



## WATERDROP

### Water Drop

Adriana Paola Vásquez Olarte, Zuleidy

Hernández Olaya, Xiomara Andrea Cardozo

Martínez

Corporación Unificada Nacional

Granada Meta

20-09-2020

Xiomara Andrea Cardozo Martínez, Administración de Empresas, Corporación Unificada Nacional; Zuleidy Hernández Olaya, Administración de Empresas, Corporación Unificada Nacional; Adriana Paola Vásquez Olarte, Administración de Empresas, Corporación Unificada Nacional.

Este trabajo me parece muy gratificante porque nos brinda las bases de una buena investigación de mercado.

La correspondencia en relación con este artículo debe dirigirse a Xiomara Andrea Cardozo Martínez, Administración de Empresas, Corporación Unificada Nacional Correo electrónico [xiomara.cardozo@cun.edu.co](mailto:xiomara.cardozo@cun.edu.co)



## WATERDROP

### Tabla de contenido

|   |    |
|---|----|
| 1. Compromisos.....   | 4  |
| 2. Resumen ejecutivo .....  | 5  |
| 3. Introducción.....  | 6  |
| 4. Objetivos.....   | 7  |
| 4.1.Objetivo general.....   | 7  |
| 4.2. Objetivos específicos.....                                     | 7  |
| 5. Claves para el éxito.....  | 8  |
| 6. Análisis del sector.....   | 9  |
| 6.1.Análisis del entorno y contexto de la idea de negocio .....     | 10 |
| 7. Identifica la oportunidad.....                                   | 11 |
| 7.1.Identificación del problema, necesidad, reto u oportunidad..... | 11 |
| 7.2.Árbol del problema.....   | 15 |
| 8. Idea de negocio.....   | 16 |
| 8.1 Estructura de la Idea de Negocio .....                          | 17 |
| 8.2 Idea de Negocio Estructurada .....                              | 18 |
| 9. Innovación.....  | 19 |
| 9.1 Solución innovadora.....  | 20 |
| 10. Estudio el mercado.....   | 21 |
| 10.1 Análisis de la demanda.....                                    | 21 |
| 10.2 Análisis de la oferta.....                                     | 22 |
| 11. Segmenta el mercado.....  | 24 |
| 11.1 Ejercicio Buyer.....   | 25 |



## WATERDROP

|  |    |
|--|----|
| 12. Propuesta de valor.....                          | 29 |
| 12.1 Modelo de negocio.....                          | 30 |
| 13. Diseño del producto.....                         | 31 |
| 13.1 Diseño de detalles.....                         | 33 |
| 13.2 Cadena de distribución.....                     | 34 |
| 13.3 Canal de distribución.....                      | 35 |
| 13.4 Costos de producción.....                       | 36 |
| 13.5. Empaque y etiqueta del producto.....           | 38 |
| 14. Prototipo.....                                   | 40 |
| 14.1 Características del producto.....               | 40 |
| 14.2 Características del prototipo.....              | 41 |
| 14.3 Interacciones del cliente con el prototipo..... | 42 |
| 15. Modelo Running Lean.....                         | 43 |
| 16. Valida tu idea de negocio.....                   | 44 |
| 17. Aplica tu encuesta.....                          | 45 |
| 18. Tabula y Analiza la información.....             | 46 |
| 19. Conclusiones.....                                | 51 |
| 20. Bibliografías.....                               | 52 |



## WATERDROP

### 1. Compromiso

Yo Xiomara Andrea Cardozo Martinez identificada con C.C1.120.365.017 de Granada, Yo Adriana Paola Vásquez Olarte identificada con C.C1.120.365.017 de San Juan De Arama y Zuleidy Hernandez Olaya identificada con C.C 1.119.949.699 de Mesetas estudiantes del programa de Administración de empresas declaró que: El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones han colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Firmas

XIOMARA ANDREA CARDOZO MARTINEZ  
C.C1.120.365.017 de Granada

ADRIANA PAOLA VASQUEZ OLARTE  
C.C. 1.124.243.454 de San Juan De Arama

ZULEIDY HERNANDEZ OLAYA  
CC: 1.119.949.699 de Mesetas



WATERDROP

## **2. Resumen ejecutivo**

### **Waterdrop**

El presente proyecto es estructurar una empresa de tratamiento, purificación y distribución de agua potable en la región del Ariari, Con el fin de mitigar la necesidad que existe en la región. Con esta planta embotelladora de agua potable comercializaremos nuestro producto en la región, en diferentes presentaciones nuestra idea de negocio es satisfacer la necesidad del cliente.

Como empresa nos diferenciaremos con nuestra competencia en la presentación de nuestro producto, marcando una gran diferencia en calidad y nuevos diseños en nuestros envases, (botellón de 20 litros y bolsa de 7 litros) los cuales marcara la diferencia con los competidores ya que lanzaremos al mercado un botellón con tapa succionadora y una bolsa con tapa de rosca que permite un fácil acceso al producto.

Como empresa nos apasionamos por ofrecer a las familias del Ariari un bienestar atreves de nuestro producto y servicios de excelencia, en beneficio a nuestra gente, clientes probadores seremos la empresa líder en ventas de agua potable embotellada generando una absoluta confianza en todas las personas y que nuestra marca sea reconocida por el mercado

Sabemos que en esta región la gran mayoría de familias se abastecen de agua cruda no acta para el consumo humano exponiéndose a sufrir infecciones castro intestinales patologías causantes por el consumo de estas aguas. WATERDROP mira la necesidad de las comunidades generando nuevas solucione que mitigan estas problemáticas y una nueva idea de negocio



WATERDROP

### **3. Introducción**

Teniendo en cuenta la calidad del agua en la región del Ariari, las personas prefieren invertir en agua potable embotellada debido a que esta les brinda seguridad sanitaria cumpliendo con todos los estándares de calidad, teniendo en cuenta que es un servicio de primera necesidad en los hogares. La temporada más fuerte para las ventas es durante la época de verano y disminuye un poco al llegar el invierno. Uno de nuestros objetivos es mejorar la presentación del producto de modo que su uso y aprovechamiento sea más práctico, consiguiendo así llegar a la mayor cantidad de clientes posibles.



## WATERDROP

### **4. Objetivos**

#### **4.1 Objetivo General**

Estructurar una empresa de tratamiento, purificación y distribución de agua potable, que busca satisfacer las necesidades que existe en la región del Ariari, a partir de un estudio y segmentación del mercado para dicho producto. esto con el fin de identificar la viabilidad de la venta de agua potable

#### **4.2 Objetivos Específicos**

Estudiar el mercado de agua purificada en la región del Ariari para determinar la oferta y demanda del producto.

Determinar los segmentos de mercado para cada una de las presentaciones.

Aportar significativamente a la salud y bienestar de nuestros clientes a través del consumo de agua purificada, disminuyendo el índice de enfermedades gastrointestinales relacionadas con la contaminación de las fuentes hídricas.



## WATERDROP

### **5. Claves para el Éxito**

1. Enfocarnos en brindar a nuestro mercado objetivo un servicio caracterizado por su costo-beneficio.
2. Presentar un producto innovador al mercado y a su vez que sea sostenible con el medio ambiente.
3. Contar con colaboradores con vocación de servicio al cliente.
4. Ofrecer a nuestros colaboradores, desarrollo profesional, capacitación y sueldos justos.
5. Fidelizar a nuestros clientes por medio de nuestra cadena de valor



## WATERDROP

### **6. Análisis del Sector**

#### **6.1 Análisis del Entorno y Contexto de la Idea de Negocio**

A partir del estudio y comportamiento del mercado en cuanto a productos de primera necesidad, se puede identificar que una de las grandes problemáticas de la región del Ariari es el abastecimiento del agua potable

El derecho al agua tiene por fin garantizar a cada ser humano una cantidad mínima de agua de buena calidad y suficiente para la vida y la salud, es decir, que permita satisfacer necesidades esenciales como la bebida, la preparación de alimentos y la higiene.

En estudios realizados se ha comprobado que la empresas que ofrecen el servicio realmente no nos garantizan agua totalmente potable debido a que esta se contamina en el recorrido por la tubería debido a fisuras internas, y a su vez el servicio de acueducto en la región es insuficiente para abastecer la demanda de usuarios lo cual hace que utilicen este medio para necesidades de su hogar, muchas familias acuden al uso de aljibes o pozos subterráneos pero el riesgo de la contaminación es inminente para los habitantes que residen en la región del Ariari debido a que la infraestructura de los municipios y sus veredas son muy antiguos y en su gran mayoría aún hay tubería de gres.

Por estas razones nace la gran idea de montar nuestra empresa para que supla las grandes necesidades de sus hogares, ofrecen un producto 100% garantizado y apto para consumo humano, Nuestra empresa distribuye agua



## WATERDROP

potable en distintas presentaciones de fácil adquisición a cualquier persona de esta región con esto garantizamos un mercado seguro y en desarrollo social.

En el entorno social, generar empleo y crecimiento económico para la región puesto que no contamos con suficientes empresas que contribuyan con el desarrollo social, dando la oportunidad a familias de los sectores vulnerables, brindando el apoyo y capacitación para de esta manera mejorar su calidad de vida.

Nuestra empresa también estará enfocada en crear conciencia ambiental para los consumidores. Una botella de agua dura aproximadamente 1000 años en descomponerse y una bolsa común 150 años, el impacto ambiental que ha venido incrementando al pasar de los años por las intervenciones del ser humano.



