



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
EMBOTELLADORA DE AGUA MEDICINAL” ISLA DE LA PLATA  
SEA WATER”**

**AUTORAS:**

**Quinde Bohórquez Carmen Irene**

**Quinde Vivero Yessenia Del Rocío**

**Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:**

**INGENIERA COMERCIAL**

**TUTOR:**

**Ing. Armijos Tandazo Vicente Paul, Msc.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por, **Carmen Irene Quinde Bohórquez y Yessenia Del Rocío Quinde Vivero**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera Comercial**.

**TUTOR**

---

**Ing. Armijos Tandazo Vicente Paul, Msc.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ing. Vergara Pereira Darío Marcelo, Mgs.**

**Guayaquil, marzo de 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Nosotras, Carmen Irene Quinde Bohórquez y

Yessenia Del Rocío Quinde Vivero

**DECLARAMOS QUE:**

El Trabajo de Titulación **Plan de Negocios para la creación de una empresa embotelladora de agua medicinal” Isla De La Plata Sea Water” en la ciudad de Guayaquil”** previo a la obtención del Título **de Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, marzo de 2015**

**AUTORAS**

---

**Carmen Irene Quinde Bohórquez**

---

**Yessenia Del Rocío Quinde Vivero**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIZACIÓN**

Nosotras, Carmen Irene Quinde Bohórquez

Yessenia Del Rocío Quinde Vivero

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “**Plan de Negocios para la creación de una empresa embotelladora de agua medicinal” Isla De La Plata Sea Water**” en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, marzo de 2015**

**EL AUTORAS**

---

**Carmen Irene Quinde Bohórquez**

---

**Yessenia Del Rocío Quinde Vivero**

## **AGRADECIMIENTO**

A todos nuestros profesores que nos impartieron sus sabios conocimientos a lo largo de nuestra carrera universitaria, de manera especial a nuestro tutor de tesis que nos mostró paciencia, esmero y ahínco para la realización de nuestro proyecto y a nuestras familias que nos brindaron su apoyo incondicional.

A todos ustedes Muchas Gracias

**Carmen Irene Quinde Bohórquez**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme llegar a esta meta, a mis padres porque ellos son mi inspiración y motivación a mi esposo e hija quienes son mi inspiración y ganas de seguir adelante gracias a ellos pude lograr mi meta.

Agradezco a mi tutor quien nos guio en nuestro trabajo de tesis gracias a sus conocimientos logramos llegar a nuestra meta.

**Yessenia Del Rocío Quinde Vivero**

## **DEDICATORIA**

**Dedicamos la presente tesis:**

**A Dios, a mi familia que día a día me impulsaron para seguir adelante con el proyecto y a no desmayar pese a las adversidades que se presentaban en el trayecto de este proceso.**

**Carmen Irene Quinde Bohórquez**

## **DEDICATORIA**

**Dedicamos la presente tesis:**

**Dedico este proyecto a Dios quien me dio y me da las fuerzas para seguir adelante, a mi mama que siempre me apoya en lo que hago, a mi esposo y mi hija quienes son mi motivo a seguir.**

**Yessenia Del Rocío Quinde Vivero**



## INDICE GENERAL

RESUMEN .....	XIV
ABSTRACT.....	XVI
ANTECEDENTES.....	- 1 -
INTRODUCCIÓN.....	- 8 -
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 15 -
FORMULACION DEL PROBLEMA .....	- 18 -
JUSTIFICACION DEL ESTUDIO .....	- 19 -
OBJETIVOS.....	- 20 -
OBJETIVO GENERAL.....	- 20 -
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	- 20 -
MARCO TEORICO .....	- 21 -
PROPIEDADES MEDICINALES DEL AGUA DE MAR.....	- 21 -
CAPÍTULO I. ....	- 29 -
ESTUDIO DE MERCADO MODELO DE CANVAS.....	- 29 -
1.1 MODELO DE NEGOCIOS BASADO EN CANVAS .....	- 31 -
1.1.1 SEGMENTOS DE CLIENTES .....	- 32 -
1.1.2 PROPUESTA DE VALOR.....	- 34 -
1.1.3 CANALES .....	- 34 -
1.1.3.1 Productor-Consumidor .....	- 34 -
1.1.3.2 Productor-Distribuidor-Consumidor.....	- 35 -
1.1.4 RELACIÓN CON EL CLIENTE .....	- 35 -
1.1.5 FUENTES DE INGRESO .....	- 36 -
1.1.6 RECURSOS CLAVES .....	- 36 -
1.1.7 ACTIVIDADES CLAVES .....	- 37 -
1.1.8 ASOCIACIONES CLAVES .....	- 37 -
1.1.9 ESTRUCTURAS DE COSTES .....	- 37 -
1.2. Mercado Consumidor .....	- 38 -

1.2.1	Localización del mercado.....	- 38 -
1.2.2	Estudio del mercado .....	- 38 -
1.2.3	Investigación del mercado .....	- 39 -
1.2.4	Especificación de los objetivos de la Investigación .....	- 41 -
1.3.	Metodología de la investigación .....	- 41 -
1.3.1	Población y Muestra.....	- 42 -
1.3.2	Demografía de Guayaquil .....	- 42 -
1.3.3	Análisis e Interpretación de los resultados de las encuestas.....	- 44 -
1.4.	Principales compradores.....	- 58 -
1.5	Las razones de consumo .....	- 59 -
1.6	Los canales de comercialización .....	- 59 -
1.7	Análisis De La Competencia .....	- 60 -
1.7.1	Competencias directas:.....	- 60 -
1.7.2	Mercado bebidas sustitutas.....	- 61 -
1.7.2.1	Bebidas energizantes.....	- 62 -
1.7.2.2	Bebidas hidratantes.....	- 62 -
1.7.2.3	Jugos.....	- 62 -
1.8	Brecha de Oferta y Demanda.....	- 63 -
CAPÍTULO II. ....		- 66 -
ESTRATEGIA DE MERCADO MODELO DE CANVAS .....		- 66 -
2.1	Plan Estratégico.....	- 66 -
2.1.1	Misión .....	- 66 -
2.1.2	Visión.....	- 66 -
2.2	Objetivos Estratégicos.....	- 67 -
2.3	Objetivos Específicos.....	- 67 -
2.4	Necesidades que se van a satisfacer.....	- 67 -
2.5	Análisis FODA .....	- 68 -
2.5.1	Fortalezas:.....	- 68 -
2.5.2	Oportunidades: .....	- 68 -
2.5.3	Debilidades:.....	- 68 -
2.5.4	Amenazas:.....	- 69 -

2.6 FODA Estratégico .....	- 69 -
2.7 Descripción Del Producto.....	71
2.8 Marketing Mix.....	72
2.8.1 Descripción del Producto .....	73
2.8.2 Descripción del Precio.....	75
2.8.3 Descripción de la Plaza.....	76
2.8.4 Descripción de la Promoción .....	77
2.8.4.1 Promoción de Venta .....	77
CAPÍTULO III. ....	79
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	79
3.1 Requerimientos de personal.....	80
3.1.1 Gerente General.....	80
3.1.2 Gerente Financiero.....	80
3.1.3 Gerente de Marketing y Ventas .....	81
3.1.4 Gerente de Planta y Producción .....	81
3.1.5 Contador .....	81
3.1.6 Asistente Contable .....	81
3.1.7 Asesor de Ventas .....	81
3.1.8 Supervisor.....	81
3.1.9 Operario .....	82
3.2. Descripción de funciones del personal .....	83
3.3 Constitución de la empresa .....	92
3.4 Marco Legal.....	93
3.4.1 Aspecto Legal .....	93
3.5 Gastos de Funcionamiento .....	99
3.5.1 Gastos Administrativos.....	99
3.5.2 Sueldos y salarios .....	100
CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO .....	103
4.1 Estudio Técnico - Antecedentes Económicos .....	103
4.2 Plan estratégico de la empresa .....	103
4.2.1 Localización de la empresa .....	103

4.2.2 Ubicación .....	104
4.2.3 Diseño de la planta.....	104
4.2.4 Capacidad de Producción .....	105
4.2.4.1 Capacidad Instalada .....	105
4.2.4.2 Capacidad Empleada .....	106
4.2.5 Descripción del proceso .....	106
CAPITULO V.....	114
ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....	114
5.1 Estudio Económico y Financiero .....	114
5.1.1 Inversión .....	114
5.1.2 Capacidad de producción .....	116
5.1.3 Financiamiento.....	117
5.1.4 Amortización de la Deuda.....	117
5.1.5 Costos y Gastos .....	119
5.1.5.1 Costos.....	120
5.1.5.2 Gastos Administrativos.....	120
5.1.6 Proyección de venta.....	124
5.1.7 Proyección Financiera, Económica del proyecto. ....	124
5.1.8 Balance General Proyectado.....	125
5.1.10 Flujo de Cajas.....	127
5.1.11. Evaluación Financiera del Proyecto.....	127
5.1.11.1 TIR, Tasa Interna de Retorno .....	128
5.1.11.2 VAN, Valor Actual Neto.....	129
5.1.11.3 PAY BACK o recuperación de la inversión.....	130
5.1.11.4 Punto de Equilibrio.....	131
CONCLUSIONES.....	133
RECOMENDACIONES.....	135
BIBLIOGRAFÍA.....	136
Anexo .....	138

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Composición química de 1 litro de agua de mar.....	- 5 -
Tabla 2: Distribución de agua en el mundo .....	- 10 -
Tabla 3: Enfermedades diarreicas enfocada en la Provincia de Guayas.....	- 24 -
Tabla 4: Diabetes enfocada a la Provincia de Guayas.....	- 25 -
Tabla 5: Hipertensión arterial enfocada a la provincia de Guayas .....	- 26 -
Tabla 6: Enfermedades respiratorias (todas las provincias) .....	- 27 -
Tabla 7: Modelo de negocios basado en Canvas.....	- 31 -
Tabla 8: Inversión Inicial .....	- 38 -
Tabla 9: Objetivos de la Investigación.....	- 41 -
Tabla 10: Población Guayaquil.....	- 43 -
Tabla 11: Crecimiento Poblacional .....	- 63 -
Tabla 12: Demanda Total .....	- 64 -
Tabla 13: Demanda Insatisfecha .....	- 64 -
Tabla 14: Mercado Potencial .....	- 64 -
Tabla 15: Oferta total.....	- 64 -
Tabla 16: FODA Estratégico.....	70
Tabla 17: Composición química de agua de mar .....	74
Tabla 18: Requerimientos de personal .....	80
Tabla 19: Perfil del puesto Gerente General .....	83
Tabla 20: Perfil del puesto Gerente Financiero .....	84
Tabla 21: Perfil del puesto Gerente de Marketing y Ventas.....	85
Tabla 22: Perfil del puesto Gerente de Planta y Producción .....	86
Tabla 23: Perfil del puesto Contador .....	87
Tabla 24: Perfil del puesto Asistente Contable .....	88
Tabla 25: Perfil del puesto Asesor de Ventas.....	89
Tabla 26: Perfil del puesto Supervisor .....	90
Tabla 27: Perfil del puesto Operario .....	91
Tabla 28: Financiamiento.....	93
Tabla 29: Requisitos producto .....	98
Tabla 30: Gastos administrativos.....	99
Tabla 31: Sueldos y Salarios Personal Producción .....	101
Tabla 32: Sueldos y Salarios Personal Administrativo .....	102
Tabla 33: Inversión Inicial de Maquinarias.....	115
Tabla 34: Gastos de Constitución y Software Contable .....	115
Tabla 35: Capital Contable .....	115
Tabla 36: Capacidad Máxima (unidades) .....	116
Tabla 37: Capacidad Proyectada (unidades).....	116
Tabla 38: Total de Inversiones .....	117

Tabla 39: Tasas de Interés.....	117
Tabla 40: Tabla de Amortización.....	119
Tabla 41: Insumos Directos.....	120
Tabla 42: Sueldos y Salarios Mensual .....	121
Tabla 43: Mano de Obra Directa.....	122
Tabla 44: Gastos Varios.....	123
Tabla 45: Producción de Ventas .....	124
Tabla 46: Balance General Proyectado .....	125
Tabla 47: Balance de Resultados.....	126
Tabla 48: Flujo de Cajas.....	127
Tabla 49: TIR.....	128
Tabla 50: VAN.....	129
Tabla 51: PAYBACK.....	130
Tabla 52: Punto de Equilibrio .....	131
Tabla 53: Detalle Punto de Equilibrio por años .....	132

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Afecciones de la salud.....	- 4 -
Figura 2: Pulverizador de agua.....	- 4 -
Figura 3: Deportistas hidratándose.....	- 5 -
Figura 4: Suero Quinton Hypertonic .....	- 6 -
Figura 5: Contaminación marina.....	- 11 -
Figura 6: La Pirámide de Alimentación Saludable.....	- 16 -
Figura 7: Enfermedades diarreicas (Provincia Guayas).....	- 24 -
Figura 8: Diabetes (Provincia de Guayas) .....	- 25 -
Figura 9: Hipertensión arterial (Provincia Guayas) .....	- 26 -
Figura 10: Enfermedades respiratorias (Provincia de Guayas).....	- 27 -
Figura 11: Encuesta nacional de salud y nutrición.....	- 28 -
Figura 12: Segmento Clientes .....	- 33 -
Figura 13: Propuesta de valor .....	- 34 -
Figura 14: Relación con el cliente .....	- 35 -
Figura 15: Fuentes de Ingreso.....	- 36 -
Figura 16: Mercado de Agua embotellada.....	- 40 -
Figura 17: Género .....	- 44 -
Figura 18: Edad .....	- 45 -
Figura 19: Nivel de Educación .....	- 46 -
Figura 20: Promedio consumo de agua .....	- 47 -
Figura 21: Marcas de preferencias.....	- 48 -
Figura 22: Conocimientos básicos del consumo de agua para la salud.....	- 49 -
Figura 23: Costumbres habituales después de una rutina de ejercicios .....	- 50 -
Figura 24: Comentarios referente a la pregunta abierta ¿Bebería usted agua de mar purificada? .....	- 50 -
Figura 25: Conocimientos del agua de mar con propiedades medicinales .....	- 52 -
Figura 26: Ampliar interés en los beneficios del agua de mar al tomarla .....	- 53 -
Figura 27: Preferencias tipos de envases.....	- 55 -
Figura 28: Preferencias al momento de comprar en cuanto respecta al tamaño de la botella. .....	- 56 -
Figura 29: Lugares para el expendio de la bebida. ....	- 57 -
Figura 30: Lugares para el expendio de la bebida. ....	- 58 -
Figura 31: Mercado bebidas sustitutas.....	- 61 -
Figura 32: Bebidas energizantes .....	- 62 -
Figura 33: Estimación de Ventas.....	- 65 -
Figura 34: Logotipo Sea Water.....	72
Figura 35: Marketing Mix.....	72
Figura 36: Presentación .....	75

Figura 37: Pregunta 15 Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella.....	76
Figura 38: Estructura Organizacional .....	79
Figura 39: Mapa de la planta .....	104
Figura 40: Distribución de la planta .....	105
Figura 41: Tanques de almacenamiento.....	107
Figura 42: Isla de la Plata .....	108
Figura 43: Filtro de Cerámica .....	109
Figura 44: Capa de carbón activado.....	110
Figura 45: Filtro de Zeolitas.....	110
Figura 46: Filtro de Arenas .....	111
Figura 47: Filtro Pulidor.....	112
Figura 48: Luz Ultravioleta .....	112
Figura 49: Maquina para envasado.....	113
Figura 50: Punto de Equilibrio Años (Unidades y Dólares y Porcentaje) .....	132



## RESUMEN

El objetivo del estudio es elaborar un plan de negocios para la creación de una empresa embotelladora de agua medicinal” Isla de la Plata Sea Water” en la ciudad de Guayaquil, que permita mejorar e incentivar de manera positiva en la salud de los guayaquileños y así adquirieran esta bebida no solo para satisfacer la sed en forma natural, sino por los nutrientes que esta contiene y por su precio accesible.

El agua de mar fuente de nutrientes y minerales que si la beberíamos frecuentemente disfrutaríamos de “abundante” salud y podríamos evitar en gran medida de los doctores y de las medicinas elaboradas en laboratorios químicos que nos perjudican en parte la salud.

La comercialización de esta innovadora bebida se realizará en la ciudad de Guayaquil, que posee 3'113.725 habitantes. Se ha escogido esta ciudad por ser el principal puerto ecuatoriano con un gran movimiento económico, pues concentra importantes centros comerciales y lugares turísticos, en donde se realizará la venta de este producto.

Esta bebida será dirigida a individuos que oscilan entre los 12-35 años de edad, de clase media quienes se preocupan por cuidar su salud e imagen corporal; como cimiento de la elección de este segmento de mercado.

Con este producto se pretende introducir una bebida medicinal que reduzca las enfermedades tales como: Infecciones Diarreicas, Diabetes, Hipertensión Arterial, Enfermedades respiratorios, Sobrepeso y Obesidad.

La disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas la tenemos en la Isla de la Plata (Manabí).

La Isla de la Plata está ubicada a 50 km de la costa de Puerto López, provincia de Manabí, Ecuador.

Es importante mencionar que la materia prima con la que se elabora este producto es de fácil acceso por lo que puede ser obtenida en cualquier época del año, y como no existe fuerza de negociación de los proveedores estos elementos serán adquiridos en el mercado mayorista de esta ciudad costera.

Finalmente, se espera con este contexto lograr cumplir con todas las expectativas para la ejecución de este proyecto.

## **ABSTRACT**

The aim of the study is to develop a business plan for the creation of a medicinal water bottling company "Isla de la Plata Sea Water" in the city of Guayaquil, to improve and encourage a positive impact on the health of Guayaquil and so acquire this drink not only to satisfy thirst naturally, but the nutrients it contains and its affordable price.

The water source of nutrients and minerals sea if we would drink often would enjoy "abundant" health and could largely avoid doctors and medicines produced in chemical laboratories that harm us partly health.

The marketing of this innovative beverage is held in the city of Guayaquil, which has 3'113.725 inhabitants. We have chosen this city as the main Ecuadorian port with great economic movement, because it concentrates major shopping centers and tourist attractions, where the sale of this product will take place.

This drink will be directed to individuals who are between 12-35 years old, middle class who care about their health care and body image; as a foundation for choosing this market segment.

This product is intended to introduce a medicinal drink to reduce diseases such as diarrheal infections, Diabetes, Hypertension, Respiratory Diseases, Overweight and Obesity.

The availability of the necessary resources to carry out the objectives or goals we have in the Isla de la Plata (Manabí).

La Isla de la Plata is located 50 km off the coast of Puerto López, Manabí, Ecuador.

It is noteworthy that the raw material that is made this product is easily accessible so it can be obtained in any season, and as there is no bargaining

power of suppliers these items are purchased on the wholesale market for this coastal city.

Finally, it is expected to achieve this context fulfill all expectations for this project.

## ANTECEDENTES

Por lo general pensamos que el agua de mar no se puede ingerir. Es que así hemos crecido con lo que nos han hecho creer y, en realidad nos hicimos falsas ideas, con estudios realizados en varios países se comprueba que el agua del mar contiene nutrientes y minerales que suplen a ciertos componentes químicos dejando atrás medicina hecha en laboratorios, con mejores resultados. La utilización del agua del mar con fines terapéuticos se remonta a unos 500 años A.C.

Sus propiedades curativas fueron conocidas muy pronto por los griegos. "Hay que integrar la economía en un desarrollo sostenible", dijo, El director del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), Achim Steiner, quien incidió en la necesidad de responder a "cómo podrán vivir en la Tierra 10.000 millones de personas", según las predicciones de la ONU para 2050.

Pero la revolución que nos ha conducido a lo que hoy sabemos sobre las posibilidades del agua del mar se produce a finales del siglo XIX de la mano del investigador Francés René Quinton, pues fue quien dio un auténtico giro científico a lo que se sabía de la Terapia Marina al demostrar la analogía fisiológica entre el agua del mar y el medio vital de los vertebrados.

De sus investigaciones se pudo extraer dos leyes importantes que identifican el agua de mar con nuestro medio celular interno:

- La ley de la constancia marina según la cual por elevado que se halle en la escala animal todo ser vivo se mantiene gracias a un entorno marino interno en el que las células que lo constituyen siguen viviendo en las condiciones acuáticas en que se encontraba la célula primitiva y,

- La ley de la constancia osmótica según la cual los mecanismos de regulación interna del agua del mar permiten la constancia de una fórmula mineral propia que engloba también a los llamados elementos “traza” y que está contenida a la vez en el agua de mar y en el organismo.

Llegando a la conclusión de que las enfermedades no son en realidad sino manifestaciones del ensuciamiento del medio interno a nivel celular.

Dando como hipótesis:

1. Existen estudios con excelentes resultados donde evalúan que el agua de mar tiene poder terapéutico.
2. El consumo de agua de mar con beneficios para la salud se está probando en la actualidad y estudios independientes de profesionales médicos, así como experiencias en países como Colombia y Nicaragua.
3. Laboratorios Quinton, y Biomaris, etc. (venden actualmente, el producto para consumo humano en varios países de entre ellos Europa..)
4. Mejora el rendimiento en deportistas evitándoles la deshidratación.
5. Se sustenta en estudios medicinales que el agua del mar no es un contaminante a nuestro organismo.
6. En la Universidad de Miami, se realizó estudios verificando que el agua del mar contiene todos los minerales y oligoelementos de la Tabla Periódica, por su contenido en fitoplancton y zooplancton cuando es captada cerca de la orilla del mar.

Estuvo reconocida como medicamento y financiada por la Seguridad Social francesa desde el año 1943 hasta 1982.

Según libro escrito por André Mahé, 1999, El Plasma de Quinton: el agua de mar, nuestro medio interno, Estados Unidos primera edición 1999.

En base a la revisión de los expedientes médicos de la Clínica Santo Domingo de los PP Jesuitas en Managua y otros dispensarios marinos del país, se ha encontrado que el consumo promedio de medio litro de agua de mar al día, ha contribuido a la cura de las siguientes enfermedades:

- Hipertensión arterial: El agua de mar hace eliminar al riñón dos veces más de sólido y de líquidos que el suero fisiológico, por lo que baja la tensión arterial.
- Diabetes, Alergias y rinitis alérgica, Cáncer (en proceso de curación sin radio ni quimioterapia), Gastritis y Enfermedades ulcero-pépticas, Patologías de la piel (psoriasis, dermatitis, úlceras varicosas...), Cálculos renales, Estreñimiento y hemorroides, Cirrosis y enfermedades hepáticas, Heridas y quemaduras.

Las enfermedades tales como las cardiovasculares, diarreas, alergias, tifus, gastritis, óseas, musculares y articulares, de la piel, úlceras varicosas crónicas, hipertensión arterial, insuficiencia renal, parasitosis intestinales, anemias, hepatitis, diabetes, tuberculosis, desnutrición, tracoma, cólera, malaria, cirrosis, han sido mejoradas con el consumo directo del agua de mar

Generando óptimos resultados para las enfermedades descritas.



Figura 1: Afecciones de la salud

Fuente: Biomédica

- Enfermedades respiratorias: Las terapias de agua de mar para vías respiratorias requieren muy escasas cantidades: por eso existe la posibilidad de continuarlas en casa, en la calle, donde sea. Basta proveerse de un pulverizador de gota superfina, pulsarlo de vez en cuando para soltar una nubecilla de agua de mar, y respirar en ella.



Figura 2: Pulverizador de agua

Fuente: Laica

Los deportistas lo utilizan para mejorar su resistencia y su recuperación tras el esfuerzo deportivo. Los deportistas se recuperan más rápidamente de sus ejercicios por el efecto desintoxicante del agua de mar, que elimina los desechos que se acumulan en el exterior de las células que han hecho el esfuerzo.





Figura 3: Deportistas hidratándose

Distintos médicos, expertos o periodistas de la época resaltaron sus evidentes éxitos a la hora de tratar enfermedades como tuberculosis, enfermedades de la piel o desnutrición, entre otras muchas.

Aunque la salinidad y la composición química varían de un mar a otro lo que comporta cambios de densidad así como otros parámetros físicos y químicos aquí la composición química media aproximada de 1 litro de agua de mar:

Componente	Cantidad	Unidades
<b>Cloruro de sodio</b>	24,0	gramos
<b>Cloruro de magnesio</b>	5,0	gramos
<b>Sulfato neutro de sodio</b>	4,0	gramos
<b>Cloruro de calcio</b>	1,1	gramos
<b>Cloruro de potasio</b>	0,7	gramos
<b>Bicarbonato de sodio</b>	0,2	gramos
<b>Bromuro de sodio</b>	0,096	gramos
<b>Ácido bórico</b>	0,026	gramos
<b>Cloruro de estroncio</b>	0,024	gramos
<b>Fluoruro de sodio</b>	0,003	gramos
<b>Agua destilada</b>	1.000	mililitros

Tabla 1: Composición química de 1 litro de agua de mar

Fuente: Rigola (1990)

Las propiedades del agua de mar trasladadas al ámbito deportivo profesional y a su consumo diario como complemento alimenticio ha revelado unos resultados excelentes en la práctica deportiva. El suero Quinton Hypertonic es un ejemplo de ello.



Figura 4: Suero Quinton Hypertonic

Fuente: Quinton(2012)

Esta recuperación se debe a que el plasma marino tiene el poder de regular el propio «océano interno» gracias a su capacidad para aportar información al potencial genético humano.

En recientes estudios realizados con deportistas de diversos ámbitos, se recomienda en los entrenamientos deportivos profesionales y semi-profesionales, la toma de agua de mar hipertónica para incrementar la resistencia a la carga de trabajo durante la temporada. Además, se ha comprobado una mejor recuperación del deportista, tras una competición, gracias a la ingesta de este producto. Esto es debido a que existe una identidad física y fisiológica entre el agua de mar y el medio interno del organismo.

Mariano Arnal (1998), quiere **romper con el mito que el agua de mar no se puede beber pero va más allá y destaca sus excelentes propiedades** y defiende su uso habitual como forma para mejorar nuestra calidad de vida.

El agua marina, según explica, tiene un valor único ya que tomándola ayudamos a nuestro cuerpo con todos los elementos existentes en la tabla periódica, lo cual no se puede conseguir con ningún otro alimento o bebida.

Explica algunas de las propiedades del agua que mencionamos someramente: **alcalinizador del medio interno** (si tenemos un pH alcalino será más difícil que desarrollemos enfermedades), **regulador del medio interno, nutriente celular, reconstituyente**, dentífrico y colutorio, laxante, purgante, **desinfectante** y cicatrizante para infecciones de boca, estomacal y **neutralizador de la acidez de estómago**.

Además, tomada antes de comer calma el apetito, lo cual la hace apropiada para **perder peso**.

## INTRODUCCIÓN

El concepto de salud según la Organización Mundial de la Salud tiene una definición concreta: es el estado completo de bienestar físico y social que tiene una persona. Esta definición es el resultado de una evolución conceptual, ya que surgió en reemplazo de una noción que se tuvo durante mucho tiempo, que presumía que la salud era, simplemente, la ausencia de enfermedades biológicas. A partir de la década de los cincuenta, la OMS revisó esa definición y finalmente la reemplazó por esta nueva, en la que la noción de bienestar humano trasciende lo meramente físico. La Organización Panamericana de la Salud aportó luego un dato más: la salud también tiene que ver con el medio ambiente que rodea a la persona.

La salud es un derecho, que muy pocas personas logran gozarla a plenitud; esto se da como consecuencia de la falta de preocupación de las personas por conservar su salud y la baja calidad alimenticia en su rutina diaria.

En la actualidad se presentan síntomas como estrés, ansiedad, malhumor, depresiones, presión... éste es el precio que hoy en día pagamos por vivir en una sociedad tan cambiante como agitada. En ocasiones, nuestro estilo vida no es el más óptimo, y eso pasa factura a nuestro organismo. Sin embargo, la mayoría de las personas desconocemos que el mar es también una increíble fuente de salud.

Nuestra propuesta está enfocada en la creación de una empresa embotelladora de agua medicinal “Isla de la Plata Sea Water” en la ciudad de Guayaquil.

Eurípides, escritor trágico griego (480- 406 A.C.) afirmó: “el agua de mar cura todos los males de los hombres”.

El agua del mar es una solución de sales, por lo que sus propiedades físicas son muy diferentes a las del agua dulce y varían de acuerdo con la

cantidad de sales que contenga. Por la gran complejidad que presenta el agua del mar en su composición y debido a su riqueza en seres vivos, sustancias inorgánicas en suspensión y gases disueltos algunos autores la describen como “una sopa turbia de seres vivos”

Es una fuente inagotable y gratuita de salud, descrita por científicos como un plasma marino capaz de originar plasma sanguíneo humano y de generar innumerables beneficios a la salud.

Del total de agua en el mundo, más del 96% es salada. Y del total de agua dulce, más del 68% está “atrapada” en forma de hielo. Otro 30% del agua dulce se encuentra en el suelo. Los ríos son la fuente de la mayoría del agua dulce superficial que usan las personas, pero sólo constituyen 1.250 km<sup>3</sup>, o alrededor del 0,0001% del agua total del planeta.

Fuente de agua	Volumen de agua km <sup>3</sup>	Porcentaje de agua dulce	Porcentaje de agua total
Océanos, mares y bahías	1.338.000.000	–	96,54
Casquetes polares, glaciares y nieve permanente	24.064.000	68,6	1,74
Agua subterránea	23.400.000	–	1,69
-Dulce	10.530.000	30,1	0,76
-Salada	12.870.000	–	0,93
Humedad de tierra	16.500	0,05	0,001
Hielo de tierra y permafrost	300.000	0,86	0,022
Lagos	176.400	–	0,013
-Dulce	91.000	0,26	0,007
-Salada	85.400	–	0,007
Atmósfera	12.900	0,04	0,001
Agua de pantanos	11.470	0,03	0,0008
Ríos	2.120	0,006	0,0002
Agua biológica	1.120	0,003	0,0001

Tabla 2: Distribución de agua en el mundo

Fuente: [USGS](#)(2014)

La contaminación marina se define como la “introducción, directa o indirecta, de sustancias o energéticos en el medio marino, la cual acaba por dañar los recursos vivos, poner en peligro a la salud humana, alterar las actividades marinas-entre ellas la pesca- y reducir el valor recreativo y la calidad del agua del mar” (Joint Group of Experts on the Scientifics of Marine Pollution, 1972).

Los mares más contaminados son los de: Bangladesh, India, Pakistán, Indonesia, Malasia, Tailandia y Filipinas.

Existen diversos tipos de contaminación marina:

- Eutrofización,
- Pesticidas,
- Agentes Microbiológicos,
- Metales Pesados,
- Hidrocarburos
- Las actividades pesqueras.

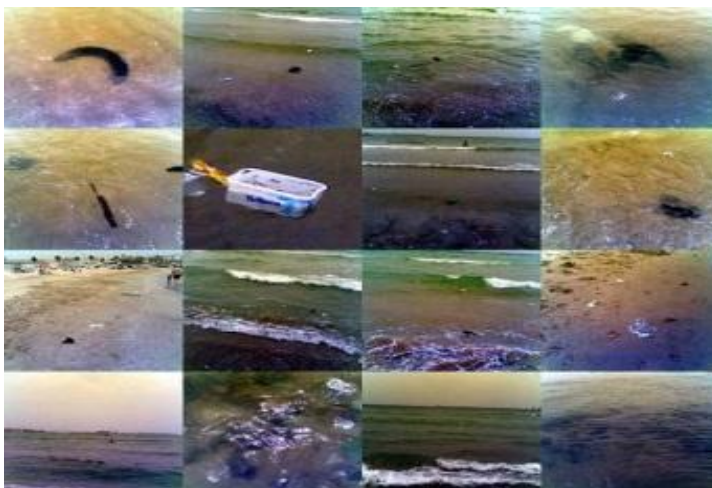


Figura 5: Contaminación marina

Para el Ecuador la conservación y el uso sostenible del medio marino y costero revisten especial importancia por su incidencia en el desarrollo social y económico del país. Aproximadamente la mitad de la población ecuatoriana vive del mar (pesca pelágica, migratoria y artesanal; industrias turística, acuícola y agrícola). La zona costera tiene 1.480 km<sup>2</sup> de manglar, vegetación de especial importancia para la conservación de la biodiversidad y sustento de la industria camaronera.

