



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO

**PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE AGUA DE MESA TRATADA
IQUITOS, 2021**

PARA OPTAR EL TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO

AUTORES:

**CLAUDIA CAROLINA RODRIGUEZ LEÓN
GUSTAVO JAVIER ISUIZA DEL ÁGUILA**

ASESOR: LIC. ADM. MARCO ANTONIO REÁTEGUI MEZA, MGR

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y
TERRITORIOS**

IQUITOS – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi querido abuelo Valentín León, el cual no se encuentra presente en vida, pero me acompaña desde el cielo, al mismo tiempo por el cariño y consideración a mi querida abuela Rosa Torres, que son parte de mi crecimiento para ser la persona que soy hoy en día.

A mis padres que siempre me apoyaron en la parte moral y económica para ser una profesional exitosa.

A mis hermanos y mi familia en general.

Claudia.

A mis queridos padres, por su inconmensurable apoyo y amor eterno en mi corto caminar por la vida. Para ellos, que hicieron que esto se hiciera posible.

Gustavo.

AGRADECIMIENTO

Mi mayor agradecimiento es a Dios por ser tan bendecida y permitir llegar hasta donde he llegado, con este logro siendo tan anhelado.

A la Universidad Científica del Perú, al mismo tiempo a todos mis maestros; por su apoyo constante en mi vida académica y lograr así culminar, y poder obtener mi título profesional.

A mis grandiosos padres, mis hermanos, que me brindaron su apoyo, me motivaron y creyeron en mí para lograr tan dichoso sueño, el ser la mejor profesional.

Agradezco de manera especial al Lic. Marco Antonio Reátegui Meza; por su constante orientación para el cumplimiento de mis logros.

A mis amistades cercanas del aula, que estuvieron presentes en este recorrido de mi vida académica.

A mi persona especial, que es mi apoyo, que es soporte en este logro profesional y mi vida; y a todas las personas que me brindaron amistad, consejo, ánimo, y sobre todo su compañía en momentos difíciles en mi vida.

A mis seres queridos que hoy no se encuentran conmigo presente en vida, pero están presentes en mi corazón. A todos ustedes muchas gracias. Que Dios nos bendiga siempre.

Claudia.

Un agradecimiento especial al profesor Lic. Marco Antonio Reátegui Meza, por su apoyo en la realización del presente trabajo, por sus acertados consejos y enseñanzas.

También a mi amiga Claudia Rodríguez León por decidir acompañarme en este último tramo de mi formación académica.

Gustavo.

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



“Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia”

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 502-2021-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 20 de octubre de 2021, se autorizó la sustentación para el día viernes 29 de octubre de 2021.

Siendo las 11.00 horas del día 29 de octubre de 2021 se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIOS PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE AGUA DE MESA TRATADA IQUITOS, 2021.
Presentado por:

ISUIZA DEL AGUILA GUSTAVO JAVIER
Para optar el título profesional de Contador Público

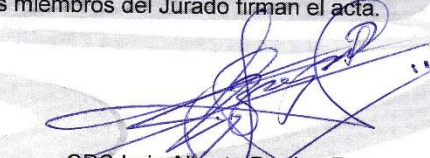
RODRIGUEZ LEÓN CLAUDIA CAROLINA
Para optar el título profesional de Contador Público

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

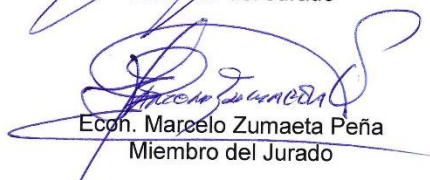
La APROBADO POR MAYORIA sustentación es:

A las 12.15 PM. horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.


CPC Luis Alberto Barriga Roa
Presidente del Jurado


CPC Isaías Ruiz Reategui
Miembro del Jurado


Econ. Marcelo Zumaeta Peña
Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto – Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compañon 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

CONSTANCIA DE ANTIPLAGIO



"Año del Bicentenario del Perú: 200 años de Independencia"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**"PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE AGUA DE MESA TRATADA IQUITOS,
2021"**

De los alumnos: **CLAUDIA CAROLINA RODRIGUEZ LEÓN Y GUSTAVO JAVIER ISUIZA DEL AGUILA**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **14% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 2 de Agosto del 2021.

Dr. César J. Ramal Abayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

CRA/m-a
252-2021

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	II
Agradecimiento	III
Acta de sustentación	IV
Constancia de antiplagio	V
Resumen	1
Abstract	2
I. INFORMACIÓN GENERAL	3
1.1 Nombre del negocio	3
1.2 Actividad empresarial	4
1.3 Idea del negocio	5
II. PLAN DE MARKETING	8
2.1 Necesidades de los clientes	8
2.2 Demanda actual y tendencias	9
2.3 Oferta actual y tendencia	11
2.4 Programa de marketing	12
2.4.1 El producto	12
2.4.2 El precio	19
2.4.3 La promoción	19
2.4.4 Cadena de distribución	20
III. PLAN DE OPERACIONES	20
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento	20
3.2 El proceso de aprovisionamiento	21
3.3 El proceso de entrega de pedidos (delivery)	22
IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	24
4.1 La organización	24
4.2 Puestos y funciones	24
4.3 Condiciones laborales	26
4.4 Régimen tributario	27
V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	28
5.1 Estudio económico	28
5.2 Estudio Financiero	31
CONCLUSIONES	35
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 01: Actividad económica.....	4
Tabla 02: Análisis FODA, agua de mesa “San Javier”.....	7
Tabla 03: Factores críticos de éxito.....	8
Tabla 04: Población total de la ciudad de Iquitos.....	9
Tabla 05: Población urbana, ciudad de Iquitos.....	9
Tabla 06: Mercado por grupo de edades.....	10
Tabla 07: Mercado por condición socio-económica.....	10
Tabla 08: Cálculo del tamaño de la demanda.....	10
Tabla 09: Comparación de precios.....	12
Tabla 10: Límites permisibles microbiológicos y parasitológicos.....	14
Tabla 11: Límites permisibles de calidad organoléptica.....	14
Tabla 12: Precio del botellón de agua de mesa tratada.....	19
Tabla 13: Comportamiento del mercado.....	28
Tabla 14: Ventas de negocio a desarrollar.....	28
Tabla 15: Costo de ventas.....	28
Tabla 16: Costo del botellón de agua de 20 litros.....	29
Tabla 17: Gastos administrativos.....	29
Tabla 18: Gastos comerciales.....	30
Tabla 19: Gastos pre operativos.....	30
Tabla 20: Inversión en activos.....	30
Tabla 21: Depreciación.....	31
Tabla 22: Programa de endeudamiento.....	31
Tabla 23: Estado de resultados integrales.....	33
Tabla 24: Flujo de caja.....	33
Tabla 25: VAN, TIR y B/C.....	34

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Ubicación de la empresa.....	3
Figura 2: Logo de la empresa.....	4
Figura 3: Presentación de agua “San Javier”.....	13
Figura 4: Planta de producción de agua de mesa.....	17
Figura 5: Proceso de aprovisionamiento.....	21
Figura 6: Proceso de entrega de pedidos.....	22
Figura 7: Estructura orgánica de la empresa.....	24

RESUMEN

Plan de negocio producción y distribución de agua de mesa tratada Iquitos,
2021

Claudia Carolina Rodríguez León
Gustavo Javier Isuiza del Águila

Se describe el negocio de producción y comercialización de agua de mesa tratada distribuida en botellones de veinte litros.

El mercado iquiteño, presenta una población creciente, lo que representa la probabilidad de mayor consumo del producto. La factibilidad comercial es altamente expectante, toda vez que Iquitos está ubicada en una zona tropical y cuyo consumo de agua es frecuente y diariamente, y de diversos usos en las familias y los negocios.

El proceso de abastecimiento para insumos, inicialmente, será la ciudad de Lima; posteriormente, se utilizará aprovisionamiento local. En cuanto a la extracción del agua, será mediante la utilización de bomba de extracción de quince metros de profundidad, el cuál luego será sometido a un proceso químico de purificación.