WATERDROP

## 7. Identifica la oportunidad

### 7.1 Identificación del Problema, Necesidad, Reto u Oportunidad

**Tabla 1:** *Impacto del agua apta para el consumo en el entorno*

|                  | <b>Necesidad reto u oportunidad</b>  |
|------------------|--|
| <b>Político</b>  | La liberación del agua no apta para el consumo humano de nuestra población, garantiza un mejor estilo de vida en nuestros clientes a corto plazo.  |
| <b>Económico</b> | El nivel de crecimiento esperado para el 2022 será 95% en el mercado de la región, esto nos genera un gran reto de inversión económica para alcanzar nuestras metas y objetivos que nos hagan ser más reconocidos en calidad e innovación lo cual nos permite la fidelidad de nuestros clientes. |
| <b>Social</b>    | Día a día aumenta el consumo de agua en la región del Ariari debido a los beneficios que esto influye en la salud, mitigando impactos en las vidas de quienes consuman nuestros productos.   |



## WATERDROP

|                    |  |
|--------------------|--|
| <b>Tecnológico</b> | <p>El nivel actual de globalización en el que se encuentra la población del Ariari permite acceder a distintas tecnologías que hoy están disponibles en otros mercados a nivel mundial. las maquinas purificadoras de agua y demás herramientas modernas que nos permitan distribuir el mejor producto a nuestros clientes.</p>  |
| <b>Ecológico</b>   | <p>Nuestro medio ambiente está deteriorándose cada día por la irresponsabilidad de todos los ser humanos debido a falta socialización y conciencias de cada una de las empresas que generan material contaminante para el medio ambiente, nuestra empresa velará por los intereses ambientales en cuanto a capacitaciones con las comunidades y por medio de nuestros producto, generando campañas ecológicas y pedagógicas.</p>   |
| <b>Legal</b>       | <p>Nos empeñamos por tener todos los permisos legales de cada uno de los entes de control de nuestra nación, hacer pruebas tecno ambiental cada 8 días en laboratorio otorgado por la secretaría de salud, de igual manera seremos pioneros en calidad de agua en la región, nuestro equipo de trabajo será capacitado periódicamente como lo exige la ley, de la misma manera con la resolución número 2115 del 2007.</p> <p>Ley 9ª de 1979, Código sanitario nacional. Resolución 12186 de 1991, por la cual se fijan las condiciones para los procesos de obtención, envasado y comercialización de agua potable tratada con destino al consumo humano.</p> |



## WATERDROP

|  |   |
|--|---|
|  | Un Decreto 3075 de diciembre de 1997, por el cual se reglamentan las condiciones generales y específicas de los establecimientos que manipulan alimentos. |
|--|---|

*Nota.* Esta tabla muestra las necesidades retos u oportunidades del producto a nivel político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal. Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

**Tabla 2:** *Criterios de evaluación.*

| Criterio  | Problema 1               |
|---|--------------------------|
|   | Agua potable embotellada |
| Conocimiento o experiencia  | 4                        |
| Asesoramiento de un experto (si se requiere ¿lo tenemos?)   | 5                        |
| Alcance técnico ¿tenemos todas las herramientas ?, ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema?, ¿tenemos acceso a información/ datos/cifras? ¿puedo darle alguna solución?. | 4                        |
| Tiempo (posible solución )  | 3                        |



## WATERDROP

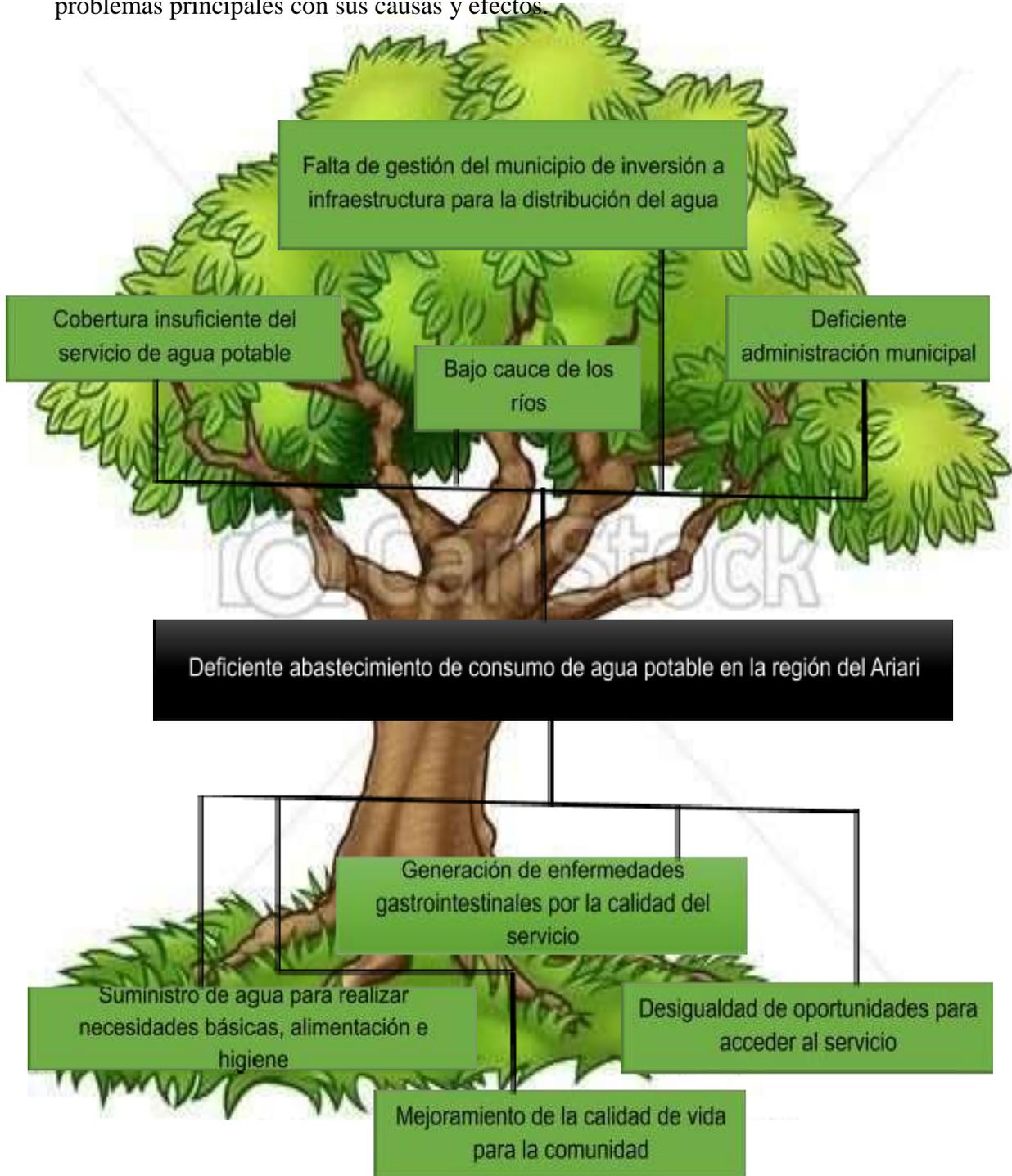
|  |    |
|--|----|
| Costos (posible solución )                                       | 3  |
| Impacto ¿es trascendental? ¿ representa un desafío para ustedes? | 3  |
| ¿Qué tanto les llama la atención del desarrollo del problema?    | 5  |
| TOTAL  | 27 |

*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.



## 7.2 Árbol del Problema

**Figura 1.** La figura ilustra el árbol del problema donde se identifican los problemas principales con sus causas y efectos



*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.



## WATERDROP

**8. Idea de Negocio**Tabla 3. *Idea de negocio de Waterdrop.*

| <b>Interés / Disposición</b>  | <b>Escala de Valoración</b> |   |   |          |            |
|---|-----------------------------|---|---|----------|------------|
|   | <b>(F)</b>                  |   |   |          | <b>(V)</b> |
| La idea que tengo de negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer | 1                           | 2 | 3 | 4        | <u>5</u>   |
| No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad                        | 1                           | 2 | 3 | 4        | <u>5</u>   |
| Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio     | 1                           | 2 | 3 | <b>4</b> | 5          |
| Considero que en seis(6) meses puedo tener el negocio funcionando                     | 1                           | 2 | 3 | 4        | 5          |
| <b>N° Total de afirmaciones valoradas en:</b>   | 0                           | 0 |   | 1        | 2          |

*Nota.* Esta tabla muestra el nivel de compromiso con la empresa. Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

Tabla 4. *Resultados del análisis.*

|  | A |   | B | C  |
|--|---|---|---|----|
| <b>total de afirmaciones valoradas en 1:</b> | 0 | X | 1 | 0  |
| <b>total de afirmaciones valoradas en 2</b>  | 0 | X | 2 | 0  |
| <b>total de afirmaciones valoradas en 3:</b> | 1 | X | 3 | 3  |
| <b>total de afirmaciones valoradas en 4:</b> | 1 | X | 4 | 4  |
| <b>total de afirmaciones valoradas en 5:</b> | 2 | X | 5 | 10 |
| <b>puntaje total 17</b>                      |   |   |   |    |

*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.



## WATERDROP

### *Interpretación del puntaje total*

De 20 a 15 pts: Tiene usted una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola

### **8.1 Estructura de la Idea de Negocio**

Tabla 5. *Identificar la solución al problema*

|  |   |
|--|---|
| <p><b>¿Cuál es el producto o servicio?</b></p> | <p>Agua potable embotellada, que busca satisfacer las necesidades que existe en la región del Ariari</p>  |
| <p><b>¿Quién es el cliente potencial?</b></p>  | <p>Las amas de casa, quienes en su gran mayoría son las que toman decisiones en el hogar respecto a los productos que se consumen y cómo deben aportar estos al cuidado y bienestar de la familia.</p> <p>Por otro lado, tenemos clientes ocasionales y consumidores de último momento. Por último, tenemos los clientes corporativos.</p> <p>Todos estos viendo que el agua es un elemento funcional en la vida.</p> |
| <p><b>¿Cuál es la necesidad?</b></p>           | <p>Satisfacer las necesidades de la región del Ariari en abastecimiento del agua potable embotellada para evitar a futuro enfermedades gastrointestinales.</p>  |

