

# **ESCUELA DE POSGRADO NEWMAN**

**MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**



**Plan de Inversión para la creación de una empresa dedicada  
a la producción y comercialización de agua alcalina  
embotellada en la Ciudad de Guayaquil, 2022**

**Trabajo de Investigación  
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios

**Autores:**

Bach. Naranjo, Rodney Ernesto  
Bach. Sánchez Muñiz, María Lissette

**Docente Guía:**

Mtro. Leo Rossi, Ernesto Alessandro

**TACNA – PERÚ**

**2022**

El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)” nes y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

# Agua\_Alcalina.pdf

---

## INFORME DE ORIGINALIDAD

---

40%

INDICE DE SIMILITUD

40%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

8%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

---

ENCONTRAR COINCIDENCIAS CON TODAS LAS FUENTES (SOLO SE IMPRIMIRÁ LA FUENTE SELECCIONADA)

---

30%

★ repositorio.uti.edu.ec

Fuente de Internet

---

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Activo

## Índice de contenido

Índice de contenido .....	iii
Índice de Tablas .....	x
Índice de Figuras.....	xvi
Índice de Anexos.....	xix
Resumen.....	1
Introducción .....	3
CAPITULO I: ANTECEDENTES DE ESTUDIO .....	5
1.1. Título del Tema de Investigación .....	5
1.2. Planteamiento del problema de investigación.....	5
1.3. Objetivos de la Investigación .....	7
1.3.1. Objetivo General.....	7
1.3.2. Objetivos específicos.....	7
1.4. Metodología.....	8
1.5. Justificación.....	9
1.6. Principales definiciones .....	10
1.7. Alcances y Limitaciones .....	11
1.7.1. Categorización de sujetos.....	12
1.7.2. Estudio de segmentación .....	13
1.7.2.1. Dimensión conductual.....	13
1.7.2.4. Dimensión Geográfica .....	14

1.7.2.5. Dimensión demográfica.....	15
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO .....	17
2.1. Conceptualización de las variables .....	17
2.2.1. Estudio de Factibilidad .....	17
2.2.2. Estudio de mercado .....	18
2.2.2.1. Definición del mercado .....	21
2.2.2.2. Estudio de Segmentación.....	21
2.2.2.3. Plan de muestreo .....	22
2.2.2.4. Investigación descriptiva .....	23
2.2.2.5. Información secundaria .....	23
2.2.2.6. Información primaria.....	24
2.2.2.7. Demanda Potencial .....	24
2.2.3. Proyecto de inversión.....	25
2.2.4. Estudio Legal .....	26
2.2.5. Estudio Organizacional .....	27
2.2.5.1. Organización funcional de la empresa.....	28
2.2.6. Estudio técnico.....	29
2.2.7. Estudio Financiero.....	31
2.2.7.1. Evaluación Financiera .....	34
2.2.8. Estudio ambiental.....	36
2.2.9. Alcalinidad.....	38
2.3. Importancia de las variables .....	38

2.3.1. Análisis comparativo.....	40
2.4. Análisis crítico. ....	41
CAPITULO III: MARCO REFERENCIAL .....	42
3.1. Reseña histórica del agua y su evolución a través del tiempo .....	42
3.2. Presentación de actores.....	44
3.2.1. Consumo de agua embotellada en el mundo. ....	44
3.2.2. Consumo de agua embotellada en la región. ....	48
3.2.3. Consumo de agua a nivel nacional.....	50
3.3. Diagnóstico del Sectorial .....	51
3.3.1. Participantes en el mercado de agua embotellada en Ecuador .....	54
3.3.2. Presentación de actores de comercialización de agua alcalina en la ciudad de Guayaquil.....	55
3.4. Análisis del macro y micro ambiente .....	59
3.4.1. Análisis del micro ambiente .....	59
3.4.2. Análisis del macro ambiente .....	63
3.5. Matriz FODA.....	66
CAPITULO IV RESULTADOS .....	68
4.1. Estudio de mercado .....	68
4.1.1. Objetivo del Estudio de mercado .....	68
4.1.2. Metodología.....	68
4.1.2.1. Tipo y Diseño de Investigación .....	68
4.1.3. Población y Muestra .....	69