Su constitución en el aspecto laboral y tributario será el régimen de la micro empresa; lo que la ubica en tratamiento especial en cuanto a su normativa.

Los resultados económicos y financieros señalan rentabilidad del negocio; destacan con una TIR económica de 95% y TIR financiero de 134%; asimismo, un índice B/C de 3.70 antes de préstamo y 5.68 luego de ello.

Palabras claves: agua de mesa tratada, comercialización, Amazonía.

ABSTRACT

Production and distribution of treated table water business plan Iquitos, 2021

Claudia Carolina Rodríguez León
Gustavo Javier Isuiza del Águila

The Business Plan for the production and marketing of treated table water distributed in twenty liter bottles is described.

The iquiteño market has a growing population, which represents the probability of greater consumption of the product. The commercial feasibility is highly expectant, since Iquitos is located in a tropical zone and whose water consumption is frequent and daily, and of various uses in families and businesses.

The supply process for inputs, will initially be, the city of Lima; later, local supply will be used. As for the extraction of water, it will be through the use of an extraction pump fifteen meters deep, which will then be subjected to a chemical purification process.

Its constitution for the labor and tax aspect will be the regime for micro businesses; which places it in special treatment in terms of its regulations.

The economic and financial results indicate profitability of the business; They stand out with an economic TIR of 95% and a financial TIR of 134%; as well as a B / C index of 3.70 before loan and 5.68 after that.

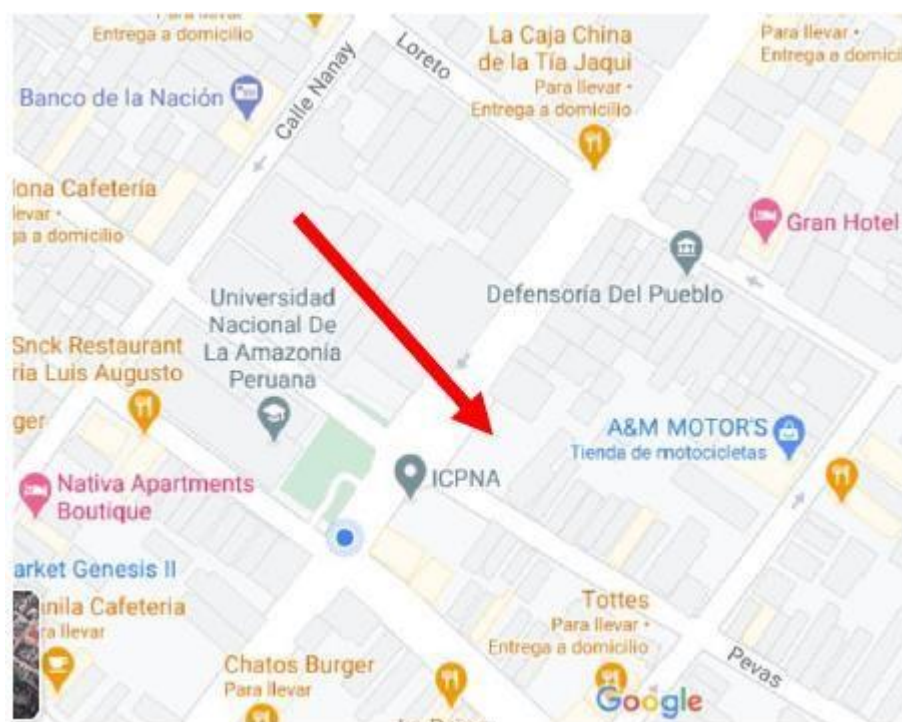
Keywords: treated table water, commercialization, amazon.

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Nombre del negocio

Nombre : Agua de mesa “San Javier” EIRL
Localización : distrito de Iquitos, provincia de Maynas, departamento de Loreto
Sector de actividad: captación, tratamiento y distribución de agua (clase 3600)
Localización : Av. Samanez Ocampo 324 - Iquitos

Figura 1
Ubicación de la empresa agua de mesa “San Javier EIRL”



Fuente: Tomado de Google maps (elaboración propia).

Se decidió elegir este lugar, toda vez que se encuentra en el centro de la ciudad, haciendo su ubicación, un lugar estratégico para su distribución a los diversos puntos de entrega, aunado a que cuenta con una zona para estacionar vehículos, en este caso, se podría estacionar las motofurgonetas.

Figura 2

Logo de la empresa.



Fuente: elaboración propia.

1.2 Actividad empresarial

Tabla No. 01
Actividad económica

E	Suministro de agua, evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación			
	36	Captación, tratamiento y distribución de agua		
		360	Captación, tratamiento y distribución de agua	
			3600	Captación, tratamiento y distribución de agua

Fuente: Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU-SUNAT).

1.3 Idea del negocio

Familias sienten sed como necesidad fisiológica en su vida diaria, alimenticia y vida saludable. Así mismo, los negocios de restaurantes quienes requieren de agua para preparar los diversos alimentos que venden entre menús y otros.

Otras personas de pequeños negocios utilizan para preparación de refrescos, que los venden y generan ingresos. Las entidades públicas y privadas que utilizan agua en sus dispensadores para sus usuarios que los visitan.

Esta idea de negocio, pretende vender agua de mesa en botellones de 20 litros. Estos botellones están envasados en dos presentaciones, los que se expende en botellones simples y los que tienen grifo incorporado.

La manera de entregar el producto, está estructurado tanto para el cliente que va a nuestro local a comprar el botellón de agua, así como a los que llaman y solicitan el producto a través de delivery, que es por naturaleza el cliente mayoritario.

Para los clientes que hacen pedido en pequeñas cantidades la cobranza se realizará con pago en efectivo y para los clientes que consumen en mayor cantidad, se aceptará el pago mediante efectivo, transferencia y/o pago con tarjeta de débito.

MISIÓN

“Ofrecer una alternativa de consumo de agua de mesa tratada con elevados estándares de calidad”.

VISIÓN

“Convertirnos en el agua de mesa tratada más requerida y consumida en la región Loreto”

La organización de una empresa está compuesta por sus estructuras, políticas y cultura corporativa, todas las cuales pueden volverse disfuncionales en un entorno de negocios de rápidos cambios (Kotler y Keller, 2012). Vale decir, que, de acuerdo a como va evolucionando el mercado de consumo y competidores, se puede ir modificando las estructuras e incluso las políticas organizacionales. Sin embargo, la cultura organizacional es difícil de modificar; porque son las creencias, experiencias y valores en que se basa la organización. En “agua de mesa San Javier EIRL”, apostamos por una cultura organizacional de alegría, respeto, armonía y solidaridad, las cuales se verán reflejadas en la calidad del servicio que ofreceremos tanto en los productos como en la atención al cliente.

Toda organización tiene que conocerse a profundidad, ello con la finalidad de saber aprovechar de sus fortalezas y saber equilibrar las debilidades; por consiguiente, es necesario realizar el siguiente análisis:

Tabla No. 02
Análisis FODA. Proyecto agua de mesa “San Javier EIRL”

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Equipos con alta tecnología de fabricación. Calidad del servicio. - Precios competentes. - Buenas relaciones con instituciones públicas y privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> - No tener experiencia en el negocio de tratamiento de agua. - Limitada infraestructura física. - Limitada infraestructura operativa (02 mt-fg).
Oportunidad	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Alto consumo de agua tratada en Iquitos y la región Loreto. - Apoyo del gobierno local y regional a los emprendimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inseguridad ciudadana. - Competencia desleal. - Rebrote de la pandemia de Covid-19. - Experiencia de las empresas competidoras.

En base al análisis FODA realizado, se efectuarán las siguientes estrategias de marketing:

- Marketing de redes sociales
- Publicidad nativa
- Boca a oreja
- Relaciones públicas
- Marketing de eventos
- Marketing directo
- Marketing B2B
- Marketing B2C
- Descuentos y promociones

Tabla No. 03
Factores críticos de éxito

Operativos	<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores de calidad - Incrementar las ventas
Profesionales	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento del negocio - Gerencia competitiva e innovadora
Administrativos	<ul style="list-style-type: none"> - Contabilidad adecuada
Externos	<ul style="list-style-type: none"> - Buena referencia de nuestros clientes - Seguridad

Fuente: elaboración propia.