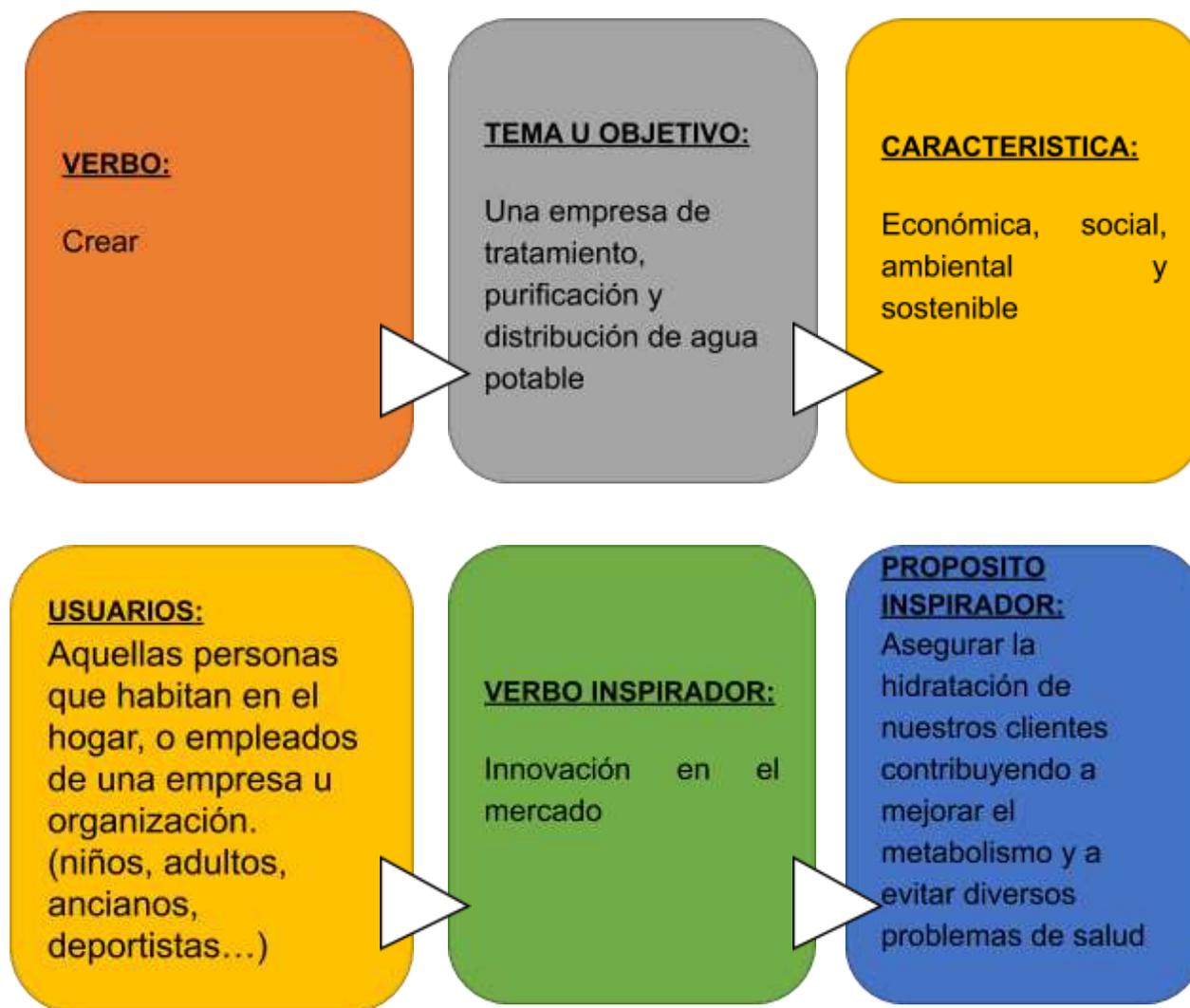
*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.



WATERDROP

## 8.2 Idea de Negocio Estructurada

Figura 2. Como alcanzar el éxito empresarial



*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.



## WATERDROP

### 9. Innovación

Teniendo en cuenta que en la región del Ariari, contamos con empresas dedicadas la venta de agua potable con muchos años de antigüedad sin embargo no se han preocupado porque sus clientes tengan una mayor facilidad estratégica al momento de destapar cada uno de sus productos

Nosotros como empresa queremos brindarles a nuestros clientes una mayor facilidad al momento de utilizar nuestros productos, ya que contaremos con un sistema de gran innovación, que facilite la abertura de estos productos al momento de su consumo.

- El botellón de 20 lt contara con un grifo de succión que facilitara el uso de nuestros clientes además la facilidad al momento de su consumo, esto evita que el agua se contamine al momento de abrir ya que cuenta con su propio sistema.
- La bolsa de 7 lt contara con una tapa de rosca la cual facilitara su uso al momento de utilizarla, esto con el fin de evitar que se desperdicie y se contamine.

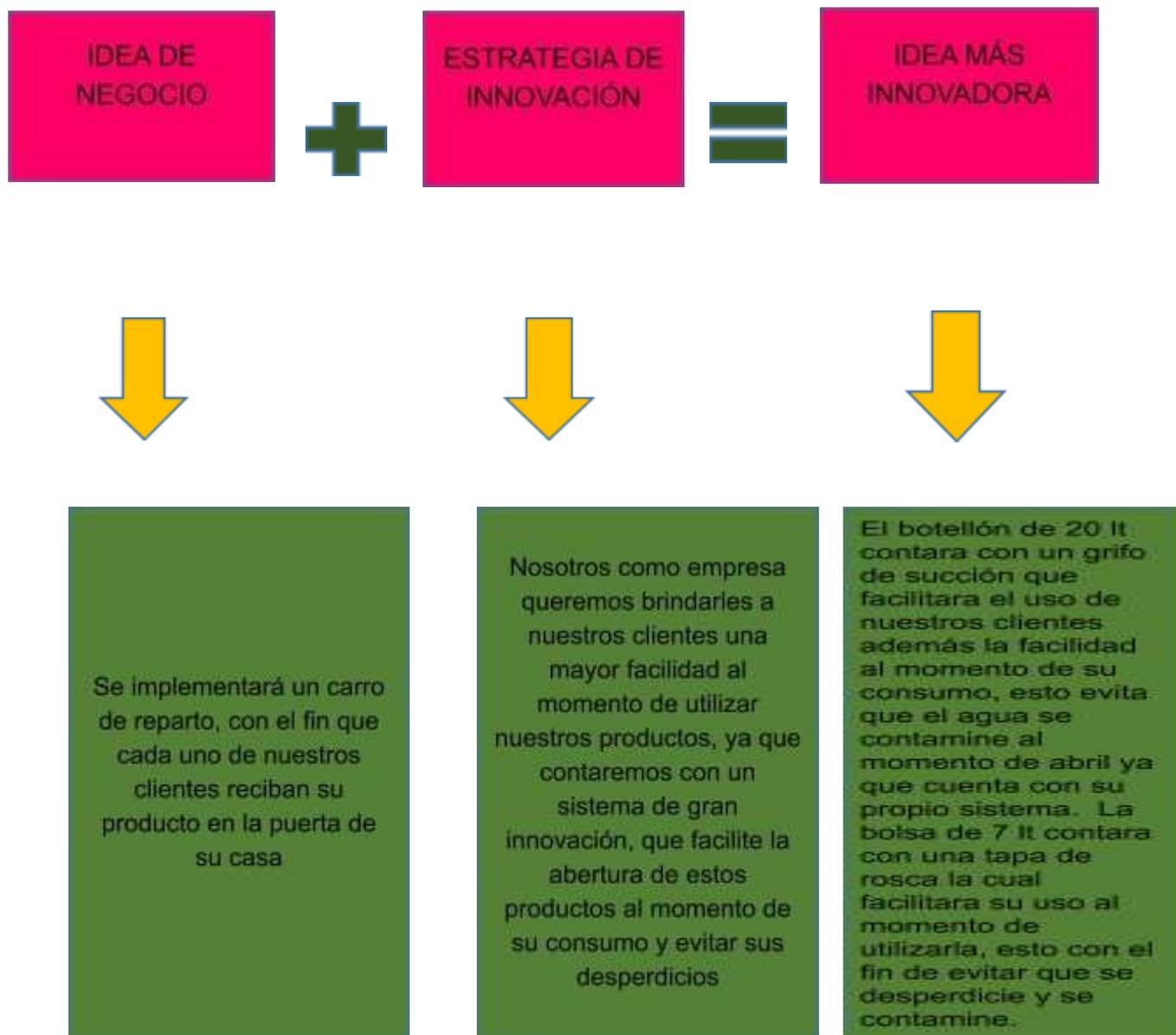
Nuestros productos serán reconocidos por su calidad y su presentación, de la misma manera realizaremos campañas de conservación y prevención de nuestro sistema ecológico por medio de etiquetas que irán empreadas en cada uno de nuestros productos



WATERDROP

### 9.1 Solución Innovadora

Figura 3. *Solución innovadora.*



*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.



WATERDROP

## **10. Estudio de Mercado**

Nuestro mercado para suministro de agua tratada estará situado en la región del Ariari, en el cual contaremos con una planta de tratamiento y purificación llamada WATERDROP. En esta misma realizaremos el correspondiente envasado y finalmente su respectiva distribución. La distribución de nuestro producto lo iniciaremos dándonos a conocer en los barrios del municipio donde llegaremos a tiendas de barrio y amas de casa los cuales serían nuestro cliente potencial.

WATERDROP contará con las normas y certificaciones técnicas de agua purificada, para garantizar un producto de calidad.

### **10.1 Análisis de la Demanda**

La región del Ariari es un municipio con una población de 68 612 habitantes aproximadamente para el año 2020.

El consumidor tradicional basa sus criterios de compra en los atributos y características del producto, buscando identificar ese valor agregado que les permita obtener el máximo beneficio por su compra, y es allí donde nos debemos enfocar para ofrecer un agua que cumpla no solo con los requisitos de salubridad necesarios, sino que también aporte al cuidado de las familias, haciendo que sus miembros sientan que nuestra marca en realidad se preocupa por ellos y trabaja para mejorar su calidad de vida. Llegando a todas las personas sin importar su raza, sexo y edad ya que el agua es considerada fuente de vida.



WATERDROP

## 10.2 Análisis de la Oferta

Existen empresas muy reconocidas no solo en la región si no a nivel nacional como lo son Cristal: 29,2 %, Brisa: 25 %, Manantial: 22,4 %, H2OH!: 7 %, Oasis: 3,9 %. en este rango de posicionamiento se encuentran aproximadamente.

El punto fuerte de ellos es el posicionamiento que ya tienen a nivel nacional, pero siendo el Ariari un municipio pequeño donde tenemos la mayoría de la población con los ingresos más bajos, aprovecharemos para que nuestro producto sea comercializado en la región del Ariari.

Por tratarse de un nuevo producto, es importante una publicidad masiva en medios de comunicación es por eso que debemos:

Elaborar campañas publicitarias para apoyar el lanzamiento de nuestro producto de agua purificada haciendo énfasis en el uso de nuestro envase.

Su campaña se hará por medio de los medios de comunicación locales como radio, televisión y también con la ayuda de perifoneo. Actualmente también podemos hacer uso de la tecnología y sus recursos como páginas web y teléfonos para venta de pedidos directo al público final y canal distribuidor.



## WATERDROP

### Principales Características de la Oferta

**Tabla 6.** *Análisis de la oferta*

| Nombre del competidor | Producto     | Precio   | Servicio (Ventaja competitiva) | Ubicación        |
|-----------------------|--------------|--|--------------------------------|------------------|
| Postobon              | agua cristal | El precio varía según la presentación del producto pero son los más costosos en el mercado | - liderazgo en el mercado      | A nivel nacional |
| Coca-cola             | agua Brisa   |  | - portafolio de marcas         |                  |

*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

Análisis de la comercialización y de los proveedores.

