

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO

UNIDAD ACADEMICA EL SENA

PROGRAMA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS



PROYECTO DE GRADO

**IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PURIFICADORA Y
EMBOTELLADORA DE AGUA EN LA COMUNIDAD DE “BLANCA
FLOR”**

Modalidad de proyecto de grado

Presentado por:

Carol Justiniano Amutari

Para optar al Título de Licenciatura en Administración de Empresas

Tutor: Lic. Gerardo Saúl Rojas Mendoza

SENA - PANDO - BOLIVIA

2023

DEDICATORIA

Este proyecto se lo dedico primeramente A Dios, por permitirme gozar de la vida y salud aún en tiempos difíciles, por bendecirme y siempre guiar mi sendero. Quien me ha dado la fortaleza para atravesar los obstáculos y no desfallecer en mi logro de esta meta.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecer a Dios por ser el pilar fundamental en mi vida, a mi amado esposo Quitin Marigua Pereira, a mi hija Arizbeth Marigua Justiniano, por ser los que me inspiran a poder lograr todos mis propósitos.

A mis padres sr. Mario Justiniano valencia y Sra. Marinelsin amutari Juárez por haberme inculcado que el estudio y la disciplina son las herramientas que me permitirán alcanzar las metas que me proponga.

A mi tutor por haberme transmitidos sus conocimientos para así prepararme y ser una persona útil para la sociedad.

1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA.....	1
1.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA	1
1.2 Antecedentes.....	1
1.3 Nombre de la entidad beneficiaria.....	2
1.4 Referencia geográfica del proyecto	2
1.5 Localización.....	2
1.6 Descripción del problema.....	3
1.7 Formulación del problema.....	4
1.8 Justificación.....	4
1.9 Objetivos.....	5
1.10 Objetivo General.....	5
1.11 Objetivos Específicos	5
1.12 Canales de Mercado.....	5
1.13 Mercado Objetivo	5
1.14 Canales de Distribución.....	6
2. SUSTENTACIÓN TEÓRICO.....	7
2.1 MARCO TEÓRICO	7
2.2 Estudio de Pre Factibilidad.....	7
2.3 Etapas del Estudio de Pre Factibilidad	7
2.4 Estudio de Mercado	7
2.5 Estudio Técnico	8
2.6 Estudio Económico-Financiero.	8
2.7 Valor Presente Neto (VPN)	9
2.8 Tasa interna de Rendimiento (TIR)	9
2.9 Estudio de Factibilidad	9
2.10 Análisis de Mercado	10
2.11 Investigación de Mercado.....	10
2.12 Evaluación Técnica.....	11
2.13 Evaluación Económica	11
2.14 Evaluación Financiera	11
2.15 Agua Purificada Envasada Proveniente.....	11

2.16 Aguas Estancadas	11
2.17 Marco Referencial	12
3. MARCO METODOLÓGICO.....	14
3.1 Enfoque.....	14
3.2 Método.....	14
3.3 Población	14
3.4 Muestra	15
3.5 Técnicas e Instrumento de Investigación.....	15
3.6 Técnica.....	15
3.7 Instrumento	16
4. PROPUESTA CENTRAL	17
4.1 Identificación	17
4.2 Misión	17
4.3 Visión.....	17
4.4 Objetivos Estratégicos	17
4.5 Valores.....	18
4.6 Matriz EFE	18
4.7 Competidores.....	18
4.8 Beneficiarios.....	19
4.9 Marca del negocio	19
4.10 Slogan	19
4.11 Población objetiva	20
4.12 Resultados de la Encuesta.....	20
4.13 Estudio de Mercado.....	23
4.13.1 Metodología para Realizar el Estudio de Mercado	23
4.13.2 Determinación de la Demanda	25
4.13.3 Análisis de precios relacionados con el producto propuesto.....	28
4.13.4 Resultado del estudio de mercado	28
4.13.5 Análisis de la Demanda	30
4.13.6 Proyección la Demanda	30
4.13.7 Demanda por Año.....	32

4.13.8	Análisis de la Oferta	33
4.13.9	Alcance y Limitaciones del Servicio	33
4.13.10	Análisis de los Servicios Existentes	33
4.13.11	Descripción de la Empresa	33
4.13.12	Diseño del Servicio.....	34
4.14	Estrategias del plan de Marketing	34
4.14.1	Objetivo del Plan Márqueting.....	34
4.14.2	Plan de Marketing.....	35
4.14.3	Estrategias de Márquetin Digital	36
4.14.4	Marketing en Redes Sociales.....	36
4.14.5	Estrategias de Personal	36
4.14.6	Estrategias de Productividad y Calidad	36
4.14.7	Establecer la Marca del Negocio	37
4.15	desarrollo del márqueting mix	37
4.15.1	Producto.....	37
4.15.2	Precio	38
4.15.3	Precio del botellón 20 litros	38
4.15.4	Plaza.....	38
4.15.5	Micro Localización.....	39
4.15.6	Promoción.....	40
4.16	Estudio Técnico	40
4.16.1	Proceso de Purificación del Agua Embotellada	40
4.16.2	Descripción.....	40
4.16.3	Información	41
4.16.4	Maquinas a Utilizarse para la Purificación del Agua	43
4.16.5	Infraestructura.....	44
4.16.6	Requerimientos de la Planta	44
4.17	estructura organizativa de la empresa.....	45
4.17.1	Nombre o Razón Social.....	45
4.17.2	Requisitos para el Funcionamiento.....	45
4.17.3	Organización de la Empresa	46

4.17.4 Organigrama	47
4.17.5 Funciones de los Cargos	47
4.17.6 Administrador y Gerente Propietario	47
4.17.7 Envasador	48
4.17.8 Repartidor	48
4.17.9 Producto estrella	48
4.18 Estudio Economico de la Inversion	48
4.18.1 Inversión	49
4.18.2 Terrenos	49
4.18.3 Construcciones.....	49
4.18.4 Maquinarias y Equipos	50
4.18.5 Funciones de las Maquinarias.....	51
4.18.6 Filtro de arena.....	51
4.18.7 Filtro de carbón activado	51
4.18.8 Filtro de fibra con sal.....	51
4.18.9 Tanque almacenador de agua	51
4.18.10 Equipos	51
4.19 Otros activos	53
4.19.1 Capital de Trabajo	53
4.19.2 Ingresos.....	54
4.19.3 Costos Directos.....	55
4.19.4 Costos	56
4.19.5 Mano de Obra Directa	56
4.19.6 Costos Indirectos de Producción	57
4.19.7 Gastos Administrativos.....	57
4.19.8 Gastos de Ventas	57
4.19.9 Financiamiento	58
4.19.10 Evaluación Económica Financiero	58
4.19.11 Metodología para la realización del estudio económico financiero	58
4.19.12 Elaboración del Flujo de Caja	59
4.19.13 Evaluación Económica	60

4.20 Resultados del flujo de caja	60
4.20.1 Tiempo de Vida del Proyecto	60
4.20.2 Gasto de Energía Eléctrica	60
4.20.3 Personal Administrativo y Operativo	62
4.20.4 Depreciación de Maquinaria y Muebles de Enseres.....	62
4.20.5 Gastos y Costos Administrativos.....	62
4.20.6 Flujo de caja económico	65
4.20.7 Evaluación económica.....	67
5. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DE LA PROPUESTA	67
5.1 Cronograma de actividad.....	68
6. CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	69
6.1 Conclusiones.....	69
6.2 Recomendaciones	70

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Población y muestra.....	28
Tabla 2 Producto propuesto.....	38
Tabla 3 Crecimiento de la comunidad.....	39
Tabla 4 Encuesta.....	41
Tabla 5 Pregunta central.....	43
Tabla 6 Demanda del consumo por botellón.....	44
Tabla 7 Consumo de materia prima por litro.....	44
Tabla 8 Demanda del producto.....	45
Tabla 9 Objetivos específicos.....	47
Tabla 10 Precio.....	51
Tabla 11 proceso de purificación	53
Tabla 12 Infraestructura.....	57
Tabla 13 Inversión.....	62
Tabla 14 Terreno.....	62
Tabla 15 costos indirectos.....	63
Tabla 16 Equipos.....	64
Tabla 17 Otros activos.....	64
Tabla 18 Capital de trabajo.....	66
Tabla 19 Ingresos.....	66
Tabla 20 Costos directos.....	67
Tabla 21 Costos.....	67
Tabla 22 Mano de obra directa.....	68

Tabla 23 Costo de producción.....	68
Tabla 24 Gasto administrativo.....	69
Tabla 25 Gastos de ventas.....	70
Tabla 26 Financiamiento.....	71
Tabla 27 Estudio económico financiero.....	71
Tabla 28 Gasto de energía eléctrica.....	73
Tabla 29 Personal administrativo y operativo.....	74
Tabla 30 Costos totales.....	75
Tabla 31 Depreciación de máquinas y muebles de enseres.....	75
Tabla 32 Gastos de materiales de oficina.....	76
Tabla 33 Gasto administrativo.....	77
Tabla 34 Flujo de caja económico.....	77
Tabla 35 Evaluación económica.....	78
Tabla 36 VAN.....	79
Tabla 37 TIR.....	80
Tabla 38 RVC.....	80
Tabla 39 Presupuesto de inversión de la propuesta.....	81
Tabla 40 Cronograma de actividad.....	82

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Canales de distribución	6
Figura 2 marca del negocio	19
Figura 3 consumo de agua	20
Figura 4 consumo de agua por litros	21
Figura 5 consumo de agua por semana.....	21
Figura 6 precio del botellón de 20 litros.....	22
Figura 7 utilidad del agua purificada.....	22
Figura 8 consumo de agua de la empresa manantial	23
Figura 9 Encuesta electrónica realizada en Google drive.....	24
Figura 10 mapa geográfico de la localidad de blanca flor.....	26
Figura 11 ubicación de la empresa	39
Figura 12 organigrama.....	47
Figura 13 encuesta electrónica	69
Figura 14 logo de la empresa.....	69

RESUMEN

El consumo de agua es vital para la supervivencia de cualquier especie que viva en el mundo el estudio de implementación realizado para el presente proyecto nos orienta y nos da la Información que será de gran utilidad para el estudio de implementación y puesta en marcha. En el estudio de mercado se demuestra el consumo creciente del agua purificada embotellada en la comunidad de Blanca Flor, observándose el primer año una demanda insatisfecha de 3.244,45 litros, satisfaciendo el proyecto parte de dicha demanda en un volumen de 324.445 litros de agua embotellada, observándose similar comportamiento en los siguientes años la empresa de producción estará localizada en la comunidad de blanca flor la inversión total del proyecto asciende al monto de la inversión será 100% capital propio con un total de 146.423.160 se plantea el uso de capital propio a evaluación económica financiera muestra los siguientes resultados:

Luego de realizar la evaluación financiera con la inversión de Bs 146.423,160 en un horizonte de 5 años, se obtienen los resultados de un VAN de 84.298,53 y un TIR de 63% con un RBC de 1,09% se concluye que el presente estudio de factibilidad para la implementación de una empresa purificadora y embotelladora en la comunidad de blanca flor y es viable, por lo que se recomienda su implementación.

Estudio, factibilidad, comunidad, mercado, técnicas, humano, objetivos, manantial.

ABSTRACT

Water consumption is vital for the survival of any species that lives in the world. The implementation study carried out for this project guides us and gives us the information that will be very useful for the implementation study and start-up. The market study demonstrates the growing consumption of bottled purified water in the Blanca Flor community, observing an unsatisfied demand of 3,244.45 liters in the first year, satisfying the project part of said demand in a volume of 324,445 liters of water bottled, observing a similar behavior in the following years the production company will be located in • the community of Blanca flor the total investment in the project. The amount of the investment will be 100% own capital with a total of 146.423,160 the use of own capital is considered for financial economic evaluation shows the following results:

After carrying out the financial evaluation with the investment of 146.423,160 in a 5 _ year horizon the results of a VAN of 84.298,53and IRR of 63% are obtained, with an RBC of 1.09%it is concluded that present study of feasibility for the implementation of a purification and bottling in the community of Blanca Flor and it is viable, so its implementation is recommended.

Feasibility, study, community, market, techniques, human, objectives, spring.

CAPITULO I

1. PRESENTACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 TÍTULO DE LA PROPUESTA

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PURIFICADORA Y
EMBOTELLADORA DE AGUA.**

1.2 ANTECEDENTES

A nivel internacional. El mercado del agua mineral está incluido o forma parte del mercado de las bebidas sin alcohol, es un mercado que está en crecimiento, tiene mucha competencia y es manejado por grandes empresas o grupos económicos que poseen varias marcas líderes del mercado. Es un mercado que tiene un consumo promedio de 16 litros anuales por persona el cual viene en constante crecimiento año a año.

Las empresas que manejan este mercado en su gran mayoría aproximadamente el 80% son dos grupos franceses Aguas Danone y Nestlé Wáter, empresas que poseen las marcas líderes del mercado como ser Villavicencio, Villa del Sur, Eco de Los Andes, Ser, etc. Este mercado tiene una demanda anual de 650 millones de litros y en pesos mueve aproximadamente \$1.300 millones. (Lopez, 2011: 21)

A nivel nacional. La cobertura de agua potable y saneamiento en Bolivia aumentó considerablemente desde 1990 con altas inversiones en el sector. Sin embargo, las coberturas siguen siendo las más bajas del continente y la calidad de servicio se encuentra en una de las más bajas. La inestabilidad política e institucional ha contribuido a la debilitación de las instituciones del sector a nivel nacional y de muchas instituciones locales. Dos concesiones a empresas privadas extranjeras en dos de las tres ciudades más grandes: Cochabamba y la paz - fallaron en 2000 y 2006 respectivamente. (Cespedes, 2021)

A nivel departamental. El presente estudio busca evaluar el potencial de los servicios ambientales hídricos como parte de un plan de manejo integral de la cuenca del arroyo Bahía, ubicada en los municipios de Cobija y Porvenir del departamento de Pando, en Bolivia. Para ello, es necesario conocer el estado actual de la cuenca, los problemas ambientales que enfrenta, los tipos de presión a los que esta así-metida, etc. Igualmente, importante es conocer a los actores que se relacionan con la prestación del servicio de agua y el nivel de intervención que tienen el municipio y el gobierno departamental en la cuenca; esto para determinar si hay algún interés y si es viable desarrollar un esquema de compensación por servicios ambientales

En ella Adicionalmente, se debe hacer una revisión del marco legal en lo que se refiere a servicios ambientales y los vacíos que existen, para finalmente proponer (Marin, 2010)

1.3 NOMBRE DE LA ENTIDAD BENEFICIARIA

Empresa de agua “MANANTIAL”

1.4 REFERENCIA GEOGRÁFICA DEL PROYECTO

1.5 LOCALIZACIÓN

En la comunidad de blanca flor municipio San Lorenzo en el departamento de Pando registró una población de 7.652 habitantes; 4.120 hombres y 3.532 mujeres, según datos del Censo Nacional de Población y Viviendas 2012 realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

En la comunidad de blanca flor o Exaltación es la segunda sección municipal de la provincia Madre de Dios del departamento de Pando, que es distante a 305 kms. De la ciudad de Cobija con dirección al este. Que Limita al norte con el municipio San Pedro de la provincia Manuripi, y al este con el municipio de Agua Dulce, al oeste con el municipio de Bolívar y al sur con la provincia Gral. José Ballivián departamento del Beni y con la provincia

Iturralde del departamento de La Paz. En su territorio también está la Reserva de Inmovilización Madre de Dios.