El Ecuador reconoce la importancia de la influencia del mar sobre el clima y el ciclo hidrológico; y considera que el medio ambiente marino y costero sufren la presión del desarrollo y del crecimiento demográfico (2.3% al año), por el desequilibrio en el uso de los recursos y por el impacto ocasionado por la contaminación terrestre y marítima; reconoce, igualmente,

que el medio marino es un componente esencial del sistema mundial de sustentación de la vida y un valioso recurso que es necesario mantener.

**Fuente:**

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilización Humana.

Nuestro trabajo está dirigido a debatir las creencias más comunes que comparten los ciudadanos, gran parte de los médicos y los laboratorios farmacéuticos respecto al agua de mar.

Desde hace años, las curas por agua de mar en forma de bebida vienen gozando de creciente favor en Europa, señal de que cada día más personas buscan los remedios naturales, para compensar los perjuicios del modo de vida y de la alimentación moderna.

La investigación esta estructura de la siguiente manera:

Marco Teórico: Se define como el sustento teórico de nuestro plan de negocios para la creación de una empresa embotelladora de agua medicinal” Isla de la Plata Sea Water” en la ciudad de Guayaquil, dando como beneficios mejoras considerables en nuestra alimentación. Pues como lo describe el Dr. Philippe Goeb (Israel) el agua de mar tiene 3 ejes principales de actuación:

- Recarga hidroelectrolítica, por su rico contenido en sales e iones, que la convierte en la más mineral de todas las aguas minerales, y la hace muy útil en el manejo de la deshidratación: en la tercera edad, en el deporte de alto rendimiento y en las pérdidas de líquidos corporales (diarrea, vómitos, hemorragias, etc.)
- Reequilibrio de la función enzimática (estimulante del metabolismo) gracias a la presencia de los minerales y oligoelementos que actúan como coenzimas en las reacciones bioquímicas de las células y órganos.



- Regeneración celular: Las modificaciones del medio interno son transmitidas gradualmente hasta la mitocondria y el núcleo donde ocurrirán cambios en el micro entorno de las secuencias del ADN. Aquí de nuevo entran en acción los oligoelementos necesarios para un desarrollo óptimo de la transcripción ADN-ARN.

Fuente: (Philippe Goeb, "Plasma Marino, Plasma Humano") año 1987

Se distingue tres tipos básicos de fuentes de información para llevar a cabo la revisión de nuestra tesis:

a) Fuentes primarias.

Constituyen el objetivo de la investigación bibliográfica o revisión de la información obtenida de opiniones o archivos de nutricionistas o doctores que han implementado esta corriente y nos proporcionan datos de primera mano.

b) Fuentes secundarias.

Las referencias se listan por autor o autores según la clasificación que merezcan para ordenarlas (por temas, cronológicamente, área de conocimiento, etcétera).

c) Fuentes terciarias.

Publicaciones periódicas, así como boletines, conferencias y empresas que nos sirven de apoyo las cuales en otros países ya tienen implementado nuestro producto.

Metodología de la Investigación: Se plantea el diseño de la investigación, el cual esta direccionada a recabar resultados directos y certeros encaminados a mejorar la problemática que se viene dando en la salud con enfermedades que ya han sido tratadas con el agua de mar en forma medicinal, en otros países como por ejemplo en Colombia.

El tipo de investigación a desarrollar es la Investigación Exploratoria que nos permite familiarizarse con un tópico desconocido, poco estudiado y sirve para desarrollar métodos que se utilicen en estudios más profundos.

Capítulo I. Estudio de Mercado Modelo Canvas: Principalmente sirve para conocer el entorno del mercado: nuestros competidores, opiniones clientes potenciales, análisis interno y externo. Es una parte importantísima, en la gestión de nuestro proyecto, para establecer las estrategias a seguir en nuestro proyecto.

Capítulo II. Estrategia de Mercado Modelo Canvas: Promocionar los beneficios del agua de mar y las estrategias que podemos diseñar relacionadas al producto. Se evaluará los lugares o puntos de venta en donde se ofrecerán nuestro producto a los consumidores, así como analizar la forma en que los productos serán transportados hacia dichos nichos.

Capítulo III. Estructura Organizacional: es la manera como está constituida la empresa, sus niveles jerárquicos de subordinación. Los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.

Es por tanto la que permite la asignación expresa de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales y el marco legal al cual está asignado.

Capítulo IV. Estudio Técnico y localización del proyecto: un estudio amplio para la ubicación y localización del proyecto. La ubicación estará dada en la Avenida Juan Tanga Marengo, sector del parque de la Martha de Roldós siendo un lugar muy transcurrido y de fácil acceso al público.

Capitulo V. Estudio Económico y Financiero: se elabora teniendo en cuenta toda la información y los datos obtenidos en las anteriores fases.

Es la planificación de un todo, realizando un análisis económico-financiero para conocer la rentabilidad y factibilidad del proyecto. Además se podrá conocer los costos de inversión mediante la relación coste/beneficio y así llegar a determinar cuan rentable es el proyecto.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La vida surgió en el mar. Allí se formaron las primeras células, que dieron origen a la vida en nuestro planeta. Los seres humanos conservamos una memoria acuática de los orígenes, es decir conservamos nuestro océano interior. El 70% de nuestra masa corporal es agua de mar. Nuestras células viven en un verdadero acuario marino. Cuando apareció la vida en el mar, la concentración de estas sales era del 9%, es decir 9 gramos de sales minerales por litro de agua de mar; justamente la misma concentración de sales que actualmente tenemos en nuestro medio interno (9 gramos de sales minerales por litro de sangre) y en el de todos los animales y plantas.

Fue René Quinton (Nació en 1867 París, 1925 fisiólogo y naturalista francés.) quien difundió todos los fundamentos, propiedades y leyes que explican cómo el agua de mar es un nutriente, porque contiene, además de los carbohidratos, grasas y proteínas imprescindibles para la vida, hidrógeno, nitrógeno, oxígeno, magnesio, manganeso, sodio, potasio, calcio, hierro, fósforo, flúor, sílice, cobre y yodo, alrededor de 83 elementos biodisponibles de los 118 elementos de la tabla periódica, más el zooplancton y el fitoplancton que son proteínas puras.

El agua de mar es muy buena y eleva nuestros niveles de nutrientes.

El agua de mar no está contaminada porque al ser tan salada inactiva los gérmenes de procedencia accidental terrestre.

Los seres humanos, al igual que el resto de los seres vivos, necesitan, además del agua que es vital, una variada y equilibrada alimentación que es fundamental para la vida. Una dieta correcta debe contener cantidades adecuadas de proteínas, lípidos, glúcidos, vitaminas y minerales. La base de una buena nutrición reside en el equilibrio, la variedad y la moderación de nuestra alimentación.

## Los beneficios de aprender a comer

- Mejora la digestión
- Previene o retrasa trastornos de envejecimiento celular y orgánico
- Aumenta la energía vital
- Mejora el estado de ánimo
- Disminuye la ansiedad y depresión por equilibrio de neurotransmisores
- Acelera el metabolismo
- Mejora el sistema inmune



Figura 6: La Pirámide de Alimentación Saludable

La situación alimentaria y nutricional del Ecuador refleja la realidad socioeconómica; el potencial productivo y la capacidad de transformar y comercializar los alimentos que satisfagan los requerimientos nutricionales de la población a todo nivel.

Una investigación del Doctor Jarricot entre los años 1910 y 1950 quién fundó los llamados “Dispensarios marinos”. Allí se usaba agua de mar

para curar diversas enfermedades, como ser el cólera, la tiroides, la desnutrición y los problemas de la piel. Pudieron así salvar miles de vidas, sobre todo niños. Luego se envasaba el agua del mar y se la denominaba “plasma marino”. Estos dispensarios fueron también creados en otros países del mundo, como Colombia, Argentina, España, México, Uruguay y Sudáfrica. Nuevos estudios han revelado que el agua de mar limpia el intestino grueso, da energías, mejora las defensas y desintoxica el organismo.

Considerando que la Isla de la Plata, Manabí es una de las nuevas maravillas de Ecuador ubicada frente a las costas de Manabí. La isla de la Plata forma parte del Parque Nacional Machalilla. Posee aves y animales que también los encontramos en Galápagos, tales como los piqueros patas azules, piqueros patas colorados y piqueros enmascarados, aparte de las fragatas y albatros. Se han observado lobos marinos y en el período de junio a septiembre, la migración de ballenas jorobadas desde la Antártida, que llegan hasta el pacífico ecuatorial buscando aguas más templadas para sus crías. Estos cetáceos, de 14 a 16 m de largo, que al entrar en aguas de la isla de La Plata realizan espectaculares acrobacias, se han convertido en atractivo para el turismo especializado en la naturaleza y en la investigación marina.

La visita a la isla de La Plata resulta una provechosa experiencia y muy atractiva manera de recreación además, la transparencia de las aguas adyacentes a la isla permite obtener calidad de recursos naturales.

## FORMULACION DEL PROBLEMA

En diferentes ramas de terapias naturales se está recetando por especialistas médicos el consumo de agua de mar con beneficios saludables.

¿Es considerado viable comercial, financiera y técnica la creación de una planta embotelladora de agua del mar de la Isla de la Plata-Manabí?

La mayoría de las personas no conocen cuáles son las múltiples ventajas que ofrece el agua de mar en el cuerpo, tanto de manera externa como interna (al beberla).

Existen métodos comprobados científicamente por médicos y miles de casos clínicos, que corroboran que el agua de mar puede detener enfermedades y prevenirlas así cómo evitarlas.

Nuestra inquietud está basada en si el potencial mercado consumidor es mayor al tamaño elegido para nuestro proyecto, técnicamente viable si el tamaño del proyecto elegido es congruente con la capacidad efectiva de la planta y financieramente viable dado que si existen las suficientes fuentes de financiamiento para nuestro proyecto y éste es viablemente rentable para continuar. Los Dispensarios Marinos incorporan un principio de gratuidad del agua de mar, por René Quinton en Francia y el salubrista colombiano Joaquín Pablo Domínguez, desde 1957.

Existe una experiencia continua, ininterrumpida, de consumo masivo de agua de mar en La Ceja (Colombia), Nicaragua, Ciudad Real en España, algunas regiones de Uruguay, y otros lugares del mundo, los cuales mostraron evidencias clínicas del uso de agua de mar bebida y en la preparación de alimentos y sus beneficios para la salud humana y animal.

## **JUSTIFICACION DEL ESTUDIO**

La ingesta de agua de mar con fines médicos es una a solución parcial que ayuda a equilibrar deficiencias en el cuerpo.

Se llevará a cabo una investigación que permita implementar un PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EMBOTELLADORA DE AGUA MEDICINA

En la elaboración de nuestro producto queremos indicar principalmente las propiedades curativas y cualidades que tiene el agua de mar.

Los tratamientos terapéuticos a base de agua de mar no son una moda repentina que haya surgido de la noche a la mañana.

Distintos médicos, expertos o periodistas de la época resaltan sus evidentes éxitos a la hora de tratar enfermedades como: enfermedades diarreicas, Diabetes, hipertensión arterial, enfermedades respiratorias, sobrepeso y obesidad.

## **OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

Estudiar la factibilidad de ejecutar un proyecto de Filtración, Ultrafiltración, embotellamiento y comercialización de agua de mar proveniente de la isla de la plata. Este proyecto se ejecutara en la ciudad de Guayaquil, bajo el nombre “Isla de la Plata medical Sea Water”.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Diseñar un plan de negocio siguiendo el modelo CANVAS enfocándonos principalmente en las necesidades del consumidor de bebidas de la zona urbana de Guayaquil.
- Desarrollar un Plan de Marketing siguiendo el modelo de negocios Canvas que permita posicionar el producto en los consumidores de la ciudad de Guayaquil alcanzando una participación del 4% en la brecha de la demanda.
- Elaborar un diseño organizacional y estructurar orgánicamente a la empresa “Isla de la Plata Sea Water S.A.” que llevara a cabo el desarrollo y ejecución de este proyecto de negocios.
- Realizar un estudio técnico operacional para producir una agua embotellada de origen marino con altísimos estándares de calidad y que compita con aguas embotelladas internacionales.
- Analizar de manera económico y financiera la viabilidad de este proyecto con el objetivo de alcanzar en dos años una rentabilidad en el negocio del 50 % y que nos permitan un flujo de caja positivo.



## MARCO TEORICO

### PROPIEDADES MEDICINALES DEL AGUA DE MAR

El agua de mar puede ser una verdadera bendición para nuestra salud y para nuestra belleza. De hecho, desde los tiempos más remotos ya se usaba la talasoterapia para combatir diversos trastornos del organismo y estéticos. El agua de mar es un elemento verdaderamente terapéutico por su contenido en elementos que son beneficiosos para el cuerpo humano. Eso la convierte en una sustancia curativa capaz de ayudar al cuerpo de una manera natural y también de permitir encontrar el equilibrio que nuestro cuerpo necesita. Pero, ¿qué tiene el agua de mar que le aporta estas propiedades curativas?

Entre las propiedades curativas del agua de mar se encuentran:

- Rehidrata al mismo tiempo que suministra la totalidad de los minerales más puros y orgánicos (electrólitos) en una forma fácilmente asimilable.
- Reequilibra el desbalance de la función enzimática, sin la que es imposible el funcionamiento de los mecanismos de la autoreparación y la salud consiguiente.
- Regenera las células individualmente como consecuencia de que el agua de mar les suministra todos los elementos imprescindibles para su buen funcionamiento, con lo que el organismo vuelve al equilibrio, que se materializa en salud.

Podemos usarla de diferentes maneras:

- Cuando se bebe sin rebajar ayuda al tránsito intestinal

- Su uso en la cocina para salar los alimentos es ideal
- Podemos ionizarla convirtiéndola al mismo grado de salinidad que nuestros líquidos del cuerpo como las lágrimas
- Es ideal para la limpieza bucal
- Perfecta para lavar el estómago
- Bebida antes de las comidas ayuda a controlar el apetito cuando es necesario
- Nos aporta electrolitos y minerales de forma perfectamente asimilable por el organismo
- Mejora la salud en general ya que equilibra la función enzimática y de auto reparación celular

De las personas que nos llevan en esta corriente encontramos:

### **René Quinton (1867 – París, 1925)**

Fue un fisiólogo y un naturalista francés. Elucubró acerca de la teoría de que el «agua de mar» era el «entorno natural» en el que se desarrollan las células animales.

### **Doctor Marco Francisco Payá.**

Es director médico de los Laboratorios Quinton Internacional, cuya misión es envasar el llamado «Plasma de Quinton»

### **Pedro Pozas Terrados**

Naturalista. Primatólogo-Director Ejecutivo y Coordinador del Proyecto Gran Simio inicio proyectos de varias monografías sobre las aportaciones de las investigaciones de René Quinton en cuanto a las propiedades del agua de mar y sus beneficios para nuestra salud.

### **Dra. María Jesús Clavera Ortiz**

Médico, Pediatra, Médico Naturista y Ortomolecular, Epidemióloga. Diplomada en Sanidad, miembro de la Asociación de Médicos Naturistas y de la Asociación de Medicina Ortomolecular.

### **Dr. Francisco Javier Martínez Ruíz**

Médico, Microbiólogo, Médico Naturista y Ortomolecular, Epidemiólogo. Diplomado en Sanidad. Miembro de la Asociación de Médicos Naturistas y de la Asociación de Medicina Ortomolecular. El agua de mar; una herramienta terapéutica importante en la consulta de medicina biológica. Barcelona (España), 24 de marzo de 2007.

### **Francisco Martín**

Escritor especializado en libros de redacción sobre temas de salud. Autor del libro Beber agua de mar. Teniendo en cuenta las leyes del Dr. Hamer sobre la autocuración, en el que nos comparte las propiedades nutritivo-medicinales.

## **PRINCIPALES ENFERMEDADES EN EL ECUADOR QUE HAN SIDO TRATADAS CON AGUA DE MAR**

### **ENFERMEDADES DIARREICAS**

Son infecciones del tracto digestivo ocasionado por bacterias, virus o parásitos, cuyo principal síntoma es la diarrea. Esto es, la deposición 3 o más veces al día de heces sueltas o líquidas.

Las diarreas son más frecuentes en verano debido al clima que favorece la diseminación de las bacterias que las provocan, con las altas temperaturas, aumenta el riesgo de deshidratación.

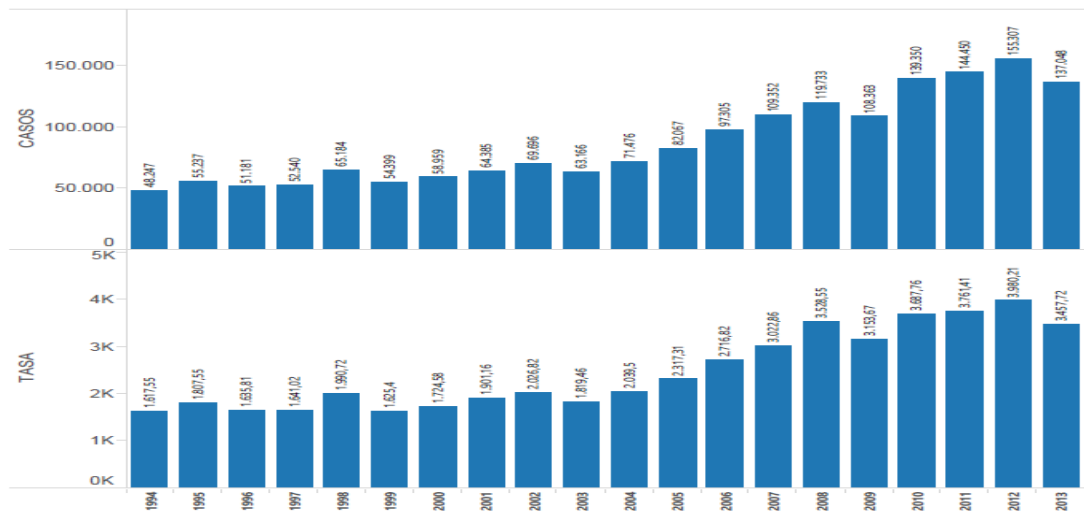


Figura 7: Enfermedades diarreicas (Provincia Guayas)

PROVINCIA	AÑO	
	2013	
	CASOS	TASA
AZUAY	27,295	3,490.77
BOLIVAR	4,414	2,232.59
CAÑAR	17,777	7,130.85
CARCHI	7,721	4,370.49
CHIMBORAZO	14,298	2,907.56
COTOPAXI	5,714	1,285.78
EL ORO	30,206	4,622.90
ESMERALDAS	20,477	3,524.38
GALAPAGOS	1,578	5,635.71
GUAYAS	137,048	3,457.72

Tabla 3: Enfermedades diarreicas enfocada en la Provincia de Guayas

## DIABETES

Es una enfermedad crónica que aparece cuando el páncreas no produce insulina suficiente o cuando el organismo no utiliza eficazmente la insulina que produce. La insulina es una hormona que regula el azúcar en la sangre. El efecto de la diabetes no controlada es la hiperglucemia (aumento del azúcar en la sangre), que con el tiempo daña gravemente muchos órganos y sistemas, especialmente los nervios y los vasos sanguíneos.

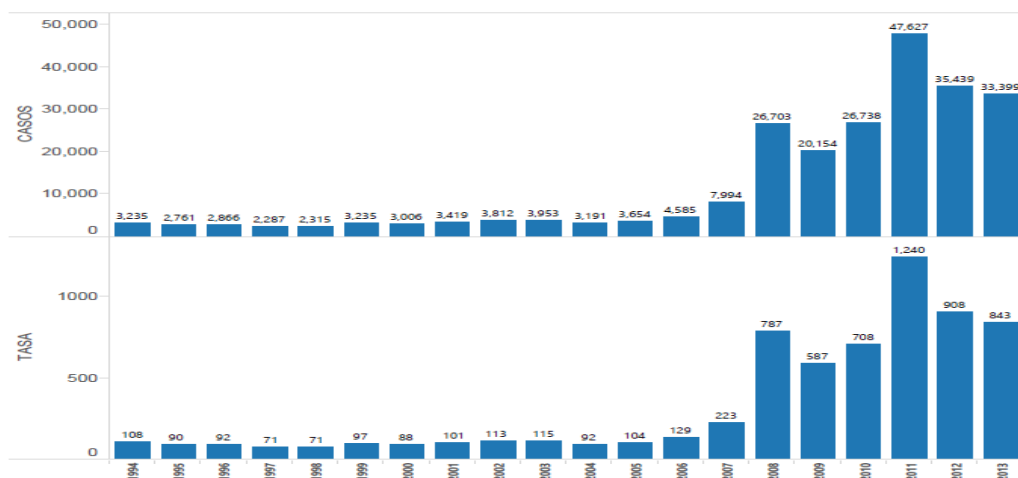


Figura 8: Diabetes (Provincia de Guayas)

PROVINCIA	AÑO 2013	
	CASOS	TASA
AZUAY	3,829	489,69
BOLIVAR	216	109,25
CAÑAR	2,277	913,37
CARCHI	759	429,63
CHIMBORAZO	1,302	264,77
COTOPAXI	566	127,36
EL ORO	9,186	1,405,88
ESMERALDAS	2,466	424,43
GALAPAGOS	58	207,14
GUAYAS	33,399	842,66

Tabla 4: Diabetes enfocada a la Provincia de Guayas

## HIPERTENSION ARTERIAL

Es una medición de la fuerza ejercida contra las paredes de las arterias, a medida que el corazón bombea sangre a través del cuerpo.

La presión arterial generalmente se dan como dos números. El número superior se denomina presión arterial sistólica y el número inferior, presión arterial diastólica. Por ejemplo, 120 sobre 80 (escrito como 120/80 mmHg).

La tensión arterial normal en adultos es de 120mm Hg1 cuando el corazón late (tensión sistólica) y de 80mm Hg cuando el corazón se relaja (tensión diastólica). Cuando la tensión sistólica es igual o superior a 140mm Hg y/o la tensión diastólica es igual o superior a 90 mm Hg, la tensión arterial se considera alta o elevada.

Causa dolor de cabeza. Dificultad respiratoria, vértigos, dolor torácico, palpitaciones del corazón y hemorragias nasales. Con todo, la mayoría de los hipertensos no presentan síntoma alguno.

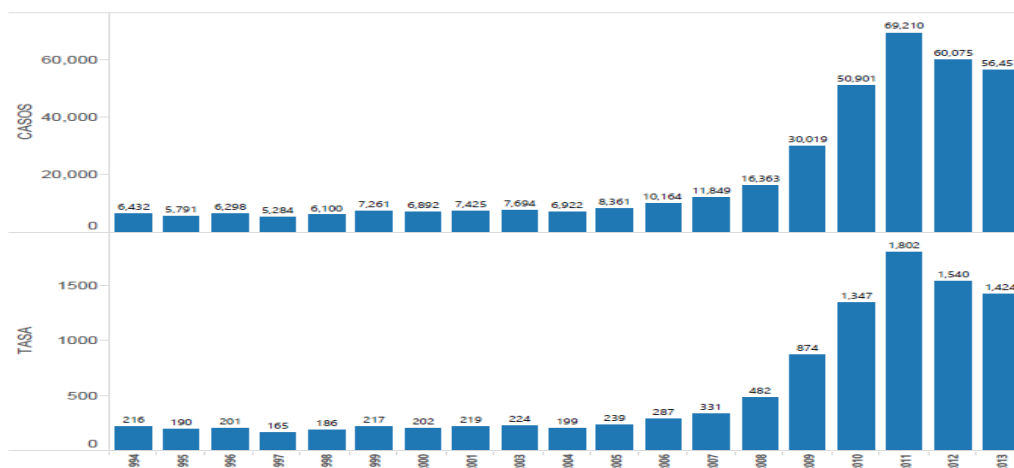


Figura 9: Hipertensión arterial (Provincia Guayas)

PROVINCIA	AÑO 2013	
	CASOS	TASA
AZUAY	6.368	813,77
BOLIVAR	478	241,77
CAÑAR	4.001	1.604,91
CARCHI	2.708	1.530,04
CHIMBORAZO	3.589	729,84
COTOPAXI	1.753	394,47
EL CRO	9.175	1.404,19
ESMERALDAS	6.597	1.135,44
GALAPAGOS	67	239,29
GUAYAS	56.457	1.424,41

Tabla 5: Hipertensión arterial enfocada a la provincia de Guayas

## ENFERMEDADES RESPIRATORIAS

Esta enfermedad se caracteriza por la afectación del tracto respiratorio, desde la faringe hasta los pulmones, con una evolución de menos de 15 días y es la primera causa por la que los centros asistenciales se llenan de pacientes. Las cifras de atención de hace dos años registran 50.612 casos atendidos por infecciones respiratorias.

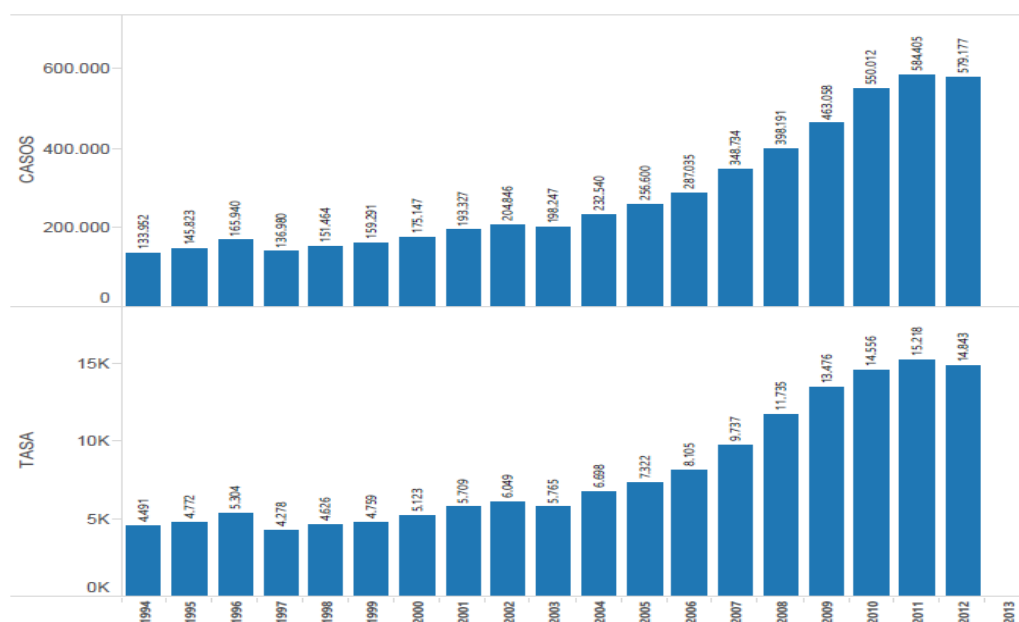


Figura 10: Enfermedades respiratorias (Provincia de Guayas)

PROVINCIA	AÑO	
	CASOS	TASA
EL ORO	322	51.53
MANABI	1	0.07
ZAMORA CHINCHIP.	6	5.84
TOTAL	329	2.09
COSTA	323	4.12
AMAZONIA	6	0.73
T.PAIS	329	2.09

Tabla 6: Enfermedades respiratorias (todas las provincias)

## SOBREPESO Y OBESIDAD

El sobrepeso y la obesidad se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud.

El índice de masa corporal (IMC) es un indicador simple de la relación entre el peso y la talla que se utiliza frecuentemente para identificar el sobrepeso y la obesidad en los adultos. Se calcula dividiendo el peso de una persona en kilos por el cuadrado de su talla en metros (kg/m<sup>2</sup>).

La definición de la OMS es la siguiente: Un IMC igual o superior a 25 determina sobrepeso. Un IMC igual o superior a 30 determina obesidad.

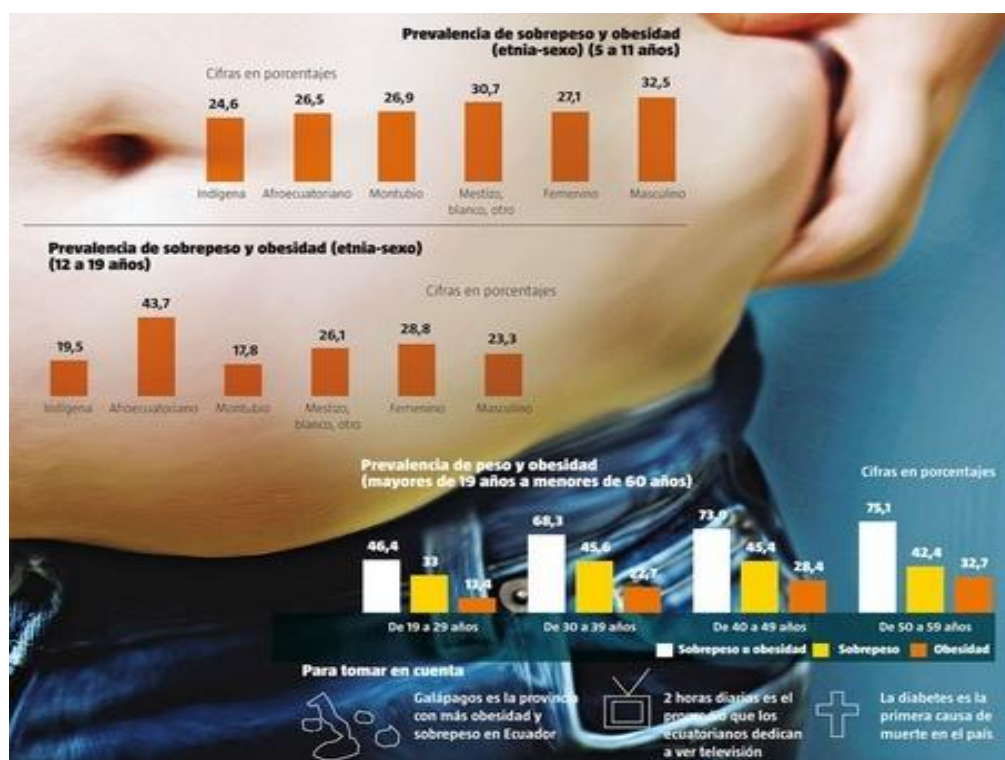


Figura 11: Encuesta nacional de salud y nutrición

Fuente: Ministerio de Salud Pública (2013)

Los resultados de la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición (Ensanut 2011 – 2013) revelan una realidad poco alentadora sobre nuestra manera de alimentarnos. El informe señala que 5'558.185 ecuatorianos de entre 19 y 59 años sufren de sobrepeso u obesidad.



## **CAPÍTULO I.**

### **ESTUDIO DE MERCADO MODELO DE CANVAS**

Mediante el estudio de Mercado se determina el espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico, entendiéndose por espacio la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto en un área delimitada. Se trata de diseñar un plan de negocio siguiendo el modelo CANVAS enfocándonos principalmente en las necesidades del consumidor de bebidas de la zona urbana de Guayaquil, basándonos en un estudio de factibilidad utilizado como antecedente para la ejecución de los estudios técnicos de ingeniería financiera y económica para determinar la viabilidad del PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA EMBOTELLADORA DE AGUA MEDICINAL” ISLA DE LA PLATA SEA WATER” EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.

Es Agua del mar purificada en botellas de 330 ml de vidrio. Todas las botellas estarán con un dispositivo de cierre hermético inviolable destinado a cero niveles de falsificación y/o contaminación.

La misma se obtendrá de una reserva natural muy beneficiosa de la Isla de la Plata, el cual se situará en la Provincia de Manabí, para la extracción de agua con medios mecánicos o por la surgencia propia por efecto de la gravedad, la profundidad promedio oscilan entre los 70 y 150 metros.