La compra de materias primas es un factor en el que concurren una serie de elementos, como la cantidad (volúmenes), la calidad, el precio y el tiempo de entrega (oportunidad de los materiales).

Los principales proveedores de las materias primas se encuentran en medianas y grandes empresas en Colombia. Los proveedores con los que podemos contar en nuestra empresa son Solplastic, Nacional de plásticos e Impresol quienes son fabricantes directos, generando unos precios accesibles en la compra de los garrafones, tapas, bolsas plásticas y sticker. Invacol ofrece el servicio de mantenimiento de las máquinas.

los proveedores surtirán dependiendo al volumen de pedidos que estemos manejando en el momento. Para desarrollar la estrategia de distribución



## WATERDROP

del producto terminado, inicialmente se decide crear un canal directo y un canal corto.

**Canal directo:** nuestro producto llega directamente a los hogares para ser consumida

**Canal corto:** nuestro producto llega hasta las tiendas de barrio donde este sería un detallista y allí compraría nuestro consumidor final.

### 11. Segmentación de Mercados

#### - Bondades de nuestro producto

- Refresca y calma la sed
- Variedad de presentaciones
- lo puedes llevar a cualquier parte
- Todos lo pueden consumir
- Envase práctico y novedoso
- Ayuda a la digestión de alimentos.
- Evita dolores de cabeza.
- Nos ayuda a perder peso o bien mantener el peso ideal.
- Aumenta la energía del cuerpo.
- Precios accesibles
- Nos desintoxica.
- Disminuye los riesgos a contraer enfermedades en el corazón
- Hidratación
- Cuenta con fechas de expedición y vencimiento
- Cuenta con registro invima.



## WATERDROP

## 11.1 Ejercicio Buyer Persona

Tabla 7. Buyer persona

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>cliente: Mariela prado</b><br/><b>ama de casa</b></p>         | <p><b>¿describir los miedos, frustraciones y ansiedades?</b></p> <p>el perder mi trabajo en estos momentos de pandemia.<br/>me siento frustrada porque también es muy poco lo que gano y a veces no alcanza para cubrir gastos básicos.</p> | <p><b>desea, necesita, anhela y sueña:</b></p> <p>un empleo con mejores ingresos salariales para tener una mejor calidad de vida y terminar su carrera profesional.</p>   |
| <p><b>demográfico y geográficos:</b></p> <p>mujer de 30 años, madre soltera con dos hijos trabaja en servicios generales en una casa de familia.</p> | <p><b>que están tratando de hacer y porqué es importante para ellos:</b></p> <p>sostener mi empleo con responsabilidad, desempeñarme lo mejor posible.</p>  | <p><b>¿cómo alcanzar esas metas hoy? hay alguna barrera en su camino:</b></p> <p>la barrera que hay en mi camino es la pandemia que debido a esto la tasa de desempleo subió, para alcanzarlo he tratado de ahorrar una parte de mi sueldo para pagar mis estudios.</p> |
| <p><b>frases que mejor describan sus experiencias:</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● el que persevera alcanza</li> <li>● ayuda a otros y te ayudaran</li> </ul>   |   |
| <p><b>existe otros factores que deberíamos tener encuesta?</b></p>   | <p><b>¿cómo mide el éxito?</b></p> <p><b>¿cómo es su día a día?</b></p>   |   |

*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1



## WATERDROP

### **Personas similares a nuestro cliente ideal**

Podemos encontrar clientes como nuestro cliente ideal en las empresas también ya que nuestro cliente ideal serían las amas de casa que nos favorece por ser ellas las que tiene la particularidad de hacer las compras, al llegar a ellas nos servirá porque sería una re comendadora de nuestra marca. Recordar que el problema del municipio es la escasez de agua potable y contaminación de aljibes lo cual hace que los hogares y los comercios compren agua para su consumo.

### **valores destacan a nuestro cliente ideal**

1. Empatía: Si logras hacerles sentirse comprendidos en sus gustos y necesidades, además de demostrar un compromiso de entendimiento, conseguirás un cliente contento y leal.
2. Confiabilidad: Esperan confiar en que van a recibir un trato consistente y que estarás ahí cuando te necesiten.
3. Escucha: Es muy importante que nuestro equipo y nuestros clientes sientan que les escuchamos y que tenemos en cuenta lo que nos dicen
4. Responsabilidad: Nos ayuda a realizar acciones y cómo afrontarlas de manera positiva el cual sería integral para ayudar en un futuro.
5. Seguridad. Siempre desea saber que lo que están comprando tiene el precio justo. Querrán estar seguros de haber comprado



WATERDROP

la mejor opción disponible

### **Relaciones de nuestro cliente ideal**

Nuestro cliente ideal tiene relación en la semana con su familia, también en la parte laboral con sus jefes y demás compañeros de trabajo, no solo con ellos también puede tener algún tipo de relación con alguien cercano ya sea por medio de una llamada o a alguien que se encuentre haciendo algún tipo de diligencia. Aquí es donde se puede decir que nuestro cliente es un recomendador de marca.

### **Necesidades más urgentes que presenta nuestro cliente ideal**

Tomando en cuenta la descripción de la tabla 7, su necesidad más urgente serían las básicas. Por ello ofrecemos nuestro producto en presentaciones y precios económicos. También podríamos generar un negocio para este cliente el cual al comprar por mayor se le deja más económico.

### **Actores del mercado que ofrecen cosas similares a nuestro producto.**

Otros actores del mercado de la región del Ariari son Postobón y Coca-Cola con sus marcas más reconocidas como Cristal y Brisa que no solo están en la región sino a nivel nacional.

### **Población total de personas o negocios que potencialmente podrían comprar nuestro producto o productos similares al nuestro.**

La región del Ariari es un municipio con una población de 68 612 habitantes aproximadamente para el año 2020.



## WATERDROP

Según estudios del DANE (2015) En los establecimientos con mayor número (0 a 10 empleos) el Comercio (60,9%) es la actividad más frecuente y en el grupo de 10 a 50 personas la actividad principal es Servicios (77,1 %).

**Personas o negocios necesariamente deben suplir su necesidad con un producto igual, similar o sustituto al nuestro.**

Debido a las altas temperaturas en la región del Ariari y el problema del agua la gran mayoría de la región compra agua embotellada para su consumo.

Sabiendo de los beneficios que nuestro producto trae, al ser una región tan cálida y brindando nuestros buenos servicios los hogares y las grandes empresas comprarían a nuestra empresa.



WATERDROP

## 12. Propuesta de Valor

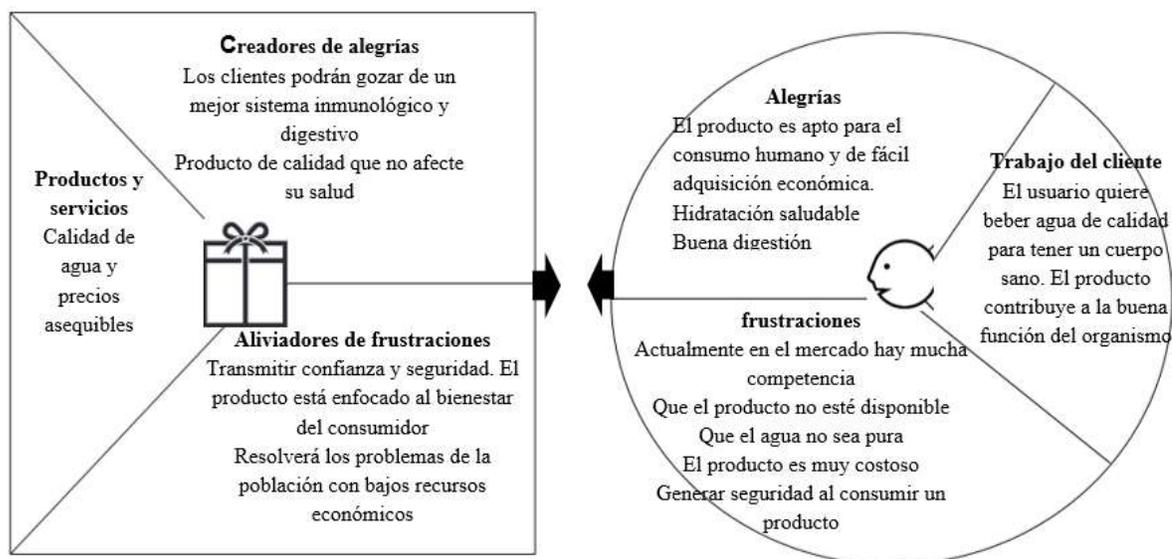
Tiene como objetivo brindarle al cliente, una idea clara de las ventajas que la organización le aporta al comprar nuestro producto.

### *Nuestra propuesta de valor*

*Entregar el producto al consumidor a tiempo y garantizar la buena calidad del mismo*

- *WaterDrop es todo lo que necesitas para cuidar de tu salud y la de tu familia de la mano del medio ambiente.*

Figura 4. Promesa futura que tiene el consumidor de satisfacer sus necesidades



*Nota.* Propuesta de valor de Waterdrop. Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.



## WATERDROP

**12.1 Modelo de Negocio**

Definir con claridad que vamos a ofrecer al mercado, como lo vamos a hacer y cual va ser nuestro mercado objetivo para generar ingresos de manera relacional como crear, entregar y capturar valor en el contexto social.

**Figura 5.** Representación de la organización de manera gráfica.

|  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| <b>Asociaciones clave</b><br>Proveedores de insumos para purificación de agua<br>- Laboratorios de análisis químico          | <b>Actividades clave</b><br>Servicio al cliente<br>Logística<br>Información contable<br>Laboratorio | <b>Propuesta de valor</b><br>Entrega de agua de calidad a bajo costo y a tiempo al usuario final | <b>Relación con clientes</b><br>Canales de seguimiento a satisfacción del producto Encuestas de servicio         | <b>Segmento de mercado</b><br>Familias de estrato I-II-III |
|  | <b>Recursos clave</b><br>Marketing<br>Control de inventario<br>Logística<br>Producción              |  | <b>Canales</b><br>Distribuidores minoristas y mayoristas<br>Canal institucional<br>Redes sociales<br>Páginas web |  |
| <b>Estructura de costes</b><br>Costes talento humano<br>Costes locación<br>Costes publicidad y mercadeo<br>Costes de insumos |   |  | <b>Fuentes de ingresos</b><br>Agua purificada<br>Envase<br>Soportes para botellones Botellones vacíos            |  |

Nota. Medio para atraer los clientes y obtener beneficio económico. Fuente:

elaboración propia



WATERDROP

### **13. Diseño del Producto**

La región del Ariari está compuesta por muchas veredas, las cuales no cuentan con distribuidores de agua embotellada esperamos que con nuestra distribución diaria del producto garantizamos la distribución diaria realizando recorridos constantes y distribuir nuestros productos de agua WATERDROP.