Los principales ríos son: el Madre de Dios, Beni y Genechiquia; tiene varias lagunas como la de San Miguel, El Turi, Portero, Mangal, El Corte y Mapajo. Su topografía está constituida por llano antiguo y ondulado. El clima imperante en la región es tropical húmedo cálido con una temperatura media anual de 25°C. La población indígena cuenta con el Distrito Municipal Indígena multiétnico de Tumizal-Fortaleza (Ese Ejja, Cavineño, Tacana) y el de Sinaí.

1.6 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

La asociación de las medianas y pequeñas empresas están total mente de acuerdo para la producción de bienes y/o servicios es una referencia que impulsa el desarrollo del país, por tales motivos se pretende implementar una empresa purificadora de agua para el consumo humano en la población de blanca Flor. La cual presenta obstáculos por falta de inversionistas y la falta de apoyo a emprendedores por parte de autoridades locales, lo cual se derivó en un problema para la implementación de dicha planta.

La falta o la inexistencia de una planta purificadora de agua en la comunidad es la causa de que las personas de la localidad de Blanca Flor optan por consumir de las vertientes naturales que generan complicaciones excesivas en la salud de las personas Por otra parte, la falta de empresas locales que ofertan agua purificada para el consumo humano, esto conlleva un alto precio para la compra del agua, por tal motivo se pretende implementar una micro empresa purificadora de agua local, garantizando su consumo saludable con los más altos controles de calidad y distribución para poder ofertar a un precio más accesible a toda la población.

Si bien en la localidad de Blanca Flor existen ofertantes de agua tratada embotellada para el consumo humano, estas aguas no son producto local, es decir que son importadas de otros municipios u otros departamentos, como del departamento del Beni. Por tal motivo que las personas que consumen agua de vertientes naturales se ven obligados a consumir agua importadas teniendo que pagar un precio monetario elevado.

1.7 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo lograr que la Implementación de una empresa Purificadora y Embotelladora de Agua en la localidad de blanca flor?

1.8 JUSTIFICACIÓN

Se ha evidenciado que en la localidad de blanca flor tiene como objeto de estudio la factibilidad para la implementación de una microempresa purificadora y embotellado de gua. Se finaliza para cubrir la demanda local, vale indicar que en la actualidad la localidad de blanca flor ha obtenido bastante crecimiento dentro de los últimos años y es por ello que se identifica una necesidad de esta característica, en el mercado local se satisface del agua embotellada y purificada se abastece de un mercado que es la ciudad de Riberalta. Generando la logística de mercado desarrollaremos una microempresa purificadora de agua con los mejores estándares en nuestra localidad.

Mediante la realización del proyecto de investigación se pretende realizar mediante la evolución de los costos, para ello el estudio se hace con la finalidad de demostrar el emprendimiento de los diferentes sectores, el segmento de mercado al que va dirigido nuestro producto es de echo toda la población sin importar la edad, género o clase social ya que este proyecto de implementación busca satisfacer las necesidades de la localidad para así poder mejorar la calidad de vida y prestar un óptimo servicio a todos los habitantes de nuestra

región, ya que el agua es considerado un producto fundamental en la vida de todas las personas.

Mediante la investigación se aporta con el conocimiento teórico, los cuales se demuestra dentro de la práctica, a pesar de que existe una considerable competencia nos percatamos de sus precios, como son bastante elevados y a pesar cumplir con los estándares de calidad muchas veces las necesidades de los consumidores no se ven satisfechos por completo.

1.9 OBJETIVOS

1.10 Objetivo General

Determinar la factibilidad de emprender el proyecto de producción y comercialización de agua en la empresa purificadora y embotelladora de agua en la comunidad de Blanca Flor.

1.11 Objetivos Específicos

- Elaborar un estudio de mercado para la implementación de una empresa purificadora y embotelladora de agua en la comunidad de blanca flor.
- Analizar los canales de comercialización para la implementación de una empresa embotelladora de agua.
- Evaluar el estudio económico a través de los indicadores financieros (VAN, TIR, RBC).

1.12 Canales de Mercado

1.13 Mercado Objetivo

El consumo de agua en nuestro país ha tenido un crecimiento precisamente las aguas embotelladas este comportamiento está asociado al cuidado de las personas por su salud y apariencia física, es así que también se observa una disminución en la preferencia de otras bebidas como es el caso de las gaseosas; al existir un mercado en crecimiento.

1.14 Canales de Distribución

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, la distribución principal está compuesta por dos canales, que son:



Figura 1 Canales de distribución
Fuente: Elaboración propia

Primer Canal

La empresa hará llegar el producto hacia los establecimientos específicos (detallistas) para su distribución a los consumidores, estos aplican generalmente para empresas o corporaciones donde consumen directamente el producto.

Segundo Canal

Se considera también la distribución del producto a través de los mayoristas quienes podrán generar valor aplicando sus ventajas de comercialización y distribución hacia los consumidores.

CAPITULO II

2. SUSTENTACIÓN TEÓRICO

2.1 MARCO TEÓRICO

2.2 Estudio de Pre Factibilidad

El estudio de Pre factibilidad “es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone es bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. La determinación y fundamentación de las bases metodológicas que deben regir los estudios de factibilidad de las investigaciones deben efectuarse con un enfoque sistemático, pues los resultados de las investigaciones al introducirse, modifican una parte de los procesos y sistemas de relaciones existentes. Este primer principio introduce la necesidad de considerar la utilización de todos aquellos métodos de simulación que permitan reproducir con la mayor exactitud posible los sistemas de relaciones, su interacción y los cambios que puede ocasionar el proceso científico técnico en dichas relaciones. Al analizar la eficiencia económica, tanto de las inversiones necesarias para introducir los resultados, se considera como problema central de su determinación, la contraposición amplia y conjunta de gastos y resultados”. (Llacsahuanga, & Rivero)

2.3 Etapas del Estudio de Pre Factibilidad

Según (Llacsahuanga, & Rivero) El estudio de pre factibilidad está constituido por una serie de pasos que utilizados correctamente permiten la obtención de resultados favorables para los inversionistas:

2.4 Estudio de Mercado

El estudio de mercado se refiere a un análisis completo de los requerimientos del cliente dentro del mercado, para garantizar la factibilidad de un proyecto, permitiendo conocer

cuáles son los gustos y preferencias de estos que se sienten inconformes en un mercado de consumo masivo. El conocer que es lo que necesitan adquirir permite a los productores generar producción que ayude satisfacer las necesidades de los posibles clientes.

El estudio de mercado consta de la determinación y cuantificación de la oferta y demanda, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. Cuyo objetivo general es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado tomando en cuenta el riesgo. Para poder realizar el análisis de mercado se deben de reconocer cuatro variables fundamentales. La investigación de mercados es considerada como un primer paso importante para la ejecución de un proyecto de factibilidad, puesto que parte de un análisis minucioso de lo que comprende el mercado para recopilar información relevante sobre especificaciones y variables de mercado.” (Llacsahuanga, & Rivero)

2.5 Estudio Técnico

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ella se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha (y mantener) el funcionamiento de la empresa. Según Morales J. y Morales A. (2009), citado por (Llacsahuanga, 2017,)

2.6 Estudio Económico-Financiero.

Según Morales J. y Morales A. (2009), aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable? Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios

como, por ejemplo, si se debe vender más o comprar maquinas baratas o gastar menos. (2009), citado por (Llacsahuanga, 2017)

Etapas de un estudio financiero

Un estudio financiero comprende dos etapas: Formulación de los estados financieros proyectados Evaluación financiera de los resultados proyectados de la operación del proyecto, a través de indicadores financieros”. Citado por (Llacsahuanga, 2017)

2.7 Valor Presente Neto (VPN)

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. El cálculo del valor presente neto de los proyectos es una de las técnicas elaboradas de presupuesto de capital más utilizadas e indica la utilidad neta del proyecto en términos equivalentes que resultan de la diferencia de los ingresos y egresos de aja traídos al valor presente. Citado por (Llacsahuanga,)

2.8 Tasa interna de Rendimiento (TIR)

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Se llama tasa interna de rendimiento porque supone que el dinero que se gana año con año se reinvierte es su totalidad. Es decir, se trata de la tasa de rendimiento generada en su totalidad empresa por medio de la reinversión. (2008) citado por (Llacsahuanga,)

2.9 Estudio de Factibilidad

Involucra básicamente la definición conceptual del proyecto, el estudio y la evaluación que conducirá a la toma de decisiones en base a las cuales se realizarán o ejecutará el proyecto. Es decir profundiza el análisis de las fuentes secundarias y primarias de la investigación de mercado, en donde se detalla el tipo de tecnología que se utilizará, se

determinan los costos y la rentabilidad, que representan la base para tomar la decisión (Cámara de Comercio de Guayaquil, 2003) En esta etapa se analizan varios aspectos que verifiquen los requisitos mínimos aceptados para darle paso a un proyecto de inversión, en las que están citado por (Inga, 2015,)

2.10 Análisis de Mercado

Esta fase evalúa las oportunidades de inversión y se enfoca en factores clave como: Ingresos y gastos de tiempo, flujos de ingresos esperados.

2.11 Investigación de Mercado

Es una herramienta del marketing que permite recabar información necesaria para establecer políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas para el desarrollo de una actividad comercial. Comprende un análisis cuantitativo y cualitativo, análisis del producto, de la publicidad y la promoción, de la distribución y de las ventas y un análisis de la competencia citado por (Inga, 2015,)

La investigación de mercado contendrá fuentes de información que van a ser utilizadas por el investigador. Como las fuentes primarias y secundarias. En el primer caso es la recolección de información que se obtiene mediante las técnicas de encuestas, observación y etnografía, grupos focales y entrevistas. En el segundo caso, la información es la que se encuentra disponible, información realizada por instituciones y organizaciones especializadas que pueden ser: fuentes internas como estados financieros y demás documentos de las empresas; fuentes oficiales como la información estadística realizada por los países, en torno a variables demográficas, variables socio económicas, etc. Y la información de libros, periódicos y revistas, mediante la prensa especializada, publicaciones económicas y financieras. citado por(Inga, 2015,)

2.12 Evaluación Técnica

Según analizan todos los factores que son necesarios para la realización del proyecto, los procedimientos de elaboración, requerimiento de tecnología, limitaciones de carácter físico,

2.13 Evaluación Económica

En esta etapa se efectúa un análisis económico de la magnitud de costos y beneficios con las oportunidades que se tienen en el estado actual. Es importante además porque permite determinar hasta qué punto el proyecto es beneficioso para la colectividad.

2.14 Evaluación Financiera

En esta etapa se evalúa la alternativa de inversión y se enfoca en los principales factores como: Ingresos y egresos Ubicación del horizonte de tiempo, flujo de ingresos proyectados Incertidumbre y riesgo falta investigación científica.

2.15 Agua Purificada Envasada Proveniente

Para obtener agua buena apta para la purificación estas aguas se las busca son venas de aguas du] como ser noria, pozo subterráneo, estas aguas no contienen demasiado químicos es decir que esta apta para el proceso de purificación y consumir agua cosida purificada.

2.16 Aguas Estancadas

La contaminación que afecta a los ríos y lagos resultan igualmente afectados de la misma manera una consecuencia principalmente en los países del tercer mundo el incremento de enfermedades altamente letales por consumir agua contaminada. Es decir que el agua de ríos lagos, aguas estancadas contienen unas innumerables bacterias y distintos tipos de contaminación Que para el proceso de tener un agua purificada apta para el consumo humano estas necesitan ser más tratada con más químicos. (Inga, 2015,)

2.17 Marco Referencial

Esta información es extraída desde la plataforma vía internet donde nos dan a conocer que en otros lugares existen plantas embotelladora y purificadora de agua según Zaida pues cualquier iniciativa que emprenda no puede entrar en conflicto con su fuerte gestión de cuidado y preservación del medio ambiente. podría pensar en el establecimiento de una alianza estratégica a fin de buscar nuevos mercados de venta es decir la imagen y trayectoria que serán los pilares sobre los cuales se debe soportar este negocio se debe asegurar de que la distribución del producto, tenga una convicción y compromiso darle un tratamiento que se corresponda con ella en el proceso de distribución y colocación del producto pequeño, que le vaya garantizando un proceso de aprendizaje, que posteriormente puede irse replicando hacia los demás canales que vaya desarrollando. (Zaida) .

el estudio es responder a la pregunta por qué hacemos este negocio, y la respuesta es: que surge por las necesidades actuales y futuras de los consumidores dado que éstos son cada día más exigentes con el cuidado y el bienestar de la salud. Podemos identificar los siguientes beneficios, el agua mineral ayuda a eliminar impurezas del organismo, sin cansar los riñones, ayudando también a la pérdida de peso, evita la formación de cálculos renales y urinarios, además hidrata la piel mantiene la piel elástica, evitando la flaccidez y deshidratación, por lo cual es excelente para embarazadas el agua mineral transporta los nutrientes, vitaminas y minerales a través del organismo de manera segura y además es excelente fuente de calcio, evitando la osteoporosis. Todos estos beneficios están haciendo que el mercado crezca (carlos, 2011) según el universitario Alex la industria de agua mineral es importante poder consumir agua purificada en lugar de gaseosas o bebidas con bastantes.(M., 2020) El consumo de agua

es vital para la supervivencia de cualquier especie viva en el mundo, por ello la valoración de fuentes naturales de agua apta para el consumo humano.

