

Asignatura:

OPCION DE GRADO

RAE

Presenta

Andres Alonso - ID 441132
Adriana Medina - ID 435069
Bibiana Rodriguez-ID 441212

NRC

3568

Docente

Diego Aponte Chirivi

Colombia Ciudad Bogotá D.C

Marzo, 31 de 2018

1. Información General	
Tipo de documento	Estudio de Factibilidad (Botella de Agua con Filtro)
Acceso al documento	Corporación Universitaria Minuto de Dios
Título del documento	Fast Water (Agua Rápida)
Autor(es)	Andres Alonso; Daniel Patarroyo; Bibiana Rodriguez
Director	Diego Aponte chirivi
Publicación	Bogotá. Corporacion Minuto de Dios, 2018, 92p.
Unidad Patrocinante	Corporación Universitaria Minuto de Dios
Palabras Claves	filtro para agua, botella reutilizable, consumo ecológico, amigable con el medio ambiente, ahorra dinero, facil uso.

2. Descripción
<p>Estudio realizado para la materia Opcion de Grado, de la corporación universitaria Minuto de Dios. en el siguiente documento exponemos la planificacion, realizacion y puesta en el mercado de un producto propio y en conjunto con las necesidades que se deben implementar como empresa del mismo. En nuestro grupo concretamos la puesta al mercado de una botella purificadora de agua que gracias a un filtro especial que convierte el agua no potable en potable. nuestro propósito es demostrar que nuestro producto se encuentra en un nicho de mercado adecuado y su sustentabilidad es apta para la comercialización.</p>

3. Fuentes

acero, E. e. (s.f.). *Mercado libre*. Obtenido de https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-451001103-estante-industrial-en-acero-whalen-77x72ax24-pulg-4-tonelada-_JM

Agua.org.mx. (s.f.). *Agua.org.mx*. Obtenido de <https://agua.org.mx/en-el-planeta/>

Berkey, S. (s.f.). Obtenido de <http://agualibre.com.mx/?product=botellas-purificadoras-portatiles-sport-berkey-2>

Bomberos Bogotá. (s.f.). Obtenido de <http://www.bomberosbogota.gov.co/>

Camara de Comercio Bogotá. (s.f.). Obtenido de

<http://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Tarifas-2017>

DANE, C. (2005). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 3.1 Adaptada para Colombia*. Obtenido de Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas Revisión 3.1 Adaptada para Colombia:

http://formularios.dane.gov.co/senApp/nomModule/aym_index.php?url_pag=clasificaciones&alr=&cla_id=2&cla_cod=1594&div_id=15&gru_id=29&cla_ide=225&url_sub_pag=_05&alr=&

DIAN. (s.f.). Obtenido de •

http://www.dian.gov.co/descargas/normatividad/2012/Resoluciones/Resolucion_000139_21_Noviembre_2012_Actividades_Economicas.pdf

FUCSIA. (s.f.). *Botella de agua con filtro incorporado*. Obtenido de

<http://www.fucsia.co/belleza/articulo/nuevas-botellas-filtro-carbono-incorporado-cuidan-salud-medio-ambiente/7995>

LifeSaver. (s.f.). *LifeSaver*. Obtenido de <http://www.iconlifesaver.eu/>

Notaria 19. (s.f.). Obtenido de <http://www.notaria19bogota.com/resolucion-tarifas-notariales/>

osa. (s.f.). Obtenido de Sayco y Acinpro: <http://www.osa.org.co/simulador-de-tarifas>

planeación, S. d. (s.f.). *Proyecciones al 2015 por edades quinqueneales y simples: Total Bogotá*. Obtenido de

<http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion/DICE015-ProyeccionesBogota-31122015.xls>

pueblo, D. d. (2006). *Defensoria del pueblo*. Obtenido de Diagnóstico sobre calidad del agua para consumo humano.:

<http://www.defensoria.gov.co/es/public/Informesdefensoriales/429/Diagn%C3%B3stico-sobre-la-calidad-del-agua-para-el-consumo-humano-en-Colombia-en-el-marco-del-derecho-humano-al-agua-Informes-defensoriales---Agua-Informes-defensoriales---Medio-Ambiente-Inf>

PULZO. (17 de 06 de 2016). *PULZO*. Obtenido de 9 Marcas que demuestran que vender agua es un negocio en Colombia.:

<http://www.pulzo.com/economia/9-marcas-que-demuestran-que-vender-agua-es-un-negociazo-en-colombia/PP69386>

Republica, L. (17 de 06 de 2016). *Cristal, Brisa y Manantial, las marcas que dominan el mercado del agua en botella*. Obtenido de

http://www.larepublica.co/cristal-brisa-y-manantial-las-marcas-que-dominan-el-mercado-del-agua-en-botella_390206

RUES. (s.f.). Obtenido de Registro Unico Empresarial y Social:

http://www.rues.org.co/rues_web/consultas

Secrearia Senado. (s.f.). Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1429_2010.html