Las definiciones estratégicas son una herramienta que entrega información sobre los ejes orientadores del que hacer de una organización y se obtienen a partir LEY 1014 DE ENERO 26 DE 2006 Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país. Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento.

- Documentación Contable. ...
- Documentación asociada a la Agencia Tributaria. ...
- Certificado de la FNMT. ...
- Libro de visitas. ...
- Libro reclamaciones. ...
- Calendario laboral y de vacaciones. ...
- Registro jornada laboral. ...
- Otra documentación relacionada con aspectos laboral

#### **Leyes**

##### **Ley 9 de 1979 – Invima**

24 ene. 2020 — ARTICULO 1o. Para la protección del Medio Ambiente



## WATERDROP

la presente Ley establece: ... Toda agua para consumo humano debe ser potable cualquiera que sea su ... higiene y seguridad de la empresa respectiva. ... Los inodoros deberán funcionar de tal manera que asegure su permanente limpieza.

### **Ley 550 de 1999**

Establece un régimen que promueva y facilite la reactivación empresarial, la reestructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, lograr el desarrollo armónico de las regiones y se dictan disposiciones para armonizar el régimen legal vigente con las normas de esta ley.

La Ley 1429 de 2010 tiene una serie de beneficios fiscales para pequeñas empresas (máximo 50 trabajadores y 5.000 SMLV en activos), que incluyen tarifas del 0% en impuesto de renta (primeros 2 años) y cero retenciones en la fuente (5 primeros años). Esto tiene un efecto muy importante en el flujo de caja, que tiende a ser escaso en los primeros años.

### **Diseño de conceptos**

Planta purificadora de agua (floculación, sedimentación, manejo de lodos, filtración y desafección.), envasado, tapado y distribución.

### **Maquinas dosificadoras de insumos químicos**

- Tubímetro PF-12
- Reactivos pH, Cl1 y Cl2
- Dosificador de cloro gaseoso y de ozono
- Tanques de almacenamiento
- Maquina empacadora o envasadora

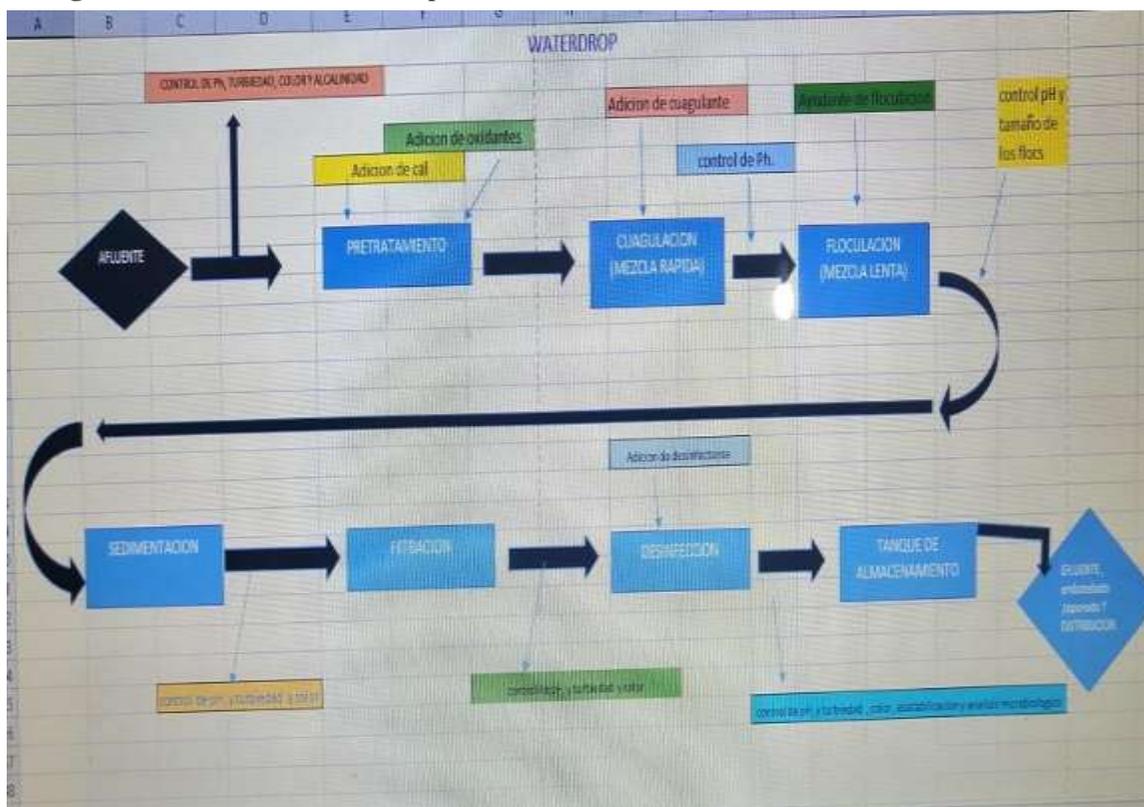


## WATERDROP

- Etiquetadora
- Botellones
- Tapas con dispensador
- Tapa para bolsa de 250ml, 500ml y 7 litros,

### 13.1 Diseño de detalles

**Figura 6.** Diseño de Waterdrop..



. Fuente: elaboración propia

Nuestra fuente hídrica de abastecimiento será de un pozo profundo luego la bombeamos hasta el afluente y hay empieza nuestro tratamiento donde se le hace el sistema de oxidación química, seguido le aplicamos los insumos químicos esto con el objetivo de garantizar un buen proceso de potabilización con ayuda de una planta para la misma. Seguido pasa el agua con los insumos al canal de



## WATERDROP

mezcla rápida donde su objetivo de esta mezcla es provocar una reacción y agrupar todas las pequeñas partículas en grandes este proceso se realiza gracias el diseño de la planta que cuenta con floculadores tipo Alabama. En este punto se tomarán unas muestras esto con el fin de analizar PH, ya teniendo el agua con tratamiento y con un buen proceso de floculación pasamos a la sedimentación con flautas y colmenas para que todos los blocs se decanten y el agua quede con UNT menos de 8 y de UPC máximo en 15 de la misma manera realizamos análisis de PH, UPC, DUREZA Y UNT, siguiendo el proceso de trazabilidad llegamos a los filtros el cual esta diseñados con unas características especiales para que se cumpla un proceso 100% garantizado, de igual modo hacemos una buena desinfección bien sea con ozono, cloro gaseoso o rayos láser, seguido se realizan las respectivos análisis de microbiológico para tener más garantía antes ser empacada luego se almacena en un tanque especial de almacenamiento de agua potable donde se realiza la distribución a las máquinas de empacado del producto y tapado para ser etiquetada, fecha de vencimiento, lote y registro de Invima, para poder ser comercializada en todo el territorio en camiones acondicionados para el transporte de alimentos para que los consumidores se sientan satisfechos y garanticen nuestros productos.

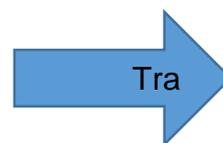
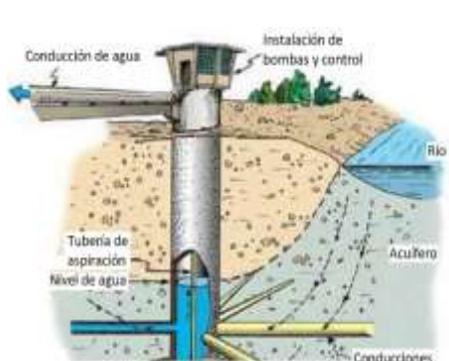
### **13. 2 Cadena de distribución**

Como objetivo fundamental es realizar un análisis de investigación de cómo se realiza la gestión de la cadena de suministro focalizado al producto agua WATERDROP, el cual será de vital relevancia para nuestra empresa ya que podemos planificar la demanda de nuestros productos.



# WATERDROP

## 13.3 Canal de Distribución



Cientes



Los clientes son muy importante para las empresas





WATERDROP

### 13.4 Costos de Producción

**Tabla 8.** Costos de producción del producto.

| insumos                                | valor unitario | valor por artículo terminado  |
|--|----------------|-------------------------------|
| materia prima ( agua por metro cúbico  | \$1.100        | \$0,90                        |
| detergentes                            | \$5000         | \$120                         |
| tapa de botellón dosificadora          | \$200          | \$200                         |
| logo botellón                          | \$50           | \$50                          |
| botellón para 18 litros.(única compra) | \$18000        | \$ 0                          |
| bolsa x 250 ml                         | \$10           | \$10                          |
| bolsa x 500ml                          | \$70           | \$70                          |
| bolsa x 7 litros                       | \$500          | \$70                          |
| tapa sello para bolsa tapa universal   | \$150          | \$500                         |
| mano de obra por hora                  | \$7000         | \$150                         |
| costo total unitario                   | \$320,030      | minuto de producción<br>\$116 |

| producto               | costo de producto terminado | utilidad de venta esperada | utilidad de ganancia |
|------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------|
| botellón por 18 litros | \$1414                      | \$2500                     | \$1086               |
| bolsa por 250 ml       | \$176                       | \$200                      | \$24                 |
| bolsa por 500 ml       | \$236.45                    | \$400                      | \$163,55             |



## WATERDROP

|                    |            |        |          |
|--------------------|------------|--------|----------|
| bolsa por 7 litros | \$942.45   | \$1200 | \$257,70 |
| total:             | \$1.826,45 | \$4300 | \$1531   |

*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1

### **Decisiones de producción**

Descripción de la empresa, Micro empresa envasadora de agua potable para el consumo humano, es de origen Ari árense, Presencia en más de 100 veredas y centros poblados en los municipios de Granada y San Juan de Arama Meta, Filosofía llevar producto de calidad consumidor con el precio justo. la decisión de la empresa consiste en elegir el nivel de producción con el que se espera obtener la máxima utilidad de los beneficios.

Indicadores que evalúen la calidad del producto antes de salir al mercado.