II. PLAN DE MARKETING

2.1 Necesidades de los clientes

Se debe reconocer y comprender que los clientes son importantes para la empresa, darles la importancia que merece significa proveer un servicio de calidad, y la única forma de satisfacer sus necesidades es conocerlos, escucharlos y convenientemente ponernos en su lugar a fin de brindarles un buen servicio. De esta manera fidelizar a los clientes.

Las preferencias, necesidades e intereses de los consumidores son cambiantes, y con ellos la demanda de mercado. Por eso las empresas deben invertir recursos en el análisis constante de lo que el consumidor quiere y necesita. Este proceso continuo permite que las empresas mantengan un buen nivel de competitividad respecto a otras empresas.

Los clientes están en busca de un servicio de calidad, el cual se refleje en el desempeño y las actitudes de las personas que laboran en el negocio y de su compromiso para atenderlos de la mejor manera. Nosotros no sólo estamos brindando servicio de producción y distribución de agua de mesa tratada, además estamos transmitiendo el concepto que cuando consumes agua de mesa "San Javier", consumes calidad y vida.

Estamos convencidos que agua de mesa “San Javier” rápidamente tendrá la aceptación y preferencia de la población loreтана, esto motivado al buen trato con nuestros clientes, aunado sobre todo a la buena calidad de nuestro producto.

2.2 Demanda actual y tendencias

Los clientes potenciales son la población iquiteña en general, no descartando la posibilidad que, en un tiempo no muy lejano, estemos abarcando las ciudades de toda la región Loreto:

Tabla No 04
Población total de la ciudad de Iquitos (Años 2007, 2015 y 2021 proyectado)

Distritos que forman el mercado a atender	Personas al 2007	Personas al 2015	Tasa de crecimiento promedio anual	Personas al 2021 (proyectado)
Iquitos	169,599	150,484	-1.484%	137,575
Punchana	80,820	91,128	1.512%	99,713
Belén	73,015	75,685	0.450%	77,751
San Juan Bautista	106,834	154,696	4.736%	204,200
Ciudad de Iquitos	430,268	471,993	1.164%	519,240

Fuente: Instituto Nacional de Estadística – INEI.

Tabla No. 05
Población urbana, ciudad de Iquitos, proyectado al 2021

	Población urbana (participación)	Personas
Iquitos (al 2021)	98.79%	135,911
Punchana (al 2021)	92.28%	92,015
Belén (al 2021)	87.55%	68,071
San Juan Bautista (al 2021)	89.46%	182,678
Población por residencia, ciudad Iquitos (al 2021)		478,675

Fuente: INEI 2007

Tabla No. 06
Mercado por grupo de edades seleccionadas en la ciudad Iquitos por edades,
al 2021

DISTRITO	25 a 39 años	40 a 64 años	TOTAL
Iquitos (%)	24.72%	25.63%	50.35%
Punchana (%)	24.63%	21.95%	46.58%
Belén (%)	24.25%	21.62%	45.87%
San Juan Bautista (%)	23.94%	21.59%	45.52%
TOTAL	116,498	109,176	225,675

Fuente: INEI 2007

Tabla No. 07
Mercado por condición socio-económica

	Participación	Cantidad (personas)
Segmento A/B ciudad Iquitos	4.5%	11,131
Segmento C ciudad de Iquitos	14.1%	34,878
Segmento D ciudad de Iquitos	15.4%	38,094
Segmento E ciudad de Iquitos		-
Población objetivo socio económico, ciudad Iquitos (2021)	34.0%	84,103

Fuente: INEI 2007

Tabla No. 08
Cálculo del tamaño de la demanda

Promedio personas por vivienda		5.03
Viviendas ciudad de Iquitos (al 2021)		16,710
Consumo del producto (unidades por día/familia)		0.50
Consumo del producto (unidades por mes/familia empresa)	30	19
Consumo del producto (unidades por año/familia)	12	228
Consumo del producto ciudad Iquitos (bidones)		3,809,982

Fuente: elaboración propia.

2.3 Oferta actual y tendencia

La planta de tratamiento y distribución estará ubicada en la Calle Samanz Ocampo No. 324 - Iquitos; lugar céntrico de fácil acceso para los clientes y proveedores. En la actualidad existen 172 empresas productoras y distribuidoras de agua en la ciudad, según la Dirección Regional de Salud Ambiental de Loreto, sin embargo; el alto consumo de agua de los iquiteños, aunado a la publicidad con que se promocionará nuestros productos, estamos seguros de captar en tiempo corto la preferencia del público.

Teniendo en cuenta que, en lo que concierne al mercado, nuestro objetivo principal como empresa es satisfacer las necesidades de nuestros clientes, lo lógico es que, previamente, sepamos muy en detalle cuáles son estas necesidades (Pérez y Pérez, 2006).

Para ello es de suma importancia que conozcamos a nuestros potenciales clientes locales y regionales en sus gustos y preferencias. Ese conocer implica identificar las preferencias en cuanto a la satisfacción de sus necesidades potenciales, de tal manera que, al cubrirlo, pueda quedar cautivo de nuestros productos y servicios y pueda ser un efecto multiplicador en la promoción de nuestros servicios e incluso, mostrar fidelidad en su consumo.

A esta identificación del cliente y descubrir sus preferencias se denomina análisis del mercado, en la cual sólo se identifica a los potenciales clientes y a los competidores potenciales. Tener un buen producto, cubre las necesidades del cliente. El cliente es quien marca la tendencia de acción de un producto.

Tabla No. 09
Comparación de precios

Producto	Unidad de medida	Marca	Precio
Botellón	20 litros	San Jorge	S/4.00
Botellón	20 litros	Angelito	S/3.80
Botellón	20 litros	Agua mía	S/3.60

Fuente: elaboración propia

2.4 Programa de marketing

2.4.1 El producto

Definimos un producto como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Los productos no solo son bienes tangibles. En una definición amplia, los productos incluyen objetos físicos, servicios, eventos, personas, lugares, organizaciones, ideas o mezclas de ellos (Kotler y Armstrong, 2007).

El agua envasada, es un agua envasada en bidones o botellas individuales agrupadas en paquetes de consumo en distintas capacidades o tamaños y que se pone a la venta al por menor o mayor.

El agua tiene diversos orígenes, puede ser agua glacial, agua de manantial, agua de pozo, agua purificada o simplemente agua del abastecimiento público.

Muchos países, especialmente los países desarrollados, regulan la calidad del agua embotellada a través de estándares del gobierno, normalmente utilizados para garantizar que la calidad del agua es segura y las etiquetas reflejan con precisión el contenido de la botella. En muchos países en desarrollo, sin embargo, tales normas son variables y suelen ser menos estrictos que los de las naciones desarrolladas, en nuestro país este sector está regulado por el

Reglamento de la Calidad de Agua para consumo Humano del Ministerio de Salud con DS N°031-2010-S.A.

El agua tratada de mesa propuesta proviene de filtraciones naturales del sub suelo, a 15 metros de profundidad; estas aguas además son protegidas por rocas que las confinan y las nutren con minerales necesarios para el metabolismo del ser humano (magnesio, calcio, sodio, potasio y silicio).

El producto que ofrecerá “agua de mesa San Javier”, será el de agua tratada en botellones de 20 litros, siguiendo los parámetros de calidad exigidos para su consumo humano y dentro de los más importantes se encuentran los siguientes:

Figura 3
Presentación agua “San Javier”



Fuente: elaboración propia.

Tabla No. 10
Límites permisibles microbiológicos y parasitológicos

Parámetros	Unidad de medida	Límite máximo permisible
1. Bacterias coliformes totales	UFC/100 mL a 35°C	0 (*)
2. E. Coli	UFC/100 mL a 44.5°C	0 (*)
3. Bacterias coliformes termotolerantes o fecales	UFC/100 mL a 44.5°C	0 (*)
4. Bacterias heterotróficas	UFC/MI a 35° C	500
5. Huevos y larvas de helmintos, quistes y oquistes de protozoarios patógenos	N° org /l	0
6. Virus	UFC/ mL	0
7. Organismos de vida libre, como alags, protozoarios, copépodos, rotíferos, nematodo en todos sus estadios evolutivos	N° org/ L	0

Fuente: tomado de Dirección General de Salud (DIGESA).