El consumo de agua en nuestro país ha tenido un crecimiento notable en los últimos años, precisamente las aguas embotelladas provenientes de fuentes naturales, este comportamiento está asociado al cuidado de las personas por su salud y apariencia física, es así que también se observa una disminución en la preferencia de otras bebidas como es el caso de las gaseosas; al existir un mercado en crecimiento (carlos, 2011) según maría verónica cabrera el agua es una sustancia química, esencial para el desarrollo de todas las formas de vida. Está compuesta por dos elementos hidrogeno y oxígeno.

Desde el punto de vista biológico tiene gran importancia por su enorme capacidad como disolvente. A temperatura ambiente es un líquido inodoro e insípido, en pequeñas cantidades es incoloro y en grandes cantidades adquiere un color azul verdoso. Más del 70% de la superficie de la tierra está cubierta por agua, de esto el 97,5% del agua es salada y tan solo el 2,5% es apto para el consumo humano. Idealmente, el cuerpo humano necesita que bebamos dos litros de agua diarios. Para satisfacer esta necesidad, cada vez son más las personas que consumen agua embotellada puesto que esta se percibe como más segura y de mejor calidad. Incluso en países donde existe servicio público de agua potable, las personas pueden llegar a gastar hasta mil veces más dinero en agua embotellada que si la tomaran de la llave (V. M. V., 2010)

CAPITULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo de investigación será una investigación descriptiva, ya que el mismo estudia las teorías de los diferentes autores relacionado al tema de investigación, así mismo se aplicará de la misma forma en las prácticas dentro del desarrollo de trabajo de campo y la comprobación de las etapas de la viabilidad para la implementación y ejecución del proyecto.

3.1 Enfoque

El proyecto se compone de la integración del enfoque cuantitativo y cualitativo; es cualitativo porque en primera instancia se observa las cualidades de exigencia de los consumidores, por otro lado, tiene un enfoque cuantitativo porque describimos estadísticamente la información relevante que nos proporcione el estudio.

3.2 Método

En el trabajo de investigación se llevará a cabo los siguientes métodos.

- **Deductivo:** Se utiliza el método deductivo ya que nos permite describir lo que sea investigado también nos puede llevar a encontrar principios desconocidos a partir de los ya conocido también es usado para soportar errores.
- **De Campo:** En el sitio donde se construirá este proyecto se llevará a cabo una investigación de mercado, para establecer la acogida del mismo entre los habitantes del sector y sus posibilidades, para esta manera la demanda.

3.3 Población

La población que se toma en cuenta para llevar acabo el estudio son las familias de la comunidad de blanca flor.

3.4 Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó el muestreo probabilístico el cual se caracteriza en seleccionar la muestra de forma al azar según el investigador.

Tabla1
Población y muestra

POBLACIÓN	MUESTRA
Las familias	2028 familias

Fuente: Elaboración Propia

Del total de la población de 8.112 personas se divide en 4 que es lo que conforma la familia y hacen un total de 2028 familias para así poder determinar el consumo del agua purificada para las familias.

3.5 Técnicas e Instrumento de Investigación

Las técnicas e instrumentos a utilizarse en el presente proyecto serán:

3.6 Técnica

- **Encuesta:** Es una técnica en la que se realiza un conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de las familias estadística,
- **Documentación:** En esta técnica se aplicará a la ficha bibliográfica con el objetivo de realizar consultas bibliográficas relacionadas al tema de investigación para sustentar de forma teórica el proyecto de investigación
- **Observación:** En esta técnica se evaluará como instrumento diario de campo a través de la lista de cotejo, el mismo que estar dirigido a las familias donde se observará el mercado competitivo las diferentes amenazas.

3.7 Instrumento

- **Cuestionario:** Se utilizará este instrumento porque nos ayudará a obtener la información necesaria y facilitar la recopilación de datos a realizar de manera oral el mismo que estará dirigido a las familias.
- **Listas de chequeo u Hojas de Verificación:** estos formatos o instrumentos nos ayudara a lograr nuestro objetivo de realizar controles para así garantizar que no se olvide nada importante durante este proceso y así determinar claramente.

CAPITULO IV

4. PROPUESTA CENTRAL

4.1 Identificación

Nuestra propuesta sugerida para la microempresa de agua purificada “Manantial” busca poder establecerse y ser una estructura donde se pueda encontrar específicamente las áreas de funcionamiento y responsables de comunicación, esta organización se establecerá al cumplimiento de los objetivos como ser la misión y la visión de la micro empresa, para poder llevar un cumplimiento asía la meta, así mismo se busca poder establecer los cargos con total claridad e importancia para el cumplimiento de igual manera para los objetivos.

4.2 Misión

“Somos una microempresa de purificación de agua buscando el beneficio del ser humano, distribuyendo agua con los más altos estándares de calidad, satisfaciendo la necesidad de las personas.

4.3 Visión

“Ser la empresa líder en la venta de agua purificada, generando absoluta confianza y que sea reconocida por todas las personas como una organización que se preocupa cada día por ofrecer siempre un magnífico servicio”

4.4 Objetivos Estratégicos

- ❖ **Nuestro Servicio:** ofreciendo nuestro producto de calidad y salud para toda la comunidad, blanca flor.
- ❖ **Superar la Probabilidad de Nuestro Público:** ofreciendo una experiencia distinta de calidad en el cuidado de la salud.

4.5 Valores

Los valores de nuestra microempresa es el conjunto de principios éticos y profesionales los cuales ésta elige guiar sus actividades y que denotan de alguna manera el espíritu de la misma. Los valores son la personalidad de la empresa “manantial”.

- Trabajo en Equipo: es trabajar unido y poder lograr nuestro desafío.
- Honestidad: que refleja la transparencia la sinceridad y franqueza.
- Puntualidad: no se trata de solo ser respetuoso con el plazo sino ser puntual en la hora.
- Compromiso: va más allá de cumplir con una obligación
- Honradez: respetar las cosas ajenas aunque lo necesitemos en todo momento.

4.6 Matriz EFE

➤ Oportunidades

1. bastante interés en la localidad por este tipo de negocio
2. existencia de la ubicación, calle con alto tráfico esto hace que sea llamativo a la localidad.
3. Alto crecimiento en la población sobre los comercios.

➤ Amenazas

1. Desconocimiento en la localidad de nuestro negocio
2. Existencia de competidores minoristas
3. baja economía en toda la localidad en los meses de julio, agosto, septiembre.

4.7 Competidores

Debido que evidentemente existen competidores minoristas, estos representan una amenaza de fuerte impacto para el éxito del negocio; lo que se requiere es que en cuanto la

micro empresa sea más reconocida cuanto más se difunda este tipo ingreso de nuevos competidores, será una gran dificultad para capturar clientes.

4.8 **Beneficiarios**

Los beneficiarios son los habitantes de la comunidad blanca flor que se beneficiaran de manera directa, que son los empleados y el dueño de la empresa, ya que su implementación será con un capital propio; los favorecidos indirectos que se involucran con la implementación de una empresa purificadora de agua son todos los clientes sin excepción de género.

4.9 **Marca del negocio**

La intención de nuestro micro empresa es que pueda ser reconocida de forma inmediata por todos nuestros clientes potenciales. “MANANTIAL” es el nombre de nuestro emprendimiento ya que es fácil de recordar y se enlaza con el agua.



Figura 2 marca del negocio

Fuente: Elaboración Propia

4.10 **Slogan**

“El Agua es Vida”

4.11 Población objetiva

La investigación realizada fue enfocada en la comunidad de Blanca Flor municipio san Lorenzo, perteneciente al departamento de Pando, esta localidad tiene influencia de personas de diferentes lugares, lo cual nos permitió realizar una proyección satisfactoria de la demanda, también nos permitió poder lograr una determinación de la demanda insatisfecha y del producto propuesto.

4.12 Resultados de la Encuesta

En la comunidad de Blanca Flor se realizó una encuesta electrónica sobre la aceptación de una empresa purificadora de agua “MANANTIAL”, a continuación, se da a conocer cuáles fueron los resultados.

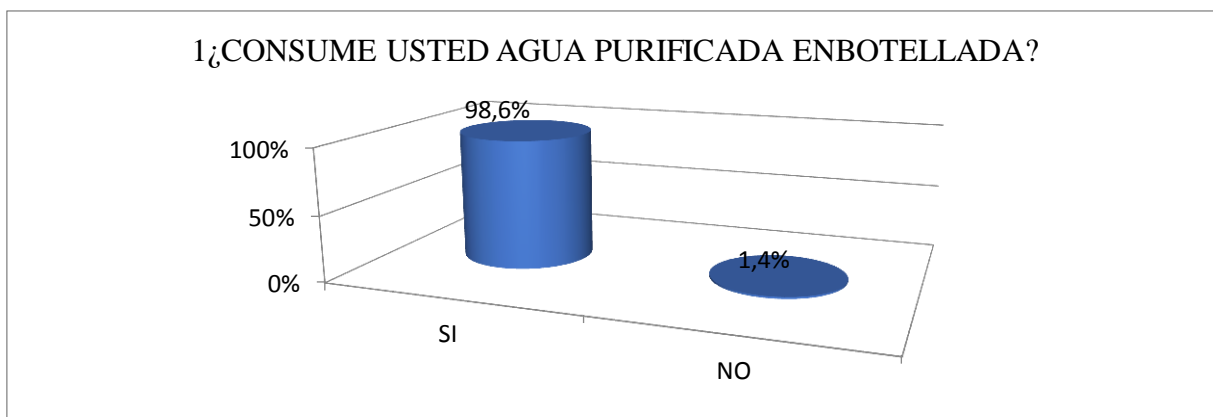


Figura 3 Consumo de Agua

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que el 98,6% consume agua purificada, y el 1,4% no consume agua envasada.

Total 100%.

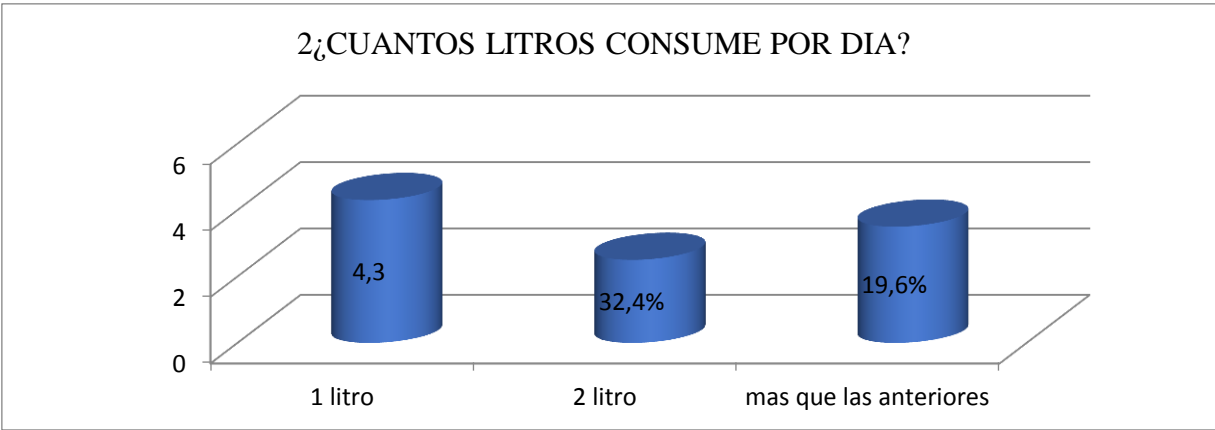


Figura 4 Consumo de Agua por Litros

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que el 48% consume de 1 litros por día y el 32,4% consume de 2 litros el 19,6% ocupa más que las anteriores forma un total de 100%

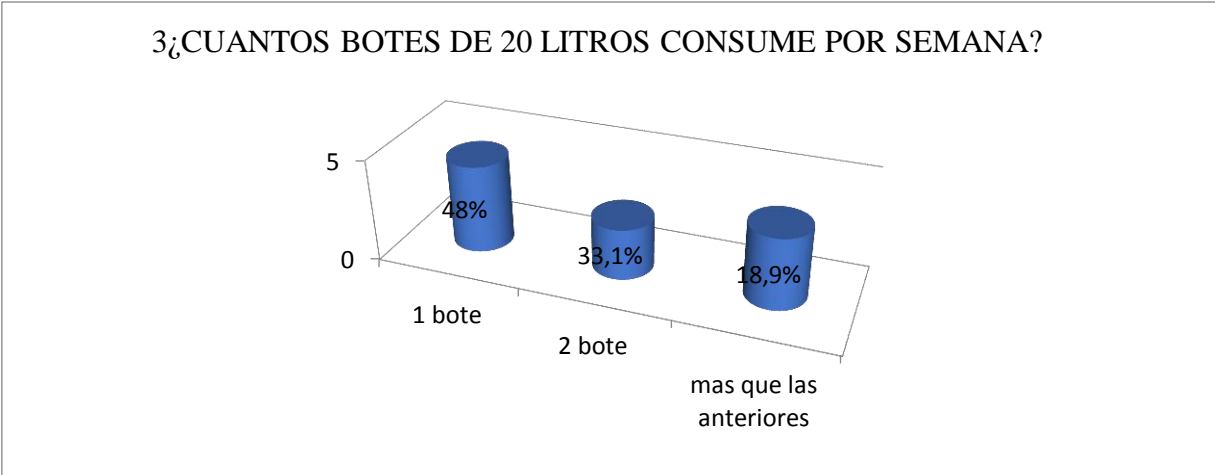


Figura 5 Consumo de agua por semana

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que el 48% de las personas consumen de 1 botes por semana el 33,1% 2 botes y el 18,9% más que el anterior total 100%.

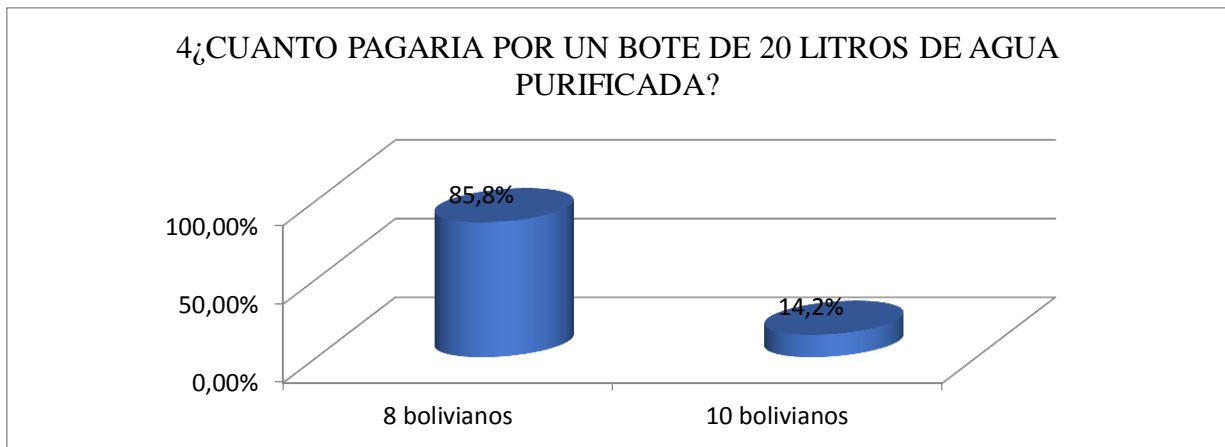


Figura 6 Precio del Botellón de 20 Litros

Fuente: Elaboración Propia

Se observa que el 85,8% pagaría 8bs el bote de 20 litros de agua purificada y el 14,2% 10 bs siendo un total de 100%.