4.1.4.	Técnicas e Instrumentos.....	71
4.1.5.	Tratamiento y procesamiento de la información:.....	77
4.1.6.	Posibilidades de la demanda .....	100
4.1.7.	Especificación del producto. ....	105
4.1.8.	Diseño de la Marca.....	108
4.1.9.	Estrategias de Marketing .....	109
4.1.10.	Canal de distribución a utilizar .....	122
4.1.11.	Seguimiento de clientes.....	124
4.2.	Estudio Legal.....	127
4.2.1.	Objetivo del Estudio Legal.....	127
4.2.2.	Aspectos Legales para la constitución jurídica .....	127
4.2.3.	Inscripción y registro de la marca comercial de KNAGUA .....	136
4.3.	Estudio Organizacional.....	140
4.3.1.	Objetivo del estudio.....	140
4.3.2.	Evaluación estratégica .....	140
4.3.3.	Visión de la Empresa .....	141
4.3.4.	Misión de la Empresa.....	141
4.3.5.	Necesidades de personal .....	141
4.3.6.	Organización funcional de la empresa.....	142
4.3.6.1.	Organización Interna .....	142
4.3.7.	Descripción de puestos .....	144
4.3.8.	Control de gestión .....	152

4.3.8.1. Indicadores de gestión .....	152
4.4. Estudio Técnico.....	154
4.4.1. Objetivo del estudio técnico.....	154
4.4.2. Descripción detallada del proceso.....	154
4.4.3. Descripción detallada del proceso de transformación del producto. ....	154
4.4.4. Descripción del proceso de purificación y embotellamiento del agua alcalina. 156	
4.4.5. Descripción de instalaciones, equipos y personas .....	159
4.4.6. Tecnología a aplicar .....	165
4.4.6. Factores que afectan el plan de operaciones .....	165
4.4.7. Ritmo de producción .....	166
4.4.8. Nivel de inventario promedio .....	167
4.4.9. Número de trabajadores.....	167
4.4.10. Capacidad de producción.....	168
4.4.11. Definición de los recursos relacionados con la producción.....	170
4.5. Estudio Financiero.....	174
4.5.1. Objetivos del Área Financiera .....	174
4.5.2. Plan de Inversiones .....	174
4.5.3. Cálculo de Costos y Gastos.....	177
4.5.3.1. Mano de Obra.....	177
4.5.3.2. Depreciación.....	179
4.5.3.3. Proyección de la depreciación .....	179

4.5.3.4. Detalle de Costos. ....	179
4.5.3.5. Proyección de Costos.....	181
4.5.3.6. Detalle de Gastos .....	182
4.5.3.7. Proyección de los Gastos .....	184
4.5.4. Plan de Financiación .....	185
4.5.4.1. Tipo de Financiación.....	185
4.5.5. Estimación de los ingresos .....	185
4.5.5.1. Proyección de los ingresos .....	187
4.5.6. Punto de Equilibrio .....	188
4.5.7. Estado de Resultados Proyectado .....	190
4.5.8. Flujo de Caja .....	192
4.5.9. Evaluación Financiera .....	193
4.5.10. Indicadores.....	193
4.5.11. Valor Actual Neto (VAN) .....	194
4.5.12. Tasa Interna de Retorno (TIR) .....	195
4.5.13. Costo beneficio.....	197
4.5.14. Período de Recuperación .....	198
4.5.15. Índice de Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto) .....	199
4.6. Estudio Ambiental.....	200
4.6.1. Objetivo del estudio ambiental.....	200
4.6.2. Identificación de impactos .....	200
4.6.3. Tipificación de Riesgos .....	200

4.6.4. Metodología e identificación de los impactos.....	203
4.6.5. Evaluación y valoración de los impactos ambientales .....	205
4.6.6. Importancia del impacto ambiental .....	206
4.6.7. Normativas y permisos que afectan la instalación .....	208
4.6.8. Seguridad e higiene ocupacional.....	211
CAPÍTULO V SUGERENCIAS .....	213
Bibliografía .....	218
ANEXOS .....	227