Será trasladada y embotellada en la Planta ubicada en Guayaquil, siguiendo los más altos estándares de seguridad y calidad; para evitar todo tipo de alteraciones contaminación microbiológica y en su composición química.

Una de las características que la distinguirá es su escaso tiempo de tránsito, por lo cual no tendrá contacto con el ambiente. Y la diferenciación

más importante será en cuanto a su envase, el mismo presentará un diseño de vidrio original y ergonómico.

En cuanto a los caracteres sensoriales, se tendrá en cuenta lo establecido en el Código Alimentario, es decir:

- Color: hasta 5 u (unidades de la escala Pt-Co)
- Sabor: característico, sin sabores extraños
- Turbidez: hasta 3 UT (unidades nefelométricas )
- Olor: característico, sin olores

## 1.1 MODELO DE NEGOCIOS BASADO EN CANVAS


<b>Asociaciones Clave</b>  Farmacias  Centros Naturistas  Supermercados	<b>Actividades Claves</b> Ser agua curativa. Campaña de lanzamiento (Folletos publicitarios en puntos estratégicos) Servicio de calidad para que sirva de referencia	<b>Valor Añadido</b>  Agua medical natural del mar  	<b>Relación Cliente</b> Redes sociales Atención Personalizada	<b>Segmento de Mercado</b>          Personas que deseen tomar agua del mar.
	<b>Recursos Claves</b> Publicidad Mantenimiento de Redes Sociales Página web		<b>Canal</b> Página web Teléfono Venta directa	
<b>Estructura de Costes</b> Publicidad Suministros Maquinarias Costes variables		<b>Fuente de Ingreso</b> Ingresos por ventas		

Tabla 7: Modelo de negocios basado en Canvas.

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

### 1.1.1 SEGMENTOS DE CLIENTES

El futuro para producir botellones de agua purificada en Ecuador es prometedor; se prevé un aumento significativo en el consumo y la aparición de más competidores que brindarán mayor dinamismo al mercado; ya sea por salud, la creciente demanda hacia los productos naturales, dietéticos e hidratantes, dan paso a la creación de muchos negocios entre los que se incluye el agua de mar purificada embotellada.

El agua es un recurso indispensable para la vida y cuando se habla de vida estamos haciendo referencia al valor que posee el agua de mar en su proceso de Filtración.

Las necesidades que se van a satisfacer son las siguientes:

- Cobertura: Abarcar otros segmentos del mercado.
- Ampliación: Nuevas Áreas y maquinarias para nuevos productos.
- Bienestar y Salud: Cumplir con todas las normas de calidad y garantizar la elaboración del producto.
- Precio: Entregar a los consumidores un producto de calidad, manteniendo las mismas políticas de costos.
- Seguridad: Seguir brindando confianza en los procesos.
- Diseño: Creatividad en el diseño de la etiqueta y de las características del envase.

En vista del entorno que rodea al negocio del agua embotellada, y de la investigación de Mercado realizada se ha podido determinar que el mercado al que se piensa dirigir nuestro proyecto estará definido de la siguiente manera:

- Geográfico: el mercado objetivo será la Ciudad de Guayaquil, la misma que comprende los sectores Norte, Centro y Sur.

- **Demográfico:** el producto estará dirigido a la población Urbana de la Ciudad de Guayaquil en general, pero principalmente a las personas que se encuentren entre los 18 a 60 años de edad, ya que representan el mayor rango de enfermedades.
- **Socioeconómico:** Este aspecto tiene total enlace con el anterior, ya que de acuerdo al rango de edad señalada, las personas ya tendrán un nivel de educación media, lo que les permitirá formular su propio criterio de selección.



Figura 12: Segmento Clientes

#### **Factores que determinan la demanda de nuestro producto:**

**Concentración geográfica de la demanda:** El puerto principal Ciudad de Guayaquil, la misma que comprende los sectores Norte, Centro y Sur.

**Estacionalidad:** Gozaremos en gran proporción del recurso natural en todas las estaciones del año, puesto que no necesitamos ni dependemos de una causa o efecto para extraer el agua del mar.

**Restricciones Económicas:** Se producen cuando el sector al cual nos enfocamos no estaría dispuesto a invertir sea en salud o bienestar de cada individuo. El cual vamos a fomentar cultivando en las personas el consumo de agua de mar como bebida refrescante y medicinal sustentando con estudios.

### **1.1.2 PROPUESTA DE VALOR**

**Ofrecer una bebida elaborada con recursos naturales para el mercado guayaquileño.**

**Bebida para el consumo humano, extraída de la Isla de la Plata con una alta calidad, resultado de un moderno y exigente proceso de purificación.**

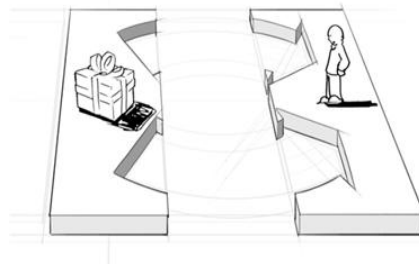


Figura 13: Propuesta de valor

Existen métodos comprobados científicamente por médicos y miles de casos clínicos, que corroboran que el agua de mar puede detener enfermedades y prevenirlas así como evitarlas.

### **1.1.3 CANALES**

En nuestro caso, hemos optado por ambas opciones dado los canales indirectos a través de distribuidores y canales directos a través de la propia distribución por parte de la misma empresa.

#### **1.1.3.1 Productor-Consumidor**

La venta que nos da es que se realizara puerta a puerta, generándonos una leve ventaja por su concepto de mejorar la alimentación y aliviar otras enfermedades.

### **1.1.3.2 Productor-Distribuidor-Consumidor**

Teniendo un mayor peso debido a las alianzas establecidas las cuales generan poder de convencimiento. Por ende basadas en criterios de Doctores y Nutricionistas.

### **1.1.4 RELACIÓN CON EL CLIENTE**

Nuestro producto mantendrá una relación muy estrecha con el cliente, se fomentara la asistencia a cursos, seminarios, talleres y charlas para ampliar el conocimiento de las propiedades curativas del agua de mar con expertos en el tema.

La relación con el cliente va a ser directa.

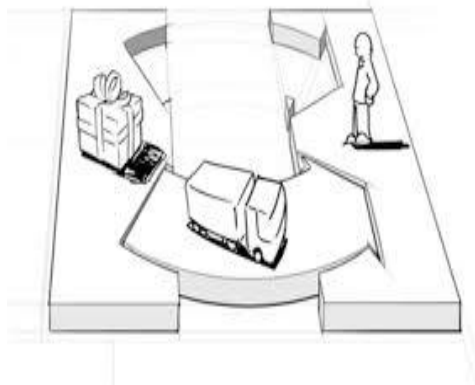


Figura 14: Relación con el cliente

### 1.1.5 FUENTES DE INGRESO

Nuestra fuente de ingreso va a ser por cada venta que hagamos del producto. Esto nos ayuda ya que el comprador no tiene suficiente poder de negociación para influir a su favor en condiciones de venta y/o términos.

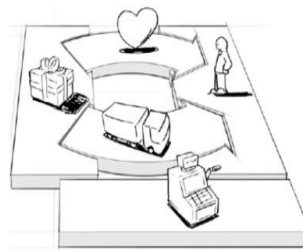


Figura 15: Fuentes de Ingreso

### 1.1.6 RECURSOS CLAVES

Nos asociaremos con centros supermercados, nutricionistas, farmacias, gimnasios, etc. El agua es un producto de alta elasticidad en relación con el ingreso. Lo cual nos podría crear una amenaza en períodos de crisis, pero queda en evidencia que siempre existirá un mercado meta al cual estamos enfocados y estará dispuesto a comprar nuestro producto.

La fidelidad del consumidor dependerá de nuestra habilidad para generar el compromiso y fidelidad a nuestra marca “SEA WATER”



### **1.1.7 ACTIVIDADES CLAVES**

Nuestra empresa estará dispuesta a elevar el cuidado y el bienestar de la salud, ya que logrará un equilibrio preciso de los minerales naturales beneficiosos para el organismo humano.

La publicidad y promoción va a ir aumentando todos los años para poder mantener nuestra participación de mercado, haciéndoles recordar que están consumiendo el mejor producto y luego para mantener nuestro producto en la mente de nuestros consumidores.

### **1.1.8 ASOCIACIONES CLAVES**

Tendremos tres niveles: producto básico, producto real y producto aumentado. En ellos, se detallarán algunos puntos tales como marca, características del empaque, etiqueta, servicio post-venta, entre otros.

Las asociaciones claves las haremos con Cadenas de Farmacias y Centros Nutricionistas.

### **1.1.9 ESTRUCTURAS DE COSTES**

Para este proyecto tendremos costos fijos como: servicios básicos, pago en mano de obra, costes variables tecnológicos, etc.

#### **Cálculo de los costos de inversión.**

A continuación se detalla la lista necesaria para el equipamiento de la empresa:

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>
<b>Equipos para filtración</b>	<b>\$ 30.000</b>
<b>Equipos para desinfección</b>	<b>\$ 8.500</b>
<b>Equipos para llenado y etiquetado</b>	<b>\$ 65.000</b>

<b>Mobiliario de oficina</b>	<b>\$ 10.000</b>
<b>Infraestructura y adecuaciones</b>	<b>\$ 15.000</b>
<b>Equipos de computación</b>	<b>\$ 4.500</b>
<b>Vehículos</b>	<b>\$ 25.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 158.000</b>

<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR</b>
<b>Gastos de constitución</b>	<b>\$ 800</b>
<b>Software contable</b>	<b>\$ 3.500</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.300</b>

<b>Activos Fijos</b>	<b>\$ 158.000</b>
<b>Activos Diferidos</b>	<b>\$ 4.300</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 57.928</b>
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>	<b>\$ 220.228</b>

Tabla 8: Inversión Inicial

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

## **1.2. Mercado Consumidor**

### **1.2.1 Localización del mercado**

El lugar abarcará todo el territorio de la ciudad de Guayaquil (zona urbana de la ciudad). No se intentará penetrar el mercado internacional, por el corto plazo, debido a los altos costos de logística.

### **1.2.2 Estudio del mercado**

El estudio de mercado tiene como finalidad la recolección y análisis de datos e información acerca de los consumidores, competidores y el mercado; realizando una investigación sobre la estructura del mercado; identificando las características del producto; y analizando la oferta y la demanda para luego determinar que porción de la población comprará un

producto o servicio, basado en variables como el género, la edad, la ubicación y el nivel de ingresos de la población, objetivo del estudio.

Se realiza el estudio de mercado, con el objeto de cuantificar la demanda de agua embotellada purificada en la ciudad de Guayaquil; así como los hábitos de consumo, la cantidad promedio de consumo de cada uno de los compradores existentes en la zona de estudio y así determinar el mercado al cual está dirigido principalmente el proyecto.

### **1.2.3 Investigación del mercado**

En el libro de Investigación de Mercados, de Naresh K. Malhotra, La American Marketing Association propone la siguiente definición formal de la investigación de mercados: “La investigación de mercados es la función que conecta al consumidor, cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing: para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing: para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados y comunica los hallazgos y sus implicaciones”

“La investigación de mercado comprende un proceso sistemático de diseño, obtención, análisis y presentación de los datos pertinentes a una situación de marketing específica que enfrenta una organización. Las compañías utilizan la investigación de mercados en una amplia variedad de situaciones. La investigación de mercados puede ayudar a evaluar la satisfacción y el comportamiento de compra de los clientes, estimar el potencial del mercado y la participación del mismo: o medir la eficiencia de la fijación de precios, de los productos, de la distribución, y de las actividades de promoción”. (Kotler, 2008).

“La investigación de Mercados es la identificación, recopilación, análisis y uso sistemático y objetivo de la información con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing”. (Malhotra, 2008).

Desde hace más de una década se toma agua embotellada, está de moda en nuestro país verse bien, consumir productos naturales, hacer ejercicio e hidratarse son algunas costumbres nuevas del consumidor ecuatoriano. Adaptándose a estas nuevas tendencias de mercado se aprovechan las grandes embotelladoras para ofrecer varios productos en el mercado, las empresas líderes en la industria se describen en el siguiente grafico:



Figura 16: Mercado de Agua embotellada

Fuente: Revista Lideres- Una década de cambios en el mercado.

### 1.2.4 Especificación de los objetivos de la Investigación

HERRAMIENTAS DE INVESTIGACION		
	OBJETIVOS	PROPOSITOS DE CADA OBJETIVO
ENTREVISTAS	1.- Determinar el rango de importancia de las bebidas embotelladas de agua 2.- Identificar preferencias de marcas en el mercado 3.- Determinar niveles de calidad y precios accesibles	1.- Para tomar como referencia en el diseño del nuevo producto 2.- Para medir alcance de cada marca 3.- Para ver el nivel de satisfacción de las personas
ENCUESTAS	1.- Identificar el perfil del consumidor de aguas embotelladas 2.- Determinar la marca más posicionada en el mercado 3.- Identificar los factores más importantes al seleccionar una marca 4.- Disponibilidad de precios a pagar	1.- Para determinar mercado objetivo 2.- Identificar los principales competidores 3.- Para utilizar en el Plan de Marketing 4.- Para analizar imagen de los consumidores hacia el producto nuevo 5.- Para fijar precio al nuevo producto

Tabla 9: Objetivos de la Investigación

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

### 1.3. Metodología de la investigación

Se utilizaron dos instrumentos metodológicos que son la entrevista y la encuesta.

**Encuesta.**-La encuesta es un cuestionario estructurado que se aplica a la población o a una parte de la misma y está diseñado para obtener información. En nuestro caso la encuesta va dirigida a la zona urbana de la ciudad de Guayaquil.

**Entrevista.**-Establece una comunicación directa, verbal y personal con los actores y conocedores del tema y puede contener información tanto cualitativa como cuantitativa. Las entrevistas van dirigidas a personas relacionadas con el tema, así como también a Nutricionista y a personas experimentadas en el tema de los Dispensarios Marinos.

### **1.3.1 Población y Muestra**

La muestra es una parte representativa de la población que se selecciona para ser estudiada, ya que la población es demasiado grande como para analizarla en su totalidad. Existen varios métodos de muestreo, los cuales se detallan a continuación:

- Muestreo aleatorio simple: Garantiza que cada muestra de algún tamaño dado, tenga la misma probabilidad de ser seleccionada.
- Muestreo sistemático: Se selecciona cada  $i$  enésimo ítem de la población.
- Muestreo estratificado: Se divide a la población en subgrupos o estratos y se toma la muestra de cada grupo.
- Muestreo por conglomerados: Se divide toda la población en conglomerados o grupos y luego se selecciona una muestra de estos conglomerados.

Para obtener una muestra representativa se utiliza el tipo de muestreo probabilístico aleatorio simple, puesto que es un procedimiento de selección mediante el cual se toman elementos poblacionales utilizando un procedimiento completamente aleatorio, del cual resulta que cada elemento de la población tiene igual probabilidad de selección. Permite además llegar en forma más representativa al mercado objetivo como es el caso de las familias que consumen agua purificada embotellada.

Se tomó como universo la población económicamente activa de la ciudad de Guayaquil, debido a que el proyecto busca introducir la bebida “SEA WATER” en el mercado guayaquileño.

### **1.3.2 Demografía de Guayaquil**

El 28 de noviembre de 2010 se llevó a cabo el VII Censo de Población y VI de la vivienda del Ecuador. Indicando el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC) los siguientes resultados en la ciudad de Guayaquil:

Habitantes	ZONAS	
2'350.915	Urbana	2'278.691 Hab
	Rural	72.224 Hab

Tabla 10: Población Guayaquil

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

La población económicamente activa en Guayaquil según el Censo de población en el año 2010 es de 2'350.915 habitantes.

De acuerdo a la segmentación de mercado considerada para este proyecto nos vamos a dirigir a la zona urbana 2'278.691.

A continuación se empleara la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Donde n= tamaño de la muestra

Z= 1.96 Es el porcentaje de datos que abarca en función del nivel de confianza dado, se escogió un grado de confianza del 95% el cual en la tabla de distribución normal corresponde a un valor de 1.96.

P= 0.5 Sobre la probabilidad no se tiene ninguna información previa tomamos el valor promedio 0.5.

$$Q=1-P= (1-0.5)=0.05$$

e =0.05 Es el error que se puede aceptar basándose en una muestra n; el cual indica la precisión de los resultados siendo un valor de 0.05.

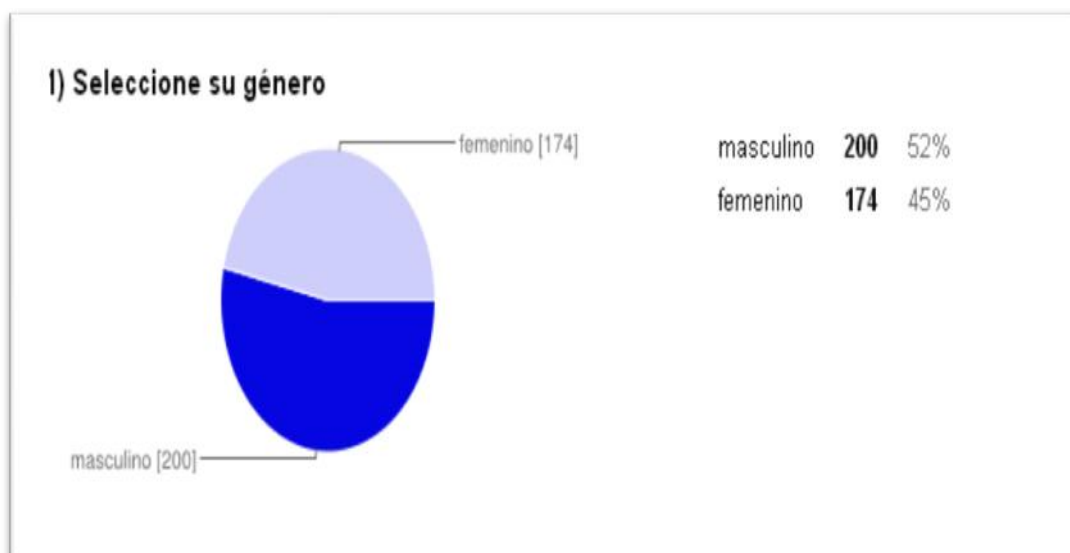
$$N = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5) \cdot (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$N = 384$$

Lo que implica que nuestra muestra probabilística es de 384 personas.

### 1.3.3 Análisis e Interpretación de los resultados de las encuestas

Figura 17: Género



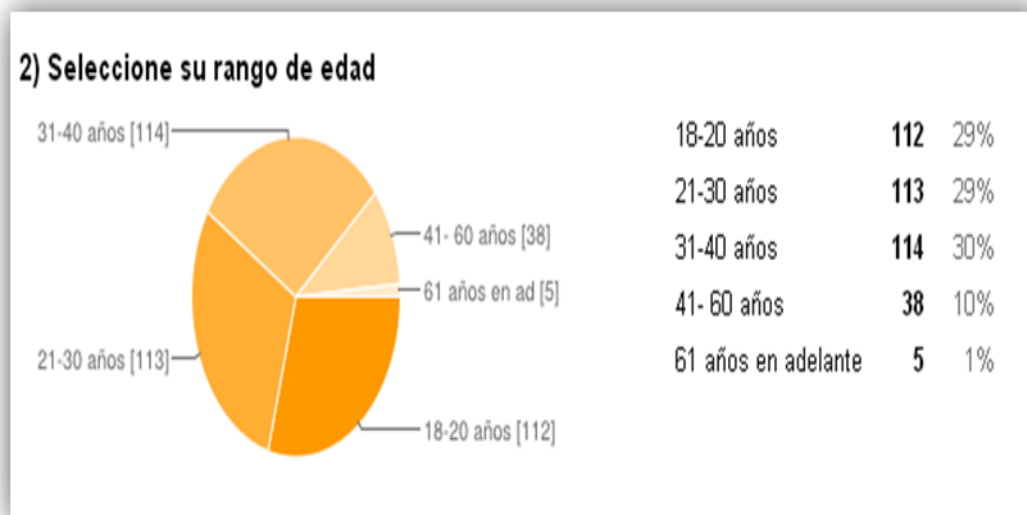
Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

El gráfico indica que nuestra población está sectorizada por el 52% de hombres seguido del 45% del sexo femenino del total de la muestra, de los cuales tendremos más adelante la subdivisión de edades en la ciudad de Guayaquil para poder caracterizar la demanda y enfocarnos al grupo que más destaca como factor principal la salud.



Figura 18: Edad

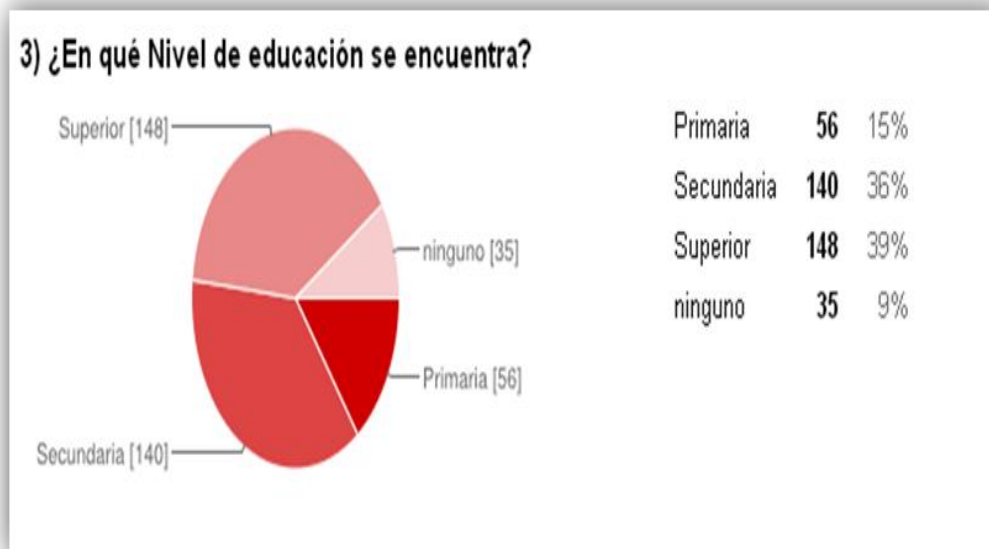


Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella  
Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Se observa en el gráfico que el 30% de las personas encuestadas se encuentran en el rango de 31-40 años, se genera una igualdad de entre los 18-20 años y 21-30 años con el 29%, mientras la minoría se acentúa con el 10% y 1% de 41-60 años y 61 en adelante respectivamente.

Por lo expuesto anteriormente se considera los segmentos más importantes y destacados los porcentajes de 29% y 30% para brindar nuestro producto aquellas personas de 18 a 40 años.

Figura 19: Nivel de Educación



Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Se puede notar que el 39% de la población tomada por muestra está con un nivel de educación muy alto, muy casi a la par con el nivel de educación secundaria que da como resultado un 36% y por ultimo aunque no por eso irrelevante el nivel de educación primaria y ninguno.

El segmento por nivel de educación Secundaria y Superior se ubica por encima de todos para análisis de nuestro proyecto, dando como respuestas muy valederas a nuestra encuesta.

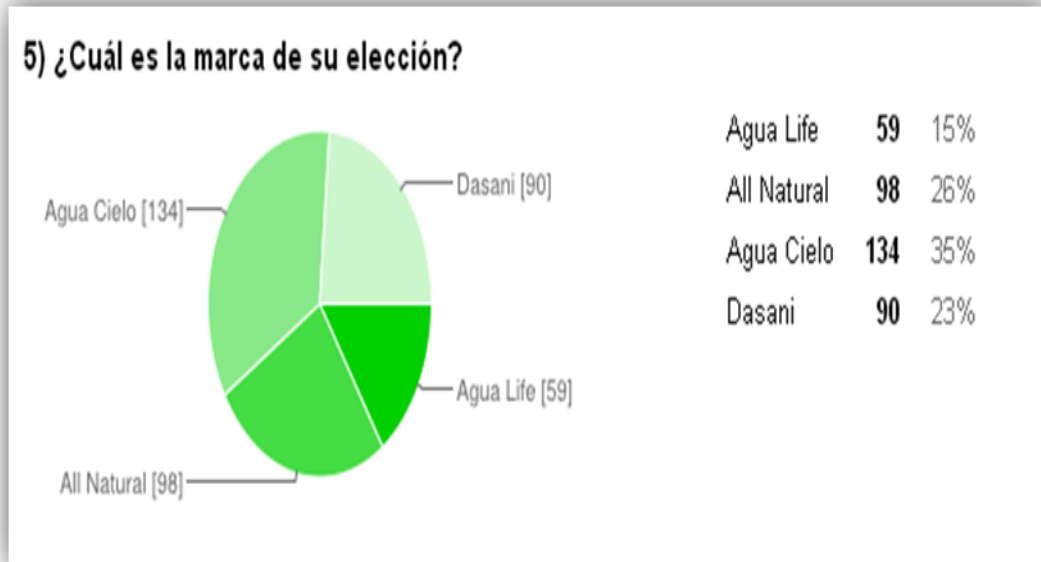
Figura 20: Promedio consumo de agua



Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella  
Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Se puede observar que las personas encuestadas si toman agua en su rutina diaria, la gran mayoría de ellas toma agua 3 veces al día dando como resultado un porcentaje alto de 42% es decir 162 de los encuestados, seguido de las personas que solo toman agua cuando tienen sed con un 28%, el porcentaje de personas que toman agua 2 veces al día es de 17%, los que en minoría toman una vez al día agua son de un 9% y 2% los que le dan menor importancia a tomar agua, dejando como hipótesis que aquellos que no toman agua a diario tal como nos lo indicó la Dra. María Vargas no eliminan toxinas del cuerpo, el agua nos ayuda para la dispersión de las vitaminas y minerales que nosotros consumimos.

Figura 21: Marcas de preferencias



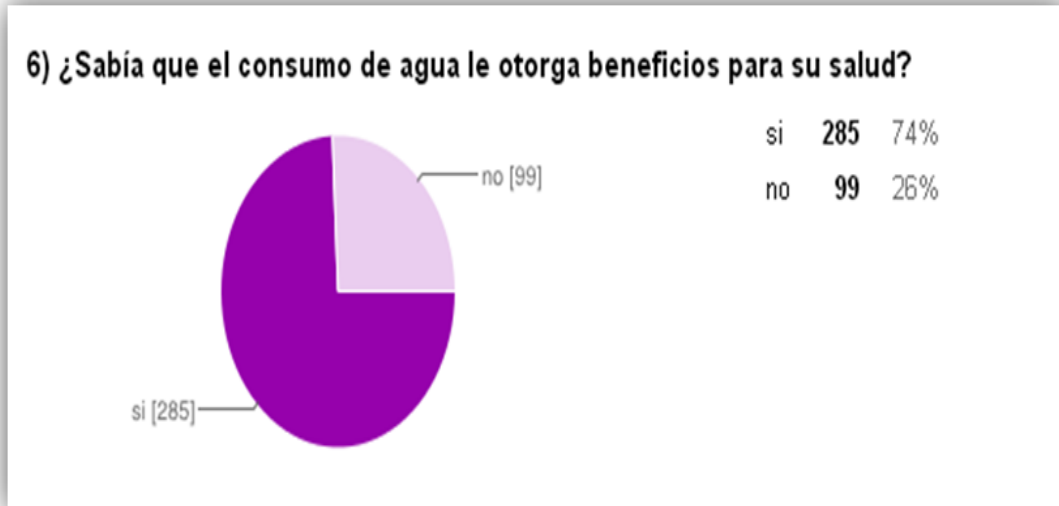
Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Según la encuesta realizada en la ciudad de Guayaquil el Agua marca Cielo es la que más alto porcentaje tiene a la hora de elegir con un 35%, con una leve diferencia le sigue All Natural con un 26%, en tercer lugar esta Dasani con un 23% y por ultimo Agua Life con un 15%.

Como se puede apreciar tenemos una competencia directa con las 2 marcas principales Agua Cielo y All Natural, que como ventaja tendrán bajos costos por el envase tipo PET, el cual en nuestro proyecto está descartado porque vamos enfocados a la salud de los ecuatorianos y este tipo de envase ya reporta bacterias y anomalías en estudios realizados en E.E.U.U.

Figura 22: Conocimientos básicos del consumo de agua para la salud

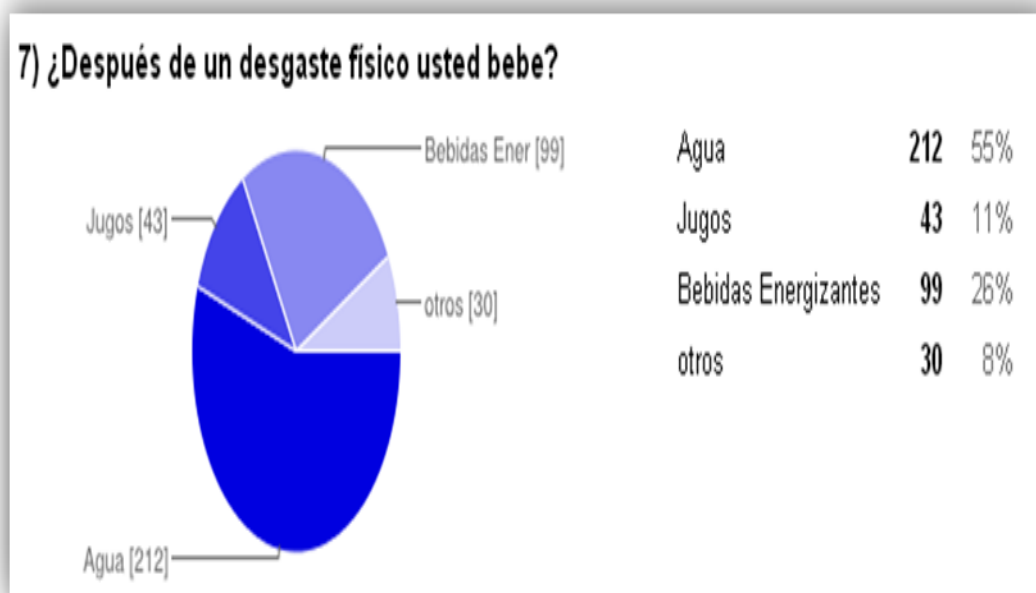


Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Se preguntó sobre el conocimiento previo que tienen las personas que consumir agua a diario tiene sus ventajas y beneficios, dando como resultado que la gran mayoría el 74% si tiene conocimiento de esto por ende la consume a diario indistinto de las veces que lo haga, y que el 26% desconoce del tema.

Figura 23: Costumbres habituales después de una rutina de ejercicios



Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Las personas al terminar de realizar una rutina de ejercicios o de hacer una actividad acostumbran a tomar agua pues si y eso es lo que nuestro estudio enfoca como resultado tenemos que el 55% de la población tomada si lo hace, aun así tenemos como desventaja que lo que nos acapara parte del mercado también son las bebidas energizantes con un 26% y el resto pues 11% consume jugos varios entre otras bebidas con un 8%.

Figura 24: Comentarios referente a la pregunta abierta ¿Bebería usted agua de mar purificada?

---

Si.

Me han contado que es muy buena incluso medicinal

Si, si es purificada y tratada cumpliendo con las normas para el consumo humano

Si sabiendo que contiene beneficios

No

TAL VEZ

Si el agua tiene el mismo sabor o mismos beneficios yo si tomaría.

Si porque me brinda beneficios saludables

Si porque es saludable

sí, porque el agua purificada es extremadamente liviana en minerales

si por sus propiedades naturales

no porque no tengo bien en claro cómo funciona ese sistema de potabilización de agua

Si porque esta purificada

Porque es agua y purificada

Si porque es una buena opción

Si por salud

Si porque es un medio natural

Si porque es una opción de beber agua y tener salud optima

Si por salud y bienestar

Si por el simple hecho de ya estar purificada por un proceso de normas y calidad

si porque es un medio natural

si estoy dispuesta al cambio y más si es para mejorar la salud

si es lo mejor esas bebidas energizantes suelen ser dañinas

si porque ya tiene un proceso de purificación

Si le da una hidratación más rápida a mi cuerpo si

si porque tiene un proceso de purificación

si porque tiene un previo proceso de purificación

Si porque tiene procesos de purificación asumo que bajo estrictas normas de calidad

Tal vez conociendo los beneficios

Si por ser agua natural

No lo creo

Si porque considero un medio alternativo y saludable el agua de mar

Si depende de cómo sea el proceso debe estar como el agua dulce debe tener las mismas proporciones

si por que tiene muy buenos beneficios en la salud

no sabría pero creo que no

Depende...! si está bien, pero bien purificada sí.., sin ninguna duda..!