Troqueladora, M. (s.f.). *Mercado libre*. Obtenido de

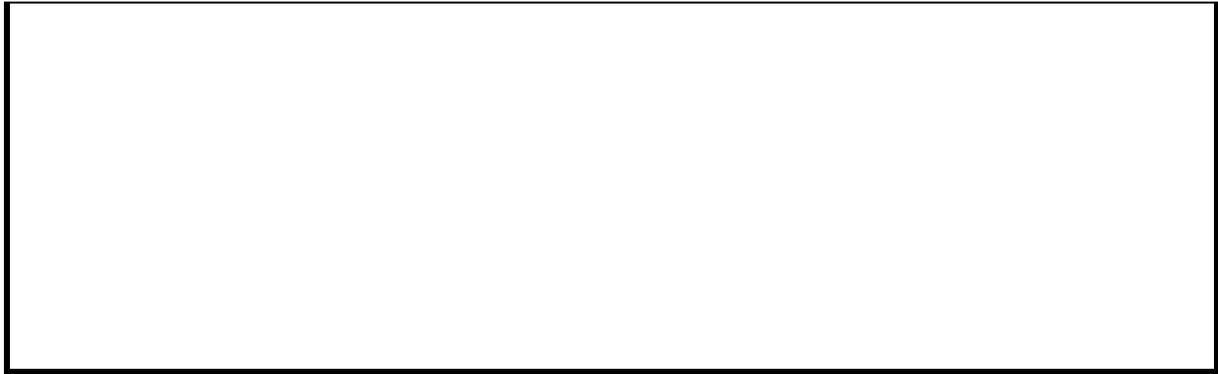
https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-449749476-maquina-tampografica-electrica-_JM

UsaTech. (s.f.). Obtenido de <http://usatechcorp.co/tampograficas-es/maquina-de-tampografia-usa-tech-para-impresion-publicitaria-es>

Villamizar Gomez, F. J. (8 de 8 de 2007). *Dinero*. Obtenido de El agua, un negocio que se calienta: <http://www.dinero.com/negocios/articulo/el-agua-negocio-calienta/49360>

Water, U. (24 de 11 de 2014). *Un Water*. Obtenido de ONU:

<http://www.un.org/spanish/waterforlifedecade/scarcity.shtml>



4. Contenidos

Planteamiento idea de negocio, Justificación, Objetivos, estudio de mercado, Análisis de la competencia, Estrategia de Marketing MIx, Estudio Técnico, Estudio organizacional y legal, Estudio Económico y Financiero, Bibliografía.

5. Metodología

Para la realización de esta investigación se determinaron diferentes estrategias en la recolección de datos, como primera medida se establecieron las pautas del tema a buscar y se utilizó una técnica llamada ‘‘investigación aplicada’’ esta investigación nos permitió establecer las pautas y los objetivos específicos de la investigación. esto nos llevó posteriormente a realizar una ‘‘investigación cuantitativa’’ donde realizamos una toma de muestreo simple, a través de una encuesta realizada por internet donde analizamos un grupo de personas de entre los 18 a 45 años, se logró tabular un total de 384 encuestas con el estilo de respuestas cerradas para que sean más exactas las cuales nos dieron la información necesaria para establecer parámetros, decisiones con el producto y oportunidades de mejora que se verán reflejados en nuestro estudio de mercado.

1. Conclusiones

*El proyecto se encuentra alineado con las megatendencias (consumidor ecológico) ya que es un producto sustituto.

*El sector de las bebidas envasadas ha permanecido inmerso en la generación de nuevos sabores a base de carbonatos pero no está evolucionando hacia donde está yendo el consumidor algo más natural y ecológico.

*la cantidad de gente que está entre los 2 a 70 años nos permite tener un gran espectro de donde debemos apuntar y enfocar el número de unidades proyectadas para la sustentabilidad del proyecto.

*La segmentación del mercado apunta que el consumidor puede cubrir las proyecciones de fabricación.

*La encuesta realizada permitió generar una muestra base para la implementación de las estrategias de mercadeo como el nicho que debemos atacar.

*El fácil ensamble de la botella nos permite poder responder rápidamente a pedidos grandes sin necesidad de tener grandes cantidades de inventario en bodega.

*La conformación de la empresa como S.A.S nos permite mayor maniobrabilidad y simplicidad de los trámites y los accionistas poseen limitaciones de responsabilidades y es la única que puede estar conformada por uno o varios accionistas.

*El informe financiero nos permite medir el impacto y la sustentabilidad del negocio en un futuro a corto plazo basándonos en los resultados del TIR y la VAN pero falta hacer una mejoras en cuanto a los salarios y costos para mejorar estos resultados aún más

Elaborado por:	Andres Alonso; Daniel Patarroyo; Bibiana Rodriguez
Revisado por:	

Fecha de elaboración del Resumen:	dd	m	aaa
		m	a