## Índice de Tablas

Tabla 1 Clientes Potenciales .....	12
Tabla 2 Necesidades, gustos y preferencias del consumidor .....	14
Tabla 3 Dimensión Geográfica .....	15
Tabla 4 Dimensión Demográfica del Mercado Objetivo .....	15
Tabla 5 Datos para el cálculo de la fórmula.....	22
Tabla 6 Análisis comparativo.....	40
Tabla 7 Matriz FODA.....	67
Tabla 8 Objetivo específico nº 1 Cuadro de necesidades.....	73
Tabla 9 Objetivo específico nº 2 Cuadro de necesidades.....	74
Tabla 10 Objetivo específico nº 3 Cuadro de Necesidades .....	75
Tabla 11 Objetivo específico nº 4 Cuadro de Necesidades .....	76
Tabla 12 Objetivo específico nº 5 Cuadro de Necesidades .....	77
Tabla 13 Pregunta 1.- ¿Qué edad tiene? .....	79
Tabla 14 Pregunta 2.- ¿Cuál es su género? .....	81
Tabla 15 Pregunta 3.- ¿Cuál es el número de miembros de su familia?.....	82
Tabla 16 Pregunta 4. -¿Qué tipo de agua utiliza en su casa? .....	83
Tabla 17 Pregunta 5.- ¿Qué opina del agua embotellada purificada? .....	84
Tabla 18 Pregunta 6.- ¿Cuál es el tamaño más común de botella de agua que utiliza? .....	85
Tabla 19. Pregunta 7.- ¿Con qué frecuencia compra semanalmente agua embotellada de 20 litros? .....	86
Tabla 20. Pregunta 8.- ¿De dónde suele obtener el agua purificada para su hogar? .....	87

Tabla 21. Pregunta 9.- ¿Qué factores son los más importantes para usted a la hora de elegir una marca de agua filtrada? .....	88
Tabla 22. Pregunta 10.- ¿Ha bebido alguna vez agua alcalina?.....	89
Tabla 23. Pregunta 11.- En general, ¿dónde suele conseguir agua alcalina? .....	90
Tabla 24.- Pregunta 12. ¿Conoce Usted de alguna embotelladora que distribuya agua alcalina en varias presentaciones en la ciudad de Guayaquil.....	91
Tabla 25. Pregunta 13. ¿Conoce las ventajas para la salud y/o las características del agua alcalina? .....	92
Tabla 26.- Pregunta 14. ¿Cuál de los beneficios para la salud del agua alcalina le parece el más notable? .....	93
Tabla 27.- Pregunta 15. ¿Estaría dispuesto a incluir el agua alcalina en su rutina diaria de hidratación debido a sus beneficios para la salud? .....	94
Tabla 28.- Pregunta 16. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por una botella de 500 ml de agua alcalina? .....	95
Tabla 29.- Pregunta 17. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por un litro de agua alcalina? .....	96
Tabla 30.- Pregunta 18. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por un galón de agua alcalina?.....	97
Tabla 31.- Pregunta 19. ¿Cuánto está dispuesto a gastar por un botellón de 20 litros de agua alcalina? .....	98
Tabla 32. Pregunta 20. En general, ¿cómo se mantiene informado sobre los productos y promociones de su sector?.....	99
Tabla 33 Proyección de la población y nº de hogares de la ciudad de Guayaquil ..	100
Tabla 34 Demanda potencial de consumo de agua embotellada filtrada por familia en Guayaquil, Ecuador.....	102

Tabla 35 Resultados previstos de la demanda de agua alcalina .....	104
Tabla 36 Beneficios del agua alcalina .....	106
Tabla 37 Presentaciones según su contenido de agua alcalina .....	107
Tabla 38 Estrategias de marketing .....	110
Tabla 39 Planificación de afiches publicitarios .....	117
Tabla 40 Planificación de campaña de concientización ambiental .....	119
Tabla 41 Planificación de auspicios deportivos .....	120
Tabla 42 Diagrama de Gantt de la planificación de las estrategias de lanzamiento del productoto .....	121
Tabla 43 Planificación de medios de comunicación .....	122
Tabla 44 CRM Bitrix características de la plataforma .....	125
Tabla 45 Encuestas de satisfacción de los clientes.....	126
Tabla 46 Procedimiento para constituir una Sociedad de Acciones Simplificadas S. A. S. ....	128
Tabla 47 Proceso para obtener la firma electrónica .....	129
Tabla 48 Requisitos para constituir una Sociedad de Acciones Simplificadas S. A. S. ....	130
Tabla 49 Documentos para constituir una Sociedad de Acciones Simplificadas S. A. S. ....	130
Tabla 50 Procedimiento para apertura de RUC por trámite en línea: .....	131
Tabla 51 Requisitos para el permiso de funcionamiento – ARCSA .....	132
Tabla 52 Pasos para la obtención del permiso de Funcionamiento .....	133
Tabla 53 Permisos de Funcionamiento – Municipio de Guayaquil.....	134
Tabla 54 Registro del pago del impuesto de la Patente Municipal.....	135