Si por salud

Si es para curar o aliviar alguna dolencia si

Creo que sí, porque al final de todo el agua se purifica sólo que las grandes

---

empresas que realizan esa actividad le llaman de otro nombre a esos procesos, sí bebería agua de mar PURIFICADA.

Si. Porque sería mejor.. y más saludable

Si por bienestar

Si porque he escuchado que proporciona múltiples beneficios

Si pues estaría bajo normas de calidad

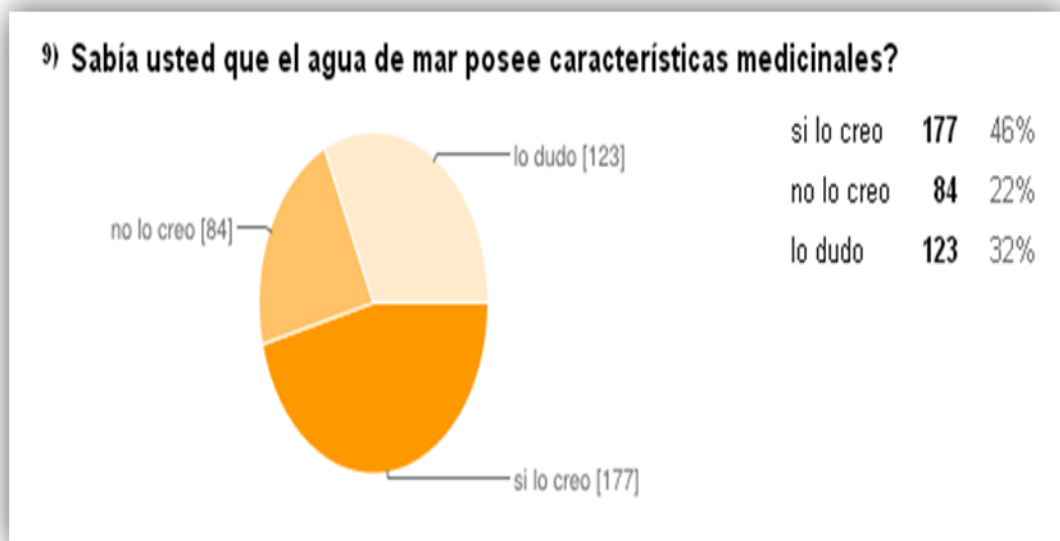
Si es agua para mejorar la salud

Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

He aquí alguno de los comentarios más relevantes, para análisis a profundidad.

Figura 25: Conocimientos del agua de mar con propiedades medicinales



Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

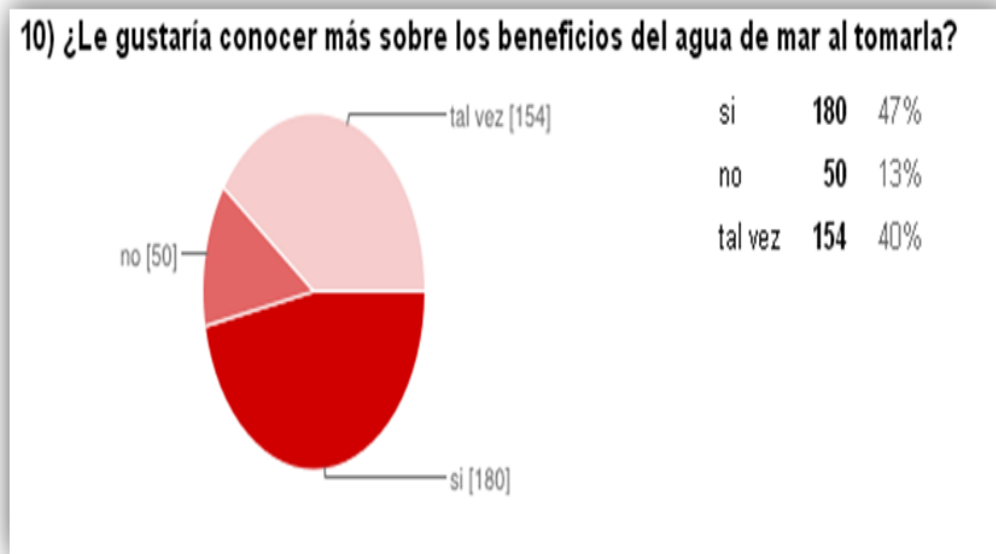
Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Las personas si creen que el agua de mar contiene propiedades curativas como muestra los resultados obtenidos, eso da una excelente pauta a nuestro proyecto, dando como resultado un 46%, aunque debemos



trabajar con mayor énfasis en aquellas personas que dudan de las propiedades que tiene el agua de mar el 32% y de las que no lo creen 22%.

Figura 26: Ampliar interés en los beneficios del agua de mar al tomarla



Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil  
Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Obtuvimos como resultado que el 47% de las personas se notan interesantes, no obstante muy cerca de ese resultado están las dudosas con el 40% y aquellas que no les interesa el 13%, con esto damos más amplitud al tema de los testimonios reales uno de los mas veraces, confiables y cercanos como el del Msc. Tito Feliciano Calva Bermeo, quien como ya nos comento en las entrevistas es una de las personas que implemento diez dispensarios marinos: seis en Riobamba, uno en Alausí , uno en Quito, uno en Manta, y uno en Santo Domingo de los Tsáchilas; todos están abastecidos y operando.

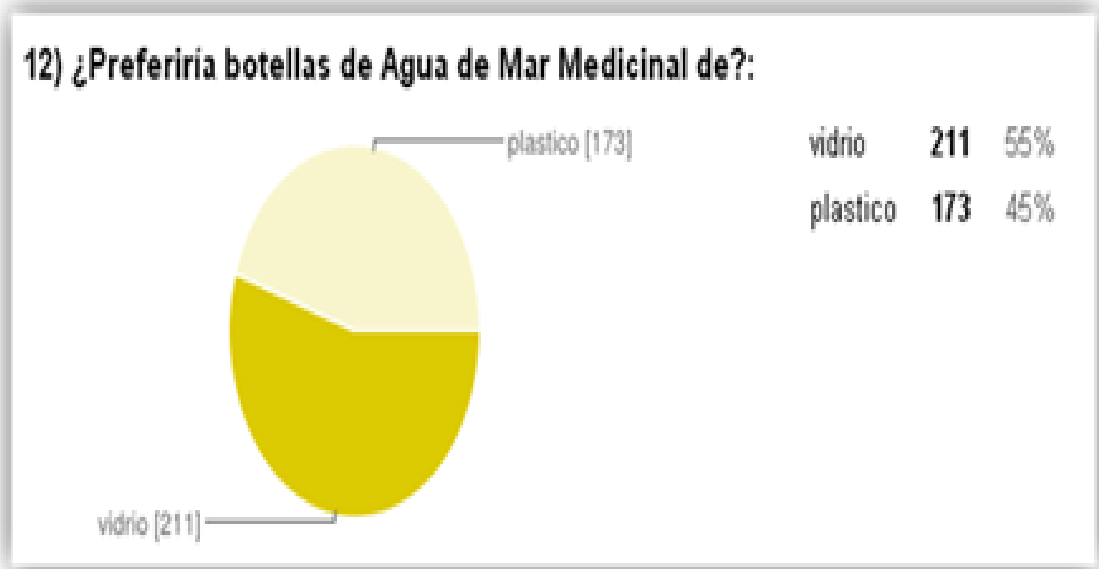
Gráfico #11 Nombres que las personas pondrían a una nueva marca de agua pero de mar

Merecida	agua viva
<b>Medimar</b>	agua santa
<b>Ámame! A=agua; mar= mar; me=medicinal</b>	aguapen
<b>AGUA MAR</b>	Onda azul
<b>AGUA BELLA</b>	Purísima del mar
<b>AGUALIVIA</b>	Bondad agua
<b>MAR DEL CIELO</b>	Rey mar
<b>Vivaagua</b>	AGUMAR
<b>agua cristal</b>	water pluss
<b>agua fuente</b>	Puramar
<b>aguaquil</b>	sanamar
<b>agua cascada</b>	agua milagrosa
<b>agua océanos</b>	Maragua
<b>Marlove</b>	Del Pacifico mar

Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella  
Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Aquí unos de los nombres más sonados y llamativos a la hora de pensar en una marca nueva.

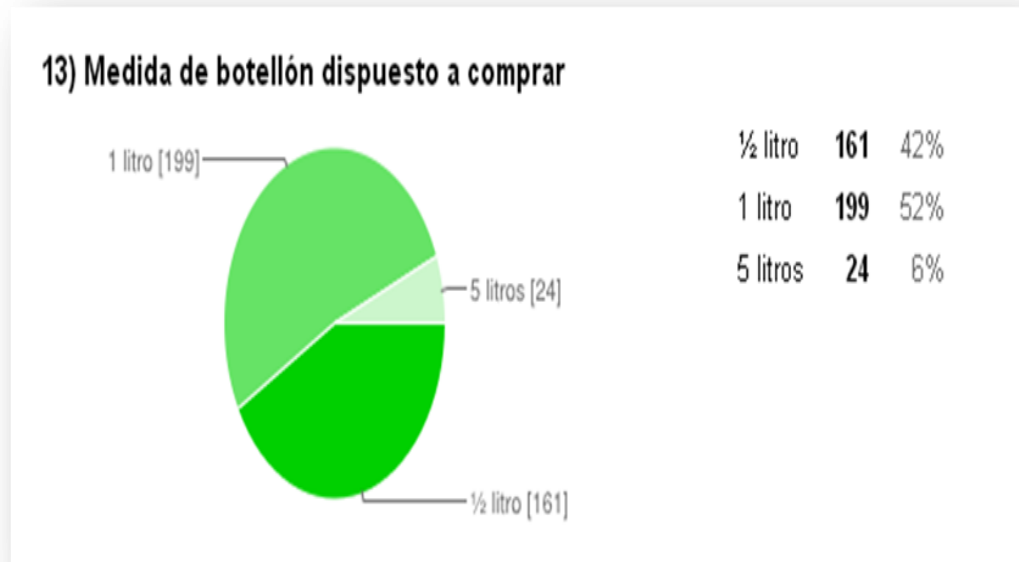
Figura 27: Preferencias tipos de envases.



Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella  
Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

En gustos y preferencias se da a notar que la diferencia no es tan distante pues las personas tienen a preferir envases de vidrio solo con una diferencia del 10% al envase de plástico.

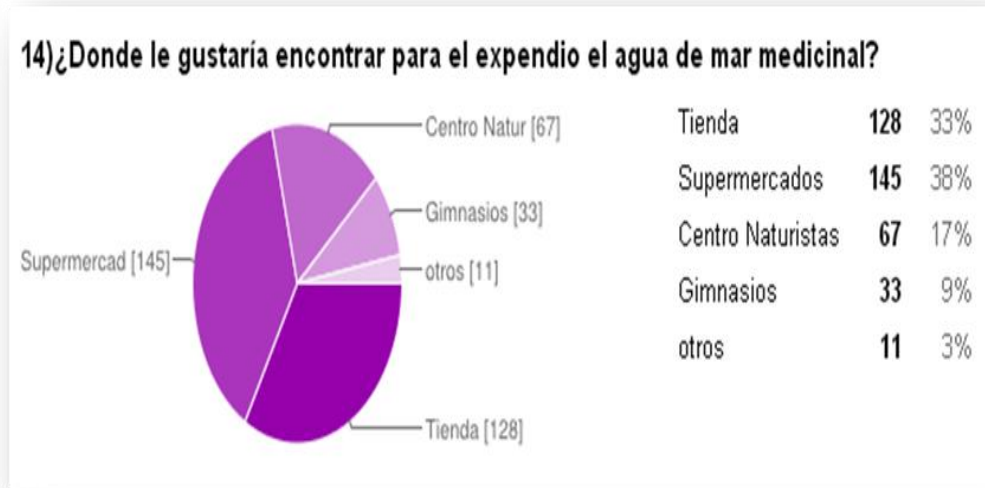
Figura 28: Preferencias al momento de comprar en cuanto respecta al tamaño de la botella.



Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella  
Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Para el análisis del tamaño de las botellas las personas prefieren la medida de 1 litro como opción más alta con el resultado del 52%, que sería la medida de nuestro producto más accesible seguida de la de ½ litro, por último la opción a considerar medida de 5 litros con proyección a mediano plazo.

Figura 29: Lugares para el expendio de la bebida.

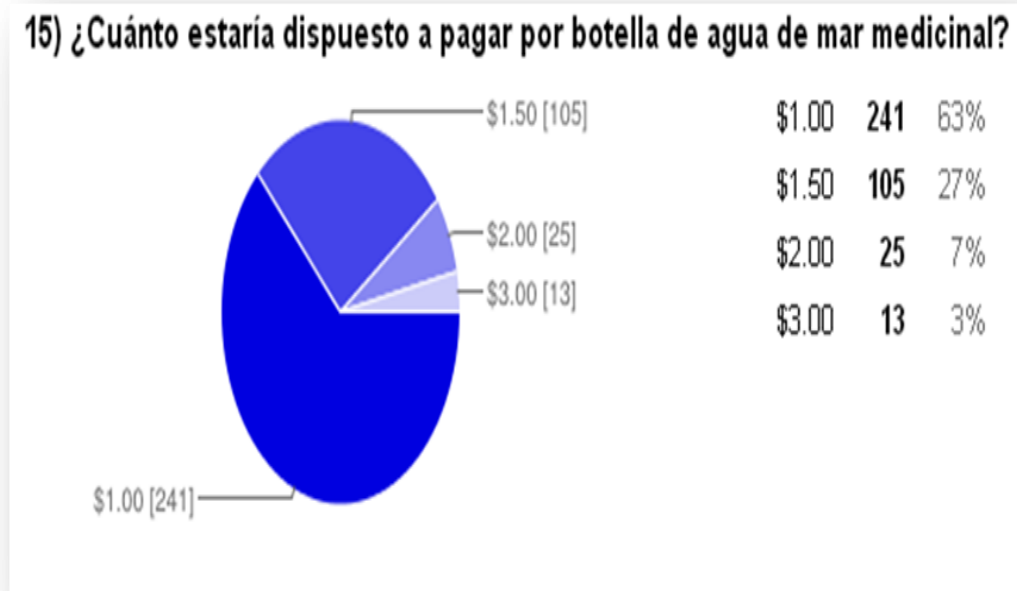


Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Los resultados obtenidos a través de la encuesta nos pone a considerar que la mayoría de las personas opta por comprar una botella de agua en Supermercados con un porcentaje de 38%, seguido de una tienda con el 33%, dejando a consideración la disponibilidad de hacerlo también en Centros Naturistas con el 17% y en Gimnasios el 9% como última opción otros o varios 3%.

Figura 30: Lugares para el expendio de la bebida.



Fuente: Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella  
Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Los precios que las personas estarían dispuestas a pagar por un producto nuevo, medicinal y natural oscilan en los porcentajes más altos de entre \$1.00 y \$1.50, dejando para nuestro análisis este punto en los costos a considerar.

#### 1.4. Principales compradores

Los potenciales consumidores serán de clase alta, media alta y media típica.

Estos podrán comprar nuestro producto principalmente en supermercados así como también en diferentes lugares, tales como: farmacias, gimnasios, centros naturistas y otros.

Cabe destacar que el agua de mar es un producto de alta elasticidad en relación con el ingreso. Además suele ubicarse en el imaginario de los consumidores relacionada con lo sano.

## **1.5 Las razones de consumo**

Existe una lista de razones por las cuales estarán dispuestos a consumir de nuestro producto. Nuestra Agua de mar será embotellada en su fuente natural en una zona libre de contaminación. La planta embotelladora estará situada en uno de los sectores más concurridos de la ciudad, bajo controles de calidad y sin agregado de productos químicos. Lo mencionado anteriormente, asegurará una alta calidad a nuestro producto. Además, nuestra empresa estará comprometida con el cuidado y el bienestar de la salud, ya que logrará un equilibrio preciso de los minerales naturales beneficiosos para el organismo humano.

## **1.6 Los canales de comercialización**

Se pueden notar dos tipos de canales de comercialización : canales indirectos a través de distribuidores y canales directos parte de la misma empresa.

Una de las formas para que el producto tenga una buena acogida en el mercado es buscar la manera de llamar la atención de nuestro futuro cliente guayaquileños a través de estrategias claves analizadas de la siguiente manera para comercializar nuestra agua del mar.

- Ingreso al mercado de las bebidas naturales con fuerte publicidad de marca.
- Mejorar procesos de fabricación tradicionales con el uso de nuevas tecnologías.

- Aliarse con distribuidoras de productos masivos, a fin de aprovechar sus canales de distribución.
- Promover campañas de consumos saludables y curativos.
- Desarrollo de productos 100% naturales, de calidad y buena presentación.
- Mejorar la calidad de los productos comercializados en el mercado, a fin de obtener ventajas competitivas.

## **1.7 Análisis De La Competencia**

El mercado guayaquileño cuenta con una gran variedad de ofertantes de bebidas naturales y nutritivas, de grandes empresas como de pequeños artesanos, así podemos nombrar a marcas representativas como Agua Cielo, All Natural, Agua Life, Dasani, entre otros.

### **1.7.1 Competencias directas:**

Tenemos algunas entre ellas son:

#### **Agua Life**

Una empresa comprometida a brindar a sus clientes equipos de purificación de agua.

Por medio de la tecnología más moderna y con materiales de importación de la más alta calidad. 20 años de líderes en el mercado son nuestra mejor garantía.

#### **All Natural**

Es fabricada por Resgasa y abrió sus operaciones en 1994. Su estructura familiar le permite tomar decisiones de una forma ágil lo que ha permitido un crecimiento vertiginoso desde 1994 año en que fue fundada.

#### **Agua Cielo**



Su participación en el mercado es alta debido a que es un producto de consumo masivo en todas las clases sociales, su mercado está en crecimiento a nivel internacional y el producto da buenos márgenes de utilidad debido al bajo costo de sus insumos y materia primas.

### **Dasani**

Ofrece agua con y sin gas a través de la empresa Ecuador Bottling Company, la misma que comercializa marcas como Coca-Cola, Sprite, Fanta y Fioravanti.

Es pionera en el desarrollo de nuevas tecnologías para aligerar, reciclar y reutilizar sus empaques.

### **1.7.2 Mercado bebidas sustitutas**

Se pueden identificar que están clasificados en 3 tipos:

- Bebidas energizantes.
- Bebidas hidratantes.
- Jugos



Figura 31: Mercado bebidas sustitutas

Las principales marcas son:

### **1.7.2.1 Bebidas energizantes.**

Son sustancias estimulantes, que inicialmente fueron utilizadas por deportistas debido a la carga energética que generan. Fueron creadas para incrementar la resistencia física, proveer reacciones más veloces quienes las consumían, logrando una mayor concentración, estimulando el metabolismo y ayudando a eliminar sustancias nocivas para el cuerpo.



Figura 32: Bebidas energizantes

### **1.7.2.2 Bebidas hidratantes.**

Son adecuadas para cuando se tiene actividad aeróbica, debido a que a través de la transpiración se pierde líquidos que es necesario restablecer.

Las principales marcas son: Gatorade (Pepsi Co.), Paworade (Coca Cola Co.), Tesalia Sport (The Tesalia Spring Co.), Profit (Toni S.A.).

### **1.7.2.3 Jugos.**

En el mercado existen muchas marcas de jugos frutales envasados las más reconocidas son: Sunny, Tampico, All Natural, Frutal, Alpina y Natura.

Los jugos de fruta son alimentos portadores de energía concentrada y su azúcar natural tiene la virtud de remover y arrastrar los desechos acumulados y las sustancias toxinas, pero en general son la mayoría pasteurizados para evitar que se fermenten eliminando así sus minerales.

## 1.8 Brecha de Oferta y Demanda

Se considera la Demanda y la oferta histórica y su proyección, tomando en cuenta el incremento de porcentaje anual que ha habido en su variación, en lo que respecta al mercado de Bebidas embotelladas desde el año 2005 proyectada hasta el año 2024.

GUAYAQUIL		
AÑO	POBLACIÓN	
2005	2.125.213	
2006	2.151.883	
2007	2.178.887	1,01254921
2008	2.206.230	% CRECIMIENTO POBLACIONAL
2009	2.233.917	
2010	2.440.553	
2011	2.471.180	
2012	2.501.423	
2013	2.531.223	
2014	2.560.505	

AÑO	POBLACIÓN	
2015	2.589.229	
2016	2.617.349	
2017	2.644.891	
2018	2.671.801	
2019	2.698.077	
2020	2.967.885	1,010
2021	3.264.673	% CRECIMIENTO POBLACIONAL
2022	3.591.140	
2023	3.950.255	
2024	4.345.280	

Tabla 11: Crecimiento Poblacional

Fuente: INEC

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

Tabla 12: Demanda Total

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

Demanda Total	
Consumo Promedio de bebidas	29%
Población Objetivo	2.589.229
<b>Demanda Total</b>	<b>750.876</b>

Tabla 13: Demanda Insatisfecha

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

Demanda Insatisfecha	
Demanda Total	750.876
Oferta Total	635.036
<b>Total Demanda Insatisfecha</b>	<b>115.841</b>

Tabla 14: Mercado Potencial

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

Mercado Potencial	
Captaremos el 40% del mercado	46.336

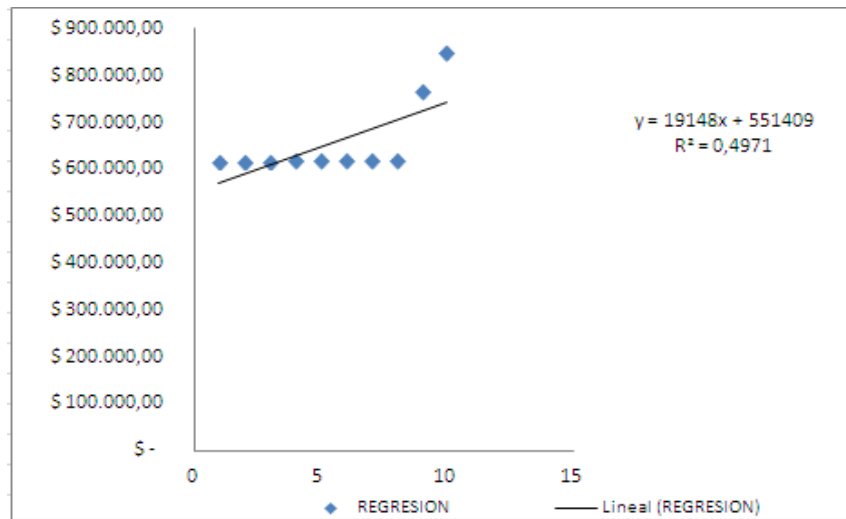
4% 4.634 Litros /Diaros

Tabla 15: Oferta total

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

Oferta Total	
Precio promedio de bebidas	\$ 1,20
<b>Oferta Total</b>	<b>635.036</b>

Figura 33: Estimación de Ventas



Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

El gráfico refleja que existe una brecha entre la oferta y la demanda, considerando a la demanda mayor que la oferta, para los años próximos lo que permitirá nuestro crecimiento y ampliación en el mercado, con maquinaria adicional implementada.

## **CAPÍTULO II.**

### **ESTRATEGIA DE MERCADO MODELO DE CANVAS**

El propósito de las estrategias de mercado es buscar la manera de afrontar nuevos retos que contengan los diferentes tipos de mercado; con el objetivo de alcanzar las metas propuestas.

Luego de analizar la oferta y la demanda del mercado de aguas embotelladas, se procede a plantear las estrategias tomando en cuenta la situación interna y externa con la finalidad de establecer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Es necesario realizar una investigación de mercados, especificando la información que se requiere, diseñar las tácticas para recabar la información, dirigir y aplicar el proceso de recopilación de datos.

Se guardara relación con el modelo de Canvas de Estrategias de Mercado. En este capítulo se planteará la metodología del análisis FODA para proyectar el FODA estratégico.

#### **2.1 Plan Estratégico**

##### **2.1.1 Misión**

Ofrecer agua isla de la plata Sea Water con efectos curativos con calidad y pureza cumpliendo estándares de calidad, tecnología, y recursos humanos para llegar a satisfacer a nuestros consumidores.

##### **2.1.2 Visión**

Llegar a todos los hogares y empresas ecuatorianas con un producto capaz de competir con las marcas ya existentes, cumpliendo con todas las

normas sanitarias, hasta llegar a convertirnos en la marca preferida por los consumidores con el toque especial de “mejorar la salud”

## **2.2 Objetivos Estratégicos**

- Identificar el mercado objetivo, para que al salir nuestro producto nuevo logre satisfacer las necesidades de nuestros futuros clientes.
- Determinar las oportunidades presentes del mercado para ofertar el producto.
- Establecer las fuerzas competitivas de “Sea Water”.

## **2.3 Objetivos Específicos**

- Determinar el perfil y preferencia del consumidor potencial de nuestro producto.
- Encontrar las necesidades no satisfechas por parte de la competencia.
- Determinar la frecuencia y el nivel del consumo de agua embotellada.

## **2.4 Necesidades que se van a satisfacer**

El agua es un recurso indispensable para la vida y cuando se habla de vida estamos haciendo referencia al valor que posee el agua de mar en su proceso de Filtración.

Se apunta hacia un nicho del mercado aun no descubierto, el cual nos genera muchas expectativas pues la competencia no es directa ya que se proyecta una nueva idea de vender agua embotellada del mar.

## **2.5 Análisis FODA**

### **2.5.1 Fortalezas:**

- Ser una empresa 100% ecuatoriana.
- Costo de materia prima (agua) nulo.
- Maquinaria y tecnología nueva y apropiada.
- Precio competitivo.
- Mecanismos de distribución y comercialización distintos a las otras embotelladoras de agua comunes.

### **2.5.2 Oportunidades:**

- Existencia de un mercado insatisfecho amplio que puede ser aprovechado por nuestro proyecto.
- Establecer alianzas estratégicas con gimnasios o centros naturistas, para la distribución de nuestro producto.
- Expansión de la empresa a diferentes puntos del territorio ecuatoriano.
- Facilidad de crear una cultura nutricional en los consumidores mediante publicidad y promociones.
- Carencia de una marca líder en el mercado contra la cual competir directamente, lo cual facilitaría el ingreso de nuestra marca al mercado.

### **2.5.3 Debilidades:**

- Inexperiencia en el manejo del negocio
- Que la marca solo tenga un único producto en el mercado
- No cuente con buena inversión en la publicidad.
- Dificultades para competir en el caso de presentarse una “Guerra de Precios”.



#### **2.5.4 Amenazas:**

- Existencia de muchos sustitutos directos ( otras marcas de agua), indirectos ( bebidas) en el mercado.
- Incursión de nuevos competidores
- Escasez de las fuentes de extracción de la materia prima.
- Existencia de factores externos tales como Legislaciones o Normas que vallan afectar los costos y precios del producto.

#### **2.6 FODA Estratégico**

De acuerdo a lo detallado previamente, se podrían presentar algunas de las dificultades mencionadas, pero se lograrán evitar, implementando correctamente las estrategias desarrolladas y transformarlas en oportunidades.

<b>FACTORES</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
INTERNO	1) Excelente infraestructura 2) Abundancia de Materia Prima 3) Existencias de Vías alternas a la Isla de la Plata	1) Falta de interés de las autoridades para impulsar el desarrollo del proyecto 2) Falta de Promociones alternas para la captación de mas segmentos del mercado
EXTERNOS		
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
1) El futuro del Ecuador está en el mar 2) Incremento conciencia social para mejorar la salud	FO1 Amplia disponibilidad de los recursos para aprovechar al máximo y lograr la expansión en el mercado FO2 Diversificar línea del producto y maquinas con alta tecnología que se implementarán	DO1 Crear sistema de distribución adecuado para aumentar puntos de ventas DO2 Aumentar la publicidad para dar a conocer los beneficios y posicionar la marca
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
1) Ingreso al mercado de nuevas marcas 2) Desastres naturales	FA1 Mejorar constantemente para evitar que la competencia capte nuestro mercado FA2 Reducción de precios para competir con las marcas que deseen ingresar	DA1 Brindar el producto de una manera personalizada

Tabla 16: FODA Estratégico

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

## 2.7 Descripción Del Producto

Sea Water en todas sus variantes, es un producto que será valorado por los consumidores, primordialmente por sus atributos físicos y beneficios establecidos con anterioridad. Las características principales serán:

- Ser un producto natural e innovador en el mercado local.
- Crear envases atractivos y de fácil manipulación.
- Darle valor agregado al producto a través de innovación.

El nombre seleccionado de la nueva bebida SEA WATER, el que se caracteriza por tener las siguientes cualidades:

- Sugiere los beneficios del producto (bebida es medicinal).
- Es agua del mar purificada en envase de vidrio
- Es diferente a las marcas de la competencia.

El slogan de Sea Water es: **“Agua pura y medicinal”**; esta idea surge porque estamos enfocadas al agua del mar.

Los elementos del empaque de SEA WATER son:

- Tamaño: 330 ml
- Forma: Botella.
- Material: vidrio
- Color: transparente



El rótulo que va a promover SEA WATER estará adherido a la botella de vidrio y tendrá la siguiente información:

- Llevará el nombre de la marca y el slogan.

- Tendrá un gráfico atractivo con una combinación de colores del mar que captará la atención del cliente.
- Promoverá el portal web de la compañía.
- Llevará una cinta con los beneficios que otorga el ingerir agua de mar.



Figura 34: Logotipo Sea Water

## 2.8 Marketing Mix



Figura 35: Marketing Mix

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

La Estrategia de marketing está determinada en 3 pasos los cuales con los siguientes:

1. Definir el mercado meta
2. Determinar el posicionamiento del producto/marca
3. Diseñar la mezcla de marketing adecuada (4P) para cada segmento de mercado.

A través del marketing se puede definir la forma en que nuestro proyecto va a emprender con éxito su actividad, los clientes, las perspectivas, y competidores en el mercado.

Marketing mix es el conjunto de herramientas de marketing que la empresa usa para alcanzar sus objetivos empresariales en el mercado meta.

MUÑIZ GONZÁLEZ, Rafael; Marketing en el Siglo XXI. 3ª Edición: Capítulo 1. Marketing. Presente y Futuro 2009 nos ilustra on la siguiente cita “Fue McCarthy quien a mediados del siglo XX, lo denominó la teoría de las “cuatro P”, ya que utiliza cuatro variables, cuyas iniciales en inglés empiezan por p”.

La estrategia que se desarrollará en nuestro proyecto es de aplicar el Marketing Mix que se conforma del Producto, el Precio, la Plaza y la Promoción.

### **2.8.1 Descripción del Producto**

“Un producto es cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su compra, o consumo y que satisfaga una necesidad”.KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary; Fundamentos de Marketing Prentice Hall, Sexta Edición 2008.

“Sea Water” es un nuevo producto que busca llegar al mercado guayaquileño, en primera instancia pues planea expandirse a lo largo del territorio ecuatoriano, brindando agua de mar con alta calidad y con un aporte adicional que es el beneficio medicinal y a un excelente costo.