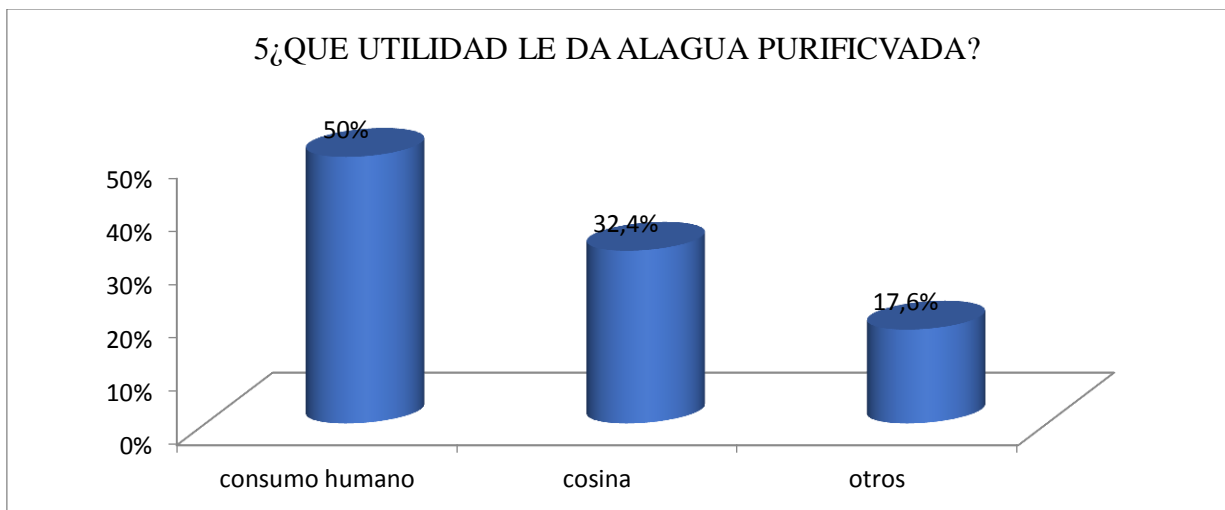


Figura 7 Utilidad del agua Purificada

Fuente: Elaboración Propia

Se observa que el 50% utiliza el agua purificada en consumo humano el 32,4% para cocina y el 17,6% otros totales 100%.

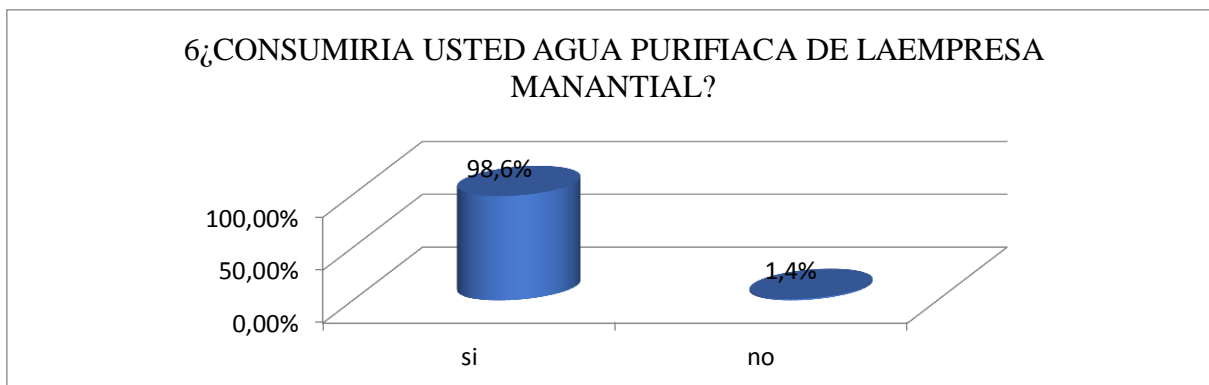


Figura 8 Consumo de agua de la Empresa Manantial

Fuente: Elaboración Propia

Se puede observar que el 98,6% consumiría agua purificada de nuestra empresa i el 1,4% nos dice que no asiendo un total de 100%

4.13 ESTUDIO DE MERCADO

4.13.1 Metodología para Realizar el Estudio de Mercado

El método que se utilizó en este proyecto es el método deductivo a partir de la información que se obtuvo, el estudio de mercado contempla el análisis de la oferta y la demanda insatisfecha lo cual nos brindó nichos de mercado para la oferta y la demanda de nuestro producto.

Para nuestra recolección de datos que fueron obtenidos por la encuesta electrónica se utilizó la aplicación de Google, Formulación de Google Drive, la cual nos facilitó el trabajo de encuestado con el uso de la tecnología, se facilitó un enlace virtual en donde la población determino la encuesta respondiendo por medio de equipos electrónicos este estudio en desarrollo se dirige a complacer una necesidad de nuestra localidad de blanca flor con el único objetivo a prevenir la salud de nuestros habitantes estable y temporal. Para ello se necesita la investigación de mercado ya que consiste en recolectar, observar, comunicar los hallazgos concurrentes con una situación específica en el mercado.



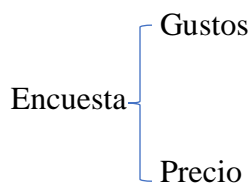
Figura 9 Encuesta Electrónica Realizada en Google drive

Fuente:https://docs.google.com/forms/d/1IKMpaqyepDcT_B1c5kr4RIr0QaATFzpsOW4Amtwn_eI/edit

Toda la encuestada se realizó en un periodo de 30 días a partir del primer día del mes de septiembre del año 2022.

De acuerdo al modelo de la encuesta realizada a nuestra población se tomaron como referencia ejes temáticos como ser:

De acuerdo al modelo de la encuesta realizada se tomaron en cuenta tema como:



Sabor específico sobre el producto propuesto tales como: gustos, presentación y el precio que estaría dispuesto a cancelar por el mismo.

Tabla 2

Producto Propuesto

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	INSTRUMENTOS	PRODUCTO
Realizar el estudio de mercado	<p>Proyectar la demanda</p> <p>Calcular la demanda insatisfecha.</p> <p>Analizar los precios de los productos existentes en el mercado local y aquellos productos muy relacionados.</p> <p>Identificación y diseño del producto.</p>	<p>Métodos de proyecciones.</p> <p>Encuestas del estudio del mercado.</p> <p>Análisis de los precios y los diferentes productos que existen en el mercado.</p> <p>Especificaciones técnicas.</p>	<p>Nichos de mercados, oferta y la demanda insatisfecha.</p>

Fuente: elaboración propia

4.13.2 Determinación de la Demanda

Para poder determinar la proyección de la demanda, fue necesario tener en cuenta varios factores, que nos ayudaron a poder realizar esta proyección que nos permitió obtener resultados precisos que fueron importantes como ser:

➤ **Determinación Geográfica que Abarca el Estudio de Mercado**

Este estudio se enfoca en la localidad de blanca flor, la cual nos permite realizar la proyección muy satisfactoria de estos dos elementos como ser la oferta y la demanda, ideas de determinó la demanda insatisfecha de este producto propuesto.

➤ **Mercado Objetivo**

El mercado como objeto de estudio en la localidad de blanca flor.

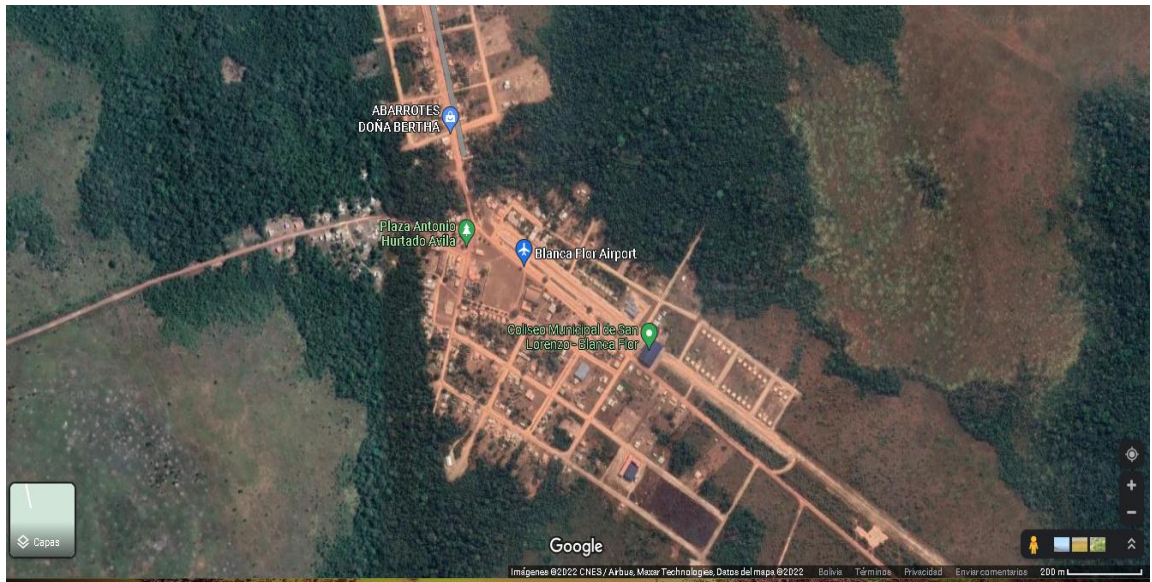


Figura 10 Mapa Geográfico de la localidad de Blanca Flor

Fuente: obtenido de <https://mapcarta.com/es/20191908>

➤ **Segmentación del Mercado**

➤ **Las familias**

Nuestra localidad como objeto son las familias dentro de la población la cual cuenta con una cantidad de 2028 familias compuesta de 4 personas es considerado uno del municipio económicamente activo.

Se muestra el crecimiento de la comunidad blanca flor por año que es el 0,6% la tasa de crecimiento para este proyecto se toma en cuenta solo el 50% de la familias.

Tabla 3

Crecimiento de las Familias de Blanca Flor Proyección de cinco años

MUNICIPIO	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027
BLANCA FLOR	2.028	2.041	2.053	2.065	2.077	2.089

Fuente: elaboración propia

➤ **Tamaño de la Muestra**

La población es referentemente a la comunidad de blanca flor, que según los datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia “INE” en el año 2012 la comunidad contaba con 1.913 familias con una tasa de crecimiento anual del 0,6%, con estas referencias se proyectó para el año 2022 un total de 2028 familias.

Formula:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * q}{Z^2 * P * q + (N-1) * e^2}$$

➤ **Datos**

Z= margen de confiabilidad de la encuesta 95%

P= nivel de viabilidad 80% 0,50(probabilidad si ocurrencia)

q= nivel de variabilidad a 50 % 50%(probabilidad no ocurrencia)

e= error de estimación 5% 0,5Representacion en tabla 1,96(Nivel de confianza)

N= 1.913 familias Margen de error, representación en tabla 0,50

n=Muestra (cantidad de encuesta)

❖ **Aplicando**

❖ Z= 95%=1,96

❖ P= 80%=0,80

❖ q= 50%=50%

❖ e= 5%=0,05

❖ N= ¿Muestra?

➤ **Reemplazando datos:**

$$n = \frac{(1,96)^2 * 2028 * 0,80 * 0,20}{(1,96)^2 * 0,80 * 0,20 + 2.028 - 1) * 0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 2028 * 0,80 * 0,20}{3,8416 * 0,80 * 0,20 + 2027 * 0,05^2}$$

N= 148 Encuesta Familia

De esta forma se obtuvo el tamaño de la muestra dando un grado de fiabilidad con un 95% y con un error máximo permitido del 5%.

4.13.3 Análisis de precios relacionados con el producto propuesto

Se analizaron los precios existentes en el mercado, teniendo en cuenta aquellos productos similares existentes.

4.13.4 Resultado del estudio de mercado

Para poder obtener este estudio se consideró como referencia la comunidad de blanca flor, ya que el tamaño de la muestra se pudo lograr con el grado de fiabilidad del 95% con un error del 5% de, 2.028 familias.

Todo este proceso de encuestado se realizó el 0,1 de septiembre y se logró culminar el 22 de septiembre del año en curso de esta manera se pudo lograr alcanzar la muestra calculada y todos los resultados se podrán apreciar en, la tabla número 4.

Tabla 4

Encuesta Consumo del Agua Embotellada

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
	¿Consume usted agua purificada embotellada?	Si	141	95,5%
		No	7	5%
2	¿Cuántos litros de agua purificada consume por día?	1 litros	71	48%
		2 litros	49	33,4%
		Más que las anteriores	28	19,6%
3	¿Cuántos botes de 20 litros consume por semana?	1 botes	71	48%
		2 botes	49	33,1%
		Más que las anteriores	28	18,9%
4	¿Acostumbra consumir agua Embotellada porque?	Salud	127	85,8%
		Costumbre	21	14,2%
5	¿Qué utilidad le da al agua purificada?	Consumo humano	74	50%
		Cocina	47	32,4%
		otros	27	17,6%
6	¿Consumiría usted agua purificada de la empresa manantial?	Si	146	98,6%
		No	2	1,4%

Fuente: Elaboración Propia

Esta encuesta fue realizada con el único objetivo de conocer cuál es la demanda actual, y que posible aceptación tendrá este servicio para la comunidad, también se podrá conocer que cantidad de familias están dispuestas a consumir nuestro producto.

4.13.5 Análisis de la Demanda

Para la investigación de la demanda existente se toma en consideración los datos numéricos de habitantes con las que cuenta la comunidad de blanca flor, con los datos estadísticos proporcionados, también se toma en cuenta los resultados obtenidos de la investigación de la encuesta estos serán ejecutados para la elaboración del estudio de mercado, la proyección de la demanda se ejecutó de acuerdo al debido crecimiento de la comunidad calculado por el I.N.E. instituto nacional de estadísticas.