Tabla No. 11
Límites permisibles de calidad organoléptica

Parámetros	Unidad de medida	Límite máximo permisible
1. Olor		Aceptable
2. Sabor		Aceptable
3. Color	UCV escala Pt/ Co	15
4. Turbiedad	UNT	5
5. pH	Valor de pH	6,5 a 8,5
6. Conductividad (25°C)	umho/ cm	1500
7. Sólidos totales disueltos	mgL-1	1000
8. Cloruros	mg Cl-L-1	250
9. Sulfatos	mg SO4-L-1	250
10. Dureza total	mg CaCO3-L-1	500
11. Amoníaco	mg N L-1	1,5
12. Hierro	mg Fe L-1	0,3
13. Magnesio	mg Mn L-1	0,4
14. Aluminio	mg Al L-1	0,2
15. Cobre	mg Cu L-1	2,0
16. Zinc	mg Zn L-1	3,0
17. Sodio	mg Na L-1	200

Fuente: DIGESA/elaboración propia.

Centrándonos un poco más en el producto del presente “Plan de Negocio”, vamos a ver a continuación ciertos parámetros y lineamientos que, según DIGESA (2010), solo se aplican a estos productos a diferencia de las 2 clases que se revisaron en puntos anteriores.

- Tratamiento y manipulación:

Entre los tratamientos permitidos se incluye la separación de los constituyentes inestables, como por ejemplo los compuestos que contienen hierro, manganeso, azufre o arsénico, por decantación o filtración, de ser necesario, acelerada mediante aireación previa.

Los tratamientos regulados sólo pueden efectuarse a condición de que el contenido mineral del agua no sufra modificaciones en sus constituyentes esenciales, que confieren al agua sus propiedades.

Se prohíbe el transporte de aguas minerales naturales en recipientes grandes, para su envasado o para cualquier otro tratamiento previo al envasado.

- Higiene:

La fuente o el punto de emergencia deberán estar protegidos de posibles riesgos de contaminación. Las instalaciones destinadas a la producción de aguas minerales naturales deberán ser apropiadas para excluir toda posibilidad de contaminación. A tal fin y en particular:

- a) Las instalaciones de captación, las tuberías y los depósitos deberán estar contruidos con materiales idóneos para el agua y de modo tal que se impida la introducción de sustancias extrañas en el agua.
- b) Las instalaciones y su utilización para la producción, sobre todo las destinadas al lavado y embotellado, deberán satisfacer los requisitos de higiene.

- c) Si durante la producción se comprueba que el agua está contaminada, el producto deberá suspender todas las operaciones hasta que se haya eliminado la causa de la contaminación.
 - d) La observancia de las disposiciones que preceden será objeto de controles periódicos, de conformidad con los requisitos del país de origen.
- Envasado y etiquetado

Según lo determinado por DIGESA (2010), las aguas minerales naturales deberán envasarse en recipientes de venta al por menor cerrados herméticamente y adecuados para impedir la posibilidad de adulteración o contaminación del agua.

Adicionalmente este organismo regulador, tiene las siguientes normas a cerca del etiquetado:

- a)** Nombre del producto y dirección:
El nombre del producto será “agua tratada mineral natural”. Deberán declararse la localidad y el nombre de la fuente.
- b)** Requisitos de etiquetados adicionales:
En la etiqueta deberá indicarse la composición analítica y las características del producto.

Si un agua mineral natural se ha sometido a tratamiento, deberá indicarse dicho tratamiento en la etiqueta.

- c)** Prohibiciones relativas al etiquetado:
No deberá hacerse ninguna declaración de efectos medicinales (para prevenir, curar o aliviar enfermedades) en lo que respecta a las propiedades del producto regulado por la Norma. No deberá hacerse

tampoco ninguna declaración de otros efectos benéficos para la salud del consumidor que no sean reales o que induzcan a error al consumidor.

No deberá formar parte del nombre comercial el nombre de una localidad, aldea o lugar especificado, a menos que se refiera al agua mineral natural extraída en el lugar designado por ese nombre comercial.

Está prohibida la utilización de toda indicación o imagen que pueda resultar equívoca para el consumidor o que en cualquier otra forma pueda ser engañosa para éste, con respecto a la naturaleza, origen, composición y propiedades de las aguas minerales naturales puestas en venta y como viene su desarrollo y crecimiento a lo largo de los años (DIGESA, 2010).

Figura 4
Planta de producción de agua de mesa



Fuente: tomado de Essence Water Technology.

Protocolo Covid-19 para manipulación de producto

Debido a que el mundo está sufriendo por el Covid-19, la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), elaboró un protocolo de bioseguridad que se debe implementar en todo lugar de trabajo y tiene que ejecutarse en los sistemas de producción:

- Promover el lavado de manos con agua y jabón por al menos 20 segundos. Para ello la empresa debe proveerlos medios a los trabajadores, terceros, contratistas, visitantes, inspectores u otros.
- Alentar buenos hábitos, incluyendo cubrirse la boca al toser y estornudar con antebrazo.
- Proveer papel higiénico y depósitos para la basura.
- Los empleadores deben explorar si pueden establecer políticas y prácticas, como la flexibilidad en el horario de trabajo (por ejemplo: turnos de trabajo escalonados) a fin de aumentar la distancia física entre los trabajadores y entre los trabajadores y otras personas).
- Desalentar, en cuanto sea posible, que los trabajadores utilicen los teléfonos, escritorios, oficinas u otras herramientas y equipos de trabajo de sus compañeros de labores.
- La rápida identificación y aislamiento de los individuos potencialmente contagiados es un paso crucial en la protección de los trabajadores, clientes visitantes y otras personas en un lugar de trabajo.
- Los empleadores deben informar y alentar a los trabajadores a monitorearse por sí mismos para verificar si presentan señales y síntomas del COVID-19 y de sospechar alguna posible exposición. (SIN, 2020).

2.4.2 El precio

Objetivos del precio

Representa una parte fundamental en el negocio, por su relación directa con el costo de ventas y con el resultado final del ejercicio de la empresa.

El precio se ha estructurado de acuerdo a un estudio de mercado basado en costos y según lo atractivo para nuestros posibles clientes

Tabla No. 12
Precio del botellón de agua de mesa tratada

Producto	Unidad de medida	Precio (soles)
Botellón	20 litros	S/3.50

Fuente: elaboración propia.

2.4.3 La promoción

Objetivos de la promoción

Según Jerome McCarthy, quien introdujo el concepto de las cuatro “P” del marketing: producto, plaza, precio y promoción, sostiene que “la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos”

Para ello, se determinó hacer publicidad para el agua de mesa tratada “San Javier” en redes sociales – internet – en instituciones públicas, privadas y público en general de nuestra ciudad y región.

2.4.4 Cadena de distribución

El producto será elaborado en el local central; desde donde se repartirán los pedidos abarcando los cuatros distritos urbanos de la provincia de Maynas, por medio de 2 colaboradores que uso de motocicletas, se encargarán de repartir los pedidos de los clientes.

Estos colaboradores contarán con todos los implementos de cuidado en bioseguridad para evitar el contagio del covid-19.

III. PLAN DE OPERACIONES

3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento

Los insumos que se utilizarán en el presente emprendimiento serán adquiridos en la ciudad de Lima, siendo principalmente proveedores ubicados en la zona de La Victoria y alrededores. Se cita a algunos de ellos:

- Plásticos “Don Pepe” - Botellones de agua - Av. Nicolás Arriola 1453, La Victoria - Lima.
- Etiquetas “Maxbrin”. Calle Bausate y Meza 1201. La Victoria - Lima.
- Inversiones Dante Jr. Arica 845, Iquitos.