Componente	Cantidad	Unidades
<b>Cloruro de sodio</b>	24,0	gramos
<b>Cloruro de magnesio</b>	5,0	gramos
<b>Sulfato neutro de sodio</b>	4,0	gramos
<b>Cloruro de calcio</b>	1,1	gramos
<b>Cloruro de potasio</b>	0,7	gramos
<b>Bicarbonato de sodio</b>	0,2	gramos
<b>Bromuro de sodio</b>	0,096	gramos
<b>Ácido bórico</b>	0,026	gramos
<b>Cloruro de estroncio</b>	0,024	gramos
<b>Fluoruro de sodio</b>	0,003	gramos
<b>Agua destilada</b>	1.000	mililitros

Tabla 17: Composición química de agua de mar

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

El producto propuesto en este proyecto de agua de mar purificada estará disponible en la presentación de 330 ml, en un envase de vidrio, en el cual constará el nombre comercial de la marca, que en este caso será Sea Water y tendrá su respectivo logo que es : “Agua pura y medicinal”.

Entre las principales características que posee el producto se encuentran:

- Pureza y calidad total gracias a los modernos procesos tecnológicos implementados dentro del tratamiento y embotellado del agua.
- Menor precio de venta al público en el mercado.
- Excelente tamaño
- Contamos con sello de seguridad que evita que el líquido sea cambiado o contaminado durante el proceso de transporte y además una etiqueta colgante donde contiene un detalle de los beneficios de beber agua de mar.



Figura 36: Presentación

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

### 2.8.2 Descripción del Precio

“El precio es el monto monetario de intercambio asociado a la transacción de compra venta”. KOTLER Philip, ARMSTRONG, Gary; Fundamentos de Marketing Prentice Hall, Sexta Edición 2008.

Para establecer el precio de la botella de 330 ml se realizó una encuesta, en la que se preguntó:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por botella de agua de mar purificada? , los resultados de la encuesta fueron los siguientes:

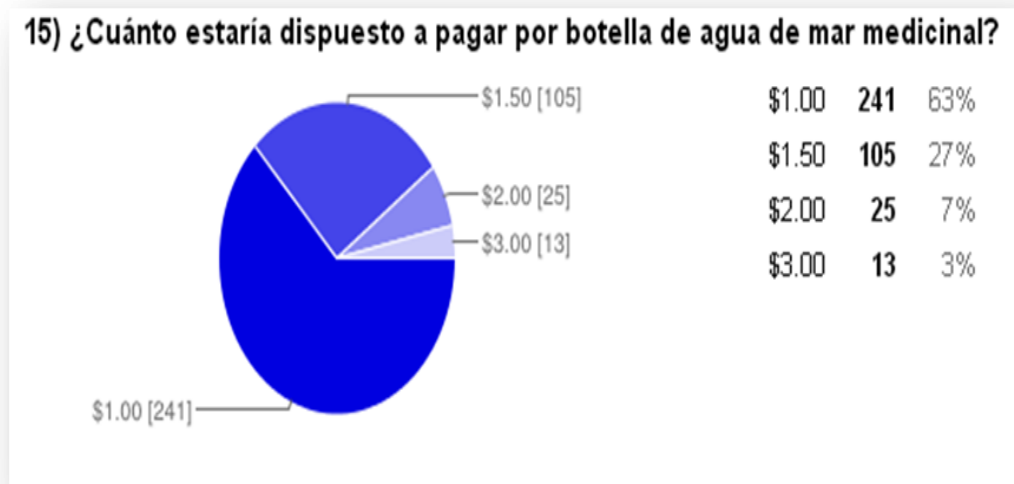


Figura 37: Pregunta 15 Encuesta dirigida a la población de la Ciudad de Guayaquil sobre Agua Medicinal del Mar en botella

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero.

Los precios que las personas estarían dispuestas a pagar por un producto nuevo, medicinal y natural oscilan en los porcentajes más altos de entre \$1.00 y \$1.50, dejando para nuestro análisis el precio de \$0.80 e ingresar al mercado.

El valor es inferior al de mercado pero se lo tomará como un precio de introducción y diferenciación de marca, el precio subirá al valor de mercado en el transcurso de los siguientes años.

### 2.8.3 Descripción de la Plaza

“La plaza es el elemento del marketing mix que se utiliza para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente”. KOTLER Philip, ARMSTRONG Gary; Fundamentos de Marketing Prentice Hall, Sexta Edición 2008.

El lugar de expendio o puntos de venta en donde se comercializara u ofrecerá las botellas de agua de mar purificada de 330 ml, así como la forma en que los productos serán distribuidos hacia estos lugares o puntos de venta.



El objetivo principal de la plaza es lograr que el producto llegue a todos los consumidores en forma adecuada, garantizando el correcto abastecimiento en la ciudad de Guayaquil. Además, la distribución es parte fundamental dentro del proceso de penetración y posicionamiento de la marca en el mercado.

Para la distribución del producto se utilizará un vehículo de propiedad de la empresa que se encargarán de llevar las botellas a cada uno de los lugares donde sean solicitados.

El objetivo de esta iniciativa es crear confianza en los consumidores respecto a la bebida ya que, sólo podrá ser distribuido a través del vehículo de la empresa.

Además la venta se realizará por vía telefónica, se tomarán los pedidos y al día siguiente se harán las entregas. En la mañana se organizará los pedidos y las rutas para que el producto llegue a la hora deseada y según un orden que permita minimizar costos de combustibles y tiempo.

- Productor-Distribuidor-Consumidor
- Productor-Consumidor

#### **2.8.4 Descripción de la Promoción**

El Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., define la promoción como "uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información". Del libro: Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 277.

##### **2.8.4.1 Promoción de Venta**

La promoción se la realizará mediante marketing directo en cada casa, industria, oficina, mediante volantes informativos de la importancia del consumo de agua de mar, de los procesos de purificación a los que se somete el agua

en la planta purificadora antes de salir a la venta, de los sistemas de entrega y pedido del producto así como también de los datos de la empresa.

La publicidad servirá para dar a conocer el producto a los consumidores finales y generar el interés de estos para que adquieran el producto, también la empresa lo realizará en los medios, el primero se lo hará en la guía telefónica de la ciudad y en eventos de importancia.

## CAPÍTULO III.

### ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

En este capítulo se desarrollara un diseño organizacional y estructurar orgánicamente a la empresa “Isla de la Plata Sea Water S.A.” que llevara a cabo el desarrollo y ejecución de este proyecto de negocios.

La estructura organizativa se encuentra formalmente definida, de tipo lineal, donde las líneas de autoridad y responsabilidad se encuentran definidas, la empresa está constituida por una Gerencia General y estructurada por 3Sub-GerenciasFinanciero, Marketing y Ventas y de Planta y Distribución.

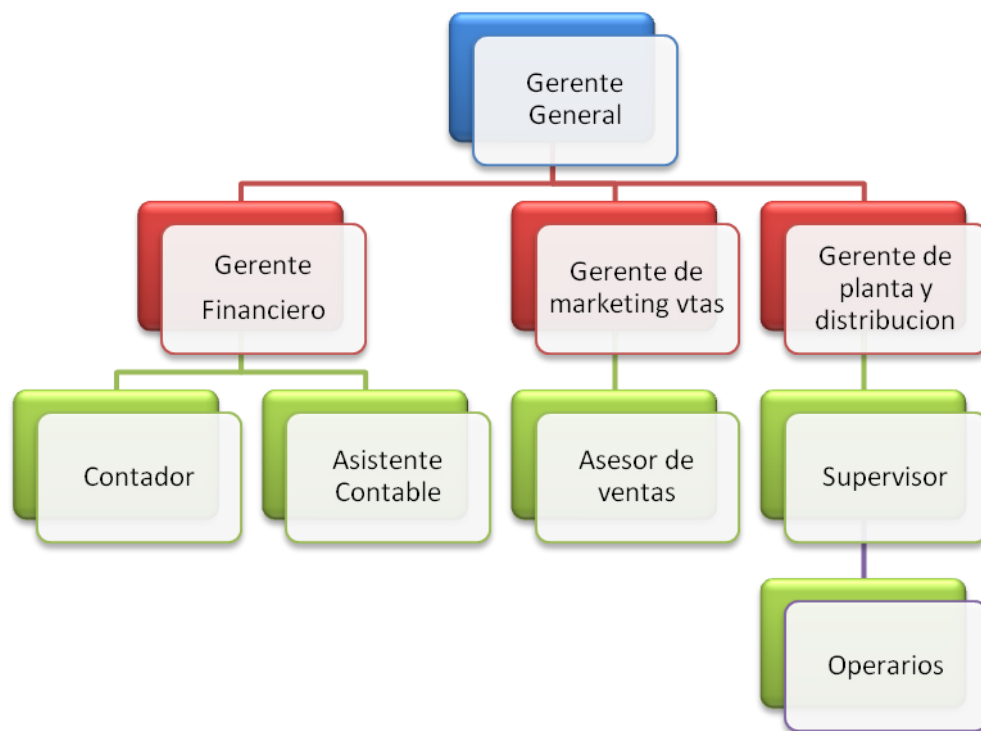


Figura 38: Estructura Organizacional

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 3.1 Requerimientos de personal

Los requerimientos de personal en las diferentes áreas, estableciendo la cantidad de personal para cada puesto de trabajo.

CARGO	ESPECIALIDAD	NUMERO	HORAS TRABAJO	AREA
Gerente General	Administrador/Ingeniero	1	8	Área de Administración
Gerente Financiero	Economista/ Ingeniero	1	8	Área de Administración
Gerente de Marketing y Ventas	Lic. en Comercialización	1	8	Área de Administración
Gerente de Planta y Distribución	Ingeniero Industrial	1	8	Área de Producción
Contador	CPA	1	8	Área de Administración
Asistente Contable	CPA	1	8	Área de Administración
Asesor de Ventas	Lic. en Comercialización	1	8	Área de Administración
Supervisor	Administrador	1	8	Área de Administración
Operarios	Operario Calificado	9	8	Área de Producción

Tabla 18: Requerimientos de personal

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

#### 3.1.1 Gerente General

Será la autoridad máxima de la empresa. El gerente general será el encargado de tomar las decisiones estratégicas con el apoyo y consenso del resto del personal de la empresa.

#### 3.1.2 Gerente Financiero

El objetivo básico financiero es maximizar el valor de la empresa, para garantizar la permanencia en el largo plazo. El objetivo señala que la función financiera vela por el crecimiento satisfaciendo los inversionistas y los grupos

relacionados con la empresa como trabajadores, clientes, proveedores, instituciones financieras, gobierno y comunidad.

### **3.1.3 Gerente de Marketing y Ventas**

Gestionará y promoverá las ventas, como así también realizar y negociar las compras de insumos. Desarrollará estrategias y planes de marketing.

### **3.1.4 Gerente de Planta y Producción**

Será el responsable de producción, fijará los lineamientos generales de producción, coordinar al personal a cargo y optimizar los procesos.

Supervisar los planes de producción y su respectiva documentación; cumplir con las metas de producción.

### **3.1.5 Contador**

Un contador es un profesional encargado de registrar los diversos estados económicos de la empresa. La función del contador es llevar la contabilidad de la empresa, estar al tanto de todos los movimientos de los activos, pasivos que reflejen en la empresa.

### **3.1.6 Asistente Contable**

Su trabajo consiste en realizar variadas funciones relacionadas con la contabilidad, se espera que registren con precisión las transacciones financieras que se producen en el diario transcurrir de los negocios.

### **3.1.7 Asesor de Ventas**

El asesor deberá cuidar los intereses de su cliente como si fuesen los suyos propios y por supuesto, siempre pensar en el largo plazo, tendiente a cultivar el tipo de relación.

### **3.1.8 Supervisor**

El supervisor es un elemento clave dentro de cualquier organización. De él depende la calidad del trabajo, el rendimiento, la moral y el desarrollo de buenas actitudes por parte de los trabajadores. El supervisor dirige y evalúa el trabajo y conoce a todos los trabajadores.

### **3.1.9 Operario**

Trabajador que participa en un proceso productivo, generalmente en un puesto en el que debe manipular o manejar una máquina.

### 3.2. Descripción de funciones del personal


 <b>EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA PLATA SEA WATER S.A</b>	
<b>Nombre del puesto</b>	GERENTE GENERAL
<b>Objetivo del puesto</b>	Planear, coordinar, dirigir y supervisar las áreas de producción y bodega con el fin de cumplir los objetivos de la empresa para maximizar sus ganancias y hacer crecer la empresa.
<b>Principales funciones del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Administrar los recursos humanos, financieros y materiales de la empresa.</li> <li>-Realizar negociaciones de venta y comercialización del producto.</li> <li>-Asegurar la fabricación de productos bajos estándares de calidad.</li> <li>-Motivar al personal en sus trabajos diarios.</li> </ul>
<b>Relaciones de trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Todo el personal</li> <li>-Proveedores ,clientes y distribuidores</li> </ul>
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel académico requerido</b>	Profesional
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 2 años en cargos gerenciales y administrativos
<b>Destrezas técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacidad de toma de decisiones</li> <li>-Trabajo en equipo</li> <li>-Conocimiento técnicas de negociación</li> </ul>
<b>Características Personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Proactivo</li> <li>-Líder</li> <li>-Organizado</li> <li>-Activo</li> </ul>

Tabla 19: Perfil del puesto Gerente General

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



**EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA  
PLATA SEA WATER S.A**

<b>Nombre del puesto</b>	GERENTE FINANCIERO
<b>Objetivo del puesto</b>	Planear, coordinar, dirigir y supervisar las áreas financieras, evaluación de proyectos, declaración tributaria, pagos, entre otros. Funciones
<b>Principales funciones del puesto</b>	-Contabilidad de las actividades financieras, nóminas, impuestos, etc. -Control de la eficiencia en los procesos que atraviesan los fondos financieros. -Y gestión de cobros y pagos, entre otras muchas otras cosas.
<b>Relaciones de trabajo</b>	-Todo el personal -Proveedores ,clientes y distribuidores
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel académico requerido</b>	Profesional
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 3 años en cargos gerenciales y administrativos
<b>Destrezas técnicas</b>	1.Supervisar y aprobar gestión contable 2. Análisis financiero de proyectos y situación de la multinacional. 3. Manejo de cuenta bancos. 4. Presentación de estados financieros. 5. Declaración y demás obligación tributarias. 6.Presupuestos
<b>Características Personales</b>	- Capacidad para conseguir y administrar fondos. - Dominio de la normativa financiera local y global y de las políticas de la empresa. - Analítico y de rápida adaptación al cambio. - Visión Global del Negocio. - Ser parte del equipo. - Habilidad para negociar. - Liderazgo.

Tabla 20: Perfil del puesto Gerente Financiero

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero





**EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA PLATA SEA WATER S.A**

<b>Nombre del puesto</b>	GERENTE MARKETING Y VENTAS
<b>Objetivo del puesto</b>	Generar y desarrollar estrategias para el posicionamiento del producto y la generación de ingresos a través de la vinculación y ampliación de la red de publicidad.
<b>Principales funciones del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Creación e implementación de estrategias de posicionamiento, marketing comunicando de forma creativa y eficaz las causas y labor del producto.</li> <li>-Realizar negociaciones de venta y comercialización del producto.</li> <li>-Control del presupuesto del área.</li> </ul>
<b>Relaciones de trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Todo el personal</li> <li>-Proveedores ,clientes y distribuidores</li> </ul>
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel académico requerido</b>	Profesional
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 3 años en cargos gerenciales
<b>Destrezas técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Habilidades analíticas</li> <li>- Comunicación</li> <li>- Competencia técnica</li> <li>- Trabajo en equipo</li> </ul>
<b>Características Personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Liderazgo.</li> <li>- Conocedor del sector y las necesidades de sus clientes</li> <li>-Organizado</li> <li>- Espontáneamente Planificador</li> </ul>

Tabla 21: Perfil del puesto Gerente de Marketing y Ventas

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



**EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA PLATA SEA WATER S.A**

<b>Nombre del puesto</b>	GERENTE DE PLANTA Y DISTRIBUCION
<b>Objetivo del puesto</b>	Revisar la gestión de producción, mantenimiento y almacenes de una empresa productiva. Experiencia en supervisión de personal.
<b>Principales funciones del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Coordinar y realizar el levantamiento de información de la situación actual.</li> <li>-Elaborar mapas de procesos.</li> <li>-Asegurar el cumplimiento de los planes y programas de producción y mantenimiento de planta, de corto y mediano plazo y planificación de actividades a largo plazo.</li> <li>-Asegurar la correcta aplicación, revisión y ejecución de los planes del área productiva, asegurando la confiabilidad de los procesos productivos, mediante el rediseño, la automatización y la optimización de procesos.</li> </ul>
<b>Relaciones de trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Todo el personal</li> <li>-Proveedores ,clientes y distribuidores</li> </ul>
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel académico requerido</b>	Profesional
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 4 años en cargos gerenciales
<b>Destrezas técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacidad de toma de decisiones</li> <li>-Trabajo en equipo</li> <li>-Conocimiento técnicas de negociación</li> </ul>
<b>Características Personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Metódico y organizado en su propio trabajo.</li> <li>-Sólido en sus convicciones y decisiones pero aceptando analizar otros puntos de vista.</li> <li>-Sabiedo aprovechar las experiencias diarias para establecer criterios de futuro en la forma de trabajar.</li> <li>-Analítico y reflexivo ante decisiones importantes.</li> <li>-Rápido en las decisiones cotidianas.</li> </ul>

Tabla 22: Perfil del puesto Gerente de Planta y Producción

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



**EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA PLATA  
SEA WATER S.A**

<b>Nombre del puesto</b>	CONTADOR
<b>Objetivo del puesto</b>	Interviene en todo lo relativo a la valuación de patrimonios y sus variaciones; en la elaboración e implementación de políticas, sistemas, métodos y procedimientos de trabajo administrativo-contable y financiero en empresas públicas y privadas; así como en la emisión de dictámenes destinados a hacer fe pública ante terceros sobre los documentos y estados contables que le son sometidos a su consideración.
<b>Principales funciones del puesto</b>	-Selecciona, diseña y utiliza las técnicas y procedimientos apropiados para solucionar problemas contables, ajustándose a la normativa jurídica vigente y considerando su interrelación con los sistemas administrativos y con el contexto socio-económico en el que deben ser aplicados.
<b>Relaciones de trabajo</b>	-Todo el personal
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel académico requerido</b>	Profesional C.P.A.
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 2 años en cargos
<b>Destrezas técnicas</b>	-Capacidad de toma de decisiones -Trabajo en equipo -Llevar con excelencia la contabilidad de la empresa
<b>Características Personales</b>	-Proactivo -Líder -Organizado

Tabla 23: Perfil del puesto Contador

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



**EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA PLATA  
SEA WATER S.A**

<b>Nombre del puesto</b>	ASISTENTE CONTABLE
<b>Objetivo del puesto</b>	Realizar actividades de control, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la empresa.
<b>Principales funciones del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Clasificar, preparar, codificar y registrar cuentas, facturas y otros estados financieros de acuerdo con procedimientos establecidos, usando sistemas manuales y computarizados.</li> <li>-Procesar, verificar y preparar balance de prueba, registros financieros y otras transacciones como: cuentas por pagar, cuentas por cobrar, e ingresar datos en libros auxiliares o aplicación computarizada.</li> <li>-Elaborar comprobantes de ingreso y egreso.</li> <li>-Liquidar impuestos de retenciones fuente y aportes.</li> <li>-Analizar los estados financieros.</li> <li>-Presentar un diagnóstico financiero.</li> <li>-Formular alternativas y ajustes considerando objetivos Organizacionales.</li> </ul>
<b>Relaciones de trabajo</b>	-Todo el personal
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel académico requerido</b>	Profesional C.P.A.
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 2 años en cargos anteriores
<b>Destrezas técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Capacidad de toma de decisiones</li> <li>-Trabajo en equipo</li> <li>-Llevar con excelencia la contabilidad de la empresa</li> </ul>
<b>Características Personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Iniciativa</li> <li>-Creatividad</li> <li>-Prudencia</li> <li>-Proactividad.</li> </ul>

Tabla 24: Perfil del puesto Asistente Contable

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



**EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA PLATA  
SEA WATER S.A**

<b>Nombre del puesto</b>	ASESOR DE VENTAS
<b>Objetivo del puesto</b>	Profesional con este perfil que tenga un buen plan de ideas, novedosas, que es muy ejecutivo, y que generalmente tiene buenos conocimientos en logística así como en racionalización y métodos.
<b>Principales funciones del puesto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas.</li> <li>-Presentación, oferta, tratamiento de objeciones, cierre de la venta.</li> </ul>
<b>Relaciones de trabajo</b>	-Todo el personal
<b>Género</b>	Indistinto
<b>Nivel académico requerido</b>	Profesional carreras afines con Administración de Empresas
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 1 años en cargos anteriores
<b>Destrezas técnicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Aumentar la fuerza de ventas.</li> <li>-Facilitar el establecimiento de cuotas de ventas.</li> <li>-Asegurar una mejor cobertura del mercado.</li> <li>-Eliminar la duplicidad de gestiones.</li> </ul>
<b>Características Personales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Determinación y actitud</li> <li>-Confianza</li> <li>-Energía y entusiasmo</li> <li>-Honestidad y sinceridad</li> </ul>

Tabla 25: Perfil del puesto Asesor de Ventas

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



**EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA  
PLATA SEA WATER S.A**

<b>Nombre del puesto</b>	SUPERVISOR
<b>Objetivo del puesto</b>	Son labores imprescindibles del supervisor dirigir y evaluar el trabajo de todos los trabajadores, quienes deben conocer uno a uno. Pero no son las únicas. Las funciones del supervisor son claves dentro de las pymes y, en general, en cualquier empresa.
<b>Principales funciones del puesto</b>	-Proyectar -Dirigir -Desarrollar -Controlar
<b>Relaciones de trabajo</b>	-Todo el personal
<b>Género</b>	Masculino
<b>Nivel académico requerido</b>	Educación mínima bachiller
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 2 años en cargos
<b>Destrezas técnicas</b>	-Trabajo en equipo -Conocimiento proceso de embotellado
<b>Características Personales</b>	-Conocimiento del Trabajo -Conocimiento de todas las funciones del personal a su cargo. -Habilidades para mejorar métodos -Habilidades para dirigir

Tabla 26: Perfil del puesto Supervisor

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



**EMPRESA EMBOTELLADORA ISLA DE LA PLATA SEA WATER S.A**

<b>Nombre del puesto</b>	OPERARIO
<b>Objetivo del puesto</b>	Realizar los tratamientos físicos y físico-químicos de las materias primas, para adaptarlos a las condiciones específicas de la producción de aguas de bebida.
<b>Principales funciones del puesto</b>	-Controlar las materias primas y auxiliares necesarias para el proceso productivo en aguas de bebida envasadas y realizar el almacenamiento y la expedición de productos acabados. -Manipular las maquinarias con excelencia.
<b>Relaciones de trabajo</b>	-Todo el personal
<b>Género</b>	Masculino
<b>Nivel académico requerido</b>	Educación mínima bachiller
<b>Experiencia profesional</b>	mínima 2 años en cargos
<b>Destrezas técnicas</b>	-Trabajo en equipo -Conocimiento proceso de embotellado
<b>Características Personales</b>	-Proactivo -Organizado -capaz de adaptarse a los cambios tecnológicos de las maquinarias.

Tabla 27: Perfil del puesto Operario

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### **3.3 Constitución de la empresa**

Será una sociedad anónima (abreviatura: S.A.). Es aquella sociedad mercantil cuyos titulares lo son en virtud de una participación en el capital social a través de títulos o acciones. Las acciones pueden diferenciarse entre sí por su distinto valor nominal o por los diferentes privilegios vinculados a éstas, como por ejemplo la obtención de un dividendo mínimo. La conformación del nombre domicilio, objeto y plazo serán explicados a continuación.

El nombre de la compañía se constituirá como EMPRESA EMBOTELLADORA DE AGUA MEDICINAL” ISLA DE LA PLATA SEA WATER” S.A. cuyo domicilio principal es en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas de la República del Ecuador, en donde se pondrán establecer agencias, sucursales o establecimientos administrativos por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

El objetivo de la compañía consiste en la comercialización una bebida llamada Sea Water dentro de la ciudad de Guayaquil.

El plazo de duración de esta compañía será de 30 años contando desde la fecha de inscripción de la estructura la compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado o podrá prolongarlo sujetándose en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicadas.

El financiamiento de la empresa para poder ejecutar el proyecto, corresponde al 60% préstamo al banco y el 40% corresponde al capital propio. El financiamiento será a un periodo de 60 meses (5 años) con un interés del 12%.



<b>FINANCIAMIENTO</b>		
<b>Financiamiento</b>	\$ 132.136,80	60%
<b>Capital</b>	\$ 88.091,20	40%

Tabla 28: Financiamiento

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### **3.4 Marco Legal**

#### **3.4.1 Aspecto Legal**

El cuerpo legal de la empresa será de especie anónima, la misma que deberá iniciarse con dos o más accionistas según lo dispuesto en el artículo 147 de la ley de compañías sustituido por la ley de empresas unipersonales de responsabilidad limitada. Los socios deberán someter a la compañía a disposiciones de la ley de compañías, del código de comercio, a los convenios de las partes y las normas del código civil.

#### **Cámara de Comercio de Guayaquil**

Los requisitos que necesitamos para inscribir a la empresa en la Cámara de Comercio de Guayaquil son los siguientes:

#### **Personas Jurídicas**

- Llenar la solicitud de afiliación.
- Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa.
- Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
- Fotocopia de la cédula o pasaporte del representante legal.

#### **Ordenanzas Municipales**

Una vez constituida la compañía es necesario que para dar su Giro Social, es decir, empiece a funcionar debe cumplir con ciertos requisitos los cuales son:

## **Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es el punto de partida para el proceso de la administración tributaria. El RUC constituye el número de identificación de todas las personas naturales y sociedades que sean sujetos de obligaciones tributarias. Se encuentran obligados a inscribirse todas las personas naturales y jurídicas, nacionales y extranjeros, que inicien o realicen actividades económicas en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen ganancias, beneficios, remuneraciones, y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador.

### **Requisitos para obtener el RUC.**

- Formulario RUC – 01 – A y RUC – 01 – B.
- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución o domicilio inscrita en el Registro Mercantil.
- Copia de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original y copia o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Planilla del servicio eléctrico, telefónico, agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Original del certificado de votación.
- Comprobante del pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior.

El plazo para inscribirse es de treinta días contados a partir de la constitución o iniciación de las actividades económicas.

## **Permiso de Funcionamiento**

Obtener el permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud Pública los requisitos son los siguientes:

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- Croquis de ubicación del establecimiento.
- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública.

## **Registro Sanitario**

Para la obtención del registro sanitario se lo deberá hacer a través del: Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical “Leopoldo Izquieta Pérez”.

Requisitos para Obtener el Registro Sanitario son:

- Dos originales del formulario de la Solicitud (según Modelo de Solicitud de Trámite de Registro Sanitario de Productos Alimenticios Nacionales), con firmas originales.
- Cumple formulario de control de documentación: con firmas de responsabilidad del representante legal y del responsable técnico y fecha actualizada.

CD con:

- Fórmula de composición cualitativa y cuantitativa en orden decreciente y de manera porcentual incluyendo aditivos, tomando en consideración que el total de la formulación se ajuste al 100%.
- Documentos técnicos

CD con los documentos legales escaneados

- Escaneado del original del Certificado de Análisis de Control de Calidad e Inocuidad del producto, otorgado por los laboratorios del INSPI Guayaquil, Quito y Cuenca o por cualquier laboratorio acreditado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE).
- Escaneado del original de descripción del producto: proceso de elaboración del producto.
- Escaneado del original del Estudio de Estabilidad Microbiológica y Bromatológico que acredite el tiempo máximo de consumo con la firma del técnico responsable.
- Escaneado del Original de las especificaciones químicas del material utilizado en la manufactura del envase (en papel membretado) emitidas por el proveedor al fabricante, con descripción de la naturaleza del envase primario y/o secundario. Con nombre, firma y cargo del técnico responsable.
- Dos proyectos de etiquetas externa e interna con las que se comercializará en el país, para área Legal y Técnica, de acuerdo a lo que estable la norma técnica de rotulado vigente.
- Copia del comprobante de pago (factura) por el importe de Registro Sanitario establecido en la Ley y Reglamento correspondiente.
- Escaneado del original de la Certificación de Producto Orgánico otorgada por la Autoridad correspondiente, para el caso de productos orgánicos.

- Escaneado del original del Permiso de Funcionamiento vigente del fabricante y solicitante, otorgado por la Autoridad Sanitaria Nacional.
- Escaneado del original de la constitución de la compañía con aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías e inscrito en el Registro Mercantil.
- Escaneado del original del nombramiento del representante legal para persona jurídica e inscrita en el Registro Mercantil.
- Escaneado del original de la cédula de ciudadanía para personas naturales.

### **Normas INEN para plantas purificadoras y envasadoras de agua en botellones**

Según Normas INEN los requisitos que deben cumplir las plantas purificadoras y envasadoras de agua en botellones son los siguientes:

- El agua purificada envasada se puede comercializar en envases de hasta 20 litros.
- Requisitos de Materia Prima: los parámetros físico, químico y microbiológico del agua previa al proceso de purificación deben cumplir con los requisitos de la INEN 1 108 concernientes a los parámetros del agua potable.

Requisitos del producto: El agua purificada envasada debe cumplir con los siguientes requisitos físicos:

REQUISITOS	Mínimo	Máximo
Color expresado en unidades de color verdadero (UTC)	-	5
Turbiedad expresada en unidades nefelométricas de turbiedad NTU	-	3
Sólidos totales disueltos expresados en mg/l		
- Agua purificada envasada	-	500
- Agua purificada mineralizada envasada	250	1000
p H a 20 <sup>o</sup> C:		
-no carbonatada	6,5	8,5
-carbonatada	4	8,5
proceso de osmosis y destilación	5	7
Cloro libre residual, mg/l	0	0
Dureza, Ca CO <sub>3</sub> , mg/l	-	300
Olor y sabor	inobjetable	

Tabla 29: Requisitos producto

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### **Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.**

Los requisitos para el permiso de funcionamiento en el Cuerpo de Bomberos de Guayaquil son:

- Informe del Inspector.
- Copia de la cédula del Representante Legal.
- Copia de la Patente actual.
- Copia del Ruc.

### **Registro Mercantil**

En el Registro Mercantil para que nuestra empresa pueda ser inscrita se necesita los siguientes documentos:

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias).

- Pago de la patente municipal.
- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.

### 3.5 Gastos de Funcionamiento

#### 3.5.1 Gastos Administrativos

Los gastos de administración son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo.

- Publicidad.
- Energía eléctrica de las oficinas,
- Arriendo
- Limpieza de oficinas,
- Transporte de personal administrativo,
- Combustible
- capacitación de personal de oficina,
- seguro social de empleados de oficina,
- seguro de vehículos de personal administrativo, etc.

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Gasto mensual</b>
<b>Arriendo</b>	\$ 2.500
<b>Publicidad</b>	\$ 3.000
<b>Gastos de ventas</b>	\$ 800
<b>Combustible y mantenimiento</b>	\$ 600
<b>Proveeduría</b>	\$ 350
<b>Servicios básicos</b>	\$ 300
<b>Otros gastos</b>	\$ 500
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 8.050</b>

Tabla 30: Gastos administrativos

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### **3.5.2 Sueldos y salarios**

Es el pago que recibe periódicamente una persona por la realización de su trabajo.