La pregunta que nos ayudó a poder determinar la demanda actual se puede observar en la siguiente tabla.

Tabla 5 Pregunta central

PREGUNTA	RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
¿Consumiría usted	si	146	98,6%
agua purificada de la empresa manantial?	no	2	1,4%

Fuente: Elaboración Propia

4.13.6 Proyección la Demanda

Para realizar la proyección de la demandad y la oferta es preciso tener en cuenta aquellos factores que ayudaran a realizar el estudio: se tomó en cuenta la información del número de habitantes con los que cuenta nuestra comunidad de blanca flor, los datos del Instituto Nacional de Estadísticas de Bolivia (INE) donde se manifiesta que el crecimiento de

la población es de 0,6%, además cuenta con todos los resultados que se obtuvieron por medio de las encuestas realizadas que se requirió para la investigación de mercado.

Determinación de la demanda

➤ FORMULA

$$D=P/C*C$$

➤ DATOS:

P=población de 2028 familias

C=consumidor potencial (4)

C= según los resultados de la encuesta se consideró la cantidad de 192 botellones de 20 litros al año consume cada familia

D=demanda (36.732)

Para obtener el resultado de la demanda del producto se toma en cuenta la pregunta n°3 de la encuesta, respuesta n°1 que es el consumo de 1 botellón de 20 litros de agua purificada asiendo un cálculo que cada familia de las 2041 consume 1 botellones por semana en un mes consume 4 y en un año 192

Tabla 6

Demanda del consumo por botellón

CONSUMO DE	MES. BOTES DE	ANUAL
AGUA	20 LITROS	
2041 familias	3061	36.732

Fuente: Elaboración Propia

REEMPLAZANDO DATOS

$$8.112/4=2028*192=389.376$$

Tabla 7 Demanda del producto

N°	AÑO	PROYECCION DE H02 EMBOTELLADA 20 LITS.
1	2023	36.732
2	2024	36.952
3	2025	37.173
4	2026	37.396
5	2027	37.620
6	2028	37845

Fuente: Elaboración Propia

4.13.7 Demanda por Año

Sacamos el resultado por año de producto a vender incrementando la tasa de crecimiento de la comunidad blanca flor que es el 0,6% por año.

La proyección nos ayudara a tener una decisión para la demanda que se espera abarcar en los próximos 5 años, con la información recolectada se logró obtener, que un 95% de la comunidad estarán satisfechos de consumir nuestro producto este valor , será utilizado como proyección para la demanda, y desde esa cantidad de la cantidad se estaremos utilizando el 4% ya que con nuestra capacidad instalada del proyecto con solo 4 personales para el funcionamiento de la empresa y así poder brindar un servicio de calidad , a 2041 familias de la comunidad.

4.13.8 Análisis de la Oferta

Este análisis de la oferta se la realiza con la finalidad de poder conocer a los posibles competidores de nuestro proyecto. Se pudo demostrar que, dentro del mercado local, ciertamente en la actualidad no existen competidores. Dentro de las competencias se consideró cualquier mini empresa en la comunidad de blanca flor, que al sentir la presencia de nuestro servicio en el mercado, estará dispuesto a ofrecer su servicio con particularidad a la nuestra.

4.13.9 Alcance y Limitaciones del Servicio

EL plan de este proyecto está pensado con el objetivo del transcurso de los años irse implementando conforme se vaya incrementando la demanda, se puede atender a más allá de solo la población simultáneamente, por la cantidad de personal que se tiene el establecimiento sin embargo, el alcance máximo es de mantener a toda la localidad satisfecha con el servicio.

4.13.10 Análisis de los Servicios Existentes

Se mencionó en el análisis de la oferta en el mercado local, si existen lugares dentro de la comunidad de blanca flor que presten el mismo servicio, que se consideran una amenaza posible para la empresa sin embargo estos competidores minoristas no prestan el servicio de la manera adecuada, debido a esto se tiene la posibilidad de que los clientes se puedan sentirse insatisfecho con esa clase de servicio.

4.13.11 Descripción de la Empresa

El objetivo es iniciar una gestión empresarial en la comunidad blanca flor, que en el transcurso del tiempo y la demanda que exista en el mercado, para la implementación de un nuevo servicio, se ira abriendo nuevas sucursales con las mismas características que nos diferencian como empresa.

La empresa “MANANTIAL” constara con una estructura financiera propuesta del 100% capital propio de Bs 1.590,556.

4.13.12 **Diseño del Servicio**

Nuestro personal debe tener toda clase de experiencia en cuestión de manejo de los diferentes sectores, así como ser: en las maquinas i equipos, como también una gran actitud y capacidad de comunicación y persuasión, en el servicio se enfocará en lo que requiere el cliente, tomando en cuenta la oferta de los competidores minoristas. Y de esta manera poder expandir la idea de que si existe un servicio de calidad y único dentro de la localidad.

4.14 **ESTRATEGIAS DEL PLAN DE MARKETING**

Tabla 8 Objetivos específicos

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES
Diseñar estrategias de marketing	Objetivo del plan márquetin Plan márquetin Estrategias de márquetin digital Establecer la marca del negocio Desarrollo del márquetin mix

Fuente: Elaboración Propia

4.14.1 **Objetivo del Plan Márqueting**

Los principales objetivos son los que se representan como los siguientes:

- a) Establecer nuestra micro empresa como la mejor, con el servicio novedosos, una óptima calidad de atención a nuestra localidad.
- b) Ampliar nuestra contribución en contratación, con función a la atracción de nuestra finalidad.

- c) Retener a nuestros compradores que reciben el mejor servicio, logrando que se establezca con el servicio y que ellos mismos sean inteligentes de motivar a otra clientela.

El mismo fundamento de ser objetivos críticos de éxito, requieren un estricto seguimiento ya que una vez se ponga en procedimiento la operación, se revisarán mensualmente todos los indicadores y metas propuestas para así poder medir el objetivo de logro, esto se evaluará a través de encuestas, a menudo la satisfacción se medirá entre los clientes, así como la recomendación de nuestros servicios, y es así como se podrá conocer todos los clientes que retornarán y con qué frecuencia lo arán.

4.14.2 **Plan de Marketing**

El plan de marketing se basa en las 4P, con la finalidad de localizar una respuesta a la propuesta, por medio de la investigación las oportunidades y amenazas es la parte esencial de un plan mercadológico se reconoce los recursos que la organización emplea, cuáles serán el éxito que se espera, qué el mercado va dirigido y por cuánto tiempo, por último, el medio por el cual se alcanza el objetivo principal.

Es el objetivo del plan marketing es posicionar el beneficio de la marca en la localidad de blanca flor, a través de la aplicación de estrategias de mercadotecnia que busquen un crecimiento en el mercado meta, por medio de consumidores que busquen un benéfico de calidad a un precio accesible y de esta manera cumplir sus

Necesidades; por ende, a la empresa un aumento en volumen de ventas, reconocimiento y

Desarrollo en productividad Utilizamos el marketing para prosperar objetivos de beneficios, para la captación de fidelización de nuestros clientes potenciales. Para este fin se analizó las

estrategias del marketing mix, ya que es un análisis de estrategias que tiene como objetivo poder distinguir el comportamiento que tendrán los compradores, y de esa manera poder generar hechos que puedan llegar a complacer la escasez de nuestros clientes.

4.14.3 Estrategias de Márquetin Digital

Porque en la actualidad estamos en una era diferente donde la tecnología forma parte de nuestra vida cotidiana, con este propósito actualizamos y aplicamos el buen manejo de la tecnología para así obtener buenos resultados.

4.14.4 Marketing en Redes Sociales

Toda la clientela cuenta con el acceso a internet y frecuentan de manera seguida a las redes sociales, es por ello que se opta por utilizar tales redes como ser Whatsapp y Facebook ya que vemos que por estos medios es posible comunicarse, para así realizar todo tipo de consultas, anuncios, ubicación, precios, fotos y videos legibles.

4.14.5 Estrategias de Personal

El servicio de agua purificada embotellada precisa de una formación constante de nuestro personal en atención a nuestros compradores del agua purificada nuestro personal cuenta con la capacitación habitual de del personal por ello se otorga un incentivo salarial es importante la honestidad de nuestros trabajadores que ellos se sientan importante con el valor de nuestra empresa y afirmar la satisfacción de todos nuestros compradores.

4.14.6 Estrategias de Productividad y Calidad

Para la empresa y para nuestros clientes es importante el precio del producto y de la rentabilidad es por eso que las estrategias de la productividad son enfocadas en la celeridad del servicio para poder así obtener una mayor producción también es impredecible el conocimiento de nuestro recurso.

4.14.7 Establecer la Marca del Negocio

La marca de nuestra empresa es que pueda llegar a ser la más reconocida de forma rápida por toda nuestra población “manantial” este nombre fue elegido para nuestra empresa porque se enlaza con el producto i es fácil de poder reconocer.

4.15 DESARROLLO DEL MÁRQUETING MIX

Se basa en las 4p del márketing y su finalidad es poder alcanzar una respuesta escritas a las propuestas escritas con las estrategias basadas en la información de la investigación del mercado con el único objetivo de brindar servicio a la localidad de blanca flor municipio san Lorenzo.

4.15.1 Producto

Luego de poder haber realizado un estudio de mercado del producto es necesario poder diseñar las estrategias según el propósito para que así que cada uno de nuestros clientes pueda comprar el agua purificada.

Agua en Bidón de 20 litros.

El bidón de 20 litros se tiene que mantenerlo en un solo lugar específico para que sea cómodo consumir el agua del botellón es imprescindible tener un dispensador que se pueda obtener también en la empresa solo es preciso comprarlo una sola vez luego de terminar el producto del botellón es necesario cambiar el botellón en los puntos de distribución más cercanos también puede ir al punto de venta propio para así reemplazar el que ya tiene su envase también esta echo de pet y cuenta con la etiqueta que representa a la empresa para ser reconocido.

4.15.2 Precio

El mercado de venta de agua purificada embotellada se encuentra una variedad de marcas ya existentes por eso es importante que en el momento de diseñar las estrategias de comercialización se tome en cuenta los precios de la competencia para así llegar a ganar la participación en el mercado también es necesario contar con una muy buena ventaja de competitividad y poder mantenerla en el tiempo nuestro caso es la competencia que puede tener “MANANTIAL” con las demás marcas que se da entre los segmentos de precio y calidad en nuestra siguiente tabla podemos observar las estrategias de precios que existen y cuál será el adecuado para nuestro producto la cual se evalúa a profundidad para decidir el adecuado de nuestro producto.

4.15.3 Precio del botellón 20 litros

Tabla 19 Precio del botellón con agua de 20 Litros de h2o

DETALLES	UNIDAD	PRECIO BOTELLÓN DE 20 LITROS
Botellón + h20Litros	1	45 bs

Fuente: Elaboración Propia

4.15.4 Plaza

La distribución de venta del agua manantial en la presentación es en bidón de 20 litros se puede evidenciar que las alianzas comerciales exclusivamente en los puntos de venta de comercio que son mini empresa o minoristas el acuerdo con la segmentación realizada, en los lugares más

4.15.5 Micro Localización

La empresa de agua purificada “MANANTIAL” se encuentra ubicada en la avenida principal primera cuadra tercer lote diagonal de la policía.



Figura 11 Uvicación de la Empresa

Fuente: Elaboración Propia

frecuentes por los consumidores el objetivo de este convenio es que se puede establecer un acuerdo que el producto llegara en los camiones de la empresa hasta llegar al punto de venta y deberá mantenerse en un lugar fresco donde no le pueda dar el sol para poder mantener las óptimas del agua purificada y por ultimo para poner a la venta el bidón de 20 lt a los pensionados y deportistas distribuiremos directamente a sus domicilios para así que ellos tengan una mayor satisfacción al producto y de esta manera poder fidelizar al cliente el éxito de nuestro producto esta se determina en gran parte por la rotación que los distribuidores les ofrece al mismo es decir el cliente o consumidor final no compra agua de una marca determinada si no que deja esta decisión al tendero por lo consiguiente es necesario establecer impulso a la venta en determinados canales

4.15.6 Promoción

Como parte de la comunicación de nuestra empresa de agua “MANANTIAL” se realiza por los medios de comunicaciones locales, existentes en nuestra localidad también se realizará esfuerzos de marketing como ser: carteles ubicados en las principales calles de la localidad y también se ara el uso de las redes sociales.

4.16 ESTUDIO TÉCNICO

4.16.1 Proceso de Purificación del Agua Embotellada

Tabla 10 Tiempo del Proceso del Agua Purificada

DETALLE	TIEMPO HORAS	LITROS ENTRANTE	LITROS SALIENTE
Agua Cruda Almacenar	15	2.000	1160
Tiempo del Envasado	3	1.500	58
Tiempo por Bote	2,4 minuto sg.	1 bote	20 litros

Fuente: Elaboración Propia

4.16.2 Descripción

El agua cruda entrante es de 2.000 litros se deja almacenar por 15 horas al salir no sé, mantiene con la misma cantidad ya que al salir tiene desgaste por motivo del ingreso de la osmosis inversa. En tiempo de tres horas sale una cantidad de agua ya purificada e envasada apta para el consumo humano esto quiere decir que un bote de agua de 20 litros purificada tarda en salir con dos minutos y 4 segundos ya envasado sellado.

4.16.3 Información

Esta información ha sido extraída directamente de la empresa samanta que es una empresa embotelladora de agua de 20 litros la empresa se encuentra ubicada en el barrio billa cruz el nombre del propietario es: señor Ramiro Villarroel A. Teléfono, 74762541.

El procedimiento de la purificación y embotellado del agua, se inicia con las siguientes etapas:

- **Recepción del agua potable:** en estas etapas se recibe el agua purificada, suministrada por la red municipal, lo que se justifica la purificación para el consumo humano. El agua purificada se capta en tanques de polietileno, los mismos que son lavados y sonetizados constantemente. **Bombeo a los equipos de filtración:** el agua purificada se suministra a los equipos de filtración mediante una bomba sumergible, que proporciona el caudal y la presión necesaria para hacer la debida filtración al producto.
- **Filtro de sedimentos:** este filtro de utilidad sirve para detener las impurezas grandes (sólidos hasta 30 micras) que trae el agua en el momento de pasar por las camas de arena. Este tipo de filtro se puede regenerar periódicamente cuando se retro lava a través de una presión para así desalojar toda clase de impureza
- **Filtro de carbón activado:** el agua purificada conduce por columnas con el carbón activado, el mismo que se encarga de eliminar el cloro, para el sabores y olores característicos del agua de pozo, u otras clases de variedades de contaminantes químicos orgánicos, como: pesticidas, herbicidas, metilto de mercurio e hidrocarburos clarinados etc.
- **Suavizador:** se constituye un filtro que se encargue de remover los minerales incrustados en el agua en forma de calcio, magnesio y hierro. La remoción de estos

minerales se logra por medio de un procedimiento de intercambio al pasar el agua por medio de un tanque de resina. El suavizador disminuye las sales disueltas antes de pasar al equipo de osmosis inversa.