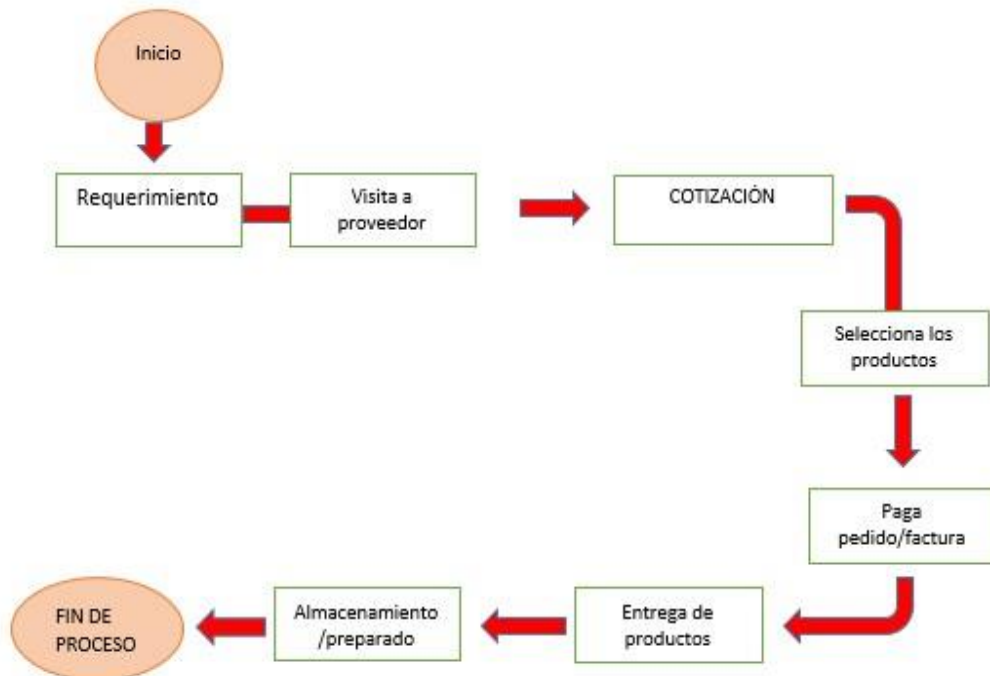
Se han seleccionado a los proveedores antes indicados, tomando en consideración la calidad de sus productos y el precio accesible que rinda un adecuado margen de rentabilidad.

También se tiene como alternativa de aprovisionamiento, a los comerciantes que se encuentran en la ciudad de Iquitos, quienes podrían proveer de algunos materiales de necesidad del día a día.

3.2 El proceso de aprovisionamiento

En el siguiente flujograma se detalla el proceso de aprovisionamiento del negocio, que abarca desde la compra a los diversos proveedores hasta la entrega por medio de delivery de nuestro producto (botellones).

Figura 5
Proceso de aprovisionamiento (botellones e insumos)



Fuente: elaboración propia.

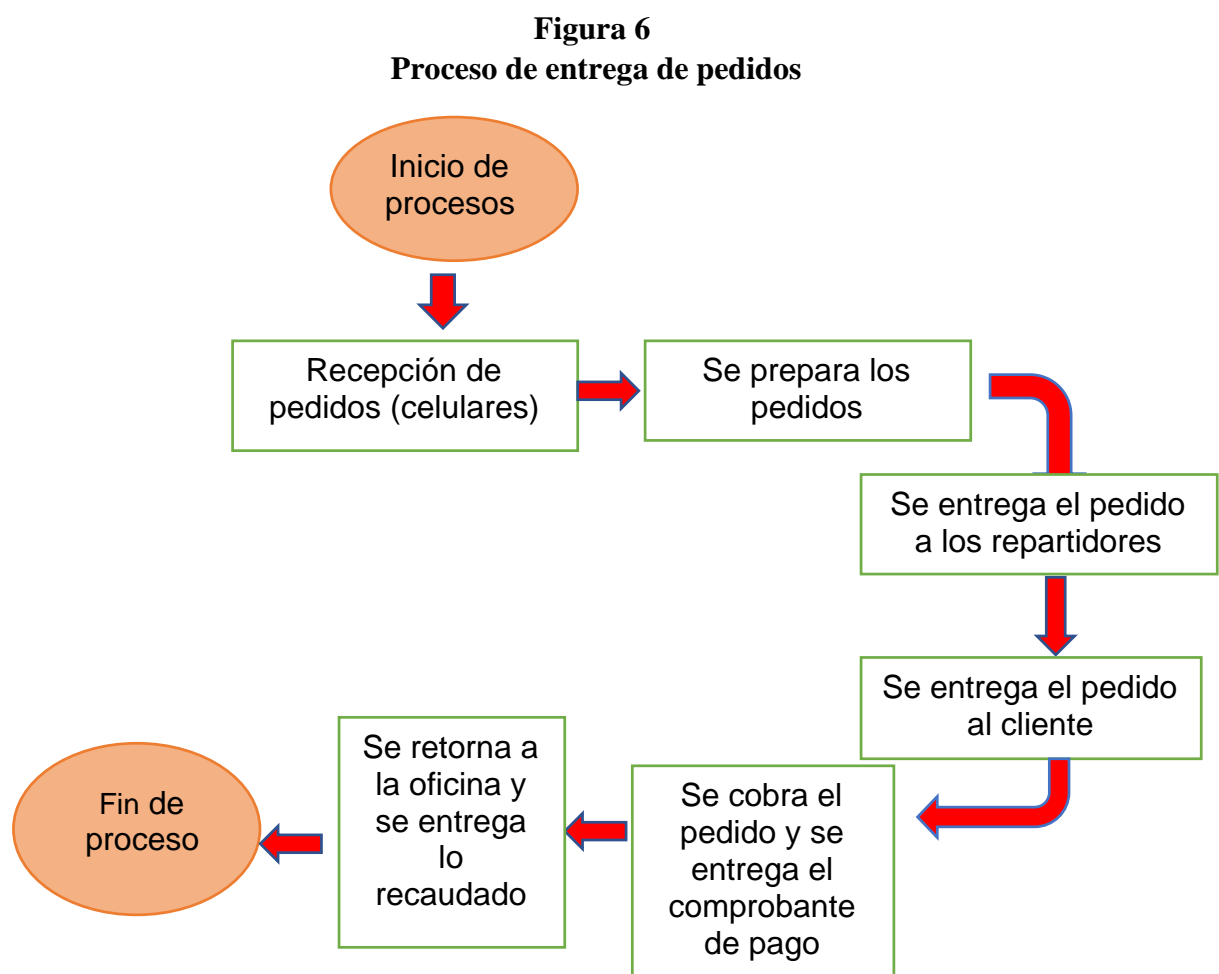
Para comprender el proceso de aprovisionamiento se detalla los siguientes pasos: Se inicia con el requerimiento de abastecimiento de botellones vacíos de agua para cubrir la demanda de pedidos; para ello, se visita a los diversos proveedores y se cotizan los precios y verifica la calidad del producto.

Seguidamente, una vez seleccionado el producto, se paga el pedido y se solicita la boleta o factura de compra; esto con la finalidad de llevar el control de gastos que son necesarios para el control contable. Una vez recepcionado el

producto, se envía vía courier el producto hasta la ciudad de Iquitos para su almacenamiento y posterior utilización con el llenado de agua.

3.3 El proceso de entrega de pedidos (delivery)

Una vez recepcionado el pedido se procede a efectuar la entrega de los botellones de agua al cliente, vía los repartidores de la empresa. Este proceso se plasma en el siguiente flujograma:



Fuente: elaboración propia.