Tabla 55 Requisitos para el permiso de operación del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil.....	135
Tabla 56 Procedimiento general para el registro de una marca.....	137
Tabla 57 Personal a tiempo completo o fijo.....	142
Tabla 58 Descripción de puesto de Gerente .....	145
Tabla 59 Descripción del cargo de Jefe de Producción .....	146
Tabla 60 Descripción del cargo de Operario .....	147
Tabla 61 Descripción del cargo de Jefe de Ventas.....	148
Tabla 62 Descripción del cargo de Vendedor.....	149
Tabla 63 Descripción del cargo de Contador/a.....	150
Tabla 64 Descripción del cargo de Secretaria/o .....	151
Tabla 65 Indicadores de gestión .....	153
Tabla 66 Áreas y dimensiones de la empresa.....	160
Tabla 67 Normas y requisitos que deben cumplir para el envasado de agua alcalina .....	163
Tabla 68 Máquinas y equipos.....	164
Tabla 69 Ritmo de producción.....	166
Tabla 70 Inventario promedio de materia prima y materiales indirectos de producción .....	167
Tabla 71 Personal necesario.....	168
Tabla 72 Proyección de la Producción .....	169
Tabla 73 Materia prima .....	170
Tabla 74 Lista de verificación de materias primas .....	172
Tabla 75 Lista de Verificación de Proceso Productivo .....	173
Tabla 76 Activos fijos .....	175

Tabla 77 Gastos de constitución .....	176
Tabla 78. Capital de Trabajo .....	177
Tabla 79. Detalle de mano de obra .....	178
Tabla 80. Descripción de los activos depreciables .....	179
Tabla 81. Proyección de la depreciación .....	179
Tabla 82. Detalle de costos .....	180
Tabla 83 Proyección de costos .....	181
Tabla 84. Detalle de gastos administrativos .....	182
Tabla 85. Detalle gastos en ventas .....	183
Tabla 86. Proyección de gastos .....	184
Tabla 87 Forma de financiamiento .....	185
Tabla 88 Costo de producción del agua alcalina .....	186
Tabla 89 Estimación de los ingresos mensuales .....	186
Tabla 90 Proyección de los ingresos .....	187
Tabla 91. Datos para el punto de equilibrio .....	188
Tabla 92. Estado de Resultados Proyectado .....	191
Tabla 93. Flujo de caja .....	192
Tabla 94 Cálculos formula VAN .....	195
Tabla 95 Cálculo formula TIR .....	196
Tabla 96 Calculo Valor Actual de los ingresos y egresos netos (VAI) (VAC) .....	197
Tabla 97 Período de Recuperación .....	198
Tabla 98 Afectación de la naturaleza del Impacto Ambiental .....	203
Tabla 99 Matriz de identificación y naturaleza de los impactos ambientales .....	204
Tabla 100 Cuadro matriz de evaluación y valoración de los impactos ambientales	207
Tabla 101 Obligaciones de los empleadores .....	209

Tabla 102 Obligaciones de los trabajadores.....	210
Tabla 104 Promedio de la Inflación anual.....	233