<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>									
<b>NO.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo / mes</b>	<b>Sueldo / año</b>	<b>13ro Sueldo / año</b>	<b>14to Sueldo / año</b>	<b>Vacaciones / año</b>	<b>Fondo de Reserva / año</b>	<b>Aporte Patronal / año</b>	<b>Gasto / año</b>
1	Gerente de planta y producción	1.200,00	14.400,00	1.200,00	354,00	600,00	1.200,00	1.749,60	<b>19.503,60</b>
1	Supervisor	650,00	7.800,00	650,00	354,00	325,00	650,00	947,70	<b>10.726,70</b>
9	Operarios	354,00	4.248,00	354,00	354,00	177,00	354,00	516,13	<b>54.028,19</b>
<b>Total</b>		<b>2.204,00</b>	<b>26.448,00</b>	<b>2.204,00</b>	<b>1.062,00</b>	<b>1.102,00</b>	<b>2.204,00</b>	<b>3.213,43</b>	<b>84.258,49</b>

Tabla 31: Sueldos y Salarios Personal Producción  
 Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

PERSONAL ADMINISTRATIVO									
NO.	Cargo	Sueldo / mes	Sueldo / año	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año	Vacaciones / año	Fondo de Reserva / año	Aporte Patronal / año	Gasto / año
1	Gerente general	1.500,00	18.000,00	1.500,00	354,00	750,00	1.500,00	2.187,00	<b>24.291,00</b>
1	Gerente financiero	1.100,00	13.200,00	1.100,00	354,00	550,00	1.100,00	1.603,80	<b>17.907,80</b>
1	Gerente de marketing y ventas	1.100,00	13.200,00	1.100,00	354,00	550,00	1.100,00	1.603,80	<b>17.907,80</b>
1	Asistente contable	450,00	5.400,00	450,00	354,00	225,00	450,00	656,10	<b>7.535,10</b>
1	Asesor de ventas	600,00	7.200,00	600,00	354,00	300,00	600,00	874,80	<b>9.928,80</b>
<b>Total</b>		<b>4.750,00</b>	<b>57.000,00</b>	<b>4.750,00</b>	<b>1.770,00</b>	<b>2.375,00</b>	<b>4.750,00</b>	<b>6.925,50</b>	<b>77.570,50</b>

Tabla 32: Sueldos y Salarios Personal Administrativo

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

## **CAPITULO IV. ESTUDIO TÉCNICO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO**

En este capítulo se realizara un estudio técnico operacional para producir agua embotellada de origen marino con altísimos estándares de calidad y que compita con aguas embotelladas internacionales.

Es el estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de nuestro proyecto a realizar.

### **4.1 Estudio Técnico - Antecedentes Económicos**

La tecnología de purificado ha evolucionado con el tiempo, dando opción a que la creación de Plantas embotelladoras de agua se constituyan de manera más ágil y a menor costo.

El proyecto busca la introducción en el mercado de una nueva marca de agua diferente a las existentes en el mercado, es importante tomar en cuenta las variables técnicas que permitirán el desarrollo del proyecto, iniciando por el proceso de filtración del agua de mar, envasado y etiquetado del producto que asegure una optima calidad del agua.

### **4.2 Plan estratégico de la empresa**

#### **4.2.1 Localización de la empresa**

Estará ubicada en la Avenida Juan Tanga Marengo, sector del parque de la Martha de Roldós, Norte de la ciudad de Guayaquil, se contara con los servicios básicos y acceso a toda la ciudad.

El proyecto debe ser localizado siguiendo los siguientes factores generales:

- Factores Geográficos: nuestra empresa va a ser localizada en un sector que sea transitado de la ciudad de Guayaquil.

- Factores Sociales: Nuestro producto está dirigido a las personas que deseen tomar agua del mar con beneficios medicinales.
- Factores Económicos: Dirigido a personas de nivel económico medio y alto.

#### 4.2.2 Ubicación

La ubicación estará dada en la Avenida Juan Tanga Marengo, sector del parque de la Martha de Roldós siendo un lugar muy transcurrido y de fácil acceso al público.

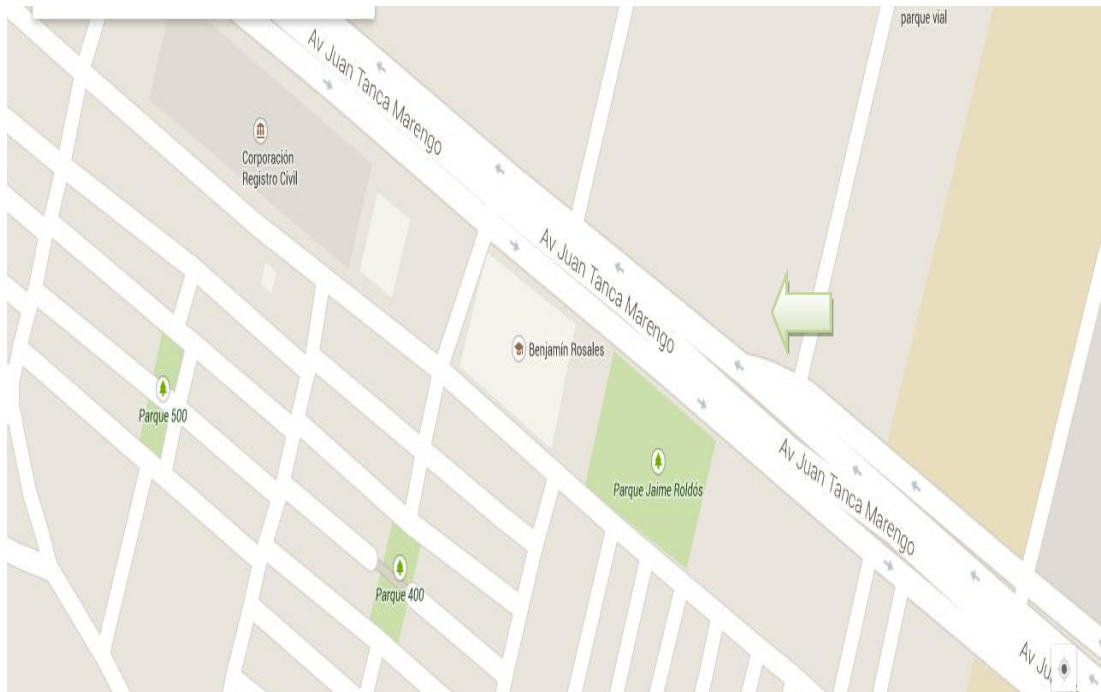


Figura 39: Mapa de la planta

#### 4.2.3 Diseño de la planta

La planta de purificación de agua tendrá dos espacios definidos el área de producción y el área administrativa. Para la división de estos dos espacios se necesita un local de ochenta a cien metros cuadrados. El área de producción tendrá todo el equipo y maquinaria para la producción de agua de mar purificada.

En el siguiente gráfico se describe la distribución de la planta:

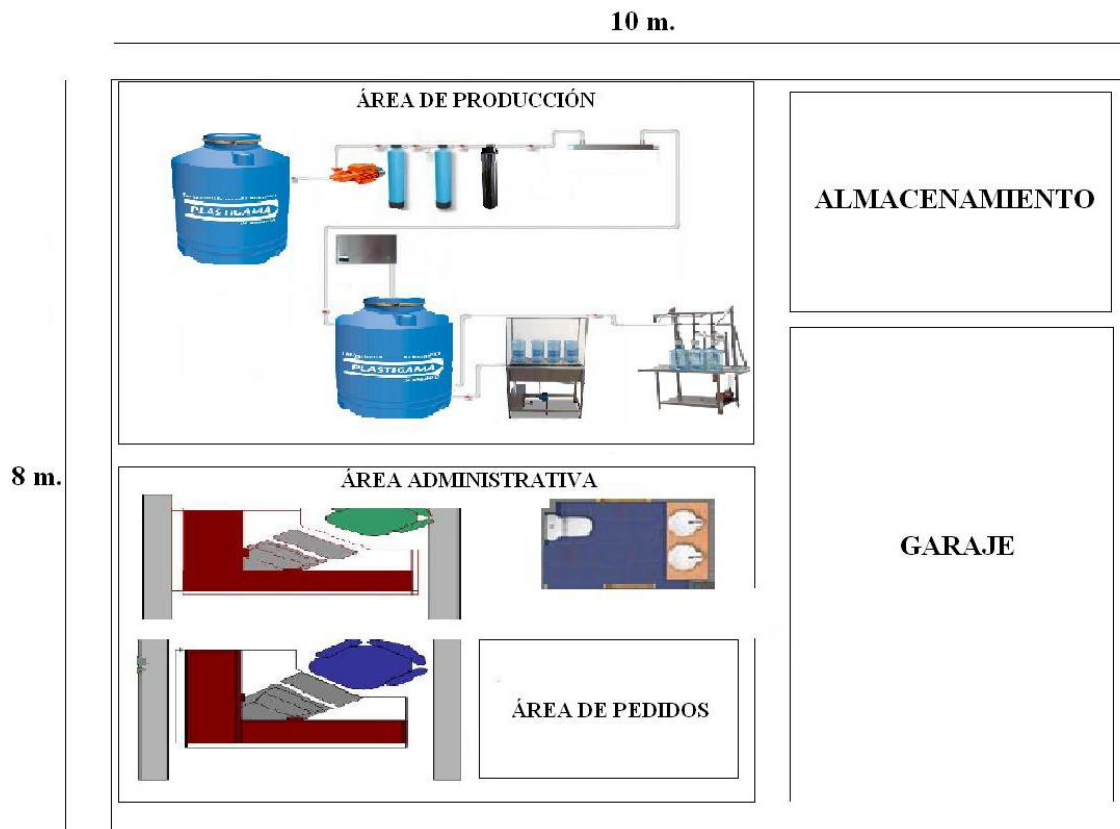


Figura 40: Distribución de la planta

#### 4.2.4 Capacidad de Producción

##### 4.2.4.1 Capacidad Instalada

La capacidad Instalada es la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las maquinarias y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad, hay algunos bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un bien determinado.

Se determinó que la capacidad instalada de producción será de 4.760 botellas diarias esto significa que mensualmente se podrá producir 123.760

botellas de agua de mar; es decir la producción anual total podrá ser de 1'485.120 botellas de agua de mar purificada.

La capacidad instalada de la planta purificadora de botellones está dada por el conjunto maquinaria para el proceso productivo y por la variable tiempo; el equipo y maquinaria a emplearse.

#### **4.2.4.2 Capacidad Empleada**

La Capacidad Empleada de producción se refiere a la capacidad práctica, muestra la tasa real de producción durante una unidad de tiempo, tomando en cuenta la capacidad de producción de la maquinaria, el monto de inversión en insumos, materia prima y la demanda del producto.

#### **4.2.5 Descripción del proceso**

A continuación se detalla el proceso de purificación del agua de mar que se utilizara para proceso de nuestro proyecto al inicio de las operaciones.

- Tanques de almacenamiento

Para abastecer la cantidad de venta diaria es necesario disponer de dos tanques de almacenamiento con la capacidad de 2500 litros, para almacenamiento de agua proveniente del mar.

Las características de los tanque son las siguientes: Tanques cilíndricos vertical marca Plastigama de 2.500 litros, fabricados con resina de polietileno de la más alta calidad aprobado por la FDA (Food and Drug Administration) adecuado para el manejo de alimentos y almacenamiento de agua por no producir olor ni sabor.

### Características:

- Su color impide el paso de luz evitando la proliferación de organismos como algas y lama, además no se corroen, ni se oxidan y no requieren mantenimiento continuo.
- Sus paredes 100% lisas sin porosidades permiten una fácil limpieza y garantizan que no se reproduzcan gérmenes o virus dentro del tanque.
- Los tanques de Polietileno tienen variedad de usos tanto para almacenar leche, agua, diesel, productos químicos diluidos y en aplicaciones industriales en general.
- Herméticos, tapa a presión
- Gama completa de accesorios



Figura 41: Tanques de almacenamiento

Nos dirigimos hacia el centro de la Isla de la Plata en lancha, donde el agua esta es su más óptima calidad.



Figura 42: Isla de la Plata

Luego la misma debe pasar por siete etapas de filtración de las cuales las mencionamos una a una en el siguiente punto:

- Filtro de Cerámica: El filtro de cerámica está hecho de cerámica de alta compresión de sustancias diatómicas; este tiene una estructuración de poros muy pequeños de 0,2  $\mu\text{m}$ , esto es menos de la mitad del tamaño de las bacterias (0,5 ~ 1,0  $\mu\text{m}$ ).



Con este filtro, ya puede obtener el agua libre de óxidos, polvo, arena, sedimentos residuales y bacterias como el cólera, la fiebre tifoidea, coliformes fecales, etc.



Figura 43: Filtro de Cerámica

- Capa de carbón activado: **E**l agua a través de un tanque o filtro con carbón activado, ya sea en bloque o granular. Removiendo el cloro, mal olor y sabor del agua, así como sólidos pesados, plomo, mercurio en el agua. Es el único que remueve restos de insecticidas, pesticidas, herbicidas y bencenos, así como derivados del petróleo.

Este proceso es necesario puesto que ningún proceso de purificado puede prescindir de este; al terminar este proceso el agua debe tener un olor y sabor excelente.



Figura 44: Capa de carbón activado

- Filtro de Zeolita: Pasar el agua a través de un medio filtrante nuevo y muy bueno. Ofrece un funcionamiento superior a los filtros de arena y carbón, con una calidad más pura y mayores tasas de rendimiento sin necesidad de altos requisitos de mantenimiento.

Reduce un poco la acidez del agua, llegando a producir una mayor claridad en el agua filtrada.

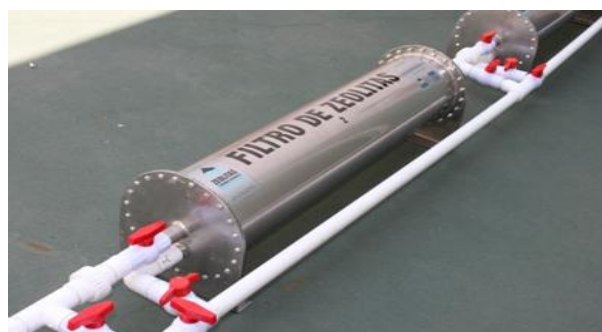


Figura 45: Filtro de Zeolitas

- Filtro de Arenas: La función de este filtro es detener las impurezas grandes (sólidos hasta 30 micras) que trae el agua al momento de pasar por las camas de arena y quitarle lo turbio al agua, estos filtros se regeneran periódicamente dándoles un retro lavado a presión, para ir desalojando las impurezas retenidas al momento de estar filtrando. El filtro de arena seleccionado es filtro de arena sílica.



Figura 46: Filtro de Arenas

- Capa de carbón activado: Se repite nuevamente este proceso.
- Filtro pulidor: La función de este filtro es de detener las impurezas pequeñas (sólidos hasta 5 micras). Los pulidores son fabricados en polipropileno grado alimenticio (FDA).

Después de este paso se puede tener agua brillante y cristalina.

Este material es capaz de matar a cualquier bacteria y evitar que el agua del tanque de almacenamiento se re-contamine.



Figura 47: Filtro Pulidor

- Luz ultravioleta: Funciona como un germicida, ya que anula la vida de las bacterias, gérmenes, virus, algas y esporas que vienen en el agua, mediante la luz ultravioleta, los microorganismos no pueden proliferarse ya que mueren al contacto con la luz. Y el agua al salir de la tubería del rayo ultravioleta va libre de gérmenes vivos. Con la radiación UV son automáticamente destruidos, logrando una exterminación del 99.99%. No necesitan mantenimiento, 100 % automática, no daña al medio ambiente, fácil de instalar, más efectiva que el cloro.



Figura 48: Luz Ultravioleta

- Máquina para envasado: Para este proceso se emplea una maquina semiautomática, que posee tres tomas de boca y llena a una capacidad de 20 litros en 60 segundos, el llenado se lo hace en forma manual.



Figura 49: Maquina para envasado

## **CAPITULO V.**

### **ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO**

Este capítulo presenta análisis manera económica y financiera la viabilidad de este proyecto con el objetivo de alcanzar en dos años una rentabilidad en el negocio del 50 % y que nos permitan un flujo de caja positivo.

El estudio económico señala los Estados de resultados, el estado de Ganancias y Pérdidas, el Balance General, el Flujo de Caja esperado, con el objetivo de realizar la evaluación económica del proyecto.

Por medio del estudio financiero se señala los indicadores como el TIR el VAN, análisis de sensibilidad, el punto de equilibrio si es rentable o no el proyecto.

#### **5.1 Estudio Económico y Financiero**

##### **5.1.1 Inversión**

Con el objetivo de garantizar la calidad del producto final, se adquieren equipos y herramientas de excelente calidad, que incluye garantía de fábrica, soporte técnico e instalación, por lo que no se deberá incurrir en gastos adicionales.

Se adquieren equipos para cada etapa del proceso de producción: equipos para filtración, desinfección, llenado y etiquetado. Además, el mobiliario necesario para el personal administrativo.

La inversión en activos fijos será de \$158.000, en gastos de constitución y software \$4.300. Es importante también considerar un monto para capital de trabajo, para los primeros 3 meses de operaciones que asciende a \$86.892.

DESCRIPCION	VALOR
Equipos para filtración	\$ 30.000
Equipos para desinfección	\$ 8.500
Equipos para llenado y etiquetado	\$ 65.000
Mobiliario de oficina	\$ 10.000
Infraestructura y adecuaciones	\$ 15.000
Equipos de computación	\$ 4.500
Vehículos	\$ 25.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 158.000</b>

Tabla 33: Inversión Inicial de Maquinarias

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

DESCRIPCION	VALOR
Gastos de constitución	\$ 800
Software contable	\$ 3.500
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.300</b>

Tabla 34: Gastos de Constitución y Software Contable

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

CAPITAL DE TRABAJO		
Tipo	Costo anual	Costo 3 meses
Insumos directos	\$ 291.252	\$ 72.813
Otros costos directos	\$ 56.316	\$ 14.079
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 86.892</b>

Tabla 35: Capital Contable

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.2 Capacidad de producción

A diferencia de otros proyectos, para definir el volumen de producción de la planta se utilizó la capacidad de los equipos destinados para la producción. Esto, comprendiendo que no se pretende satisfacer toda la demanda en la población, sino ingresar al mercado con una participación modesta.

La planta instalada tiene la capacidad de producir hasta 700 botellas por hora, que restada por un 15% de ineficiencia, da un total de 1'485.120 botellas al año.

De este total se utilizará apenas el 53% de la capacidad de la planta, proyectando una producción de 780.000 botellas de agua por año.

<b>CAPACIDAD MÁXIMA (UNIDADES)</b>	
Horas por día	8
Días/semana	6
Semanas por año	52
<b>Producción por hora</b>	<b>700</b>
<b>Producción - ineficiencia (15%)</b>	<b>595</b>
<b>Producción por día</b>	<b>4.760</b>
<b>Producción por mes</b>	<b>123.760</b>
<b>Producción por año</b>	<b>1.485.120</b>

Tabla 36: Capacidad Máxima (unidades)

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

<b>CAPACIDAD PROYECTADA (UNIDADES)</b>	
Meta año 1 (unidades diarias)	2.500
<b>Producción por mes</b>	<b>65.000</b>
<b>Producción por año</b>	<b>780.000</b>
<b>Capacidad utilizada</b>	<b>53%</b>

Tabla 37: Capacidad Proyectada (unidades)

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



### 5.1.3 Financiamiento

El valor requerido para iniciar el proyecto es \$249.192, incluidos activos fijos, diferidos y capital de trabajo. De ese total los accionistas aportarán con el 40% y por la diferencia se realizará un préstamo bancario, con una tasa de interés anual del 12% y diferido a 60 cuotas mensuales. Este préstamo genera intereses por \$50.037 durante los cinco años de duración.

Activos Fijos	\$ 158.000
Activos Diferidos	\$ 4.300
Capital de trabajo	\$ 86.892
<b>TOTAL DE INVERSIONES</b>	<b>249.192</b>

Tabla 38: Total de Inversiones

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### Cuadro No 12 Financiamiento

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 149.515</b>
<b>TASA INTERES</b>	<b>12%</b>
<b>TASA EFECTIVA MENSUAL</b>	<b>1,0%</b>
<b>PLAZO MESES</b>	<b>60</b>

Tabla 39: Tasas de Interés

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.4 Amortización de la Deuda

Muestra el financiamiento que adquirimos en total se requiere \$ 149,515.20 crédito en la Corporación Financiera Nacional a un plazo de 60 meses con una tasa de 12%, tomando en cuenta que se destinó como Capital propio \$99,676.80 con la ponderación del 40% para iniciar operaciones, de lo que obtenemos una cuota mensual de \$ 3.325,88.

<b>TABLA DE AMORTIZACION</b>				
<b>No. Dividendos</b>	<b>Valor intereses</b>	<b>Amortización capital</b>	<b>Valor dividendo</b>	<b>Saldo de capital</b>
0				\$ 149.515,20
1	\$ 1.495,15	\$ 1.830,73	\$ 3.325,88	\$ 147.684,47
2	\$ 1.476,84	\$ 1.849,04	\$ 3.325,88	\$ 145.835,43
3	\$ 1.458,35	\$ 1.867,53	\$ 3.325,88	\$ 143.967,90
4	\$ 1.439,68	\$ 1.886,20	\$ 3.325,88	\$ 142.081,70
5	\$ 1.420,82	\$ 1.905,07	\$ 3.325,88	\$ 140.176,63
6	\$ 1.401,77	\$ 1.924,12	\$ 3.325,88	\$ 138.252,52
7	\$ 1.382,53	\$ 1.943,36	\$ 3.325,88	\$ 136.309,16
8	\$ 1.363,09	\$ 1.962,79	\$ 3.325,88	\$ 134.346,37
9	\$ 1.343,46	\$ 1.982,42	\$ 3.325,88	\$ 132.363,95
10	\$ 1.323,64	\$ 2.002,24	\$ 3.325,88	\$ 130.361,70
11	\$ 1.303,62	\$ 2.022,27	\$ 3.325,88	\$ 128.339,44
12	\$ 1.283,39	\$ 2.042,49	\$ 3.325,88	\$ 126.296,95
13	\$ 1.262,97	\$ 2.062,91	\$ 3.325,88	\$ 124.234,03
14	\$ 1.242,34	\$ 2.083,54	\$ 3.325,88	\$ 122.150,49
15	\$ 1.221,50	\$ 2.104,38	\$ 3.325,88	\$ 120.046,11
16	\$ 1.200,46	\$ 2.125,42	\$ 3.325,88	\$ 117.920,69
17	\$ 1.179,21	\$ 2.146,68	\$ 3.325,88	\$ 115.774,02
18	\$ 1.157,74	\$ 2.168,14	\$ 3.325,88	\$ 113.605,87
19	\$ 1.136,06	\$ 2.189,82	\$ 3.325,88	\$ 111.416,05
20	\$ 1.114,16	\$ 2.211,72	\$ 3.325,88	\$ 109.204,33
21	\$ 1.092,04	\$ 2.233,84	\$ 3.325,88	\$ 106.970,49
22	\$ 1.069,70	\$ 2.256,18	\$ 3.325,88	\$ 104.714,31
23	\$ 1.047,14	\$ 2.278,74	\$ 3.325,88	\$ 102.435,57
24	\$ 1.024,36	\$ 2.301,53	\$ 3.325,88	\$ 100.134,04
25	\$ 1.001,34	\$ 2.324,54	\$ 3.325,88	\$ 97.809,50
26	\$ 978,09	\$ 2.347,79	\$ 3.325,88	\$ 95.461,71
27	\$ 954,62	\$ 2.371,27	\$ 3.325,88	\$ 93.090,44
28	\$ 930,90	\$ 2.394,98	\$ 3.325,88	\$ 90.695,47
29	\$ 906,95	\$ 2.418,93	\$ 3.325,88	\$ 88.276,54
30	\$ 882,77	\$ 2.443,12	\$ 3.325,88	\$ 85.833,42
31	\$ 858,33	\$ 2.467,55	\$ 3.325,88	\$ 83.365,87
32	\$ 833,66	\$ 2.492,22	\$ 3.325,88	\$ 80.873,65
33	\$ 808,74	\$ 2.517,15	\$ 3.325,88	\$ 78.356,50
34	\$ 783,56	\$ 2.542,32	\$ 3.325,88	\$ 75.814,18
35	\$ 758,14	\$ 2.567,74	\$ 3.325,88	\$ 73.246,44
36	\$ 732,46	\$ 2.593,42	\$ 3.325,88	\$ 70.653,02
37	\$ 706,53	\$ 2.619,35	\$ 3.325,88	\$ 68.033,67
38	\$ 680,34	\$ 2.645,55	\$ 3.325,88	\$ 65.388,12

39	\$ 653,88	\$ 2.672,00	\$ 3.325,88	\$ 62.716,12
40	\$ 627,16	\$ 2.698,72	\$ 3.325,88	\$ 60.017,40
41	\$ 600,17	\$ 2.725,71	\$ 3.325,88	\$ 57.291,69
42	\$ 572,92	\$ 2.752,97	\$ 3.325,88	\$ 54.538,72
43	\$ 545,39	\$ 2.780,50	\$ 3.325,88	\$ 51.758,23
44	\$ 517,58	\$ 2.808,30	\$ 3.325,88	\$ 48.949,93
45	\$ 489,50	\$ 2.836,38	\$ 3.325,88	\$ 46.113,54
46	\$ 461,14	\$ 2.864,75	\$ 3.325,88	\$ 43.248,80
47	\$ 432,49	\$ 2.893,40	\$ 3.325,88	\$ 40.355,40
48	\$ 403,55	\$ 2.922,33	\$ 3.325,88	\$ 37.433,07
49	\$ 374,33	\$ 2.951,55	\$ 3.325,88	\$ 34.481,52
50	\$ 344,82	\$ 2.981,07	\$ 3.325,88	\$ 31.500,45
51	\$ 315,00	\$ 3.010,88	\$ 3.325,88	\$ 28.489,57
52	\$ 284,90	\$ 3.040,99	\$ 3.325,88	\$ 25.448,59
53	\$ 254,49	\$ 3.071,40	\$ 3.325,88	\$ 22.377,19
54	\$ 223,77	\$ 3.102,11	\$ 3.325,88	\$ 19.275,08
55	\$ 192,75	\$ 3.133,13	\$ 3.325,88	\$ 16.141,94
56	\$ 161,42	\$ 3.164,46	\$ 3.325,88	\$ 12.977,48
57	\$ 129,77	\$ 3.196,11	\$ 3.325,88	\$ 9.781,37
58	\$ 97,81	\$ 3.228,07	\$ 3.325,88	\$ 6.553,30
59	\$ 65,53	\$ 3.260,35	\$ 3.325,88	\$ 3.292,95
60	\$ 32,93	\$ 3.292,95	\$ 3.325,88	\$ 0,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 50.037,78</b>	<b>\$ 149.515,20</b>	<b>\$ 199.552,98</b>	

Tabla 40: Tabla de Amortización

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.5 Costos y Gastos

Se realizó un estudio de todos los costos para la producción de las botellas de agua, de acuerdo a las especificaciones de los proveedores de equipos y considerando un porcentaje para imprevistos que pudieran resultar en la planta.

Entre los principales insumos directos se encuentra el costo de la botella de vidrio, que corresponde al valor más alto a pagar y lo que realmente encarece el precio del producto final. No se descarta negociar mejores precios o conseguir nuevos proveedores en el futuro.

Se contempló también el desembolso por mano de obra directa y personal administrativo, detallando todos los beneficios de seguridad social.

Los costos directos anuales ascienden a \$291.252, correspondientes al 47% de los ingresos por ventas. Mientras que los gastos anuales serán de \$180.171, incluido los rubros por alquiler y publicidad.

### 5.1.5.1 Costos

Dentro de los Costos detallamos el siguiente cuadro donde se especifica valores de nuestros Insumos Directos

Tipo	Costos por unidad	Año 1
Agua	\$ 0,0004	\$ 312
Botella de vidrio 330 ml	\$ 0,3280	\$ 255.840
Tapa	\$ 0,0300	\$ 23.400
Etiqueta	\$ 0,0150	\$ 11.700
		\$ 0
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 291.252</b>

Tabla 41: Insumos Directos

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.5.2 Gastos Administrativos

En este rubro están considerados todos los Gastos Administrativos que resultan de la administración de la empresa, dentro de los cuales tenemos sueldos y salarios, gastos incurridos y demás.

<b>NO.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo / mes</b>
1	Gerente general	1.500,00
1	Gerente financiero	1.100,00
1	Gerente de marketing y ventas	1.100,00
1	Asistente contable	450,00
1	Asesor de ventas	600,00
<b>Total</b>		<b>4.750,00</b>

Tabla 42: Sueldos y Salarios Mensual

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>									
<b>NO.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Sueldo / mes</b>	<b>Sueldo / año</b>	<b>13ro Sueldo / año</b>	<b>14to Sueldo / año</b>	<b>Vacaciones / año</b>	<b>Fondo de Reserva / año</b>	<b>Aporte Patronal / año</b>	<b>Gasto / año</b>
1	Gerente de planta y producción	1.200,00	14.400,00	1.200,00	354,00	600,00	1.200,00	1.749,60	<b>19.503,60</b>
1	Supervisor	650,00	7.800,00	650,00	354,00	325,00	650,00	947,70	<b>10.726,70</b>
9	Operarios	354,00	4.248,00	354,00	354,00	177,00	354,00	516,13	<b>54.028,19</b>
<b>Total</b>		<b>2.204,00</b>	<b>26.448,00</b>	<b>2.204,00</b>	<b>1.062,00</b>	<b>1.102,00</b>	<b>2.204,00</b>	<b>3.213,43</b>	<b>84.258,49</b>

Tabla 43: Mano de Obra Directa

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

<b>Gastos administrativos</b>	<b>Gasto mensual</b>
Arriendo	\$ 2.500
Publicidad	\$ 3.000
Gastos de ventas	\$ 800
Combustible y mantenimiento	\$ 600
Proveeduría	\$ 350
Servicios básicos	\$ 300
Servicios contables	\$ 500
Otros gastos	\$ 500
<b>TOTAL GASTOS GENERALES</b>	<b>\$ 8.550</b>

Tabla 44: Gastos Varios

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.6 Proyección de venta

De acuerdo a la investigación de mercado, se pudo conocer el precio máximo que estarían dispuestos a pagar los consumidores, por la presentación de Sea Water, a pesar de esto se acordó iniciar con un precio más económico de \$0,80, para tener una introducción más fácil.

El primer año se tendrán ingresos de \$624.000, por la venta de 780.000 botellas de agua. A partir del segundo año existirá un incremento en la producción del 5% anual, con la finalidad de aumentar la participación de mercado.

Producto	Precio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producción anual presentación 330 ml.		780.000	819.000	859.950	902.948	948.095
Venta anual presentación 330 ml.	\$ 0,80	\$ 624.000	\$ 655.200	\$ 687.960	\$ 722.358	\$ 758.476
		<b>\$ 624.000</b>	<b>\$ 655.200</b>	<b>\$ 687.960</b>	<b>\$ 722.358</b>	<b>\$ 758.476</b>

Tabla 45: Producción de Ventas

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.7 Proyección Financiera, Económica del proyecto.

Nuestros estados financieros están proyectados a 5 años, con una tasa de crecimiento anual de la demanda del 5% con respecto a los gastos, estos estarán influenciados directamente de la inflación actual que atraviesa el país, la misma que se encuentra por 0.52 % la inflación mensual mes de Enero 2015 y acumulada; y 3,53% la anual.



### 5.1.8 Balance General Projectado

El balance general es aquel estado financiero que muestra la situación de la empresa en determinados periodos de tiempo, este se realiza al término de cada año y contiene las tres cuentas principales las cuales son activos, pasivos y el patrimonio, que nos permite llevar una amplio análisis de la situación.