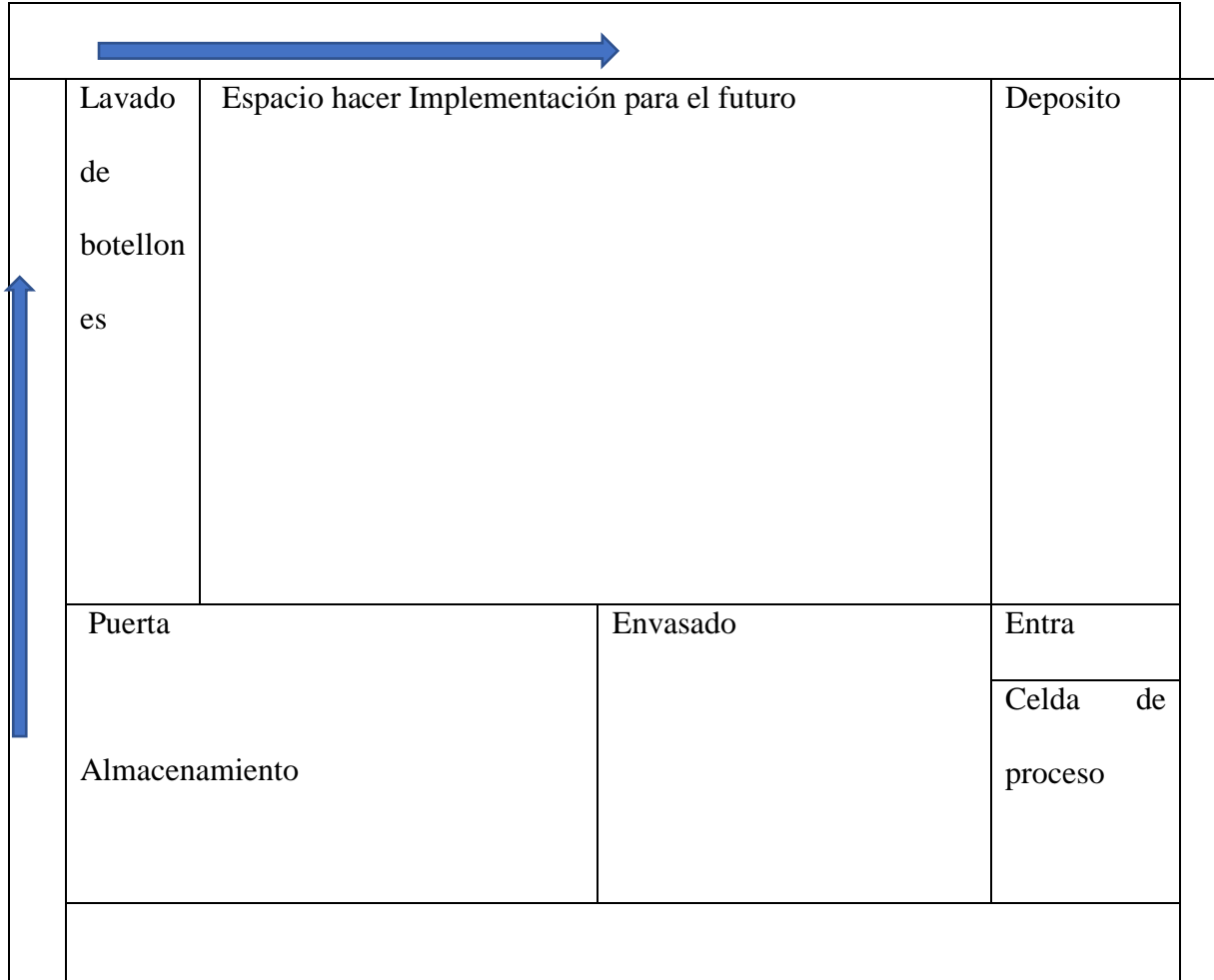
- **Sistema de osmosis inversa:** esta clase de filtración osmosis inversa consiste en separar los componentes orgánicos e inorgánicos del agua para el uso de presión ejercida en una membrana semipermeable mayor que la presión osmótica de la solución. La presión fuerza al agua pura a través de la membrana semipermeable, haciendo una separación de los sólidos disueltos. El resultado es el flujo de agua pura, esencialmente libre de minerales, coloides, partículas de materia y bacteria.
- **Captación de agua purificada:** el agua purificada se almacena en otro recipiente de polietileno.
- **Bombeo final:** el agua purificada se bombea a través de un equipo hidroneumático a la lámpara de luz ultravioleta, pasa por el filtro pulidor y finalmente a los llenadores.
- **Esterilizador de luz ultravioleta:** este periodo funciona como germicida, el cual elimina la vida de las bacterias, virus, algas y esporas que vienen en el agua. Los microorganismos no pueden reproducirse en formas similares porque mueren al contacto con la luz.
- **Filtro pulidor:** en este mecanismo este filtro que detiene las impurezas pequeñas (sólidos hasta 5 micras). En esta etapa los pulidores son fabricados en polipropileno grado alimenticio (FDA), después de esto se puede lograr a obtener agua brillante, cristalina y purificada.

- **Lavado exterior:** de esta forma independiente se lleva el proceso de recepción, lavado exterior del bidón de 20 litros al mismo tiempo que se realiza manual mente, con cloro y hace.
- **Lavado interior:** Después de haber realizado el lavado exterior, se procede a pulverizar con vapor de agua suavizada el bidón o garrafón del interior y se lava con una solución satirizante presión y se enjuaga con agua suavizada a presión.
- **Embotellado:** después de todo finalmente se llena el bidón, se pone una tapadera nueva, seca y se entrega al cliente. Las botellas y las tapas preferentemente deben ser de fabricación reciente, de lo contrario deben estar almacenadas en lugares limpios, secos y libres de polvo las botellas y las tapas con aire des ionizado antes de ser utilizadas, lavarlos con agua clorada, después ser enjuagadas con la misma clase de agua que se a de envasar para eliminar cualquier residual de cloro. Previo al envasado pasarlas por una fuente de luz ultravioleta.

4.16.4 Maquinas a Utilizarse para la Purificación del Agua

4.16.5 Infraestructura

Tabla 11 Infraestructura



Fuente: Elaboración Propia

4.16.6 Requerimientos de la Planta

Para el procedimiento del envasado del agua purificada se debe contar con una planta que cuente con todas las condiciones necesarias para el respectivo funcionamiento. Entre los requerimientos están:

- Espacio físico que tiene una longitud de 160 m² en donde estará distribuida el área de producción, área de almacenamiento, bodega y el área administrativa.

- Cisterna de 30 m³ de capacidad para el almacenamiento del agua potable que es la fuente de la materia prima.
- Sistema eléctrico de 420 v.
- El área para la entrada y salida de los vehículos de carga.
- Sistema hidráulico esto comprende las maquinarias y equipos para el procesamiento.
- Facilidad para el acceso del punto de fabricación a los distintos puntos de distribución en el municipio.

4.17 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

4.17.1 Nombre o Razón Social

La empresa de agua embotellada purificada toma el nombre de “MANATIAL” el nombre que será registrado, en el Registro de la Propiedad comunidad Blanca lor, en la Intendencia, y en las demás instituciones que indique la Ley con la finalidad de poder cumplir con todos los requisitos legales para el debido funcionamiento de la empresa.

4.17.2 Requisitos para el Funcionamiento

De acuerdo Al estudio realizado para que la empresa cumpla normal el debido funcionamiento deberá cumplir ciertos requisitos como ser:

NIT: documentaciones que deben ser tramitados ajuntando fotocopias de cédula, fotocopia de certificado a color y una fotocopia de la planilla de luz del domicilio del representante legal.

Patente Municipal: Este documento deberá ser tramitado en el Gobierno autónomo municipal de pando, para lo cual deberá acreditar fotocopias de cédula y certificado de votación, fotocopia del NIT , planilla de luz del domicilio, los respectivos permiso del Cuerpo

de Bomberos, croquis de la ubicación del establecimiento, inspección realizada por el personal autorizado y una foto tamaño carnet del representante.

Permiso de Salud: este trámite es otorgado por la Dirección Provincial de Salud, regida por el Ministerio, Deberá acreditar los siguientes documentos.

- El formulario de solicitud
- Copia del NIT
- Fotocopia del título profesional de la salud del técnico del cual es el responsable de todo el procesamiento del agua embotellada, el que debe estar inscrito en el Ministerio de Salud Pública.
- Plano del establecimiento
- Croquis de la ubicación del establecimiento
- Permiso otorgado por el equipo de Bomberos
- Fotocopia de los certificados de salud del personal que labora en el establecimiento.

4.17.3 Organización de la Empresa

A continuación, la organizacional de la microempresa se determina por las relaciones de jerarquía existentes entre el personal directivo y los niveles que realizan las actividades operativas de la microempresa la microempresa de agua purificada “manantial”, empleará una estructura jerárquica vertical, en el que la delegación de autoridad va de arriba hacia abajo, es en estos niveles donde se delimitarán las directrices a seguir y serán ejecutadas a través de los niveles medios y bajos

4.17.4 Organigrama

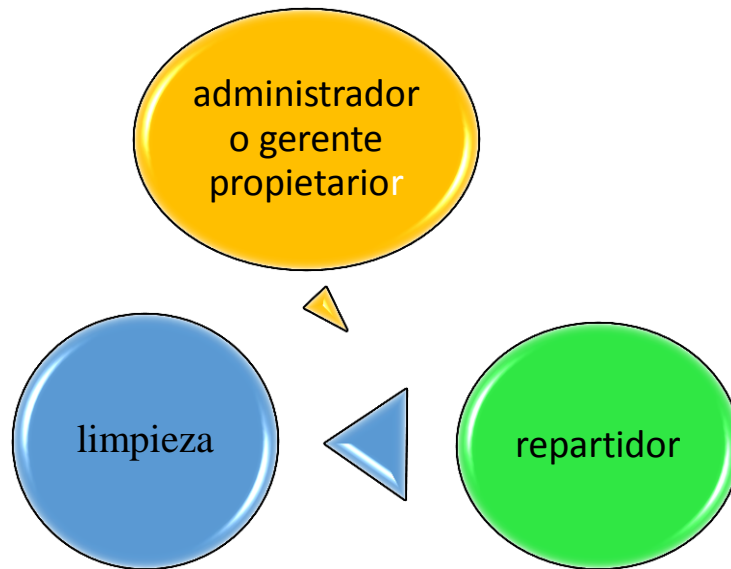


Figura 12 Organigrama

Fuente: Elaboración Propia

4.17.5 Funciones de los Cargos

4.17.6 Administrador y Gerente Propietario

- Es el que representa legalmente la empresa purificadora y embotelladora de agua “MANANTIAL”.
- Estar a cargo de la planificación, dirección y control de la empresa
- También es encargado del funcionamiento de las máquinas y equipo para el buen funcionamiento i tratado del agua.
- Mantener actualizado la base de datos de los insumos que dispone la empresa.
- Se encarga de los sueldos y salarios de la empresa

- Responsable con todas las documentaciones legales que se encuentre en su custodia
- Verificar por la calidad del agua
- Que el agua cumpla con los estándares establecidos
- Responsables con la maquinaria y equipos de la empresa.

4.17.7 **Envasador**

- Que cumpla con los parámetros de seguridad y calidad
- Colaborar en el lugar de almacenamiento
- Verificar el proceso del embotellado del agua
- Encargado de la limpieza

4.17.8 **Repartidor**

- Entrega a los diferentes puntos de la distribución
- Realización de la carga y descarga de los botellones

4.17.9 **Producto estrella**

La presentación que se considera para el inicio de nuestro proyecto es el bidón de 20 litros agua purificada

Entre las características del agua purificada es que no tiene sales minerales y partículas pesadas debido al tratamiento que recibe no posee microorganismos por ser purificada mediante los métodos de osmosis inversa esto será envasado y sellado para así hacer la respectiva distribución y la entrega al cliente o consumidor final.

4.18 **ESTUDIO ECONOMICO DE LA INVERSION**

Es imprescindible mencionar que el éxito de la fabricación del agua purificada depende de la capacidad y talento que tiene el ser humano disponible en la empresa, por lo tanto se

seleccionará personal idóneo con experiencia, destreza, cuidado en el manejo y preparación del agua. También es imprescindible que el éxito de la empresa dependa en gran parte del equipo de ventas, quienes se encargarán de delimitar las diferentes estrategias de ventas para introducir el producto al mercado local. Para la operación de la planta envasadora de agua purificada se requerirá de lo siguiente.

4.18.1 **Inversión**

Tabla 12 inversión

INVERSIÓN FIJA	BOLIVIANOS
Terreno	40.000
Construcción	671.200
Máquinas y equipos	102.634,21
Inversión total	813.834,21

Fuente: Elaboración Propia

4.18.2 **Terrenos**

Se plantea la viabilidad de la empresa purificadora de agua en la comunidad de blanca flor que comprende 450 m² a continuación el detalle.

4.18.3 **Construcciones**

Las áreas administrativas de producción y ventas

El total que se requerirá para la construcción es de 40.000 bolivianos a continuación los detalles.

Tabla 13 Terreno

CONSTRUCCIÓN	M2	V. UNITARIO BS	VALOR TOTAL
			BS
Piso	450	500	225.000
Contorno de abajo	270	500	135.000
D. m y equipos	45	500	22.500
Contorno de arriba	CANTIDAD	V. UNITARIO BS	V. TOTAL BS
Calaminas térmica	192	100	19.200
Fierros H	900	300	270.000
TOTAL			671.000

Fuente: Elaboración Propia

4.18.4 Maquinarias y Equipos

A continuación se detallan los equipos adicionales que la empresa requerirá y que servirán de apoyo para la producción del embotellado de agua.