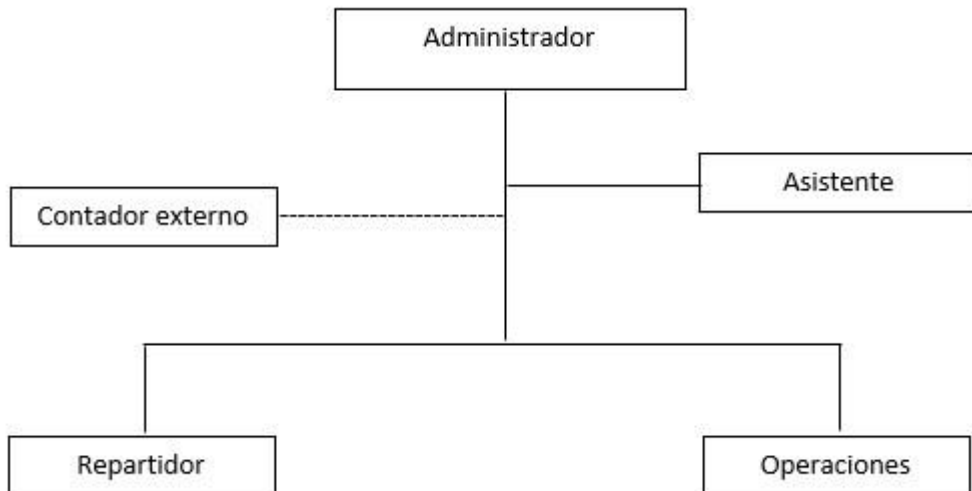
El proceso:

1. Recepción de pedidos.
A través de una llamada telefónica, se reciben los pedidos de los clientes respecto a la entrega de botellones de agua. Se verifica la dirección a entregar.
2. Se prepara los pedidos.
Una vez recibido los pedidos, se procede a seleccionar la cantidad de botellones que serán distribuidos.
3. Entrega a repartidor.
Se entrega el producto a los repartidores, quienes serán los responsables de llevarlo al cliente, en el lugar acordado previamente en la llamada telefónica. Se hace mención que los productos a entregar (botellones de agua), son llevados provistos de todos los implementos de bioseguridad para hacer una entrega segura y confiable.
4. Entrega a cliente.
El repartidor llega a la casa u oficina del cliente y éste verifica el estado del producto, de tal manera que se garantice la calidad de lo entregado.
5. Pago del producto.
Una vez verificado que el producto (botellón de agua) ha sido entregado en perfecto estado, acorde a lo solicitado; el cliente procede a pagar por el servicio y recibe su comprobante de pago.
6. Retorno del repartidor.
Luego de entregar el producto y recibir el pago del mismo; el repartidor regresa al local de distribución a la espera de la entrega de un nuevo pedido.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1 La organización

Figura 7
Estructura orgánica de la empresa



Fuente: elaboración propia.

4.2 Puestos y funciones

a) Puesto: administrador

Tareas: dirige las actividades internas y con los clientes, buscando incrementar la cuota de mercado y maximizar la rentabilidad de la empresa.

Funciones:

1. Planifica las ventas mensuales, la compra de insumos y botellones.
2. Organiza los puestos de trabajo y las funciones a cumplir.
3. Organiza los recursos que deben manejar cada puesto de trabajo.
4. Define las políticas de precios y descuentos.
5. Responsable de los costos y gastos de la empresa.
6. Autoriza los pagos de las remuneraciones de los colaboradores.

7. Atiende las quejas y reclamos de los clientes.
8. Responsable del trato con las entidades financieras.
9. Supervisa el trabajo del personal de seguridad y mantenimiento.
10. Resuelve los conflictos que se pudieran suscitar dentro de la organización.

b) Puesto: asistente

Tareas: apoya a la administración de la empresa en las labores de secretaría y recepción, trámite y envío de documentación

Funciones:

1. Mantiene actualizada la documentación de la empresa.
2. Recepciona las llamadas y tramita los pedidos de los clientes.

c) Puesto: contador externo

Tareas: garantiza que los contratos que se suscriben con los clientes estén enmarcados dentro de la legalidad; además, ser el responsable de la contabilidad de la empresa.

Funciones:

1. Dirige y mantiene actualizada la contabilidad de la empresa.
2. Mantiene al día los reportes contables.
3. Elabora y presenta los estados financieros con sus correspondientes notas, al menos una vez al año.
4. Certifica los estados financieros.
5. Elabora los informes que solicite los entes de control.
6. Expide certificaciones que se fundamentan en los registros contables.

d) Puesto: repartidor

Tareas: dirige las actividades de entrega y cobro de pedidos.

Funciones:

1. Garantiza que los pedidos sean entregados en el tiempo estimado por el cliente, desarrollándolo de una manera pro activa y cordial.
2. Recepciona el dinero del cliente proveniente de la venta de los botellones de agua y éste a su vez, entrega lo recaudado en las oficinas administrativas.
3. Informa de alguna observación o queja por parte del cliente a la administración.
4. Muestra disposición ante el requerimiento de los clientes en acciones de su competencia.

e) Puesto: personal de operaciones

Tarea: garantiza el abastecimiento de agua en los botellones.

Funciones:

1. Garantiza la limpieza del área donde se realiza el embotellamiento del agua.
2. Lleva el control de botellones y su distribución.
3. Solicita la renovación y compra de nuevos botellones para agua.
4. Garantiza la calidad del producto hasta su entrega al cliente.

4.3 Condiciones laborales

Se contará con trabajadores a tiempo completo, los que gozaran de todos los beneficios laborales. En el caso del contador externo, la empresa contratará un profesional el mismo que estará sujeto a servicios con recibo por honorarios. La empresa se acogerá a la Ley 28015 Ley de promoción de la Micro y Pequeña Empresa, previamente se registrará en el registro de la micro y pequeña empresa (REMYPE). Además, se contará con contratos a tiempo completo con todos los colaboradores, respetando la jornada laboral de 08 horas.

En cuanto a los beneficios laborales del régimen laboral de micro empresa, se tiene lo siguiente:

- Remuneración mínima vital de 930 soles
- Vacaciones de 15 días calendario
- Seguro de salud (SIS)
- Sistema de pensión AFP u ONP
- Licencia Pre-Natal y Post-Natal: 45 días de descanso de pre-natal y 45 días de descanso de post-natal.
- Licencia de paternidad: 4 días de descanso

4.4 Régimen tributario

La empresa se acogerá al régimen Mype tributario con pagos mensuales del 1% de los ingresos y el 10% de la venta neta anual (hasta 15 UIT), por ser un régimen creado para la micro y pequeña empresa, siempre y cuando no supere las 300 UIT de ingreso al año.

La obligación para el llevado de cada uno se da de acuerdo a los ingresos obtenidos, así, tenemos:

Para los libros contables en el RMT si los ingresos netos anuales fueran hasta 300 UIT llevará: Registro de ventas, registro de compras, libro diario de formato simplificado.

V. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

5.1 Estudio económico

Tabla No. 13
Comportamiento del mercado: tendencias y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda total (botellones)	3,809,982		
Tendencia del mercado (estimada)	0%	1%	1%
Demanda estimada (botellones)	3,809,982	3,848,082	3,886,563
Participación de mercado (decisión empresa)	2.00%	2.50%	3.00%
Demanda del proyecto (botellones)	76,200	96,202	116,597

Tabla No. 14
Ventas de negocio a desarrollar

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	76,200	96,202	116,597
Precio venta (soles x botellón)	3.50	4.00	4.08
Tendencia del precio en el mercado	0%	2%	4%
Precio de venta (soles x botellón)	S/.3.50	S/.4.08	S/.4.24
Venta total empresa (soles)	S/.266,699	S/.392,504	S/.494,744

Tabla No. 15
Costo de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas (soles)	76,200	96,202	116,597
Costo compra (soles)	S/1.70	S/1.70	S/1.80
Costo del servicio (soles)	S/129,539	S/163,543	S/209,874

Tabla No. 16
Costo del botellón de agua de 20 litros.

	S/	Entre 550 unidades		
1. Materia prima directa				0.63
Tapas	130	0.24		
Etiquetas	140	0.25		
Precintos	40	0.07		
Cal	15	0.03		
Cloro	20	0.04		
2. Mano de obra directa				930
3. Costos indirectos de fabricación				2.70
Servicios públicos	450	0.9		
Alquiler local	900	1.8		
Unidades producidas				550.00

$$\text{COSTO DE PRODUCCIÓN} = \frac{933.33}{550} = 1.70$$

Fuente: elaboración propia.