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activos corrientes</b>	\$ 86.892	\$ 160.571	\$ 236.773	\$ 315.425	\$ 393.737	\$ 474.279
Caja - Bancos	\$ 0	\$ 73.679	\$ 149.881	\$ 228.533	\$ 306.845	\$ 387.387
Capital de trabajo	\$ 86.892	\$ 86.892	\$ 86.892	\$ 86.892	\$ 86.892	\$ 86.892
<b>Activos fijos netos</b>	\$ 158.000	\$ 138.665	\$ 119.330	\$ 99.995	\$ 88.645	\$ 77.295
Activos fijos	\$ 158.000	\$ 158.000	\$ 158.000	\$ 158.000	\$ 158.000	\$ 158.000
(Depreciación acumulada)	\$ 0	-\$ 19.335	-\$ 38.670	-\$ 58.005	-\$ 69.355	-\$ 80.705
<b>Activos diferidos netos</b>	\$ 4.300	\$ 3.440	\$ 2.580	\$ 1.720	\$ 860	\$ 0
Activos diferidos	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.300	\$ 4.300
(Amortización acumulada)	\$ 0	-\$ 860	-\$ 1.720	-\$ 2.580	-\$ 3.440	-\$ 4.300
<b>Total Activos</b>	\$ 249.192	\$ 302.676	\$ 358.683	\$ 417.140	\$ 483.242	\$ 551.574
<b>Total Pasivos</b>	\$ 149.515	\$ 126.297	\$ 100.134	\$ 70.653	\$ 37.433	\$ 0
<b>Total Patrimonio</b>	\$ 99.677	\$ 176.379	\$ 258.549	\$ 346.487	\$ 445.809	\$ 551.574
Aporte futura capitalización	\$ 99.677	\$ 99.677	\$ 99.677	\$ 99.677	\$ 99.677	\$ 99.677
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 76.703	\$ 82.170	\$ 87.937	\$ 99.323	\$ 105.765
Utilidades retenidas	\$ 0	\$ 0	\$ 76.703	\$ 158.873	\$ 246.810	\$ 346.132
<b>PASIVO + PATRIMONIO</b>	\$ 249.192	\$ 302.676	\$ 358.683	\$ 417.140	\$ 483.242	\$ 551.574

Tabla 46: Balance General Projectado

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.9 Estado de Resultados

Nos muestra un estado financiero que ordena y detallada la forma de como se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Ventas	\$ 624.000	\$ 655.200	\$ 687.960	\$ 722.358	\$ 758.476	\$ 3.447.994
(Costos Directos)	\$ 291.252	\$ 305.815	\$ 321.105	\$ 337.161	\$ 354.019	\$ 1.609.351
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 332.748</b>	<b>\$ 349.385</b>	<b>\$ 366.855</b>	<b>\$ 385.197</b>	<b>\$ 404.457</b>	<b>\$ 1.838.643</b>
(Costos Indirectos)	\$ 180.171	\$ 191.506	\$ 203.595	\$ 216.489	\$ 230.245	\$ 1.022.005
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 152.578</b>	<b>\$ 157.879</b>	<b>\$ 163.260</b>	<b>\$ 168.709</b>	<b>\$ 174.213</b>	<b>\$ 816.638</b>
Gastos Financieros	\$ 16.692	\$ 13.748	\$ 10.430	\$ 6.691	\$ 2.478	\$ 50.038
Depreciaciones y amortizaciones	\$ 20.195	\$ 20.195	\$ 20.195	\$ 12.210	\$ 12.210	\$ 85.005
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$ 115.690</b>	<b>\$ 123.937</b>	<b>\$ 132.635</b>	<b>\$ 149.808</b>	<b>\$ 159.525</b>	<b>\$ 681.595</b>
Repartición Util. 15%	\$ 17.354	\$ 18.590	\$ 19.895	\$ 22.471	\$ 23.929	\$ 102.239
<b>Utilidad antes Imp. Renta</b>	<b>\$ 98.337</b>	<b>\$ 105.346</b>	<b>\$ 112.740</b>	<b>\$ 127.337</b>	<b>\$ 135.596</b>	<b>\$ 579.356</b>
Imp. Renta 22%	\$ 21.634	\$ 23.176	\$ 24.803	\$ 28.014	\$ 29.831	\$ 127.458
<b>Utilidad Final</b>	<b>\$ 76.703</b>	<b>\$ 82.170</b>	<b>\$ 87.937</b>	<b>\$ 99.323</b>	<b>\$ 105.765</b>	<b>\$ 451.898</b>

Tabla 47: Balance de Resultados

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

La operación de 5 periodos nos muestra un estado financiero que en el primer año de operación se obtuvo una utilidad neta de \$ 76,703 cifra que va incrementándose hasta llegar a \$105,765 para el último año de estudio.

### 5.1.10 Flujo de Cajas

Es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador sumamente importante de la liquidez de una empresa.

FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 0	\$ 624.000	\$ 655.200	\$ 687.960	\$ 722.358	\$ 758.476
(Costos Directos)	\$ 0	\$ 291.252	\$ 305.815	\$ 321.105	\$ 337.161	\$ 354.019
(Costos Indirectos)	\$ 0	\$ 180.171	\$ 191.506	\$ 203.595	\$ 216.489	\$ 230.245
<b>Flujo Operativo</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 152.578</b>	<b>\$ 157.879</b>	<b>\$ 163.260</b>	<b>\$ 168.709</b>	<b>\$ 174.213</b>
<b>Ingresos no operativos</b>	<b>\$ 249.192</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 0</b>
Financiamiento	\$ 149.515	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Capital propio	\$ 99.677	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Egresos no operativos</b>	<b>\$ 249.192</b>	<b>\$ 78.898</b>	<b>\$ 81.677</b>	<b>\$ 84.609</b>	<b>\$ 90.396</b>	<b>\$ 93.671</b>
Inversiones en Activos	\$ 249.192	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Pago de dividendos	\$ 0	\$ 39.911	\$ 39.911	\$ 39.911	\$ 39.911	\$ 39.911
Impuestos	\$ 0	\$ 38.988	\$ 41.767	\$ 44.698	\$ 50.485	\$ 53.760
<b>Flujo No Operativo</b>	<b>\$ 0</b>	<b>-\$ 78.898</b>	<b>-\$ 81.677</b>	<b>-\$ 84.609</b>	<b>-\$ 90.396</b>	<b>-\$ 93.671</b>
Valor de desecho	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 77.295
<b>FLUJO NETO</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 73.679</b>	<b>\$ 76.202</b>	<b>\$ 78.651</b>	<b>\$ 78.313</b>	<b>\$ 157.837</b>
<b>Flujo Acumulado</b>	<b>\$ 0</b>	<b>\$ 73.679</b>	<b>\$ 149.881</b>	<b>\$ 228.533</b>	<b>\$ 306.845</b>	<b>\$ 464.682</b>

Tabla 48: Flujo de Cajas

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.11. Evaluación Financiera del Proyecto

Para poder evaluar el proyecto en base a indicadores financieros, primero se determinó la tasa de descuento de 13,20%, que en este caso se realizó mediante el método CAPM.

La inversión inicial se recupera en tres años y tres meses, al ser menor al tiempo de vida del proyecto se considera un tiempo aceptado.

La tasa de rendimiento promedio es 37%, superior a la tasa de descuento. Este proyecto ha dado un VAN de \$62.189, que representa los ingresos a valor presente que tendrá la empresa en cinco años. Mediante este cálculo se obtuvo la tasa de rentabilidad real en 25%.

Otro indicador evaluado es la TIR, que mide la rentabilidad como un porcentaje, en este caso del 22%.

Se puede concluir que los beneficios económicos recibidos por la ejecución del proyecto, son superiores a la inversión que deben realizar los inversionistas, por lo tanto se considera aceptado.

#### 5.1.11.1 TIR, Tasa Interna de Retorno

La TIR es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para evaluar sobre la aceptación o no aceptación de un proyecto de inversión.

La fórmula para calcular la TIR, es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} - I = 0$$

INDICES FINANCIEROS						
	Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos netos	-\$ 249.192	\$ 73.679	\$ 76.202	\$ 78.651	\$ 78.313	\$ 157.837
Flujos acumulados		\$ 73.679	\$ 149.881	\$ 228.533	\$ 306.845	\$ 464.682
INDICES DESCONTADOS						
Suma de flujos descontados				\$ 311.380,87		
Valor actual neto				\$ 62.189		
Índice de rentabilidad				1,25		
Rendimiento real				25%		
Tasa interna retorno				22%		




Tabla 49: TIR

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

Se obtuvo una TIR del 22% que resulta del flujo de caja en el cuadro representado. Demostrando que el proyecto es rentable ya que el porcentaje de ganancia es superior a la tasa activa impuesta que radica en el 12% de interés bancario.

### 5.1.11.2 VAN, Valor Actual Neto

Mide la rentabilidad deseada, permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, destinados por una inversión inicial.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

ÍNDICES FINANCIEROS						
	Inversión inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujos netos	-\$ 249.192	\$ 73.679	\$ 76.202	\$ 78.651	\$ 78.313	\$ 157.837
Flujos acumulados		\$ 73.679	\$ 149.881	\$ 228.533	\$ 306.845	\$ 464.682
ÍNDICES DESCONTADOS						
Suma de flujos descontados	\$ 311.380,87					
Valor actual neto	\$ 62.189					
Índice de rentabilidad	1,25					
Rendimiento real	25%					
Tasa interna retorno	22%					



Tabla 50: VAN

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

### 5.1.11.3 PAY BACK o recuperación de la inversión

Se puede demostrar que el proyecto es factible puesto que la recuperación de la inversión inicial se hace efectiva el tercer año del transcurso de proyecto, como muestra nuestro cuadro siguiente.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

ÍNDICES NOMINALES			
PAYBACK (Recuperación de la inversión)			
Año de recuperación de la inversión	AÑO	3	
Diferencia con inversión inicial	\$ 249.192	\$ 228.533	\$ 20.659
Flujo mensual promedio año siguiente	\$ 78.313	12	\$ 6.526
Número de meses	\$ 20.659	\$ 6.526	3,2
<b>PAYBACK</b>	<b>3 AÑOS</b>		<b>3 MESES</b>

Tabla 51: PAYBACK

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

#### 5.1.11.4 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es también conocido como análisis del punto muerto, es el punto en el cual no existen pérdidas ni ganancias, este evalúa el comportamiento de las ventas y los costos del proyecto en relación al volumen de actividad.

<b>Punto de equilibrio</b>	
en \$	\$ 337.872
en %	54,1%
en unidad	422.341

Tabla 52: Punto de Equilibrio

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio	en \$	\$ 337.872	\$ 359.130	\$ 381.800	\$ 405.980	\$ 431.776
	en unidad	422.341	448.913	477.250	507.475	539.720
	en %	54,1%	54,8%	55,5%	56,2%	56,9%

Tabla 53: Detalle Punto de Equilibrio por años

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero

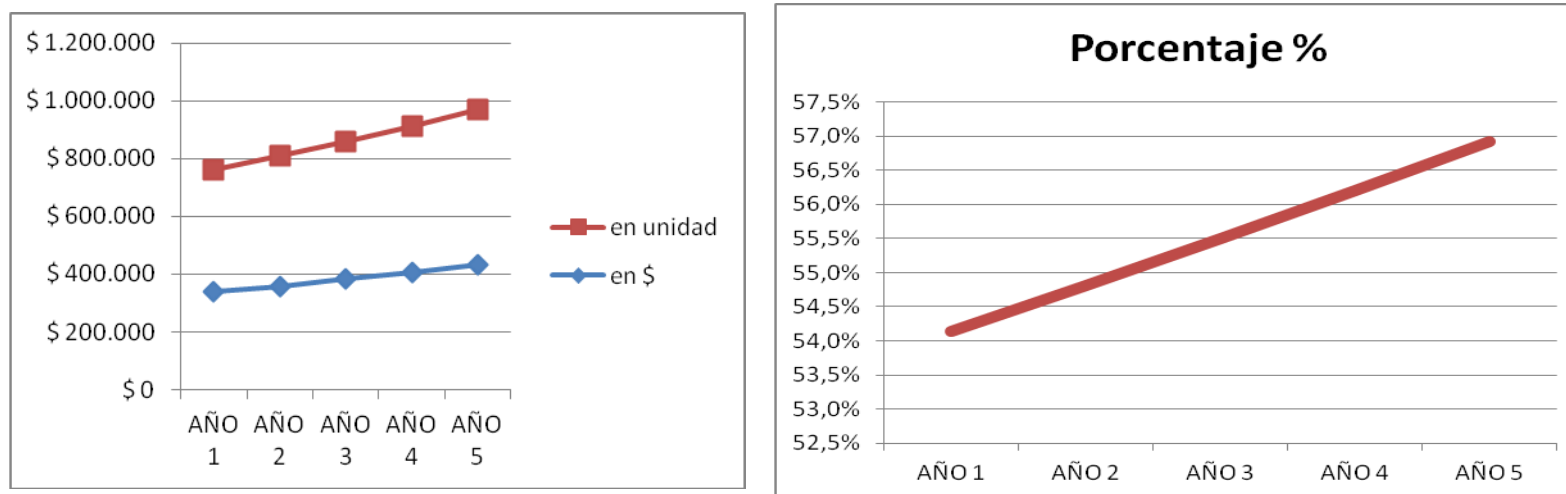


Figura 50: Punto de Equilibrio Años (Unidades y Dólares y Porcentaje)

Elaborado por: Carmen Quinde Bohórquez y Jessenia Quinde Vivero



## CONCLUSIONES

- De acuerdo al Modelo de Negocios Canvas el proyecto es viable conforme se demostró mediante los estudios de mercado, técnico y financiero, siendo el sector del agua embotellada el de mayor crecimiento en la industria de bebidas, con una participación del 29%, demostrado en la Brecha de Oferta y Demanda por lo que es factible el rápido desarrollo, el satisfacer la demanda insatisfecha y la distribución del producto.
- Desarrollar un Plan de marketing que se diseñará para poder ingresar al mercado poco competitivo referente a que nuestro producto es nuevo en el país como lo es “Isla de la Plata Sea Water” y está basado fundamentalmente en el precio de venta que es inferior al de la competencia, siendo este un elemento que generará interés entre los consumidores del producto. Además que lleva el valor agregado de que es una agua purificada y alivia varias enfermedades.
- Se constituye el proyecto como empresa en Sociedad Anónima con el nombre de Empresa EMBOTELLADORA DE AGUA DE MAR “ISLA DE LA PLATA SEA WATER”, brindando al cliente un producto que cubra las expectativas de calidad y servicio, así también en precios accesibles, además el análisis F.O.D.A. se llegó a la conclusión de que el proyecto presenta mayores fortalezas y oportunidades que debilidades y amenazas.
- El estudio Técnico Operacional, determina que existen las condiciones necesarias para la creación del nuevo proyecto, proyectándonos a que compita con marcas internacionales creando un alto nivel de confianza al consumidor.
- Con el objetivo de alcanzar en dos años una rentabilidad en el negocio del 50 % y que nos permitan un flujo de caja positivo. Este proyecto ha

dado un VAN de \$62.189, que representa los ingresos a valor presente que tendrá la empresa en cinco años. Mediante este cálculo se obtuvo la tasa de rentabilidad real en 25%.

## RECOMENDACIONES

Por lo tanto se recomienda que la ciudadanía ponga más énfasis en cuidar la salud con medios naturales, una opción muy rentable que estamos ofreciendo en el mercado guayaquileño.

Asegurar la fidelidad y preferencia del consumidor mediante estrategias de publicidad como promociones, descuentos, regalos, eventos gratuitos, entre otros; ya que el consumidor ecuatoriano valora significativamente a aquellas empresas que ofrecen un beneficio extra a la hora de adquirir un producto.

Se considere en un futuro la diversificación del producto, en lo que se refiere a los tamaños en presentaciones diversas, es decir se debe procurar invertir en estudios para mejorar estándares continuamente, puesto que esto podría atraer a nuevos consumidores.

Tomando en cuenta que el futuro del Ecuador está en el mar.

## BIBLIOGRAFÍA

- Dr. André Mahé, (1999), El plasma de Quinton, España, Primera Edición,
- Dr. Philippe Goe, (1999). Plasma marino y plasma humano, España, Primera Edición.
- CARVAJAL, L., (2005), Metodología de la Investigación Científica. Curso general y Aplicado. 12º-. Cali-Colombia: F.A.I.D.
- STIGLITZ, J. (2004). Microeconomía (Tercera Edición ed.). Barcelona: Ariel.
- Mariano Arnal ISBN: 978-86-614-6019-9 / Tienda de la Fundación Aqua Maris  
<http://books.google.com.ec/books?id=AmAaCLsnN-IC&printsec=frontcover&dq=agua+del+mar&hl=es&sa=X&ei=RVF3VLMEiKaDBLaTgogC&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=agua%20del%20mar&f=false>
- <http://repositorio.pucesa.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/859/1/80171.pdf>
- <http://blog.raquelcabo.es/?p=681>
- <http://www.servisalud.com>
- [http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/923/5/Capitulo\\_1.pdf](http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/923/5/Capitulo_1.pdf)
- <http://es.scribd.com/doc/65460172/UN-PROCESO-DE-FABRICACION-DEL-AGUA-EMBOTELLADA>
- <http://www.aguacristal.com.ve/proceso.php>
- OFICINA INTERNACIONAL DEL TRABAJO - OIT. (5 de Agosto de 2008). Discriminación por razones de discapacidad. Recuperado el 5 de Diciembre de 2013, de [http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ilo.org%2Fwcmssp5%2Fgroups%2Fpublic%2F---ed\\_norm%2F---declaration%2Fdocuments%2Fpublication%2Fwcms\\_decl\\_fs\\_110\\_es.pdf&ei=T5eoUuTwOsT0kQfWqICwDw&usg=AFQjCNE](http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ilo.org%2Fwcmssp5%2Fgroups%2Fpublic%2F---ed_norm%2F---declaration%2Fdocuments%2Fpublication%2Fwcms_decl_fs_110_es.pdf&ei=T5eoUuTwOsT0kQfWqICwDw&usg=AFQjCNE).

<http://books.google.com.ec/books?id=AmAaCLsnN-IC&printsec=frontcover&dq=agua+del+mar&hl=es&sa=X&ei=RVF3VLMEiKaDBLaTgogC&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=agua%20del%20mar&f=false>

<http://repositorio.pucesa.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/859/1/80171.pdf>

SOLOMON R., M. (2008). Comportamiento del consumidor. México: Pesaron Prentice Hall.

PARDINAS, E (1975). Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. México, D. E:

“LA INDUSTRIA DEL AGUA EMBOTELLADA CRECE CADA VEZ MAS EN EL ECUADOR”, Diario Hoy, [publicación en línea], disponible en: <[www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-industria-del-agua-embotellada-crece-cada-vez-mas-en-el-ecuador-247576-247576.html](http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-industria-del-agua-embotellada-crece-cada-vez-mas-en-el-ecuador-247576-247576.html)>, 2008, [con acceso el 15-01-09].

Siglo Veintiuno Editores. Decimatercera edición.

STIGLITZ, J. (2004). Microeconomía (Tercera Edición ed.). Barcelona: Ariel.

## Anexo

### Anexo 1



SEA WATER

## Anexo 2

### Copia de Escritura

Señor Notario:

PRIMERA.- Comparecientes.- Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, las personas: Jessenia Quinde Vivero y Carmen Quinde Bohórquez.

SEGUNDA.- Constitución.- Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía embotelladora de agua medical isla de la plata sea wáter S.A. que se registrará por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- Estatuto.- La compañía que se constituye mediante el presente instrumento, se registrará por el estatuto que se expone a continuación:

#### CAPÍTULO PRIMERO

#### NATURALEZA, NACIONALIDAD, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, MEDIOS, DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

Artículo Primero.- Naturaleza, nacionalidad y denominación.- La denominación que la compañía utilizará en todas sus operaciones será "SEA WATER S.A.". Esta sociedad se constituye como una compañía de sociedad anónima de nacionalidad ecuatoriana y se registrará por las Leyes ecuatorianas y por el presente estatuto, en cuyo texto se le designará posteriormente simplemente como "la Compañía".

Artículo Segundo.- Domicilio.- El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, República del Ecuador. Por

resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme a la Ley y a este estatuto.

Artículo Tercero.- Objeto social.- El objeto social de la compañía embotellamiento y comercialización de agua de mar. Para la consecución del objeto social, la compañía podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos, negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

Artículo Cuarto.- Duración.- El plazo de duración de la compañía es de 30 años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil; sin embargo, la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

Artículo Quinto.- Disolución y liquidación.- La Junta General podrá acordar la disolución anticipada de la compañía antes de que venza el plazo señalado en el artículo cuarto. Disuelta la Compañía, voluntaria o forzosamente, el procedimiento de liquidación será el contemplado en la Ley de la materia.

## CAPÍTULO SEGUNDO

### CAPITAL SOCIAL Y PARTICIPACIONES

Artículo Sexto.- Capital social.- El capital social de la Compañía es de ciento treinta y seis mil quinientos doce 96/100 dólares de los Estados Unidos de América, dividido en diecisiete mil (136512.96) participaciones sociales iguales acumulativas e indivisibles de un dólar cada una. Los Certificados de Aportación serán firmados por el Presidente y el Gerente General de la Compañía.

Artículo Séptimo.- Participaciones.- Las participaciones estarán representadas en certificados de aportación no negociables. Cada participación da derecho a un voto en la Junta General, así como a participar en las utilidades y demás derechos establecidos en la ley o en el estatuto social.



Artículo Octavo.- Transferencias de participaciones.- La propiedad de las participaciones no podrá transferirse por acto entre vivos sin la aprobación unánime del capital social expresado en junta general. La cesión se hará por escritura pública, a la que se incorporará como habilitante la certificación conferida por el Gerente General de la compañía respecto al cumplimiento del mencionado requisito. En el libro de participaciones y socios se inscribirá la cesión y luego se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario. De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

### CAPÍTULO TERCERO

#### ÓRGANO DE GOBIERNO: LA JUNTA GENERAL

Artículo Noveno.- Junta general y atribuciones.- Es el Órgano Supremo de gobierno de la Compañía, formado por los socios legalmente convocados y constituidos. Será presidida por el Presidente de la Compañía, y ejercerá la secretaría el Gerente General, sin perjuicio de que la junta designe Presidente y secretario a falta de éstos. Son atribuciones de la Junta General las siguientes:

- a) Resolver sobre la prórroga del plazo de duración de la compañía, su disolución anticipada, la reactivación, el aumento o disminución del capital, la transformación, fusión, o cualquier otro asunto que implique reforma del Contrato Social o Estatuto;
- b) Resolver sobre la distribución de los beneficios sociales;
- c) Conocer y aprobar el informe del Gerente General, así como las cuentas y balances que presenten los administradores;
- d) Aprobar la cesión de las participaciones sociales y la admisión de nuevos socios;
- e) Disponer que se inicien las acciones pertinentes contra los administradores, sin perjuicio del ejercicio de este derecho por parte de los socios, de acuerdo a la Ley;
- f) Interpretar obligatoriamente las cláusulas del Contrato Social, cuando hubiere duda sobre su inteligencia;
- g) Designar al Presidente y al Gerente General, fijar sus remuneraciones, y removerlos por causas legales, procediendo a la designación de sus reemplazos, cuando fuere necesario;
- h) Acordar la exclusión de los socios de acuerdo con la Ley;
- i) Autorizar la constitución de mandatarios generales de la Compañía;

- j) Autorizar al Gerente General la realización de contratos cuya cuantía exceda de 312 dólares de los Estados Unidos de Norteamérica (312 USD), así como de actos de disposición de bienes inmuebles de la Compañía;
- k) Las demás que no hubieren sido expresamente previstas a algún órgano de administración.

Artículo Décimo.- Juntas ordinarias.- Se reunirán al menos una vez al año en el domicilio principal de la Compañía, dentro de los tres primeros meses siguientes a la finalización del respectivo ejercicio económico. En estas Juntas deberá tratarse al menos sobre lo siguiente:

- a) Conocer el informe anual del Gerente General, las cuentas y el estado de pérdidas y ganancias, el balance general, y acordar la resolución correspondiente;
- b) Resolver sobre la distribución de los beneficios sociales;
- c) Cualquier otro asunto constante en la convocatoria.

Artículo Décimo Primero.- Convocatorias.- La convocatoria a Junta General se hará mediante comunicación escrita dirigida a cada socio en la dirección registrada por cada uno de ellos y por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía, por lo menos con ocho días de anticipación al día fijado para la reunión sin contar el día de la convocatoria ni el de la reunión. La convocatoria especificará el orden del día, el lugar y hora exactos de la reunión y llevará la firma de quien la convoque. En caso de segunda convocatoria, ésta deberá expresar claramente que la junta se reunirá con el número de socios presentes. Esta convocatoria no podrá modificar el objeto de la primera, ni demorar la reunión más de treinta días de la fecha fijada para la primera reunión. Las Juntas Generales, sean ordinarias o extraordinarias, serán convocadas por el Gerente General, o por el Presidente en ausencia de aquel, sin perjuicio de la facultad conferida a los socios de acuerdo al artículo ciento veinte de la Ley de Compañías.

Artículo Décimo Segundo.- Instalación y quórum decisorio.- Para que la Junta General se encuentre válidamente constituida en primera convocatoria, deberán hallarse presentes los socios que representen al menos más de la mitad del capital social. En segunda convocatoria podrá reunirse la Junta General con el número de socios presentes, siempre que así se haya expresado en la convocatoria respectiva. Las resoluciones se adoptarán con el voto favorable de los socios que representen la mitad más uno del capital social suscrito concurrente a la reunión. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Para la instalación de la Junta se procederá por Secretaría a formar la lista de los asistentes, debiendo hacer constar en la lista a los socios que consten como tales en el Libro de Participaciones y Socios. Para la verificación del quórum de instalación no se dejará transcurrir más de cuarenta y cinco minutos de la hora fijada en la convocatoria. En lo demás se estará a lo dispuesto en la Ley.

Artículo Décimo Tercero.- Representación.- Los socios pueden hacerse representar ante las Juntas Generales de Socios, para ejercer sus derechos y

atribuciones, mediante carta o poder dirigida al Presidente de la misma. Cada socio no puede hacerse representar sino por un solo mandatario cada vez, cualquiera que sea su número de participaciones. Asimismo, el mandatario no puede votar en representación de otra u otras participaciones de un mismo mandante en sentido distinto, pero la persona que sea mandataria de varias participaciones puede votar en sentido diferente en representación de cada uno de sus mandantes.

Artículo Décimo Cuarto.- De las actas.- Las deliberaciones de la Junta General se asentarán en un acta, que llevará las firmas del Presidente y del Secretario de la junta. En el caso de juntas universales, éstas podrán reunirse en cualquier parte del territorio nacional; pero deberán firmar el acta todos los asistentes que necesariamente deben representar el 100% del capital social, bajo pena de nulidad. De cada junta se formará un expediente con la copia del acta y de los demás documentos que justifiquen que las convocatorias se hicieron en la forma prevista en la Ley y los Estatutos; se incorporarán además los demás documentos que hubieren sido conocidos por la junta. Las actas se elaborarán a través de un ordenador o a máquina, en hojas debidamente foliadas, que podrán ser aprobadas en la misma sesión, o a más tardar dentro de los quince días posteriores.

Artículo Décimo Quinto.- Juntas Generales Extraordinarias. - Se reunirán en cualquier tiempo, en el domicilio principal de la compañía, para tratar los asuntos puntualizados en la convocatoria.

Artículo Décimo Sexto.- Juntas Generales y Universales.- La Junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y lugar, dentro del territorio de la República, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital social, y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la junta. En cuanto al quórum decisorio se estará a lo previsto en el artículo duodécimo de este estatuto. Las Actas de 1as Juntas Universales serán firmadas por todos los asistentes, bajo pena de nulidad.

## CAPÍTULO CUARTO

### ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN: EL PRESIDENTE Y EL GERENTE

#### GENERAL

Artículo Décimo Séptimo.- La compañía se administrará por un Gerente General y/o el Presidente, que tendrán las atribuciones y deberes que se mencionan en las cláusulas que siguen. El Gerente General ejerce la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía.

Artículo Décimo Octavo.- Del Presidente de la Compañía.- El Presidente será nombrado por la Junta General para un período de tres años, pudiendo ser reelegido indefinidamente; podrá ser o no socio de la Compañía. Sus atribuciones y deberes serán los siguientes:

- a) Convocar, presidir y dirigir las sesiones de Junta General, debiendo suscribir las actas de sesiones de dicho organismo;
- b) Suscribir conjuntamente con el Gerente General los certificados de aportación;
- c) Suscribir el nombramiento del Gerente General; y,
- d) Subrogar al Gerente General en caso de ausencia o fallecimiento de éste, hasta que la Junta General proceda a nombrar un nuevo Gerente General, con todas las atribuciones del subrogado. La Junta General deberá designar un nuevo Presidente en caso de ausencia definitiva; en caso de ausencia temporal será subrogado por el gerente general.

Artículo Décimo Noveno.- Del Gerente General.- El Gerente General será elegido por la Junta General para un período de tres años, tendrá la representación legal judicial o extrajudicial de la Compañía. Podrá ser reelegido indefinidamente. Para ser Gerente General no se requiere ser socio de la Compañía. Este administrador no podrá ejercer ningún otro cargo que de acuerdo con la ley y a juicio de la Junta General sea incompatible con las actividades de la compañía. El Gerente General tendrá los más amplios poderes de administración y manejo de los negocios sociales con sujeción a la Ley, los presentes estatutos y las instrucciones impartidas por la Junta General. En cuanto a sus derechos, atribuciones, obligaciones y responsabilidades se estará a lo dispuesto por la Ley de Compañías y este contrato social.

Son atribuciones especiales del Gerente General:

- a) Subrogar al Presidente de la compañía en caso de ausencia temporal;
- b) Realizar todos los actos de administración y gestión diaria encaminados a la consecución del objeto social de la compañía;  
Ejecutar a nombre de la Compañía toda clase de actos, contratos y obligaciones con bancos, entidades financieras, personas naturales o jurídicas, suscribiendo toda clase de obligaciones;

Previa autorización de la Junta General, nombrar mandatarios generales y apoderados especiales de la compañía y removerlos cuando considere conveniente;

Someter anualmente a la Junta General ordinaria un informe relativo a la gestión llevada a cabo al frente de la Compañía, así como el balance general y demás documentos que la Ley exige;

Formular a la Junta General las recomendaciones que considere convenientes en cuanto a la distribución de utilidades y la constitución de reservas;

Nombrar y remover al personal de la compañía y fijar sus remuneraciones, así como sus deberes y atribuciones;

Dirigir y supervigilar la contabilidad de la compañía, así como velar por el mantenimiento y conservación de sus documentos;

Abrir y cerrar cuentas bancarias y designar a la o las personas autorizadas para emitir cheques o cualquier otra orden de pago contra las referidas cuentas;

Librar, aceptar, endosar y avalar letras de cambio y cualesquiera otros papeles de comercio relacionados con las actividades de la compañía;

Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la Junta General; y,

Ejercer y cumplir todas las atribuciones y deberes que reconocen e imponen la Ley y los estatutos presentes así como todas aquellas que sean inherentes a su función y necesarias para el cabal cumplimiento de su cometido.

## CAPÍTULO QUINTO

### DE LOS SOCIOS

Artículo Vigésimo.- Derechos y obligaciones de los socios.- Son derechos de los socios especialmente los siguientes:

- a) Intervenir en las Juntas Generales;
- b) Participar en los beneficios sociales en proporción a sus participaciones sociales pagadas;
- c) Participar en la misma proporción en la división el acervo social, en caso de liquidación de la Compañía;
- d) Intervenir con voz y con voto en las Juntas Generales;
- e) Gozar de preferencia para la suscripción de participaciones en el caso de aumento de capital;
- f) Impugnar las resoluciones de la Junta General conforme a la Ley;
- g) Limitar su responsabilidad hasta el monto de sus respectivos aportes;
- h) Pedir la convocatoria a Junta General, en la forma establecida en el artículo ciento veinte de la Ley de Compañías, siempre que concurrieren el o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social.
- i) Son obligaciones de los socios principalmente:
- j) Pagar la aportación suscrita en el plazo previsto en estos estatutos; caso contrario la compañía podrá ejercer cualquiera de las acciones previstas en el artículo doscientos diecinueve de la Ley de Compañías;
- k) No interferir en modo alguno en la administración de la Compañía;
- l) Los demás contemplados en la ley o en estos estatutos.