- Cobertura
- Eficacia
- Valoración de ventas
- Satisfacción de cliente
- Competitividad
- Calidad
- Garantía del producto
- Buena conservación



WATERDROP

### 13.5 Empaque y etiqueta del producto

**Figura 7.** *Empaque y etiqueta*



*Nota. Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1*

**Tabla 9.** *Ficha técnica del producto*

| <b>FICHA TECNICA</b> |   |
|----------------------|---|
| <b>WATERDROP</b>     | <b>AGUA POTABLE PARA CONSUMO DIRECTO.</b>   |
| <b>INGREDIENTES</b>  | Agua acta para consumo humano, desinfección, parámetros físico químicos y microbiológicos, condiciones óptimas para el consumo humano directo   |
| <b>INDICACION</b>    | Agua potable para el consumo humano   |
| <b>LEMA</b>          | Cada gota de agua cuenta en nuestra vida  |
| <b>PRECAUCION</b>    | Después de abrir el producto hay tener cuidado en no dejarlo contaminar.<br><br>Mantenerse siempre en lugares frescos y temperaturas ambiente.<br><br>Tener en cuenta la fecha de elaboración y de vencimiento. |

**WATERDROP**

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>INTREGRANTES</b> | Adriana Paola Vasquez Olarte, Xiomara Andrea Cardozo, zuleydi Hernández |
| <b>SEMESTRE</b>     | Tercer semestre administración de empresas                              |

*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1



WATERDROP

## **14. Prototipo**

### **14.1 Características del producto**

Nuestra agua WATERDROP, es agua potable envasada en botellas individuales o agrupadas en paquetes de consumo en distintas capacidades o tamaños.

Cada botella y bolsa estarán fabricadas con PET ya que posibilitan que el agua pueda estar disponible en todo momento y lugar, sin alterar su sabor y su pureza dispone también de la certificación de la norma ISO 9001 de calidad y de un sello de calidad sistemática.

El botellón de 20 litros contara con un dispensador practico y reutilizable para facilitar la salida del agua, nuestra bolsa de 7 litros contara con un diseño de tapa para evitar desperdicios a la hora de destapar. Esto para brindar a nuestros clientes un producto de calidad, y ayudar nuestro medio ambiente incrementando la tasa del reciclado por botellas PET.

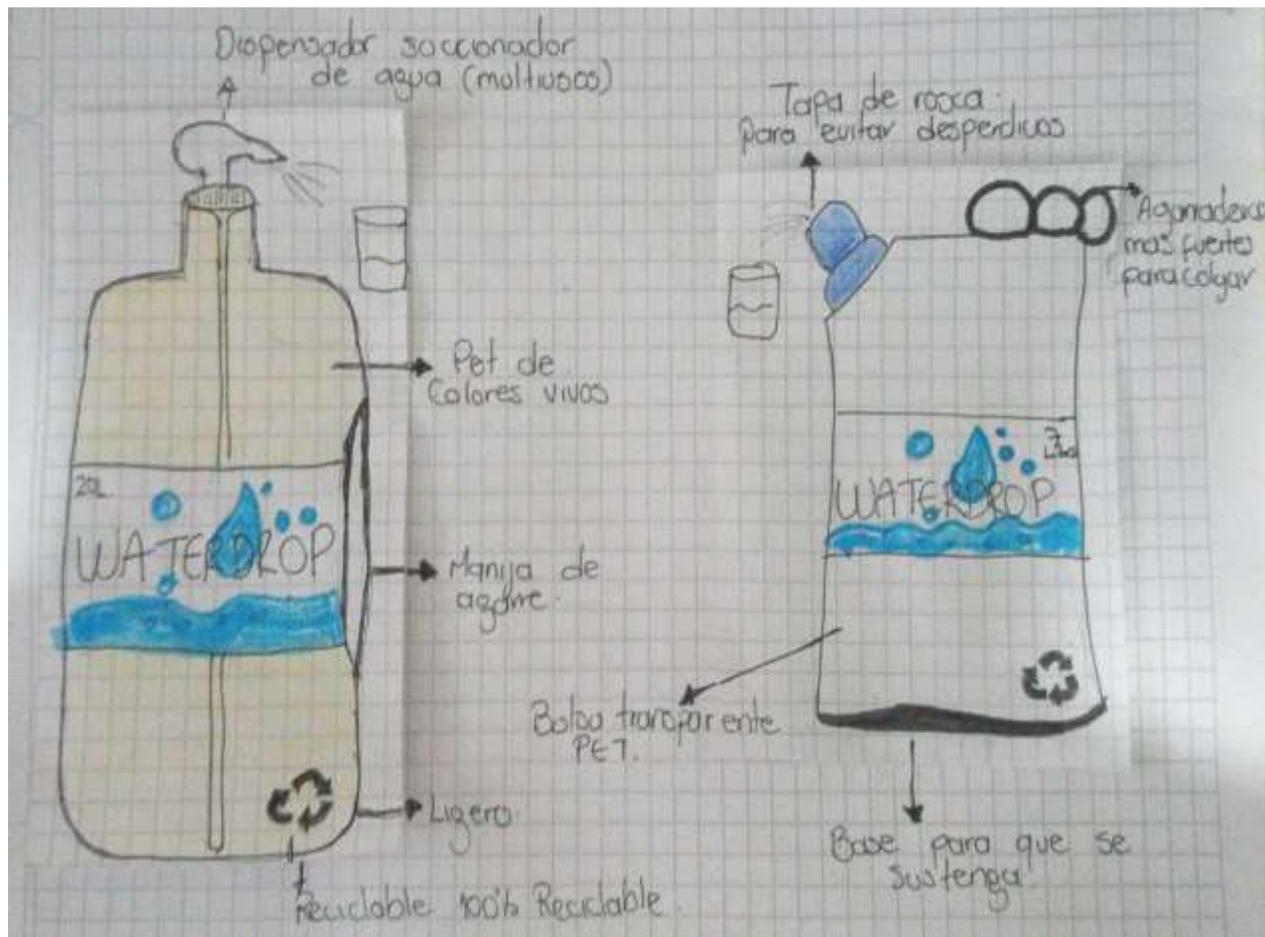
### **14.2 Características del prototipo**

- Botella de 20 litros PET colores vivos con dispensador succionador de agua es ideal para el hogar, escuela u oficinas.
- Bolsa de 7 litros con agarre de resistencia, tapa de rosca para sellar y evitar desperdicios con una base más fuerte para que se sostenga



## WATERDROP

**Figura 8.** Prototipo Waterdrop



*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1

### 14.3 Interacciones del Cliente con el Prototipo

Nuestro cliente va a tener la posibilidad de interactuar de una forma muy dinámica con nuestro producto el cual va hacer que este se interese más al punto de ganarnos su fidelización.

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=1X9A1w4w7oc&rel=0> Donde encontraran más acerca de nuestro producto.



WATERDROP

**Figura 9.** Ilustración del prototipo bolsa de agua



*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas

**Figura 10.** Ilustración del prototipo botellón de agua



*Nota.* Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas



WATERDROP

## 15. Modelo Running Lean de la empresa WATERDROP

Figura 10. Modelo Lean Canvas.

|   |  |  |  |  |
|---|--|--|--|--|
| <b>Problema</b><br>Productos de mala calidad para el consumidor<br>El agua embotellada genera gran cantidad de plástico que no se recicla y se convierte en basura<br>El precio es desmedido y las personas optan por comprar agua de grifo | <b>Solución</b><br>Darle a conocer a la comunidad<br>-La calidad del producto y envase degradable.<br>-Los precios económicos<br>-La fácil adquisición en el mercado<br>Crear conciencia en la comunidad del impacto ambiental y la forma en cómo pueden contribuir a mitigar el mismo con métodos de reciclaje y reutilización de residuos para su beneficio. | <b>Propuesta de Valor única</b><br>Waterdrop garantiza ofrecer un producto de excelente calidad que brinde seguridad al consumidor a un costo razonable.<br>Una de cada 4 botellas de plástico se recicla, por ende como solución al impacto ambiental se plantea crear campañas de recolección de envases para ser reutilizados | <b>Ventaja competitiva</b><br>- Por el sentido de pertenencia con el medio ambiente y la salud de los clientes.<br>- El agua es el elemento de mayor importancia para la vida<br>- Baja calidad de productos de la región. | <b>Segmento de clientes</b><br>Nuestro cliente objetivo son inicialmente las amas de casa que velan por el bienestar de la salud de su familia, además de los ocasionales como oficinistas con horarios laborales agotadores, deportistas que deseen hidratarse y estudiantes universitarios y de bachillerato para saciar su sed. |
|   | <b>Métricas Clave</b><br>Canales de seguimiento a satisfacción del cliente, por medio de encuestas post-servicio<br>Implementación de publicidad voz a voz para captar mayor cantidad de clientes.   |  | <b>Canales</b><br>Venta directa por distribuidores minoristas de la región que llegan al pequeño comercio y mayoristas online por medio de redes sociales y páginas web.   |  |
| <b>Estructura de costos</b><br>- Recursos naturales<br>- Talento humano<br>- Pagos de locación<br>- Publicidad y mercadeo<br>- Insumos  |  | <b>Fuentes de ingresos</b><br>Nuestros ingresos serán por la forma tradicional, continuos de vía directa con el cliente al ofrecerles el producto, los precios variables dependiendo de la competencia y la rentabilidad de la empresa.  |  |  |

Nota. Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas



WATERDROP

## 16. Valida tu Idea de Negocio

### Objetivo de investigación

Como organización WATERDRON antes de lanzar nuestro producto al mercado queremos por medio de una encuesta cuantitativa saber

Cuánto dinero gasta la población del Ariari en agua potable

Con que frecuencia compran agua embotellada

Cuanto está dispuesto a pagar por el agua en botellas de 20 litros

Tamaño de la muestra

Tomando la población del municipio de Granada Meta: 64.700 habitantes,  
(Population.City, s.f.)

Aplicando la fórmula para determinar nuestra población Finita, tenemos que “n”=1.049.. por lo tanto, estas serían el número de personas a las cuales lanzaremos nuestro producto



## WATERDROP

### 17. Encuesta

Como empresa vamos a implementar el modelo de investigación cuantitativo (La encuesta) porque es una forma económica para recolectar información y cuenta con un amplio alcance para la población objetivo, es fácil de compartir ya sea por medio de redes sociales, cuentas Email, entre otros. Además, esta metodología es muy práctica de usar porque se puede direccionar al público que deseamos y por último los resultados se obtienen de forma rápida y por ende se pueden tomar decisiones en el menor tiempo posible.

