por las ONGs locales jugó un papel activo muy importante a la hora de concientizar y educar sobre el consumo de agua potable segura. Esto se logró mediante el boca a boca, el diálogo y la acción comunitaria. También se recurrió a

Tratamiento de agua a nivel domiciliario y su almacenamiento seguro

Estudio de caso de implementación: Cloro Air RahMat

“presentaciones itinerantes” con muestras en todo el país. En estas presentaciones se proporcionó información, se realizaron cuestionarios, juegos, se ofrecieron muestras de agua, y se entablaron diálogos y relaciones entre los miembros de la comunidad.

Aman Tirta también trabajó con instituciones gubernamentales en las áreas de salud y educación con el fin de expandir su cobertura.

Las investigaciones y la observación de las tendencias publicitarias y de ventas en un principio mostraron la eficacia del programa respecto a la aceptación del producto, sin que esto signifique necesariamente que la gente lo comprase. Como resultado, se realizaron cambios en la estrategia publicitaria con el fin de dirigirse de forma más selectiva a la audiencia de madres (por ejemplo, publicitar en revistas sensacionalistas pensadas para mujeres), hacer hincapié en la credibilidad de los anuncios y las características del producto y aumentar la cantidad de equipos móviles con muestras para que la gente pudiera probar el agua. Las ventas aumentaron en el cuarto año del programa tras estos cambios y otras iniciativas.

Suministro de productos y servicios

El producto de cloro se desarrolló originalmente como parte del programa del Centro para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) y el Sistema de Agua Potable (SWS), que permite tanto la desinfección como un almacenamiento seguro.

PT Tanshia es la empresa responsable de la fabricación y el embotellamiento de Air RahMat en Indonesia. El producto se distribuye de forma extensiva por medio de locales minoristas tradicionales (por ejemplo, tiendas y kioscos) y locales no tradicionales (por ejemplo, organizaciones comunitarias), ONGs, organizaciones de microcréditos y voluntarios de salud comunitaria. La distribución está a cargo de la empresa privada PT Ultra Salur.

Gracias a los esfuerzos de Aman Tirta por expandir el mercado, el número de locales minoristas que vendía Air RahMat aumentó de

8.500 a más de 15.000 en el cuarto año del proyecto.

Air RahMat se vende en botellas de 100 ml, esto alcanza para tratar 660 litros de agua o la cantidad promedio que se utiliza en un hogar en un mes. La botella se vende a 5.000 rupias (alrededor de 0,50 USD). En 2008, \$597.511 se invirtieron en el programa. Ese mismo año se vendieron 71.000 botellas y 548.000 sobres de Air RahMat. PT Tanshia también desarrolló un sobre de un solo uso de 3 ml que se introdujo en el mercado en 2008.

Control y mejoras

PT Tanshia, el fabricante del producto, estableció un laboratorio en el lugar para colaborar con el control de calidad, las investigaciones y el desarrollo del producto.

Durante la realización del proyecto, se llevó a cabo un estudio sobre el impacto en la economía y la salud. Este reveló que las actividades del proyecto influyeron de forma positiva en la actitud de la gente hacia la cloración y su elección de utilizar Air RahMat. También mostró un impacto en la salud, se observó una reducción del 50% en la incidencia de la diarrea, el almacenamiento más seguro de agua potable en aquellos hogares en los que se utilizó Air RahMat y la compra de contenedores para el almacenamiento seguro del agua.

Este ritmo de ventas más lento de lo esperado indicó que el cambio de comportamiento respecto del tratamiento de agua a nivel domiciliario puede ser más lento que lo anticipado.

Financiamiento del programa

El Organismo de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) financió el programa de 6 años de duración que se llevó a cabo desde 2004 a 2010.

Referencias

Programa Aman Tirta: www.airrahmat-indonesia.com

John Hopkins University:
www.jhuccp.org/node/755

CAWST, Centre for Affordable Water and Sanitation Technology
Calgary, Alberta, Canadá

Sitio web: www.cawst.org Correo electrónico: cawst@cawst.org

Wellness through Water... Empowering People Globally

Última actualización septiembre de 2010