## CAPÍTULO SEXTO

### BALANCES, REPARTO DE UTILIDADES Y FORMACIÓN DE RESERVAS

Artículo Vigésimo Primero.- Balances.- Los balances se practicarán al fenecer el ejercicio económico al treinta y uno de diciembre de cada año y los

presentará el Gerente General a consideración de la Junta General Ordinaria. El balance contendrá no sólo la manifestación numérica de la situación patrimonial de la sociedad, sino también las explicaciones necesarias que deberán tener como antecedentes la contabilidad de la compañía que ha de llevarse de conformidad a las disposiciones legales y reglamentarias, por un contador o auditor calificado.

Artículo Vigésimo Segundo.- Reparto de utilidades y formación de reservas.- A propuesta del Gerente General, la Junta General resolverá sobre la distribución de utilidades, constitución de fondos de reserva, fondos especiales, castigos y gratificaciones, pero anualmente se segregarán de los beneficios líquidos y realizados por lo menos el cinco por ciento (5%) para formar el fondo de reserva legal hasta que este fondo alcance un valor igual al veinticinco por ciento (25%) del capital social. La Junta General para resolver sobre el reparto de utilidades deberá ceñirse a lo que al respecto dispone la Ley de Compañías. Una vez hechas las deducciones legales, la Junta General podrá decidir la formación de reservas facultativas o especiales, pudiendo destinar, para el efecto, una parte o todas las utilidades líquidas distribuidas a la formación de reservas facultativas o especiales. Para el efecto, será necesario el consentimiento unánime de todos los socios presentes; en caso contrario, del saldo distribible de los beneficios líquidos anuales, por lo menos un cincuenta por ciento (50%) será distribuido entre los socios en proporción al capital pagado que cada uno de ellos tenga en la compañía.

## CAPÍTULO SÉPTIMO

### DISPOSICIONES VARIAS

Artículo Vigésimo Tercero.- Acceso a los libros y cuentas.- La inspección y conocimiento de los libros y cuentas de la compañía, de sus cajas, carteras, documentos y escritos en general sólo podrá permitirse a las entidades y autoridades que tengan la facultad para ello en virtud de contratos o por disposición de la Ley, así como a aquellos empleados de la compañía cuyas labores así lo requieran, sin perjuicio de lo que para fines especiales establezca la Ley.

Artículo Vigésimo Cuarto.- Normas supletorias.- Para todo aquello sobre lo que no haya expresa disposición estatutaria se aplicarán las normas contenidas en la Ley de Compañías, y demás leyes y reglamentos pertinentes, vigentes a la fecha en que se otorga la escritura pública de constitución de la compañía, las mismas que se entenderán incorporadas a estos estatutos.

CUARTA.-Suscripción y pago de participaciones.- El capital social ha sido íntegramente suscrito por los socios y pagado en su totalidad en numerario, como se desprende del cuadro de integración que a continuación se detalla:

Jessenia Quinde 50%

Carmen Quinde 50%

QUINTA.- Nombramiento de Administradores.- Para los períodos señalados en los artículos décimo octavo y décimo noveno de los estatutos sociales, se designa como Presidente de la Compañía el señor(a) Jessenia Quinde Vivero y como Gerente General de la misma al señor(a) Carmen Quinde Bohórquez.

SEXTA.- Declaraciones.- a) Los firmantes de la presente escritura pública son los socios fundadores de la Compañía, quienes declaran expresamente que ninguno de ellos se reserva en su provecho personal, beneficios tomados del capital de la compañía en participaciones u obligaciones.

b) Los socios facultan al abogado ZAMBRANO QUIMIS FERNANDO para que obtenga las aprobaciones de esta escritura y cumpla los demás requisitos de Ley, para el establecimiento de la compañía.

c) Por el capital pagado en efectivo, de acuerdo al detalle señalado anteriormente, se adjunta el certificado de depósito bancario en la cuenta "Integración de Capital", abierta en el banco PRODUBANCO Grupo Promerica para que se agregue como parte integrante de esta escritura.

Usted, Señor Notario se servirá agregar y anteponer las cláusulas de estilo necesarias para la completa validez de este instrumento.

Es justicia,

.....

Jessenia Quinde Vivero  
Bohórquez  
Presidente de la Junta

.....

Carmen Quinde  
Gerente General

.....

Rodríguez Cazón Fabricio  
Fernando  
Notario

.....

Zambrano Quimís  
Abogado

## Anexo 3

### Entrevista a Distribuidor de Agua



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL

#### **TEMA:**

*PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
EMBOTELLADORA DE AGUA MEDICINAL” ISLA DE LA PLAT*

#### **Entrevista dirigida a DISTRIBUIDOR DE AGUA en la ciudad de Guayaquil**

**Objetivo:** Conocer la importancia que le dan las personas al consumo de agua.

La presente entrevista va dirigida al personal encargado de la repartición de agua embotellada, para evaluar canales de distribución en la ciudad de Guayaquil.

#### **Datos del entrevistado:**

Nombre: Carlos Cedeño Piña.

Nacionalidad: Ecuatoriano

Profesión: Distribuidor de agua

Edad: 39 Años

Sector donde habita: Mapasingue Oeste



**1. ¿Cuánto tiempo tiene realizando este trabajo?**

Hace más de 8 años, como me genero un buen ingreso lo continúe haciendo hasta ahora.

**2. ¿Nos podría mencionar las Marcas de Agua que distribuye?**

Si claro All Natural, Agua Life, Dasani y Agua Cielo.

**3. ¿Detállenos por favor precios y tamaños de envases?**

MARCA	MEDIDA	PRECIO
All Natural	Galón	\$2.00
Agua Life	Galón	\$1.60
Dasani	1 litro	\$1.00
Agua Cielo	½ litro	\$0.50

**4. ¿Cuál es la marca de agua que más se comercializa?**

Yo, bueno gracias a Dios vendo todo lo del día, pero la marca que más se vende en botellón es All Natural, y en botella de ½ litro el Agua Cielo.

**5. ¿Estaría dispuesto a vender una nueva marca de agua?**

Si, puesto que siempre y cuando sea un buen producto en calidad y que los consumidores queden satisfechos.

**6. Le mencionaremos una frase “SEA WATER” ¿Qué significado le daría?**

Bueno WATER es agua, y SEA es mar, pensaría yo que es una  
“AGUA DE MAR”

**7. ¿Estaría dispuesto a distribuir agua de mar purificada en  
botella?**

Primero tendría que informarme previamente de los beneficios  
que esta contiene, de los hechos reales y porque no he de  
comercializarla!!!!. Si este es un producto nuevo, capta la atención  
y tiene buena acogida.

## **Anexo 4**

Entrevista a Persona que consume Agua de mar como Testimonio  
Real



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

### **TEMA:**

*PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
EMBOTELLADORA DE AGUA MEDICINAL” ISLA DE LA PLATA SEA WATER”  
EN LA CIUDAD DE*

### **Entrevista dirigida a una persona que bebe agua de mar**

**Objetivo:** Implementar una planta de embotellado y comercialización de agua de mar con fines medicinales en la ciudad de Guayaquil.

**La presente entrevista va dirigida a una persona que consume agua de mar, como testimonio real.**

#### **Datos del entrevistado:**

Nombre: Tito Feliciano Calva Bermeo

Nacionalidad: Ecuatoriano

Profesión: Ms. C.

Edad: 62 Años

Sector donde habita: RIOBAMBA- ECUADOR

## **1. Cuéntenos sobre su experiencia al consumir agua del mar**

He dedicado 28 años de mi vida a estudiar el agua en todas sus formas, incluidos los 48 isótopos hasta hoy descubiertos; he producido y probado agua desionizada, ácida y alcalina; sin embargo, de todas las formas posibles de agua; el producto estrella resulta ser el agua de mar.

He cumplido cinco años consumiendo y compartiendo agua de mar y he implementado diez dispensarios marinos: seis en Riobamba, uno en Alausí, uno en Quito, uno en Manta, y uno en Santo Domingo de los Tsáchilas; todos están abastecidos y operando.

Consumirla y compartirla ha sido toda una bendición, puesto que con ella se consigue el equilibrio homeostático; instancia vital para el fluir correcto de la vida.

## **2. ¿Hace que tiempo consume agua del mar?**

Como ya se mencionó; la consumo desde hace cinco años todos los santos días sin perdón ni olvido.

## **3. ¿Qué lo motivo a utilizar o a consumir agua del mar?**

Fue el hecho de estudiarla y entender sus componentes y su estructura. Además de las experiencias COMPARTIDAS de otros consumidores de todo el mundo.

## **4. ¿Qué beneficios y ventajas le dio el agua del mar?**

El agua de mar aporta los elementos vitales que las células de mi cuerpo requieren; con un tiempo de disponibilidad bajísimo (15 minutos) y un costo que casi bordea el CERO ABSOLUTO.

**5. ¿De qué lugar recolecta el agua del mar?**

Generalmente de playas poco pobladas (Cojimíes, Puerto Cayo, San Mateo), de estas PLAYAS recojo el agua en bidones cuando el oleaje es regular y cuando el mar está picado me desplazo en lancha 30 a 50 millas para poder estacionar y recoger el agua en los bidones, mismos que son transportados hasta la Ciudad de Riobamba para su consumo.

**6. ¿Cuál es la medida de agua que toma para su consumo?**

Para empezar se ingiere 200 ml/ día, luego se incrementa hasta llegar a consumir 3 vasos/ día. ESTA ES LA DOSIS ÓPTIMA.

**7. ¿Qué maquinarias utiliza para el filtro del agua del mar?**

Utilizo un MICRO FILTRO de siete etapas que incluye, cerámica, carbón activado, zeolita, dos resinas de intercambio catiónico, arena, grava. ESO PORQUE YA LO ENCUENTRO DISPONIBLE ASÍ EN EL MERCADO NACIONAL y a buen precio, EN OTROS TIEMPOS SOLAMENTE SE FILTRABA EN CERÁMICA Y LISTO, NO HACE FALTA MÁS.

**8. ¿Estaría dispuesto a testificar sobre los beneficios del agua del mar en el ecuador?**

Por supuesto y con mucho gusto, estoy a su orden.

**9. ¿Cómo afecta el agua del mar en el cuerpo humano?**

El impacto es totalmente positivo; puesto que le entrega al cuerpo todos los elementos de la tabla periódica, incluido oro y plata y todos en condiciones iónicas y en dimensiones nanométricas;

además de entregarle un elixir nutricional por excelencia: el fitoplancton y zooplancton que constituye el alimento de todos los seres vivos en el mar, incluidas las ballenas. Y como valor agregado esa estructura molecular irreplicable puesto que contiene memorias celulares únicas que constituyen la impronta de la inteligencia DIVINA.

**10.¿Qué opina sobre una embotelladora de agua del mar purificada en la ciudad de Guayaquil?**

Antes de opinar al respecto, me gustaría hacer una contrapregunta. ¿De qué se quiere purificar al agua de mar si no está contaminada en absoluto? LO ÚNICO QUE REQUIERE ES FILTRACIÓN PARA RETENER LA ARENA.

**11.¿Tiene conocimiento sobre la osmosis inversa y su proceso?**

Con modestia tengo que informarle que en mi Ms. C. obtenida en la ESPOCH- RIOBAMBA; diseñé y construí un equipo para desinfección de agua mediante OZONIZACIÓN, y uno de los módulos incluidos en este proceso es la ósmosis inversa; en consecuencia LA OSMOSIS INVERSA y su proceso, conozco 11 años atrás.

**12.¿Algo adicional que quisiera compartirnos en la entrevista?**

Bueno, ha llegado la hora de despertar la conciencia y de proceder con impecabilidad a favor de la masa crítica según el diseño de dios; esto es usar la abundancia de recursos que dios

creó para beneficio nuestro con pureza y cordura, una de estas abundancias es el agua de maaaaaaarrrrrrrrrrrrr.

## **Anexo 5**

Entrevista a una Docente de la Facultad Técnicas para el Desarrollo de  
la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

***TEMA:***

**Entrevista dirigida a una Docente de la Facultad Técnicas para el  
Desarrollo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil**

**Objetivo: Ampliar conocimientos del agua de mar, para así contribuir a la creación de una empresa embotelladora de agua medicinal.**

**La presente entrevista va dirigida a la docente de la Facultad de Técnicas para el Desarrollo especializada en el área de la medicina animal.**

### **Datos de la entrevistada:**

Nombre: Dra. María Victoria Vargas

Nacionalidad: Ecuatoriana

Profesión: Veterinaria

Edad: 40 Años

Sector donde habita: Norte de la ciudad de Guayaquil.



**1. ¿Consumir agua que beneficios tiene en nuestro cuerpo?**

Tiene gran importancia en nuestro cuerpo ya que consumimos agua en las comidas, bebidas, pero se recomienda tomar agua de 1 a 2 litros diarios para que eliminen toxinas del cuerpo, el agua nos ayuda para la dispersión de las vitaminas y minerales que nosotros consumimos.

**2. ¿Cuántas veces al día se debe tomar agua?**

No es que uno tenga una secuencia de tomar agua, durante el día se debe tomar agua de 1 a 3 litros de agua dependiendo de la actividad física que usted desarrolle ,porque normalmente una persona sedentaria se toma 2 litros ,mas aun una persona que hace ejercicio debería tomar bastante agua para eliminar las toxinas.

**3. ¿Cree usted que todas las marcas de aguas embotelladas tienen los mismos componentes?**

Deberían tener los mismos componentes, si es agua pura sí, lo único que se debería hacer es una pasteurización o una esterización de agua pero el agua es una sola.

**4. ¿Ha escuchado sobre el consumo del agua del mar apta para el consumo humano?**

El agua del mar no es apta para el consumo humano como tal, pero si yo cojo esa agua y la transformo y al procesarla es otra cosa si se podría consumirse.

**5. ¿Qué nos recomendaría para nuestro proyecto embotelladora de agua del mar purificada?**

Bueno en si es un proyecto bueno pero en si tendrían que investigar de cómo transformar el agua del mar a purificada cuales son los procesos, etc. Sería un proyecto largo pero animo en lo que empezaron con mente emprendedora.

## **Anexo 6**

Entrevista a un Nutricionista



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

***TEMA:***

### **Entrevista dirigida a una Nutricionista**

**Objetivo:** Conocer la importancia que le dan los nutricionistas al agua de mar, para así contribuir a la creación de una empresa embotelladora de agua medicinal.

**La presente entrevista va dirigida a las personas expertas en la nutrición, que nos amplían sus conocimientos y opiniones.**

#### **Datos de la entrevistada:**

Nombre: Gabriela Iturralde de Vilches

Nacionalidad: Ecuatoriana

Profesión: Nutricionista Dietético

Edad: 47 Años

Sector donde habita: Norte de la ciudad de Guayaquil.

**1. Generalmente tenemos como costumbre tomar agua de 2 o 3 litros diarios ¿Es objetivamente bueno el consumo de agua?**

El 60% a 70% de nuestro peso es agua. Hay una moda que consiste en estar tomando continuamente agua, y eso para una persona normal no tiene mucha trascendencia, pero para los enfermos cardiopatas, sobre todo, es una barbaridad, porque los conduce a la insuficiencia cardíaca, al líquido en los pies, y no tiene sentido que esos pacientes estén tomando diuréticos para extraer agua y sal, que es lo que no saben manejar bien y, sin embargo, estén tomando 2 ó 3 litros de agua diarios

**2. ¿En qué medida debemos tomar agua?**

Si uno tiene los riñones bien, el corazón bien y el hipotálamo bien (es donde está el centro de la sed) pues debe de beber agua cuando tiene sed, ni una gota mas ni una gota menos.

**3. ¿Qué alimentos me ayudan a tener una piel saludable?**

Para tener una piel radiante, se necesita consumir nutrientes, como vitamina C, E, A, selenio, omega 3 y agua. Estos nutrientes ayudan fortalecer las membranas celulares, te protegen de los rayos solares, y ayudan a la producción de colágeno. Por lo tanto, alimentos como piña, naranja, kiwi, brócoli, zanahoria, almendras, semillas de girasol, salmón y sardinas deben ser parte de tu dieta semanal. Debes tomar mínimo 2 litros de agua en el día.

**4. ¿Es bueno tomar jugos?**

Es preferible comer la fruta como tal, ya que los jugos se fermentan más rápido, ocasionando así problemas de digestión. Además, en bebidas contienen más calorías, ya que para hacer un vaso de jugo se necesita mínimo el doble de la fruta. Asimismo, si le añades azúcar, agregas más calorías vacías.

**5. ¿Cuáles deben ser los horarios ideales de las comidas?**

Todo depende de la rutina que tenga cada persona. Pero para una persona que se levanta temprano, el desayuno debe ser a las 7- 8am; el refrigerio de la mañana, 10-11am; el almuerzo, 1-2pm; el refrigerio de la tarde, de 4-5pm; y la cena de 7-8pm. La última comida debe ser, de preferencia, dos horas antes de acostarse, para asegurar así una buena digestión y buen sueño.

**6. ¿En algún momento ha escuchado sobre el consumo del agua de mar?**

Como, tomar el agua del mar ..... bueno no lo creo que se pueda tomar el agua del mar ,ya que es una agua alto en sal ,tan solo que tenga un proceso de purificación...

**7. ¿Estaría dispuesta a consumir y a recetar el agua del mar bajo estrictas normas de purificación a sus pacientes?**

Bueno la verdad tendría que saber sus beneficios , para así poder consumir y recetar a mis pacientes ya que en este ciclo tomar agua es saludable y recomendado , como le dije si es agua purificada y tiene buenos beneficios a la salud , si es una agua

igual a la potable apta para el consumo humano .... Si estaría dispuesta, más que todo si esta aplica para nuevos estudios que sean realmente de beneficio a la salud de los ecuatorianos y ecuatorianas.

## **Anexo 7**

Entrevista a una persona con Hipertensión Arterial



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**TEMA:**

*PLAN DE NEGOCI*

### **Entrevista dirigida a persona con Hipertensión Arterial**

**Objetivo:** Conocer la importancia que le dan las personas a su salud

La presente entrevista va dirigida a las personas que presenten uno de los cuadros de las enfermedades de nuestro análisis.

#### **Datos del entrevistado:**

Nombre: Patricia Crespín Baidal

Nacionalidad: Ecuatoriana

Profesión: Comerciante de Mariscos

Edad: 45 Años

Sector donde habita: Suroeste de la ciudad de Guayaquil

**1. ¿Qué importancia tiene para usted la salud en el Ecuador?**

La salud en estos últimos años ha dado un giro considerable y de hecho se puede notar cambios que nos proporcionan mayores beneficios sea esto en el Sector Público o Privado.

**2. ¿Cree usted que podemos dar un valor agregado a la salud con medicina natural?**

Pero claro que si, hoy en día existen muchos centros naturistas y medicina alternativa que son mucho más efectivos para aliviar o curar enfermedades.

**3. ¿Consume usted agua para su salud?**

Si lo necesario recomendado por los doctores 8 vasos de agua al día.

**4. Al presentar problemas de Hipertensión Arterial en su salud nos puede comentar ¿Cuáles son los síntomas que presenta a menudo?**

Por lo general dolores de cabeza, mareos, nerviosismo y acumulación excesiva de estrés.

Lo más terrible es que uno queda expuesto a revisiones periódicas ya que es una enfermedad que no se puede curar sino que solo controlar y esta suele darse por antecedentes familiares y personales.

**5. ¿Ha escuchado alguna vez que el agua de mar tiene beneficios?**



Claro que sí, he escuchado un poco.

- 6. Si le mencionara los múltiples beneficios que brinda el agua de mar para su salud y que la misma se comercializará embotellada ¿Contaría con su predisposición para probar una nueva experiencia?**

Pero por supuesto que si de mi parte tendría un voto de confianza como le mencione al inicio, yo creo mucho en el avance que ha dado la salud en estos últimos años y en los nuevos métodos para curar o aliviar enfermedades. Soy partidaria de probar nuevos métodos y si son naturales con mayor interés.

- 7. ¿Contaríamos con su experiencia al probar esta nueva agua de mar embotellada para futuros casos y expansión del producto como ejemplo para demás casos?**

De mi parte no tendría problema, luego de escuchar los múltiples beneficios y estudios que se han descubierto, tengo mucho interés por el nuevo producto y si sirvo de ejemplo para las demás personas y sus enfermedades me gustaría ser un ejemplo para ayudar a mejorar el estatus de vida.

## **Anexo 8**

Entrevista a un Deportista



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**TEMA:**

*PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
EM*

### **Entrevista dirigida a un Deportista**

**Objetivo: Análisis en el ámbito deportivo para la creación de una empresa embotelladora de agua medicinal.**

**La presente entrevista va dirigida a un deportista para conocer su opinión del agua de mar como agua medicinal.**

#### **Datos del entrevistado:**

Nombre: Vicente Cumbe

Nacionalidad: Ecuatoriano

Profesión: Deportista

Edad: 28 Años

Sector donde habita: Suroeste de la ciudad de Guayaquil.

**1. ¿Qué tiempo lleva haciendo deportes?**

Hace más o menos 5 años

**2. ¿Cuáles son sus deportes favoritos?**

Crossfit, Artes marciales mixtas, Ciclismo de todo un poco me apasionan los deportes.

**3. ¿Generalmente en un día de deportes cotidianos que consume para hidratarse?**

Yo por lo general suelo tomar bebidas energizantes, en ocasiones también agua, ya que se recomienda tomar agua de 1 a 2 litros diarios para hidratarnos y revitalizar nuestro cuerpo.

**4. ¿Cuántas veces al día se debe tomar agua?**

El agua se debe tomar dependiendo de la actividad física que uno desarrolle, porque normalmente cada persona asimila la rutina de ejercicios de distintas formas. Yo considero se debe ingerir de 6 a 8 vasos de agua diariamente.

**5. ¿Cree usted que todas las bebidas de agua embotelladas son buenas?**

Generalmente si, suelen tener los mismos componentes, aunque últimamente se revelaron estudios donde se determino un virus en el plástico muy dañino al organismo y en especial en el sexo masculino.

**6. ¿Ha escuchado sobre el consumo del agua del mar apta para el consumo humano?**

Si he escuchado un poco, me parece algo muy novedoso, pero sin alejarnos de la realidad en otros países ya la comercializan para el campo de los deportistas da un buen diagnostico, leí que deportistas lo ingieren como un suero y tiene mayores valores a la salud que las bebida energizantes.

**7. ¿Estaría usted dispuesto a consumir agua del mar purificada?**

Bueno en mi caso si, se que primero pasaría por un proceso de purificación para estar apta para el consumo humano, yo si la consumiría y la recomendaría a mis compañeros deportistas como ya le mencione si he escuchado de los múltiples beneficios que esta tiene y de los estudios revelados donde comprueban las bondades que el agua de mar otorga al cuerpo.

**8. ¿Qué nos recomendaría para nuestro proyecto embotelladora de agua del mar purificada?**

Una campaña de publicidad bien fuerte con testimonios reales que generen impacto contundente en las personas para cambiar malos hábitos alimenticios y costos accesibles para que la gente sea optimista en la medicina natural.

## **Anexo 9**

Entrevista a un Dr. En Salud Pública



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**  
**CARRERA DE INGENIERIA COMERCIAL**

**TEMA:**

*PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA E*

### **Entrevista dirigida a un Dr. en Salud Pública**

**Objetivo:** Conocer la importancia del agua de mar, para así contribuir a la creación de una empresa embotelladora en la ciudad de Guayaquil.

**La presente entrevista va dirigida a personas con amplios conocimientos en el ámbito de la medicina.**

#### **Datos del entrevistado:**

Nombres: Dra. Cecilia Amores Pinta

Nacionalidad: Ecuatoriana

Profesión: Dra. Medicina General

Edad: 47 Años

Sector donde habita: Durán

**1. ¿Cómo define la salud pública?**

Bueno la salud en general es el buen estado de todo nuestro cuerpo, es decir que no se presente ni tenga anomalías en lo que respecta al cuerpo claro está, en lo público se entiende como atención gratuita, lamentablemente existen casos en centros de atención donde no se llega atender a todas las personas porque existe una sobredemanda de pacientes.

**2. ¿Considera usted que llevar una óptima salud, va de la mano el tener como hábito o costumbre consumir agua?**

Si va de la mano pues consumir agua ayuda a diluir grasas y nuestro cuerpo está compuesto de más de la mitad de agua que a diario expulsamos y por ende debemos retribuir.

**3. Generalmente se opta por tomar agua de 2 o 3 litros diarios ¿Cree usted que es la cantidad apropiada?**

La cantidad apropiada se determina dependiendo de la actividad que realice cada persona, por ejemplo la misma cantidad de agua que consume un deportista (8 vasos diarios) no la va a consumir un empleado que pasa más de 8 horas sentado y sin movimiento, mas aun si la persona tiene problemas cardiacos o digestivos antes podría causar un colapso pues se estaría duplicando el esfuerzo normal de su cuerpo.

Considero que la cantidad apropiada es de 2 a 3 litros diarios siempre y cuando la persona este en buen estado físico y no tenga alguna enfermedad como la ya antes mencionada.

**4. ¿Ha escuchado que el agua de mar trae consigo beneficios para el cuerpo?**

Si escuchado sobre el agua de mar como que ha ayudado aliviar a personas en proceso de desnutrición, que es buena para ayudar a recuperarse más rápido luego de una rutina de deportes y hasta pacientes con Hipertensión, que no se la puede curar me han comentado que han tratado su enfermedad con este medio natural y han bajado la cantidad de medicamentos que antes consumían.

**5. ¿Considera usted que la inclusión de medicina natural (agua de mar embotellada) en nuestra dieta diaria genera beneficio para nuestro organismo? (En caso de ser positiva la respuesta por favor explicar cuales serian los beneficios.**

Si genera beneficios a la salud como le mencionaba he tenido pacientes que me cuentan que les recomendaron consumir agua de mar como medicina natural en su dieta diaria teniendo respuestas positivas a sus problemas como la Hipertensión, que no es una enfermedad que se trata con medicina la cual la valla a curar, pero que con el tratamiento del agua de mar han logrado estabilizar la presión arterial.

**6. Existen empresas en otros países como España que ya venden agua de mar purificada, ¿Cree usted que en Ecuador sería este un proyecto rentable?**

Todo está en cómo promocionen el producto, los testimonios que muestren y los problemas que hayan aliviado, considero que es

un proyecto muy rentable porque apuntan hacia mejorar la salud con un medio natural, incluso no es una cosa que surge de la noche a la mañana y que ya tiene estudios en otros países.

**7. ¿Estaría dispuesto a consumir y a recetar el agua del mar a sus pacientes?**

Si pues como les comento he tenido casos reales y las personas lo comprobarían por ellos mismos, además quien no intenta no pierde nada mas bien gana estabilizar su salud.



## Anexo 10

### RESULTADOS A PARTIR DE LAS ENTREVISTAS

El análisis e interpretación de los resultados se presenta de manera integrada considerando los resultados obtenidos de la aplicación de la técnica de entrevista.

El análisis se presenta de manera ordenada según los objetivos que guiaron la presente investigación.

#### 1. Atributos que trae consigo el agua para nuestro cuerpo

A través de los resultados derivados de la aplicación de entrevistas individuales, se obtuvo que las tres personas expertas en medicina coinciden en que consumir agua ayuda a nuestro cuerpo, a limpiar el **organismo** y eliminar las **toxinas**, es un eficaz vehículo para transportar **vitaminas** y **sales minerales** indispensables para nutrir las **células**.

Pues del 60% a 70% de nuestro peso es agua, aunque el ingerirla en grandes porciones no es tan saludable porque la actividad varía para cada persona y puede resultar contraproducente.

Entre 1910 y 1950 se fundó los llamados “Dispensarios marinos”. Allí se usaba agua de mar para curar diversas enfermedades, como el cólera, la tiroides, la desnutrición y los problemas de la piel.

Las personas encuestas si toman agua en su rutina diaria, la gran mayoría de ellas toma agua 3 veces al día dando como resultado un porcentaje alto de 42% es decir 162 de los encuestados, seguido de las personas que solo toman agua cuando tienen sed con un 28%, el porcentaje de personas que toman agua 2 veces al día es de 17%, los que en minoría toman una vez al día agua son de un 9% y 2% los que le dan menor importancia a tomar agua, dejando como hipótesis que aquellos que no toman agua a diario tal como nos los indico la Dra. María Vargas no eliminan toxinas del cuerpo, el agua nos ayuda para la dispersión de las vitaminas y minerales que nosotros consumimos.

#### 2. Conocimientos previos a los beneficios que otorga ingerir agua de mar purificada.

Opinión relevante del Sr. Tito Feliciano Calva Bermeo:

“He cumplido cinco años consumiendo y compartiendo agua de mar y he implementado diez dispensarios marinos: seis en Riobamba, uno en Alausí, uno en Quito, uno en Manta, y uno en Santo Domingo de los Tsáchilas; todos están abastecidos y operando.

Consumirla y compartirla ha sido toda una bendición, puesto que con ella se consigue el equilibrio homeostático; instancia vital para el fluir correcto de la vida”.

Basta considerar que el agua de mar pase por un proceso de purificación previa para que sea apta para el consumo humano.

Las opiniones favorables que en general se observan en lo que respecta a la manera positiva como los encuestados perciben la creación de este nuevo proyecto.

Más que todo porque realmente es un beneficio a la salud de los ecuatorianos y ecuatorianas.

### **3. Acciones que se tomaría para ser recomendado por expertos.**

El agua de mar es un elemento verdaderamente terapéutico por su contenido en elementos que son beneficiosos para el cuerpo humano. Eso la convierte en una sustancia curativa capaz de ayudar al cuerpo de una manera natural y también de permitir encontrar el equilibrio que nuestro cuerpo necesita.

### **4. Características que nos reportan los expertos, deportistas y testimonios reales.**

El cumplimiento de los objetivos propuestos y los resultados del estudio e investigación realizada, concluye con la aprobación del Proyecto para la creación de una empresa de agua de mar embotellada, aportará considerablemente al desarrollo empresarial de la región, diversificar la producción, mejorará las condiciones de vida de la población y sus familias del sector, ampliando las plazas de trabajo, que generarán mayores oportunidades de ingresos económicos.

A continuación se destacan las siguientes oportunidades de crecer y posesionarse en el mercado, a crearse:

- Disponibilidad del recurso.
- Cuenta con recursos propios para la operatividad de la empresa.
- Estudio de factibilidad para la creación de la empresa.

## Anexo 11

### ENCUESTA A CONSUMIDORES FINALES

1) Seleccione su género

Masculino  Femenino

2) Seleccione su rango de edad

18-20 años

21-30 años

31-40 años

41- 60 años

61 años en adelante

3) ¿En qué Nivel de educación se encuentra?

Primaria  Secundaria  Superior  Ninguna

4) ¿Cuántas veces al día consume agua?

Una vez

Dos veces

Tres veces en adelante

Cuando tiene sed

Pasando un día

5) ¿Cuál es la marca de su elección?

Agua Life

All Natural

Agua Cielo

Dasani

Otras

6) ¿Sabía que el consumo de agua le otorga beneficios para su salud?

Si  No

7) ¿Después de un desgaste físico usted bebe?

Agua

Jugos

Bebidas Energizantes

Té

Otros

8) ¿Bebería usted agua de mar purificada?

Si ¿Por qué? \_\_\_\_\_ No ¿Por qué? \_\_\_\_\_

Tal vez

9) ¿Sabía usted que el agua de mar posee características medicinales?

- Si lo creo
- No lo creo
- Lo dudo

**Si su respuesta a la Pregunta #9 es si**

10) ¿Le gustaría conocer más sobre los beneficios del agua de mar al tomarla?

- Si  No  Tal vez

11) Si tuviera que nombrar una Marca de Agua de Mar Medicinal ¿Cómo usted le llamaría?

\_\_\_\_\_

12) ¿Preferiría botellas de Agua de Mar Medicinal de?:

- Plástico
- Vidrio

13) Medida de botellón dispuesto a comprar

- ½ litro
- 1 litro
- 5 litros

14) ¿Donde le gustaría encontrar para el expendio el agua de mar medicinal?

- Tienda
- Supermercados
- Farmacias
- Centro Naturistas
- Gimnasios
- Otros \_\_\_\_\_

15) ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por botella de agua de mar medicinal?

- \$1.50
- \$2.00
- \$3.00