## Índice de Figuras

Figura 1 Ubicación geográfica de la ciudad de Guayaquil .....	12
Figura 2 Mercado global de agua embotellada 2015 .....	45
Figura 3 Los diez países líderes en consumo per cápita de agua embotellada en 2015 .....	46
Figura 4 Reparto del mercado de agua embotellada por empresas en 2015 (en %) 48	
Figura 5 Comercio del agua embotellada en Centroamérica .....	49
Figura 6 Evolución de consumo de gaseosas y agua embotellada en el País .....	50
Figura 7 Presentación de agua Cielo Alcalina de 625 ml.....	56
Figura 8 Presentación de agua Alcalina Maná de 500 ml .....	57
Figura 9 Presentación de agua Alcalina Balance de 625 ml .....	58
Figura 10 Ionizadores de agua alcalina .....	58
Figura 11 Edad del encuestado.....	80
Figura 12 Género de los encuestados.....	81
Figura 13 N° de integrantes en un hogar .....	82
Figura 14 Tipo agua que consumen .....	83
Figura 15 Opinión acerca del agua purificada embotellada. ....	84
Figura 16 Tamaño de botella de agua que consume con mayor frecuencia .....	85
Figura 17 Frecuencia de consumo de agua semanal en presentación de 20 litro.....	86
Figura 18 Lugar de compra del agua purificada embotellada .....	87
Figura 19 Importancia de elegir una marca de agua purificada .....	88
Figura 20 Consumo agua alcalina .....	89
Figura 21 Presentaciones de agua alcalina que prefieren los consumidores.....	90
Figura 22 Embotelladoras y distribuidoras de agua alcalina en la ciudad Guayaquil	91

Figura 23 Conocimiento de los beneficios para la salud del agua alcalina .....	92
Figura 24 Interés por las propiedades del agua alcalina.....	93
Figura 25 Disposición a incorporar el agua alcalina a su rutina de hidratación diaria. .....	94
Figura 26 Precio de compra por un envase de 500 ml. de agua alcalina.....	95
Figura 27 Precio de compra por un envase de 1 litro de agua alcalina.....	96
Figura 28 Precio de compra por un envase de 1 galón de agua alcalina.....	97
Figura 29 Precio de compra por un envase de 1 botellón de 20 litros de alcalina ....	98
Figura 30 Distribución de formas de información de promociones y productos .....	99
Figura 31. N° de hogares proyectados de Guayaquil .....	101
Figura 32 Demanda anual de agua embotellada filtrada por familia en Guayaquil .	103
Figura 33 Demanda anual de agua alcalina de Guayaquil .....	104
Figura 34 Logotipo de la empresa KNanua .....	108
Figura 35 Etiqueta para el bidón de 20 litros .....	109
Figura 36 Pirámide de Maslow .....	111
Figura 37 Canales de distribución .....	123
Figura 38 Organigrama Estructural .....	143
Figura 39 Organigrama Funcional .....	144
Figura 40 Mapa de procesos.....	155
Figura 41 Diagrama de flujo del proceso de producción de agua alcalina KNanua.	158
Figura 42 Localización de la empresa .....	159
Figura 43 Plano de instalaciones .....	161
Figura 44 Segunda Planta.....	162
Figura 45 Punto de equilibrio.....	190
Figura 46 Vestimenta para procesamiento de alimentos y bebidas .....	211

Figura 47 Promedio Tasa de inflación Banco Central del Ecuador año 2020 .....233

## Índice de Anexos

Anexo 1 Encuesta aplicada a la población de la ciudad de Guayaquil .....	227
Anexo 2 Resultados de la encuesta .....	231
Anexo 3 Tasas de interés Banco Central del Ecuador .....	232
Anexo 4 Promedio Tasa de inflación Banco Central del Ecuador año 2020. ....	233

## Resumen

El presente proyecto se centra en la creación de una organización dedicada a la producción y comercialización de agua embotellada alcalina, que proporcionará un producto de alta calidad y garantizado, también presenta la técnica empresarial sobre el método más competente de impulsar las oportunidades de un auge sostenible y sostenido del proyecto, estableciendo los componentes esenciales del entorno que pueden incorporar una fuerza o una oportunidad para la empresa, también establece cómo se crearán los procesos, el diseño jerárquico que tendrá la organización, la filosofía a utilizar y la productividad para generar utilidades. Para realizar el estudio de mercado, se utilizaron los métodos de recolección de datos que se utilizaron fueron fundamentalmente las encuestas como fuente de información primaria, y las estadísticas secundarias se basan principalmente en la evaluación y el análisis de la documentación relacionada con la línea de la empresa comercial.