El objetivo es fortalecer nuestra idea de negocio, buscamos un porcentaje aproximado de cuanto está dispuesta a pagar por nuestro producto un grupo poblacional y determinar las necesidades de nuestros potenciales clientes.

- **Link de la encuesta:**

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc21TPUlsN0HU0gF7rOxf7tGBJ1hBw\\_wIvh5lmtS6rbdvE-eQ/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc21TPUlsN0HU0gF7rOxf7tGBJ1hBw_wIvh5lmtS6rbdvE-eQ/viewform?usp=sf_link)

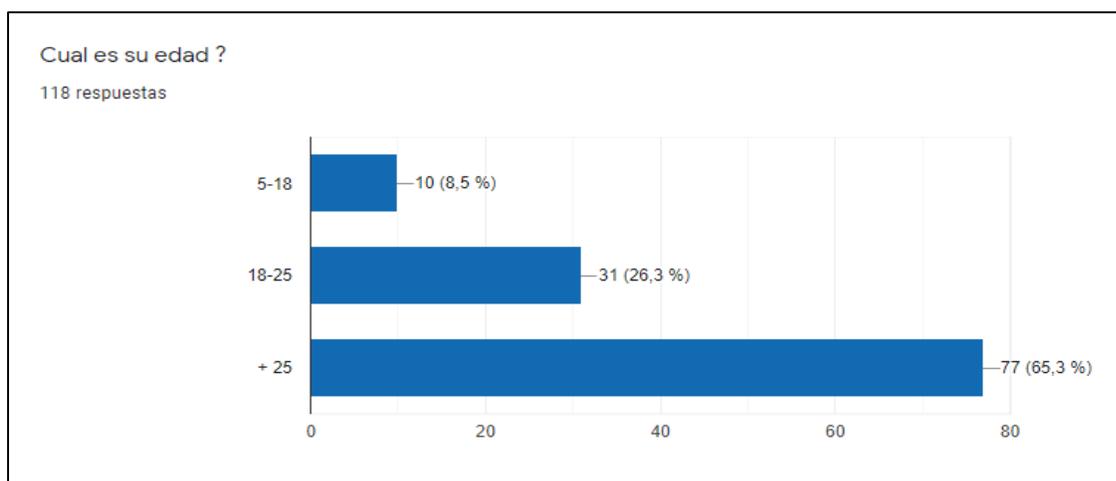


WATERDROP

## 18. Tabulación

### Pregunta Numero 1

**Figura 11,** Preguntas de la encuesta de investigación de mercado.

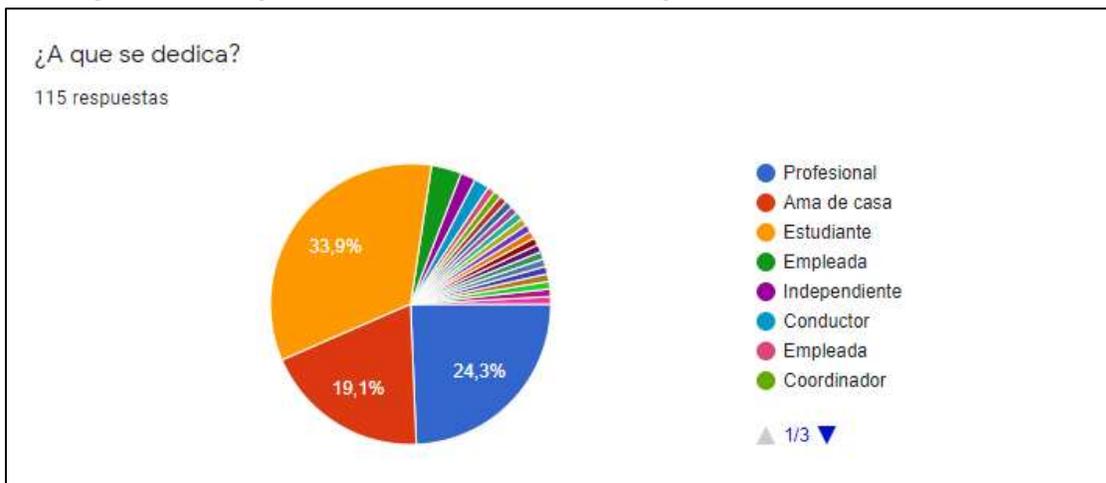


Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

**Análisis:** Los resultados muestran que nuestro grupo poblacional fue muy diverso sin embargo la mayor participación con el 77% es de personas con edad superior de 25 años.

### Pregunta Numero 2

**Figura 12,** Preguntas de la encuesta de investigación de mercado.





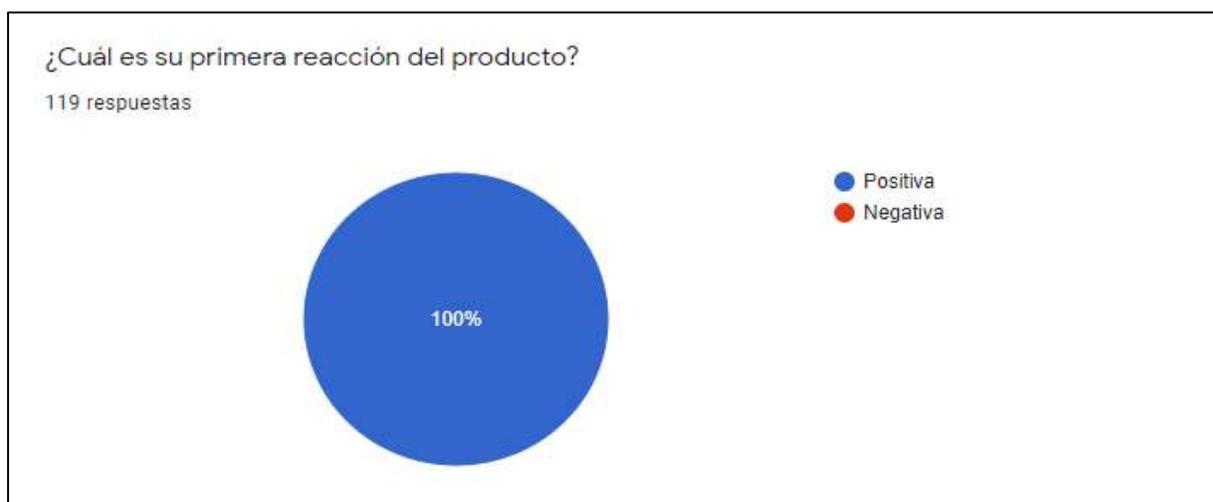
WATERDROP

Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

**Análisis:** nuestro nicho de mercado son las personas que están en proceso de formación académica, estudiantes con un 33,9% de participación, seguido por profesionales con un 19,1%, sucesivo por las amas de casa con un 19%.

### Pregunta Numero 3

**Figura 13,** Preguntas de la encuesta de investigación de mercado.



Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

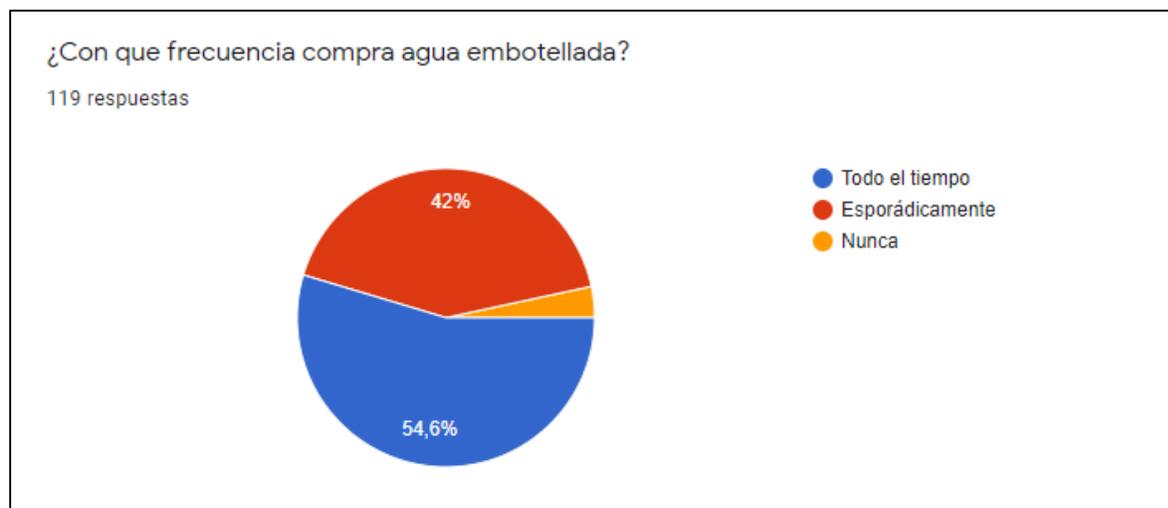
**Análisis:** Nuestro producto tiene muy buena acogida por el público, los consumidores encuentran una diferenciación con respecto a los competidores.



WATERDROP

### Pregunta Numero 4

**Figura 14,** Preguntas de la encuesta de investigación de mercado.



Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

**Análisis:** En proporción con los consumidores de agua embotellada los que no lo hacen tienen una participación del 3,4%, lo que es positivo y muestra la gran demanda del producto.