Tabla 14 costos indirectos de fabricación

DETALLES	CANTIDAD	VALOR UNIT BS	VALOR TOTAL BS
Bomba de agua	1	1.500	1.500
Filtro de arena	1	10.000	10.000
Filtro de carbón activado	1	60.000	60.000
Filtro de fibra con sal	1	15.000	15.000
Tanque almacenador de agua purificada	2	1.500	3.000
SUDTOTAL MAQUINARIAS			89.500

Fuente: Elaboración Propia

4.18.5 **Funciones de las Maquinarias**

Bomba de agua: el funcionamiento de esta máquina es sencillo y básico es el encargado del despacho del agua de un lugar a otro por medio de los tubos o cañerías.

4.18.6 **Filtro de arena**

Se encarga del filtrado de arena barro piedra lodo.

4.18.7 **Filtro de carbón activado**

Esta etapa es ideal para la purificación del agua permite la adsorción de un proceso donde se retienen pequeñas partículas disueltas en el H₂O

4.18.8 **Filtro de fibra con sal**

En esta etapa de filtración se utiliza la osmosis inversa para así obtener agua pura cocida sin ninguna partícula que dañen al consumidor.

4.18.9 **Tanque almacenador de agua**

Se encarga de almacenar la cantidad suficiente de agua cruda.

4.18.10 **Equipos**

En la siguiente tabla está el listado de los equipos necesarios para el proceso de la elaboración del embotellado de agua purificada.

Tabla 15 Equipos

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNIT BS	VALOR TOTAL BS
EQUIPO			
Lavadores de botellas exterior y exterior	1	3.000	3.000
Botellón 20 litros	389.376	35	13.626.160
termómetro	1	50	50
Mesones de trabajo	1	3.000	3.000
TOTAL			15.178,160

Fuente: Elaboración Propia

4.19 Otros activos

Tabla 16 otros activos

Descripción	Cantidad	Valor bs	Valor total
Muebles y enseres			
escritorio	1	400	400
sillón	1	85	85
archivador	1	250	250
Sillas personales	3	100	300
Subtotal			1.035
Dispensador de agua	1	150	150
Sistema telefónico	1	150	150
subtotal			1.045,00
Vehículo			
motocar	1	12.000	12.000
SUBTOTAL			12.000

Fuente: Elaboración Propia

4.19.1 Capital de Trabajo

Se calcula el capital de trabajo en base a la suma del año de los costos totales y administrativos financieros y venta se fraccio el valor total y se evalúa el capital de trabajo.

Tabla 17 Descripción del Tiempo

DESCRIPCION	TIEMPO MESES	VALOR BS
Materia prima	3	14.192.755,2
Mano de obra directa	2	60.000
Costos I.F.	1	89.000
Gasto administrativo	1	36.000
Gasto de venta	1	49.464
TOTAL CAPITAL OPERACIONES		118.000

Fuente: Elaboración Propia

4.19.2 Ingresos

Como se mencionó anteriormente la nueva empresa de agua purificada podrá ofrecer al mercado 64.889 unidades de bidones de 20 litros al año, a un precio de venta a distribuidoras de 10 bolivianos

Tabla 18 Consumo de Agua

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNT BS	VALOR TOTAL BS
Cantidad consumida	20lits.	10	3.893,760
De agua			
Botellas	389.376	35	13,638,160
TOTAL			17,521,920

Fuente: Elaboración Propia

4.19.3 Costos Directos

Se presenta la estructura del total de los costos de producción, conformados por materiales directos, mano de obra directa y costos indirectos de producción.

Se detallan todos los rubros que componen los costos directos de producción

Tabla 19

Costo directo			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNT BS	VALOR
			TOTAL BS
Botellón de 20 lts.	389.376	8	3.115.008
Tapas	389.376	0,35	136.281,6
etiqueta	389.376	0.90	350.438,4
precinto	389.376	0,20	77.875,2
MATERIA PRIMA			3.679.603,2

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20

4.19.4 Costos

DESCRIPCIÓN	VALOR BOLIVIANOS
Materia prima	3.679.603,2
Mano de obra directa	60.000
Costo I.F	89.000
TOTAL	3.828.603,2
Cantidad producida	389.376
Costo unitario bolivianos	9,8

Fuente: Elaboración Propia

4.19.5 Mano de Obra Directa

Para el embotellado del agua se requerirá de dos personas, la una hará las funciones de envasador y la otra persona cumplirá las funciones de bodeguero que se encargará de almacenar los botellones. Se considera sueldos y salarios un total de 2.250bs. que serán los mismos que se encargaran de la limpieza y el reparto del producto.

Tabla 21 mano de obra directa

CARGO	CANTIDAD	BOLIVIANOS	TOTAL MES	TOTAL AÑO
envasador	1	75	2.250	27.000
repartidor	1	75	2.250	27.000
TOTAL	2	150	4.500	54.000

Fuente: Elaboración Propia

4.19.6 Costos Indirectos de Producción

A continuación el detalle de los rubros que componen los costos indirectos de producción: la mano de obra indirecta, los materiales indirectos.

Tabla 22 costo de producción

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNITARIO	V.TOTAL
Materiales indirectos			
Uniformes de trabajo i seguridad	3	3.00	9.00
Utensilios de limpieza	1	150	150

Fuente: Elaboración Propia

4.19.7 Gastos Administrativos

Comprende los sueldos del personal administrativo, en este caso es el del administrador, la secretaria-contadora, se detalla las depreciaciones de los activos, mantenimiento y reparación de los bienes, suministros de oficina, diferidos y demás gastos generales que se ocasionen para la gestión de la empresa.

Tabla 23 gasto administrativo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Sueldo personal			
administrador	1	2450	29.400
SUBTOTAL			29.400

Fuente: Elaboración Propia

4.19.8 Gastos de Ventas

Se ha considerado los pagos de vendedor y repartidor, quienes estarán a cargo de la gestión de ventas y distribución del agua embotellada la reparación y el mantenimiento

seguros de las instalaciones, muebles y enseres, equipo de oficina, equipo de cómputo y del vehículo además se ha considerado el gasto para suministros y gastos en capacitación del personal de ventas.

Tabla 24

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	BS MES	BS ANUAL
Sueldo			
limpieza	1	2250	27.000
repartidor	1	2250	27.000
SUBTOTAL			54.000

Fuente: Elaboración Propia

4.19.9 **Financiamiento**

Se detalla el financiamiento necesario para iniciar en funcionamiento de la empresa, la propuesta cuenta con un capital propio

Tabla 25 financiamiento

DESCRIPCIÓN	MONTO BOLIVIANOS
Inversión total	
Capital propio	146.423,160
Financiamiento 100%	146.423,160

Fuente: Elaboración Propia

4.19.10 **Evaluación Económica Financiero**

4.19.11 **Metodología para la realización del estudio económico financiero**

la realización de la evaluación económica financiera se tomó como guía este marco metodológico que se muestra en la tabla 26

Tabla 26 estudio económico financiero

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACCIONES	INSTRUMENTOS	PRODUCTO
Realizar la evaluación económica-financiera	Elaborar el flujo de caja. Realizar una evaluación económica.	Flujo de caja VAN económico, TIR económico, RBC económico.	Flujo de efectivo neto. Rentabilidad del proyecto

Fuente: Elaboración Propia

4.19.12 **Elaboración del Flujo de Caja**

El estado del flujo de caja nos permite determinar el flujo generado y la viabilidad que tendrá el proyecto para realizar el flujo de caja se calculan los datos para obtener el flujo de caja

❖ **Tiempo de Vida del Proyecto**

La misma se define de acuerdo a la vida útil de los proyectos en la actualidad, ya que para la proyección la vida útil de un proyecto es considerable que sea 5 años.

❖ **Costo de Servicio**

Para poder determinar los costos de servicio, se tomaron en cuenta todos aquellos gastos directos para la prestación del servicio propuesto, como los costos de insumos, costo de la energía eléctrica, la mano de obra directa y entre otros gastos que son necesarios.

❖ **Costo de Administración**

Dentro de los costos de la administración se tomó en cuenta los sueldos administrativos, y los costos de los materiales administrativos.

❖ **Depreciación de las Maquinarias**

Las maquinarias durante todo el tiempo de vida del proyecto, como punto principal se tiene los costos de adquisición de maquinaria, considerando el tiempo de vida del proyecto.

4.19.13 **Evaluación Económica**

Se formula la evaluación económica del proyecto, se toma en cuenta todos los costos de producción, de la inversión de recursos propios, determinarán el inicio del proyecto y los resultados que se obtendrán serán los siguientes indicadores económicos:

- ❖ Valor actual neto (VAN)
- ❖ Tasa interna de retorno (TIR)
- ❖ Relación beneficio costo (RBC)

4.20 **RESULTADOS DEL FLUJO DE CAJA**

Para el resultado del flujo de caja se toma en cuenta los siguientes costos y gastos.

4.20.1 **Tiempo de Vida del Proyecto**

Se consideró un lapso de tiempo de 5 años para la vida del proyecto, ya que esta se contabilizará a partir de su ejecución.

4.20.2 **Gasto de Energía Eléctrica**

Se considera el costo de la energía eléctrica para poder obtener el cálculo por el consumo de la energía eléctrica, se considera el costo energético de Bs/Kwh 0,701. Una vez que se calculó el consumo energético, de todas las maquinarias activas se obtiene el resultado del costo de energía eléctrica, según lo establecido en la resolución AE N°473/2015.

Tabla 27

ÍTEM	CONSUMO KWH/MES	GASTO KWH	GASTO TOTAL ANUAL (Bs)
Maquinarias y equipos	318,28	0,701	2.677,1

Fuente: Elaboración Propia

DETALLE	CANTIDAD	COSTO SUELDO UNITARIO	MESES	COSTO DE SUELDO	AGUINALDO	APORTE PATRONAL 16,71%	TOTAL, A PAGAR ANUAL
---------	----------	-----------------------------	-------	-----------------------	-----------	------------------------------	-------------------------------

Personal

administrativo

Administrador	1	2450	12	29.400,00	2450	4912,74	36.762,74
---------------	---	------	----	------------------	------	---------	-----------

Personal

operativo

limpieza	1	2.250	12	27.000,00	2.250	4511,70	33.761,70
----------	---	-------	----	------------------	-------	---------	-----------

repartidor	1	2.250	12	27.000,00	2.250	4511,70	33.761,70
------------	---	-------	----	------------------	-------	---------	-----------

TOTAL							104.286,14
--------------	--	--	--	--	--	--	-------------------

Tabla 28 Personal administrativo y Operativo

Fuente: Elaboración Propia

4.20.3 Personal Administrativo y Operativo

Los costos totales para el personal operativo de la empresa de agua “manantial”, nos permitirá brindar el servicio es el que se muestra en esta tabla 30.

Tabla 29

N°	CONCEPTO	COSTO TOTAL DE SERVICIO (Bs)
1	Maquinas	89.500
2	Equipos	15.178,160
3	Muebles y enseres	1.045,00
4	Sueldo de personal operativo	104.286,14

Fuente: Elaboración Propia

4.20.4 Depreciación de Maquinaria y Muebles de Enseres

La depreciación es la disminución del activo de una empresa, ya que todo este mecanismo se debe al desgaste por el uso que se les da durante su vida útil, y que al final lo lleva a ser inutilizable, es por esto que se analiza todo el desgaste que tendrán las máquinas como los muebles y enseres

Tabla 30

N°	CONCEPTOS	VALOR (Bs)	VIDA ÚTIL	% TAZA DE DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN POR AÑO (Bs)
1	Equipos de trabajo	12.170	8	12%	1.460,4
2	Equipos de computación	5.000	4	25%	1.250
3	Muebles y enseres de oficina y trabajo	1.035	10	10%	103,5
TOTAL					2.813,9

Fuente: Elaboración Propia

4.20.5 Gastos y Costos Administrativos

Los gastos administrativos son todos aquellos que tienen una debida sociedad a la gestión realizada para todo el buen desarrollo de su actividad económica.

➤ **Gasto de Materiales de Oficina**

Para los materiales de oficina se consideran principalmente aquellos que son importantes para el buen funcionamiento de las áreas administrativas los materiales de oficina son todos aquellos elementos indispensables para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 31

Nº	ÍTEM	CANTIDAD	PRECIO (Bs)	TOTAL (Bs)
1	Caja de bolígrafos	1	30	30
2	Papel en diferentes tamaños	2	50	100
3	Tinta para la impresora	3	80	240
4	Trituradoras de papel	1	500	500
5	Corrector	3	8	24
6	Fundas plásticas	10	6	60
7	Ganchos para carpetas	10	5	50
8	Grampa	3	20	60
	TOTAL			1.064

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Gastos Administrativos**

Los gastos de administración son gastos no técnicos, que van relacionados con la funcionalidad de la empresa, podemos decir que son necesarios para que la organización pueda funcionar todos los días. En este caso, se hace referencia a todo el funcionamiento del nivel administrativo, no es necesariamente relacionado a la actividad comercial para la empresa porque si nos estariamos hablando de los gastos de producción.

Tabla 32

N°	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	GASTO TOTAL DE ADMINISTRACIÓN
1	Internet	2.000
2	Materiales de oficina	1.000
3	Publicidad	2.50
4	Equipo de computación	700
5	Material de limpieza	500
6	Sueldo del personal administrativo	104.286,14

Fuente: Elaboración Propia

4.20.6 Flujo de Caja Económico

Tabla 33

AÑO	0	1	2	3	4	5
Inversión inicial	146.423,160					
1. INGRESOS						
1.1 Venta de productos		389.376	401.057	413.088	425.481	438.246
TOTAL INGRESOS		389.376	401.057	413.088	425.481	438.246
2. EGRESOS						
activos fijos tangibles	146.423,160					
2.1 costo indirecto de fabricación		89.500	93.975	98.673	103.607	108.787
2.2 Sueldos y salarios (3%)		104.286,14	292.163,218	300.928,115	309.955,958	319.254,637
2.3 Gastos administrativos		14.183	14.183	14.183	14.183	14.183
2.4 Muebles y enseres		13.045	13.045	13.045	13.045	13.045
2.5 Equipos		15.178,160	15.178,160	15.178,160	15.178,160	15.178,160
2.6 Depreciación de maquinarias		(2.813,9)	(2.813,9)	(2.813,9)	(2813,9)	(2.813,9)
TOTAL EGRESOS		239.006,2	431.358,28	444.821,17	458.783,02	473.261,69
UTILIDAD BRUTA		150.369,8	30.301,28	31.733,17	33.302,02	35.375,69
DEPRECIACIÓN DE M.		2.813,9	2.813,9	2.813,9	2.813,9	2.813,9
IMPUESTO IUE (25%)		37.592,4	7.775,31	7.933,29	8.325,50	8.843,92
FLUJO DE EFECTIVO NETO		115.590,8	25.539,86	26.613,77	27.290,41	29.345,66

Fuente: Elaboración Propia

➤ **Flujo de Caja**

El flujo financiero permite la evaluación y la administración del riesgo, con el objetivo de evitar imprevistos que puedan

Provocar en un futuro grandes pérdidas económicas, es por eso que en la tabla se presenta el flujo de efectivo proyectado para 5 años

4.20.7 Evaluación económica

Dentro de los indicadores económicos del flujo de caja se tomó en cuenta el Valor Actual Neto (VAN.), la Taza Interna de Retorno (TIR) y la Relación Beneficio Costo (RBC) como se muestra en la tabla 31, 32,33,34 y 35.