Dentro de los resultados importantes obtenidos en las encuestas realizadas a la población de la ciudad de Guayaquil, la mayoría sienten la necesidad de adquirir una bebida hidratante que brinde beneficios y que aporten a la salud, dentro de los que se puede destacar la capacidad de restaurar el equilibrio del PH natural del organismo; impide el crecimiento del cáncer; mantiene el balance ideal de oxígeno y nitrógeno y el retraso del envejecimiento, lo que demuestra la oportunidad de negocio en un nicho de mercado para KNagua S.A.S En el análisis de la competencia se determinó que existen seis empresas de productos similares los cuales no presentan ninguna amenaza para el presente proyecto, ya que ésta se encuentra direccionada a una demanda total de la población y en constante crecimiento

La evaluación financiera permitió demostrar la viabilidad del proyecto de emprendimiento a través de marcadores de productividad, obteniendo un VAN de USD \$ 253.343,93 y una TIR de 65,23%; cifras excepcionalmente atractivas para aportar, una proporción B/C de 0,69 centavos por dólar aportado y un PLAYBACK de 1 año y 8 meses. El récord de beneficio neto en operaciones (margen neto) es del 19,55%, lo que legitima la especulación y la puesta en marcha de KNagua S.A.S., que producirá beneficios a lo largo de toda su vida útil.

**Palabras Claves:** Agua, alcalina, bebidas, Hidratación, Proyecto de inversión, salud

## Introducción

El presente trabajo consiste en la propuesta de un plan de inversión, el mismo que tiene como objetivo la puesta en marcha de una idea de negocio, por lo tanto, para la elaboración del presente proyecto se tendrá como base las bases teóricas de los diferentes autores consultados anteriormente, que con sus conocimientos contribuyen para una correcta interpretación, con el objetivo de ampliar las acciones adecuadas, que permitan una planificación exitosa en la creación del presente proyecto.

De acuerdo a lo señalado, el presente proyecto, aprovechará la planificación para la asignación de recursos financieros, siempre tomando en cuenta los objetivos propuestos y los tiempos de ejecución, todo basado en la investigación previa que se realiza sobre los distintos actores que se encuentran en el mercado, incluyendo al cliente final, de quien se espera lograr su satisfacción, lo que garantizará la permanencia de la empresa en el mercado.

El primer paso en el desarrollo del proyecto de inversión fue realizar un estudio de mercado, que se basa en definir el valor añadido del producto, el mercado, segmentar el mercado, utilizar técnicas y herramientas para recabar información y proyectar la oferta, la demanda, la distribución y los canales de comunicación.

A continuación, se examinará en profundidad la estructura jurídica de la empresa, incluidas sus licencias de funcionamiento, patentes y marcas, como parte de la investigación jurídica. En el estudio organizativo, se observa que el análisis estratégico de la empresa incluye el establecimiento de su propósito, visión y

objetivos, así como la organización interna y funcional de la empresa y la clasificación de los puestos de sus empleados.

Por otro lado, el estudio técnico identificará los procedimientos de producción, una descripción de las instalaciones, herramientas y personal, así como las variables que influyen en el plan de operaciones, la capacidad de producción y los recursos necesarios para la producción, utilizando diagramas de flujo que muestren cómo se optimizan el tiempo, el dinero y la calidad.

Para el estudio financiero se utilizará los modelos que se aplicarán para evaluar económicamente y determinar finalmente la viabilidad del proyecto basándose en los cinco indicadores financieros de rentabilidad que se utilizan con más frecuencia para evaluar los proyectos de inversión, el estudio financiero especificará detalladamente el plan de inversión, la forma de financiación, el cálculo pormenorizado de los costes y gastos, la mano de obra, la amortización, el flujo de caja, el punto de equilibrio y justificará la inversión en el proyecto, mediante los indicadores que son: el VAN, TIR, relación beneficio costo, periodo de recuperación de inversión y el índice de rentabilidad proyectada del negocio.

El plan de inversión exige la aplicación de procesos para mitigar los posibles daños medioambientales, además de contar con los estudios medioambientales pertinentes, exigidos por los gobiernos de turno. Esto obliga a la empresa a idear alternativas para reducir dichos impactos sobre el medio ambiente. Por ejemplo, la producción de botellas para la ejecución del proyecto contaría con un plan de reciclaje como alternativa de mitigación para reducir el impacto de las botellas de plástico en el medio ambiente.