Tabla No. 17
Gastos administrativos (soles)

	Año 1	Año 2	Año 3
Administrador	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 1,500	S/. 1,600	S/. 1,800
Asistente	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 930	S/. 1,000
Logístico	1	1	1
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,100
Repartidores	2	2	2
Sueldo mensual	S/. 930	S/. 1,000	S/. 1,100
Remuneraciones del personal	S/. 5,220	S/. 5,530	S/. 6,100
Costo laboral	8.67%	8.67%	8.67%
Remuneración total mensual	S/. 5,672	S/. 6,009	S/. 6,629
Servicios públicos	S/. 450	S/. 550	S/. 650
Útiles oficina	S/. 250	S/. 300	S/. 380
Servicio contable	S/. 300	S/. 300	S/. 350
Otros	S/. 300	S/. 400	S/. 500
Total mensual	S/. 6,972	S/. 7,559	S/. 8,509
TOTAL ANUAL	S/.83,669	S/.90,711	S/.102,104

Tabla No. 18
Gastos comerciales (soles)

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/. 400.00	S/. 500.00	S/. 580.00
Alquiler local	S/. 900.00	S/. 1,000.00	S/. 1,100.00
Promociones	S/. 200.00	S/. 250.00	S/. 300.00
Otros	S/. 200.00	S/. 300.00	S/. 400.00
Total mensual	S/. 1,700.00	S/. 2,050.00	S/. 2,380.00
Total anual	S/.20,400.00	S/.24,600.00	S/.28,560.00

Tabla No. 19
Gastos pre operativos (soles)

Gasto pre operativo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Estudio de mercado	S/. 1,000.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Trámites diversos	S/. 1,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Total	S/. 2,200.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00

Tabla No. 20
Inversión en activos (soles)

	Valor adquisición	Cantidad	Valor total	Tiempo vida	Depreciación anual
Local	S/. 3,000	1	S/. 3,000	20	S/. 150
Equipos	S/. 21,000	1	S/.21,000	5	S/. 4,200
Vehículos	S/. 6,000	2	S/. 12,000	5	S/. 2,400
Muebles	S/. 8,000	1	S/. 8,000	5	S/. 1,600
Total			S/. 44,000		S/. 8,350

Tabla No. 21
Depreciación (soles)

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/.44,000	-S/.8,350	-S/.8,350	-S/.8,350	S/.18,950
Amortización activo intangible	S/.2,200	-S/.440	-S/.440	-S/.440	S/.880
Total	S/.46,200	-S/.8,790	-S/.8,790	-S/.8,790	S/.19,830

5.2 Estudio Financiero

Tabla No. 22
Programa de endeudamiento (soles)

Deuda a tomar				
S/. 30,000				
26.82% Anual		2.0%	Mensual	
		36	Meses	
N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	30,000	600	833	1,433
2	29,167	583	833	1,417
3	28,333	567	833	1,400
4	27,500	550	833	1,383
5	26,667	533	833	1,367
6	25,833	517	833	1,350
7	25,000	500	833	1,333
8	24,167	483	833	1,317
9	23,333	467	833	1,300
10	22,500	450	833	1,283
11	21,667	433	833	1,267
12	20,833	417	833	1,250
		6,100	10,000	

N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	20,000	400	833	1,233
14	19,167	383	833	1,217
15	18,333	367	833	1,200
16	17,500	350	833	1,183
17	16,667	333	833	1,167
18	15,833	317	833	1,150
19	15,000	300	833	1,133
20	14,167	283	833	1,117
21	13,333	267	833	1,100
22	12,500	250	833	1,083
23	11,667	233	833	1,067
24	10,833	217	833	1,050
		3,700	10,000	

N	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	10,000	200	833	1,033
26	9,167	183	833	1,017
27	8,333	167	833	1,000
28	7,500	150	833	983
29	6,667	133	833	967
30	5,833	117	833	950
31	5,000	100	833	933
32	4,167	83	833	917
33	3,333	67	833	900
34	2,500	50	833	883
35	1,667	33	833	867
36	833	17	833	850
		1,300	10,000	

Tabla No. 23
Estado de resultados integrales

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/.266,699	S/.392,504	S/.494,744
Costo ventas	-S/.129,539	-S/.163,543	-S/.209,874
Margen Bruto	S/.137,159	S/.228,961	S/.284,870
Gastos administrativos	-S/.83,669	-S/.90,711	-S/.102,104
Depreciación	-S/.8,790	-S/.8,790	-S/.8,790
Gastos comerciales	-S/.20,400	-S/.24,600	-S/.28,560
Margen operativo	S/.24,301	S/.104,860	S/.145,416
Gastos financieros	-S/.6,100	-S/.3,700	-S/.1,300
Margen antes de tributos	S/.18,201	S/.101,160	S/.144,116
Participación utilidades	S/0	S/0	S/0
Subtotal	S/18,201	S/101,160	S/144,116
Pago impuesto a la renta	-S/.1,820	-S/.16,972	-S/.49,114
Utilidad neta	16,381	84,188	95,001

Tabla No. 24
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Liquidación
Ingresos por ventas		S/.266,699	S/.392,504	S/.494,744	
Inversión inicial					
Activo fijo	-S/.46,200				S/.19,830
Capital de trabajo	-S/.13,335	-S/.15,672	-S/.4,961	-S/.5,174	S/.39,143
Compras		-S/.129,539	-S/.163,543	-S/.209,874	
Gastos administrativos		-S/.83,669	-S/.90,711	-S/.102,104	
Gastos comerciales		-S/.20,400	-S/.24,600	-S/.28,560	
Pago impuestos		-2,430	-10,486	-14,542	
Flujo Caja Económico (FCE)	-S/.59,535	S/.14,988	S/.98,203	S/.134,489	S/.58,973
Préstamo recibido	S/.30,000				S/0
Amortización		-S/.10,000	-S/.10,000	-S/.10,000	
Gastos financieros		-S/.6,100	-S/.3,700	-S/.1,300	
Escudo fiscal		S/.610	S/.370	S/.130	
Flujo Caja Financiero (FCF)	-S/.29,535	-S/.502	S/.84,873	S/.123,319	S/.58,973

FCE	-S/.59,535	S/.14,988	S/.98,203	S/.193,463
FCF	-S/.29,535	-S/.502	S/.84,873	S/.182,293

Tabla No. 25
VAN, TIR y B/C

VAN Económico	S/.161,015
Tasa de descuento (CAPM)	13.74%
TIR Económica	95%
Índice B/C	3.70

VAN Financiero	138,216
Tasa de descuento (WACC)	18.98%
TIR Financiero	134%
Índice B/C	5.68

CONCLUSIONES

- a) El presente plan de negocio se ha elaborado con el propósito de constituir una empresa que se dedique a la producción y distribución de agua de mesa tratada en bidones; el cuál dado el clima tropical con el que cuenta la Amazonía, en especial la región Loreto, su consumo es de gran demanda, lo que la ubica en un negocio con muchas expectativas de rentabilidad.
- b) El plan de marketing se ha elaborado pensando en el cliente final, vale decir en el ciudadano que solicite la compra de nuestro producto; el cuál al consumir agua de mesa “San Javier” debe quedar completamente satisfecho, tanto en calidad de servicio como en calidad de producto, de tal manera que éstos sean portavoces de las bondades de agua “San Javier” y hagan publicidad de boca en boca.
- c) Nuestro Plan de operaciones es sencillo. La operación de aprovisionamiento inicialmente será ejecutada a través de las compras en Lima, para luego obtenerlo directamente en la ciudad por intermedio de proveedores locales. La cadena de distribución será puesta en marcha, siguiendo el estándar “Just in time”, que es una regla de gestión de calidad para entrega de pedidos a tiempo.
- d) En cuanto al plan de recursos humanos, nuestros colaboradores, tendrán todos los beneficios económicos y sociales que la ley lo amerita. Contarán con un ambiente de trabajo agradable; donde el respeto y consideración a la persona serán nuestros valores fundamentales. Tendremos una estructura simple, propia de una microempresa.
- e) En el plan económico y financiero, se puede observar que el proyecto es rentable, permite soportar el endeudamiento de la empresa. Los estados financieros han sido proyectados para 3 años. El VAN, TIR y B/C del proyecto confirman la rentabilidad del negocio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DIGESA (2010), *Reglamento de la Calidad de Agua para consumo Humano del Ministerio de Salud con DS N°031-2010-S. A*, Ministerio de Salud del Perú, Lima.