Tabla 34

FLUJO DE INGRESOS (Bs)		FLUJO DE EGRESOS (Bs)		FLUJO DE EFECTIVO NETO POR AÑOS (Bs)	
Años	Valor	Años	Valor	Años	Valor
1	389.376	1	239.006,2	1	100.369,8
2	401.057	2	431.358,28	2	30.301,28
3	413.088	3	444.821,17	3	31.733,17
4	425.481	4	458.783,02	4	33.302,02
5	438.246	5	473.261,69	5	35.015,69
TOTAL	2.067.248		2.047.230,36		230.721,69

Fuente: elaboración propia

Tabla 35

VAN

VAN=	SUMATORIA FLUJO NETO ACTUALIZADO – LA INVERSIÓN INICIAL
VAN=	230.721,69 – 146.423,160
VAN=	Bs 84.298,53

Fuente: Elaboración Propia

Proceso para determinar el TIR.

Tabla 36

TIR=	INVERSIÓN INICIAL / FLUJO DE EFECTIVO NETO ACTUALIZADO
TIR=	146.423,160 / 230.721,69
TIR=	63%

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 37 RBC

RBC=	TOTAL, DE FLUJO DE INGRESOS / TOTAL DE FLUJO DE EGRESOS
RBC=	2.067.248/2.047.230,36
RBC=	1,09%

Fuente: Elaboración Propia

		INVERSIÓN INICIAL (Bs)
		146.423,160
INDICADORES ECONÓMICOS DEL PROYECTO		FLUJO DE EFECTIVO NETO
		ACTUALIZADO (Bs)
VAN	Bs 84.298,53	230.721,69
TIR	63%	FLUJO DE INGRESOS
		ACTUALIZADO (Bs)
RBC	1,09%	2.067.248
		FLUJO DE EGRESOS
		ACTUALIZADO (Bs)
		2.047.230,36

Tabla 38

Fuente: Elaboración Propia

Como se logra mencionar anteriormente, en los dos escenarios del proyecto nos dio indicadores totalmente positivos, demostrando así que el proyecto actual es un proyecto totalmente viable con un capital propio de Bs.146.423.160.

CAPITULO V

5. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DE LA PROPUESTA

Tabla 39

Ítem		Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
	ACTIVOS FIJOS TANGIBLES				
	máquinas y equipo				
1	Bomba de agua	Equipo	1	1.500,00	1.500,00
2	Filtro de arena	Equipo	1	10.000,00	10.000,00
3	Filtro carbón activado	Equipo	1	60.000,00	60.000,00
4	Filtro de fibra con sal	Equipo	1	15.000,00	15.000,00
5	Tanque almacenador de agua p.	Equipo	2	1.500,00	3.000,00
	total				89.500,00
	equipo				
	Lavadores de botellas interior y exterior		1		1.200,00
	Botellón 20 lts		389.376	35	13.628.160
	Termómetro		1	50	50,00
	Mesones de trabajo		1	300	300,00
					15.178,160
	muebles y enseres				
1	escritorio	Pza.	1	400,00	400,00
2	sillón	Pza.	1	85,00	85,00
3	archivador	Pza.	1	250,00	250,00
4	sillas personales	Pza.	3	210,00	210,00
5	sistema telefónica	GL	1	100,00	100,00
	total				1.045,00
	vehículo				
1	motocar	Pza.	1	12.000	12.000,00
	total				12.000,00
	Infraestructura				
1	lámpara ultra violeta	GL	1	15.000	15.000,00
2	tanque de salmuera	ML	2	6.000,00	6.000,00
3	Tubos Metálicos	Pza.	6	2.300,00	13.800,00
4	Instalaciones	GL	1	1.000,00	1.000,00
5	Tanque de Agua	Pza.	1	1.000,00	1.000,00
6	Materiales en General	GL	1	400,00	400,00
7	Mano de Obra	GL	1	5.000,00	5.000,00
Total de activos fijos tangibles					28.700
PLAZO TOTAL DE EJECUCION:					146.423,160

Fuente: Elaboración propia

5.1 CRONOGRAMA DE ACTIVIDAD

ITEM	ACTIVIDADES	DIAGRAMA DE BARRAS _ MES _ DIAS Y SEMANAS												
		PRIMER MES				SEGUNDO MES				TERCER MES				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	máquinas y equipo	■	■					■	■				■	■
1	Bomba de agua	■												
2	Filtro de arena		■	■										
3	Filtro carbón activado			■										
4	Filtro de fibra con sal			■										
5	Tanque almacenador de H2O			■										
	equipo				■									
	Lavadores de botellas interior y Exterior				■									
	Botellón 20 lts				■	■				■	■			
	Termómetro				■	■				■				
	Mesones de trabajo					■	■				■	■		
	muebles y enseres							■	■				■	■
1	Escritorio							■	■				■	■
2	Sillón							■	■				■	■
3	Archivador		■	■										
4	Sillas personales			■	■									
5	Sistema telefónica			■	■									
	vehículo													
1	Motocar													
	Infraestructura													
1	Lámpara ultra violeta													
2	Tanque de salmuera													
3	Tubos Metálicos													
4	Instalaciones					■	■							
5	Tanque de Agua					■	■							
6	Materiales en General					■	■			■				
7	Mano de Obra					■	■			■				
PLAZO TOTAL DE EJECUCION:		90 DIAS RUTA CRITICA												
		90 Días de Ejecución												

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El estudio de mercado confirma la tendencia creciente del consumo de agua Embotellada que se da en el mundo, el país y nuestra región, mostrando la existencia de un mercado potencial para el producto la localización será en la comunidad de blanca flor y el tamaño de planta garantiza un uso racional de los recursos la maquinaria y equipo junto con los sistemas de aseguramiento y control de calidad asegura el cumplimiento de la normatividad vigente para la producción de agua embotellada la tecnología empleada en el proceso de filtración y la automatización del embotellado reduce la probabilidad de contaminación del producto el tratamiento del agua por filtración y ozonización nos proporciona una ventaja comparativa, que será usado con énfasis en el Plan de Marketing, para comunicar esa ventaja diferencial frente a la competencia la tecnología empleada en el proyecto se considera como intermedia, por existir un nivel de automatización de los procesos.

La inversión total en el proyecto asciende a una suma de 146.423.160 bolivianos Los resultados de la evaluación económica y financiera son: VAN 84.298,53 bolivianos TIR de 63% por lo que concluimos que el proyecto es rentable económica y financieramente.

6.2 Recomendaciones

En el Planeamiento Estratégico de Marketing, incidir en la gran ventaja de consumir un producto en cuyo proceso de tratamiento se ha utilizado tres tipos de filtración y ozonización realizar las pruebas previas para la obtención del producto realización de una campaña promocional, resaltando las ventajas del reciclaje de los bidones a fin de fortalecer la imagen de compromiso con el cuidado del medio ambiente incentivar la utilización de hierbas aromáticas nativas en la elaboración de bebidas diseñar nuevos productos que reúnan las exigencias del consumidor, para diversificar la oferta, ya sea agua embotellada de 625ml, bebidas gasificadas promover la aplicación de la producción más limpia.

Aprovechar la alta demanda de agua embotellada y purificada pues representa una oportunidad de ingresar al mercado con una nueva concepción de producto cumpliendo los estándares exigidos por los clientes.

6.3 BIBLIOGRAFÍA

- ÁVILA, A. A. (2018). *PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA LÍNEA DE PRODUCCIÓN DE AGUA SABORIZADA EN LA PLANTA PILOTO DE PROCESOS INDUSTRIALES*.
- BACA. (2010). *STUDOCU*. Obtenido de <https://www.studocu.com/gt/document/universidad-de-san-carlos-de-guatemala/financiera/el-estudio-tecnico/12523681>
- carlos, L. M. (2011). *PLANTA EMBOTELLADORA DE*. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4741/tesinalopezminoprio.pdf
- CARRILLO, O. (Marzo de 2017). *Shortcuts*. Obtenido de <https://www.softwreshortcuts.cl/breve-historia-de-las-barberias-de-la-medicina-rudimentaria-la-sofisticacion/>
- CESPEDES, V. &. (31 de Marzo de 2021). *Abastecimientede agua potable y saneamiento basico en la comunidad de mallco rancho provincia sipe_sipe*. Obtenido de <http://ddigital.umss.edu.bo:8080/jspui/handle/123456789/22967>
- CORDOVA, F. G. (2002). *Univercidad de sonora Unidad Regional Centro División de Ciencias Exactas Y Naturales*. Obtenido de <http://www.estadistica.mat.uson.mx/Material/elcuestionario.pdf>
- ECONOMICA, Z. (s.f.). *Estudio Financiero*. Obtenido de [Estudio Financierohttps://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero](https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero)
- ECURED. (s.f.). Obtenido de https://www.ecured.cu/Material_de_oficina
- ESTUDIO ADMINISTRATIVO. (s.f.). Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADHE0000713/C3.pdf>

GESTIOPOLIS. (8 de Abril de 2001). *¿Qué es el estudio de factibilidad en un proyecto?*

Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/>

INGA, E. &. (Mayo de 2015). *“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA*

IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMBOTELLADORA DE AGUA PURIFICADA EN EL

CANTÓN PASAJE – PROVINCIA DE EL ORO”. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8483/1/TESIS%20EMBOTELLADORA%20DE%20AGUA%20JANNETH%20ALVARADO%20INGA.pdf>

La Torre, W. G. (15 de septiembre de 2021). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA*

INSTALACIÓN DE UNA PLANTA EMBOTELLADORA DE AGUA MINERAL DE

MANANTIAL EN LA LAGUNA DE MAMACOCHA EN EL DISTRITO DE AYO.

Obtenido de <https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12920/11394/44.0767.II.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<https://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12920/11394/44.0767.II.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

LLACSAHUANGA, D. &. (2017). *“ESTUDIO DE PRE - FACTIBILIDAD DE UNA PLANTA*

EMBOTELLADORA DE AGUA POTABLE EN EL DEPARTAMENTO DE TUMBES”.

Obtenido de [https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1015/Ind-Riv-Lla-](https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1015/Ind-Riv-Lla-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[17.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1015/Ind-Riv-Lla-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

LLACSAHUANGA, D. V. (2017). *“ESTUDIO DE PRE - FACTIBILIDAD DE UNA PLANTA*

EMBOTELLADORA DE AGUA POTABLE EN EL DEPARTAMENTO DE TUMBES”.

Obtenido de [https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1015/Ind-Riv-Lla-](https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1015/Ind-Riv-Lla-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[17.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/1015/Ind-Riv-Lla-17.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- LOPEZ, M. (2011). *planta embotelladora de agua mineral*. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/4741/tesinalopezminoprio.pdf
- M., A. A. (2020). *CONSTRUCCION DE UNA PLANTA PURIFICADORA YEMBOTELLADORA DE AGUA MINERAL EN EL MUNICIPIO DE PUERTO RICO*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/66354057/Proyecto-Finaldocx/>
- MACHUCA, F. (3 de febrero de 2022). *crehana*. Obtenido de <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/que-es-plaza-mercadotecnia/>
- MARIN, J. (Octubre de 2010). *Agua para cobija analisis de compensacion por servicios ambientales es la cuenca del arroyo bahia*. Obtenido de https://www.academia.edu/17322146/Agua_para_cobija
- MÉNDEZ. (1998). Obtenido de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0072124/cap03.pdf>
- MUNÁRRIZ, I. G. (16 de enero de 2022). *LA CIENCIA ECONOMICA*. Obtenido de <https://www.lacienciaeconomica.com/precio/#:~:text=Definici%C3%B3n%20de%20precio%20seg%C3%BAn%20autores%20Seg%C3%BAn%20Dwyer%20y,utilidad%20que%20se%20necesitan%20para%20adquirir%20un%20producto%20BB>.
- Nabih Abuapara Herrera, J. E. (noviembre de 2017). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA BARBER SHOP EN LA CIUDAD DE AREQUIPA*. Obtenido de <file:///C:/Users/EVITA/Desktop/BARBERIA%20GUIA%201.pdf>
- QUIROA, M. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/producto-marketing.html>
- ROJAS, P. N. (junio de 2017). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO MENTHOLFLEX EN EL MUNICIPIO DE*

SOGAMOSO. Obtenido de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2232/1/TGT-766.pdf>

Sánchez, M. R. (agosto de 2020). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA BARBER SHOP UBICADA EN EL SECTOR DE LA MENA 2 AL SUR DE QUITO.* Obtenido de <https://repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec/bitstream/123456789/196/1/Cadena%20S%c3%a1nchez%20Michael%20Richard%2035AE11.pdf>

URBINA, G. B. (s.f.). *Evaluacion de proyectos.* Obtenido de https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/LIBRO-Evaluaci%C2%A2n-de-proyectos-7ma-Edici%C2%A2n-Gabriel-Baca-Urbina-FREELIBROS.ORG_.pdf

V., E. E. (noviembre de 2013). *Estudio de factibilidad para establecer una planta embotelladora de agua purificada en.* Obtenido de <https://bdigital.zamorano.edu/server/api/core/bitstreams/9a6f08f1-6325-4ccb-a78e-19beb8dac5c4/content>

VARELA. (19 de mayo de 2013). *Estudio de Factibilidad.* Obtenido de <https://factibilidadd.blogspot.com/>

ZAIDA, G. (s.f.). *Plan de Negocios de agua embotellada para etapa.* Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1289/17/UPS-CT002232.pdf>

ANEXOS



Figura 13 Encuesta Electronica

Figura: Encuesta electrónica realizada en Google drive

Objetivo: conocimiento sobre el servicio a implementar una embotelladora de agua

dentro la comunidad blanca flor: <https://forms.gle/3EN9av3RnknZVPnP9>



Figura 14 Logo de la Empresa

Fuente: Elaboración Propia