**Tabla 10,** Tabulación de la encuesta de investigación de mercado.

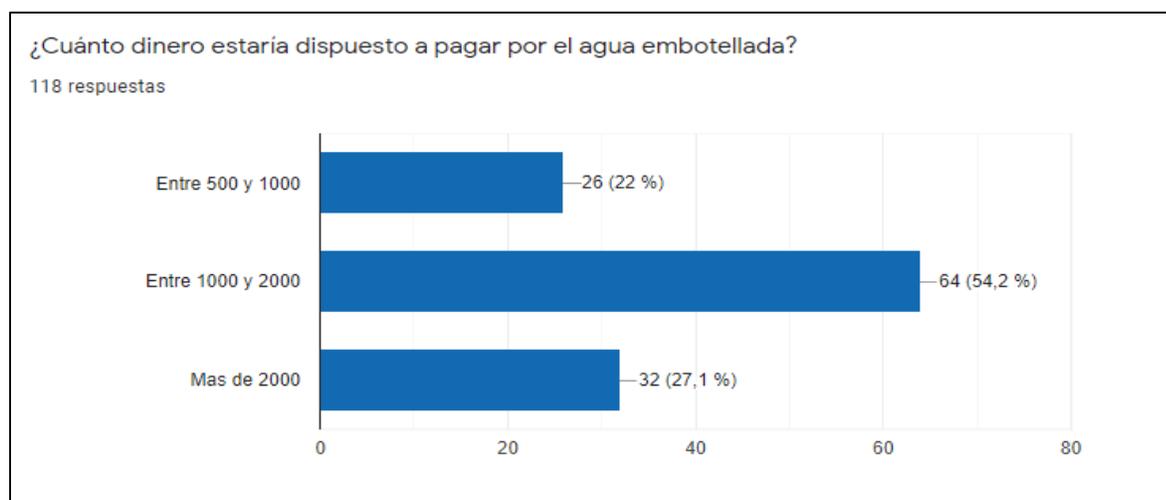
| ¿Con que frecuencia compra agua embotellada?<br>Etiquetas de fila | tiquetas de columna |          |                | Total general |
|---|---------------------|----------|----------------|---------------|
|   | Esporádicamente     | Nunca    | Todo el tiempo |               |
| + 25  | 25                  | 3        | 49             | 77            |
| 18-25   | 18                  |          | 13             | 31            |
| 5-18  | 7                   | 1        | 2              | 10            |
| (en blanco)   |                     |          | 1              | 1             |
| <b>Total general</b>  | <b>50</b>           | <b>4</b> | <b>65</b>      | <b>119</b>    |



WATERDROP

## Pregunta Numero 5

**Figura 15,** Preguntas de la encuesta de investigación de mercado.



Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

**Análisis:** El precio estándar que la mayor parte de la población con una participación del 54.2% está dispuesta a pagar es entre \$1.000 y \$2.000 pesos, precio que es razonable por la calidad del producto.

**Tabla 11,** Tabulación de la encuesta de investigación de mercado.

¿Cuánto dinero estaría dispuesto a pagar por el agua embotellada?

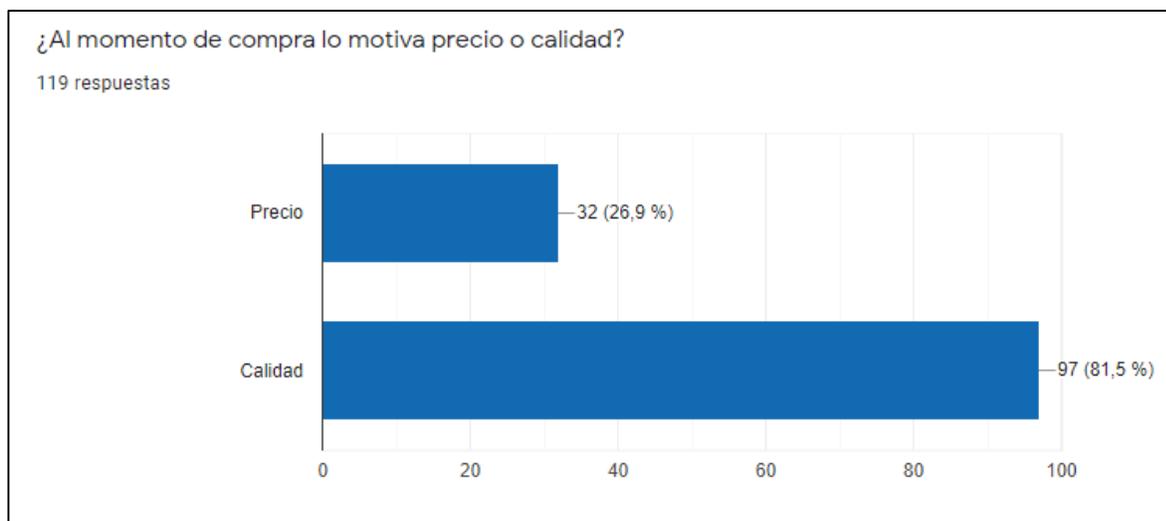
Etiquetas de columna

| Etiquetas de fila <input type="text"/> | Entre 1000 y 2000 | Entre 1000 y 2000, Mas de 2000 | Entre 500 y 1000 | Entre 500 y 1000, Entre 1000 y 2000 | Mas de 2000 | (en blanco) | Total general |
|--|-------------------|--------------------------------|------------------|-------------------------------------|-------------|-------------|---------------|
| + 25                                   | 40                |                                | 11               |                                     | 26          |             | 77            |
| 18-25                                  | 16                | 1                              | 8                | 2                                   | 4           |             | 31            |
| 5-18                                   | 4                 |                                | 4                | 1                                   | 1           |             | 10            |
| <b>Total general</b>                   | <b>60</b>         | <b>1</b>                       | <b>23</b>        | <b>3</b>                            | <b>31</b>   |             | <b>118</b>    |

Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.



WATERDROP

**Pregunta Numero 6****Figura 16,** Preguntas de la encuesta de investigación de mercado.

Fuente: elaboración propia con base en la guía metodológica de creación de empresas 1.

**Análisis:** Para la población prima la calidad del producto sobre los precios del mismo con un 81,5% de participación sobre el precio con un 26,9%.



WATERDROP

## 19. Conclusiones

- Según nuestra investigación la mayoría de clientes están en un rango de 25 años lo que quiere decir que son personas jóvenes que ven la importancia de consumir agua embotellada.
- La estrategia de venta e innovación del producto generaría que este proyecto de creación de empresa sea rentable según el análisis de las encuestas
- Reducción del impacto ambiental gracias que el producto será empacado en PET el cual sirve para su reutilización.
- Este proyecto logro afianzar nuestros conocimientos por medio de la práctica que se llevó a cabo en cada uno de los pasos para la elaboración del mismo,



## WATERDROP

### 20. Bibliografías

AGRONEGOCIOS, *Cristal, la marca que domina el mercado del agua embotellada*. Recuperado de <https://www.agronegocios.co/agricultura/cristal-la-marca-que-domina-el-mercado-del-agua-embotellada-2623052>

ECONOMIA. (publicado el 17/06/2016), 9 marcas que demuestran que vender agua es un negocio en Colombia. Recuperado de <https://www.pulzo.com/economia/9-marcas-que-demuestran-que-vender-agua-es-un-negocio-en-colombia-PP69386>

Población de Granada municipio del departamento del Meta. Recuperado de <http://poblacion.population.city/colombia/granada/>

Guía de proyecto empresarial “Creación de empresas 1” Recuperado de. [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/565829/mod\\_resource/content/2/GU%C3%8DA%20PROYECTO%20EMPRESARIAL.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/565829/mod_resource/content/2/GU%C3%8DA%20PROYECTO%20EMPRESARIAL.pdf?redirect=1)

[https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/634253/mod\\_resource/content/3/GUIA%20CREACI%C3%93N%20EMPRESAS%20IB%20%282doCorte%29B.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/634253/mod_resource/content/3/GUIA%20CREACI%C3%93N%20EMPRESAS%20IB%20%282doCorte%29B.pdf?redirect=1)

[https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/749583/mod\\_resource/content/1/GUIA%20CREACI%C3%93N%20EMPRESAS%20I%20%283er2020B%29.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/749583/mod_resource/content/1/GUIA%20CREACI%C3%93N%20EMPRESAS%20I%20%283er2020B%29.pdf?redirect=1)

Redalyc Árbol de Problemas del Análisis al Diseño y Desarrollo de Productos. “*material de apoyo*”. Recuperado de. [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/602425/mod\\_resource/content/1/%C3%81rbol%20de%20Problemas%20del%20An%C3%A1lisis%20al%20Dise%C3%B1o%20y%20Desarrollo%20de%20Productos.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/602425/mod_resource/content/1/%C3%81rbol%20de%20Problemas%20del%20An%C3%A1lisis%20al%20Dise%C3%B1o%20y%20Desarrollo%20de%20Productos.pdf?redirect=1)

IDEACION, transforma al mundo “*material de apoyo*”. Recuperado de [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/608023/mod\\_resource/content/1/CLASE%20EN%20VIVO%20IDEA%20DE%20NEGOCIO.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/608023/mod_resource/content/1/CLASE%20EN%20VIVO%20IDEA%20DE%20NEGOCIO.pdf?redirect=1)

Innovación “*material de apoyo*”. Recuperado de [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/612457/mod\\_resource/content/1/Semana%205%20-%20Innovaci%C3%B3n.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/612457/mod_resource/content/1/Semana%205%20-%20Innovaci%C3%B3n.pdf?redirect=1)

Segmentación de mercados “*material de apoyo*”. Recuperado de <https://virtual.cun.edu.co/cloud/index.php/s/n3snZ8gpFs4iLXF?redirect=1#pdfviewer>

Propuesta de valor “*material de apoyo*”. Recuperado de [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/684342/mod\\_resource/content/1/Presentaci%C3%B3n%20Semana%208%20-%20Propuesta%20de%20valor.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/684342/mod_resource/content/1/Presentaci%C3%B3n%20Semana%208%20-%20Propuesta%20de%20valor.pdf?redirect=1)



## WATERDROP

Diseño del producto “*material de apoyo*”. Recuperado de [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/712828/mod\\_resource/content/1/CLASE%20EN%20VIVO%20DISE%C3%91O%20DEL%20PRODUCTO.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/712828/mod_resource/content/1/CLASE%20EN%20VIVO%20DISE%C3%91O%20DEL%20PRODUCTO.pdf?redirect=1)

Prototipo “*material de apoyo*” Recuperado de. [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/732399/mod\\_resource/content/1/Semana%2010%20Prototipo.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/732399/mod_resource/content/1/Semana%2010%20Prototipo.pdf?redirect=1)

Modelo Running Lean Canvas “*material de apoyo*”. Recuperado de [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/751206/mod\\_resource/content/0/Presentaci%C3%B3n%20Semana%2011%20Running%20Lean.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/751206/mod_resource/content/0/Presentaci%C3%B3n%20Semana%2011%20Running%20Lean.pdf?redirect=1)

Validación de la idea de negocio “*material de apoyo*”. Recuperado de [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/753566/mod\\_resource/content/1/Semana%2012%20validaci%C3%B3n.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/753566/mod_resource/content/1/Semana%2012%20validaci%C3%B3n.pdf?redirect=1)

Tabulación y análisis de la información “*material de apoyo*”. Recuperado de [https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/612725/mod\\_resource/content/3/Presentacion%20Semana%2014%20-%20Tabulacion%20y%20Analisis%20de%20la%20Informacion.pdf?redirect=1](https://virtual.cun.edu.co/digital/pluginfile.php/612725/mod_resource/content/3/Presentacion%20Semana%2014%20-%20Tabulacion%20y%20Analisis%20de%20la%20Informacion.pdf?redirect=1)