Drucker, Peter, (1973), *“Management: Tasks, Responsibilities and Practices”*, Harper and Row, New York.

Instituto Nacional de Estadística e Informática –INEI (2008), *“Censos Nacionales 2015: XII de población y VI de vivienda*. Lima, Perú.

Kotler, Philip y Armstrong, Gary (2007), *“Marketing: versión para Latinoamérica”*. 11ª Edición, Pearson Educación, México.

Kotler, Philip y Keller, Kevin (2012), *“Dirección de Marketing”*, 14ta Edición, Pearson Educación, México.

Kotler, Philip, (2000), *“Dirección de Marketing”*, Edición del Milenio, Prentice-Hall, Madrid.

Pérez, David, y Pérez, Isabel (2006), *“El conocimiento del Mercado: Análisis de clientes intermedios y competidores”*, Escuela de Organización Industrial, Madrid, España.

Thompson, Arthur (2008), *“Administración Estratégica”*, 15ª Edición. McGraw Hill, México.

McCarthy, Jerome y Perreault, William (1997), *“Marketing”*, Novena Edición, McGraw-Hill Interamericana, Colombia.

Decreto Legislativo N° 1269 y su reglamento, Régimen MYPE del Impuesto a la Renta.

Decreto Legislativo N° 1086 y su reglamento, Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa y del Acceso al Empleo Decente.

ANEXOS

MONOGRAFÍA
PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE AGUA DE MESA TRATADA
IQUITOS, 2021

ANEXO 01: COMPRA DE INSUMOS

60 COMPRAS	15,600.00	
6021 MATERIAS PRIMAS PARA PRODUCTOS MANUFACTURADOS		
42 CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES - TERCEROS		15,600.00
421 FACTURAS, BOLETAS Y OTROS COMPROBANTES POR PAGAR POR LA COMPRA DE INSUMOS.		
24 MATERIAS PRIMAS	15,600.00	
241 MATERIAS PRIMAS PARA PRODUCTOS MANUFACTURADOS		
61 VARIACION DE EXISTENCIAS		15,600.00
6121 MATERIAS PRIMAS PARA PRODUCTOS MANUFACTURADOS POR EL DESTINO DE LA COMPRA DE INSUMOS.		
42 CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES – TERCEROS	15,600.00	
421 FACTURAS, BOLETAS Y OTROS COMPROBANTES POR PAGAR		
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		15,600.00
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS POR EL PAGO DE LA COMPRA DE INSUMOS		

ANEXO 02: SERVICIOS BÁSICOS

63 GASTOS DE SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS	280.00	
6361 ELECTRICIDAD		
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS – TERCEROS		280.00
4699 OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSOS POR LA PROVISION DE SERVICIO ELÉCTRICO.		
95 GASTOS DE VENTA	280.00	
959 GASTOS DE VENTA		
79 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS		280.00
791 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS POR EL DESTINO DEL GASTO.		
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS - TERCEROS	280.00	
4699 OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSOS		
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		280.00
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS POR EL PAGO DE SERVICIO ELECTRICO.		

ANEXO 03: PLANILLA

62 GASTOS DE PERSONAL, DIRECTORES Y GERENTE		1,013.70
6211 SUELDOS Y SALARIOS	930.00	
6271 REGIMEN DE PRESTACIONES DE SALUD	83.70	
40 TRIBUTOS, CONTRAPRESTACIONES Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES Y DE SALUD POR PAGAR		83.70
4031 ESSALUD		
41 REMUNERACIONES Y PARTICIPACIONES POR PAGAR		930.00
4111 SUELDOS Y SALARIOS POR PAGAR	820.82	
417 ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES		
4171 AFP INTEGRAL	109.18	
POR PROVISION DE PLANILLA.		
94 GASTOS DE ADMINISTRACION		1,013.70
944 SUELDOS Y SALARIOS		
79 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS		1,013.70
791 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS POR DESTINO DEL GASTO.		
40 TRIBUTOS, CONTRAPRESTACIONES Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES Y DE SALUD POR PAGAR		83.70
4031 ESSALUD		
41 REMUNERACIONES Y PARTICIPACIONES POR PAGAR		930.00
4111 SUELDOS Y SALARIOS POR PAGAR	820.82	
417 ADMINISTRADORAS DE FONDOS DE PENSIONES		
4171 AFP INTEGRAL	109.18	
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		1,013.70
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS POR EL PAGO DE LA PLANILLA.		

ANEXO 04: PUBLICIDAD

63 GASTOS DE SERVICIOS PRESTADO POR TERCEROS	400.00	
6371 PUBLICIDAD		
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS – TERCEROS		400.00
4699 OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSOS POR SERVICIOS DE PUBLICIDAD.		
95 GASTOS DE VENTA	400.00	
959 GASTOS DE VENTA		
79 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS		400.00
791 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS POR EL DESTINO DE GASTO.		
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS – TERCEROS	400.00	
4699 OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSOS		
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		400.00
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS POR EL PAGO DE SERVICIOS DE PUBLICIDAD.		

ANEXO 05: ESTUDIO DE MERCADO

63 GASTOS DE SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS	1,500.00	
6324 MERCADOTECNIA		
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS – TERCEROS		1,500.00
4699 OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSOS POR LA PROVISION DEL ESTUDIO DE MERCADO.		
95 GASTOS DE VENTA	1,500.00	
959 GASTOS DE VENTA		
79 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS		1,500.00
791 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS POR EL DESTINO DEL GASTO.		
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS – TERCEROS	1,500.00	
4699 OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSOS		
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTE DE EFECTIVO		1,500.00
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS POR EL PAGO DEL SERVICIO DEL ESTUDIO DE MERCADO.		

ANEXO 06: COMPRA DE ACTIVO

33 INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPOS	6,000.00	
334 UNIDADES DE TRANSPORTE		
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS - TERCEROS		6,000.00
4699 OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSOS POR LA COMPRA DE ACTIVO FIJO.		
46 CUENTAS POR PAGAR DIVERSAS – TERCEROS	6,000.00	
4699 OTRAS CUENTAS POR PAGAR DIVERSOS		
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		6,000.00
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS POR EL PAGO DE LA COMPRA DE ACTIVO FIJO.		

ANEXO 07: VENTA

12 CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES – TERCEROS	3.50	
121 FACTURAS, BOLETAS Y OTROS COMPROBANTES		
70 VENTAS		3.50
7011 MERCADERIA MANUFACTURADA POR LA VENTA DE MERCADERIA.		
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO	3.50	
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS		
12 CUENTAS POR COBRAR COMERCIALES – TERCEROS		3.50
121 FACTURAS, BOLETAS Y OTROS COMPROBANTES POR EL COBRANZA DE LA VENTA.		

ANEXO 08: PAGO A CUENTA DEL IMPUESTO A LA RENTA

40 TRIBUTOS, CONTRAPRESTACIONES Y APORTES AL SISTEMA DE PENSIONES Y DE SALUD POR PAGAR	222.00	
4017 RENTA DE TERCERA CATEGORIA		
10 EFECTIVO Y EQUIVALENTES DE EFECTIVO		222.00
104 CUENTAS CORRIENTES EN INSTITUCIONES FINANCIERAS POR EL PAGO A CUENTA DE IMPUESTO.		

ANEXO 09: DEPRECIACIÓN

68 VALUACIÓN Y DETERIORO DE ACTIVOS Y PROVISIONES	10,250.00	
6814 DEPRECIACIÓN DE INMUEBLES, MAQUINARIA Y EQUIPO		
39 DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN Y AGOTAMIENTO ACUMULADOS		10,250.00
3913 INMUEBLE, MAQUINARIA Y EQUIPO		
POR LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS		
79 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS	10,250.00	
79 CARGAS IMPUTABLES A CUENTAS DE COSTOS Y GASTOS		
94 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		10,250.00
946 DEPRECIACIÓN, AMORTIZACIÓN Y AGOTAMIENTO ACUMULADOS		
POR EL DESTINO DE LA DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS		