

Ciencias Contables y Administrativas

DistriVet

Distribuidora de productos agro-veterinarios

Alumnos:

Brenda María José Giménez González

Lucas Francisco Lezcano Aguilar

Asunción – Paraguay

2017

ÍNDICE

Descripción del proyecto propuesto	19
1.1. Introducción a la idea del proyecto	20
1.2. Requerimientos Jurídicos	22
1.2.1. Nombre o razón social: <i>DISTRIVET S.R.L.</i>	22
1.2.2. Tipo de Sociedad	22
1.2.3. Constitución jurídica	23
1.2.3.1. Escritura de Constitución	23
1.2.3.2. Inscripción en el Registro Público de Comercio	28
1.2.3.3. Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones	28
1.2.3.4. Matrícula del Comerciante	28
1.2.3.5. Rúbrica de Libros Contables.	28
1.2.3.6. Inscripción en la Dirección de Apoyo del Ministerio de Hacienda (R.U.C.)....	29
1.2.3.7. Apertura en la Municipalidad:.....	30
1.2.3.8. Instituto de Previsión Social:.....	31
1.2.3.9. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social:	31
1.2.3.10.Registro de Marca:	32
1.2.3.11.SENACSA.....	33
1.2.4. Aspectos Impositivos a tener en cuenta	33
1.2.4.1. Tabla N° 1: Aspectos Impositivos.....	33
1.2.5. Cuadro resumen de los costos de trámites jurídicos a incurrir.....	34
1.2.5.1. Tabla N° 2: Costos de Trámites Jurídicos	34
1.3. Localización de la empresa u organización.....	35
1.3.1. Tabla N° 3: Factores Ponderados de Localización.....	35
1.3.2. Proximidad a los proveedores:	35
1.3.3. Proximidad a los clientes.....	36
1.3.4. Costos de instalación	36
1.3.5. Transporte.....	36
1.3.6. Impuestos.....	36
Investigación de Mercados	37
1.4. Objetivo general de investigación.	38
1.4.1. Análisis de la demanda.....	38
1.4.2. Descripción de la muestra (sociodemográfico).....	39
Establecimiento de los Objetivos de la investigación	39
1.5. Objetivos Afectivos y Comportamentales.....	39
1.5.1. Objetivos Afectivos.....	39
1.5.2. Objetivo Comportamental	40
1.5.3. Objetivos característicos de la empresa.....	40
1.5.4. Objetivo de la demanda.....	40
1.6. Definir los tipos de investigación a utilizarse.	41
1.6.1. Investigación Concluyente	41
1.6.2. Investigación Descriptiva	41
1.6.3. Investigación Exploratoria	42
1.6.4. Diseño de la investigación y fuentes de datos.....	42

1.6.5.	Marco Muestral:	42
1.6.5.1.	Muestra:	42
1.6.5.2.	Población	43
1.6.5.3.	Tipos de muestreo	43
1.6.6.	Grupo Focal:	43
1.6.6.1.	Fuente de datos:	43
1.7.	Procedimiento de recolección de datos	45
1.7.1.	Modelo de Cuestionario a realizar: Encuesta de Investigación	45
1.8.	Determinación del plan y tamaño de la muestra.	49
1.8.1.	Paso 1: Definir la población	49
1.8.2.	Paso 2: Marco Muestral	49
1.8.2.1.	Tabla N° 4: Listado de Establecimientos	50
1.8.3.	Paso 3: Determinación del tamaño de la muestra	55
1.8.4.	Paso 4: Selección de un procedimiento de muestreo	55
1.8.5.	Paso 5: Selección de la muestra	¡Error! Marcador no definido.
1.8.5.1.	Tabla N° 5: Muestra	56
1.9.	Recolección de datos	58
1.10.	Codificación y tabulación	58
1.10.1.	Codificación	58
1.10.2.	La tabulación de los datos	58
1.10.3.	Libro de códigos	59
1.11.	Análisis de datos	59
1.11.1.	Análisis descriptivo	59
1.11.2.	Frecuencias absolutas	59
1.11.3.	Frecuencias relativas	59
1.11.4.	Gráficos	60
1.12.	Conclusiones	68
1.13.	Valorizar el costo de la investigación de mercados	68
1.13.1.	Tabla N° 14 Costo de estudio de factibilidad	68
	Lineamiento estratégico	69
1.14.	Análisis de la Macrosegmentación	70
1.14.1.	Categorías de producto-mercado	71
1.14.2.	Mercado de referencia de Distrivet SRL	71
1.15.	Análisis de la Microsegmentación	71
1.16.	Análisis de la demanda:	72
1.16.1.	Calculo de la Demanda Global	72
1.16.1.1.	Tabla N° 15: Cálculo consumo total anual	73
1.16.1.2.	Tabla N° 16: Cálculo de demanda global	73
1.16.2.	Usuario potencial	73
1.16.2.1.	Tabla N° 17: Cálculo de usuario potencial	74
1.16.3.	Calculo del Mercado Potencial Absoluto	74
1.16.3.1.	Tabla N° 18: Cálculo de mercado potencial absoluto	74
1.16.4.	Cuota de mercado	74
1.16.4.1.	Tabla N° 19: Cálculo de cuota de mercado	75

1.16.5. Ciclo de Vida.....	76
1.16.5.1.Gráfico N°9: Ciclo de Vida	76
1.17. Análisis de las 5 fuerzas competitivas de Porter	777
1.17.1. Las 5 Fuerzas de Porter	78
1.17.1.1.Gráfico N°10: Fuerzas de Porter	78
1.17.1.2.Productos – Competencia en el mercado	78
1.17.1.3.Nuevos Entrantes.....	78
1.17.1.4.Competidores.....	78
1.17.1.5.Proveedores	79
1.17.1.6.Clientes	79
1.18. Análisis de la estructura competitiva de Distrivet.....	79
1.18.1. Paso 1: Negociación de los Clientes.....	80
1.18.1.1.Tabla N° 20: Negociación de los Clientes	80
1.18.2. Paso 2: Rivalidad entre los Competidores.....	81
1.18.2.1.Tabla N° 21: Rivalidad entre los Competidores.....	81
1.18.3. Paso 3: Amenaza de ingreso de nuevos productos sustitutos.....	82
1.18.3.1.Tabla N° 22: Ingreso de productos sustitutos.....	82
1.18.4. Paso 4: Poder de Negociación de los proveedores	83
1.18.4.1.Tabla N° 23: Poder de negociación de los Proveedores.....	83
1.18.5. Paso 5: Amenaza de entrada de nuevos competidores	84
1.18.5.1.Tabla N° 24: Entrada de Nuevos competidores	84
1.18.6. Tabla N° 25: Resumen	85
1.19. Estrategia de Ansoff.	86
1.19.1. Gráfico N° 11: Matriz de Ansoff.....	86
1.19.2. Desarrollo de Mercados.....	86
1.19.3. Diversificación	87
1.19.4. Penetración del mercado	87
1.19.5. Desarrollar Productos	87
1.19.6. Penetración en el mercado Distrivet.....	87
1.19.7. Atributos diferenciadores de Distrivet	88
1.20. Plan de Marketing	88
1.20.1. Análisis Situacional	88
1.20.2. FODA	89
1.20.3. Presentación de variables	89
1.20.3.1.Variables controlables	89
1.20.3.1.1. Producto	89
1.20.3.1.2. Precio	90
1.20.3.1.3. Distribución	90
1.20.3.1.4. Promoción	91
1.20.3.1.5. Evidencia Física	91
1.20.3.1.6. Recursos humanos	92
1.20.3.1.7. Proceso	93
1.20.3.2.Variables no controlables	¡Error! Marcador no definido.
1.20.3.2.1. Entorno	93

1.20.3.2.2. Clientes.....	94
1.20.3.2.3. Competencia	95
1.20.3.2.4. Proveedores.....	95
1.20.4. Listado plano	96
1.20.4.1.Fortalezas.....	96
1.20.4.2.Debilidades	96
1.20.4.3.Amenazas	97
1.20.4.4.Oportunidades	97
1.20.5. Matriz de interacción.....	98
1.20.5.1.Tabla N° 26: FO (Maxi maxi) Fortalezas y Oportunidades	98
1.20.5.2.Tabla N° 27: DO (Mini maxi) Debilidades y Oportunidades	98
1.20.5.3.Tabla N° 28: FA (Maxi mini)Fortalezas y Amenazas	99
1.20.5.4.Tabla N° 29: DA (mini mini) Debilidades y Amenazas	99
1.20.6. Tabla N° 30: Matriz FODA.....	100
1.20.7. Tabla N° 31: Matriz FODA con Objetivos	101
1.20.8. Resumen de los 4 objetivos	102
1.20.8.1.Objetivo 1: Fortalezas y Oportunidades	102
Estrategias a ser utilizadas en Distrivet SRL:.....	102
1.20.8.1.1. Recursos Humanos	102
1.20.8.1.2. Recursos Materiales.....	103
1.20.8.1.3. Recursos Tecnológicos.....	103
1.20.8.1.4. Recursos Tercerizados.....	103
1.20.8.1.5. Plan de Acción.....	103
1.20.8.1.6. Tabla N° 32: Estrategia 1	104
1.20.8.1.7. Tabla N° 33: Gastos.....	104
1.20.8.2.Objetivo 2: Debilidades y Oportunidades	104
Estrategias a ser utilizadas:.....	105
1.20.8.2.1. Recursos Humanos	¡Error! Marcador no definido.
1.20.8.2.2. Recursos Materiales.....	105
1.20.8.2.3. Plan de Acción.....	105
1.20.8.2.4. Tabla N° 34: Estrategia 2.....	105
1.20.8.3.Objetivo 3: Fortalezas y Amenazas.....	105
Estrategias a ser utilizadas:.....	106
1.20.8.3.1. Recursos Humanos	106
1.20.8.3.2. Recursos Materiales.....	106
1.20.8.3.3. Recursos Tercerizados.....	106
1.20.8.3.4. Plan de Acción.....	106
1.20.8.3.5. Tabla N° 35: Estrategia 3.....	106
1.20.8.4.Objetivo 4: Debilidades y Amenazas	107
Estrategias a ser utilizadas:.....	107
1.20.8.4.1. Recursos Humanos	107
1.20.8.4.2. Recursos Materiales.....	107
1.20.8.4.3. Recursos Tercerizados.....	107

1.20.8.4.4. Plan de Acción.....	107
1.20.8.4.5. Tabla N° 36: Estrategia 4.....	108
1.20.8.4.6. Tabla N° 37: Resumen de costos de estrategias.....	108
Administrativo.....	109
1.21. Lineamiento estratégico (Ápice estratégico).....	110
1.21.1. Declaración de la Visión.....	110
1.21.2. Declaración de la Misión.....	110
1.21.3. Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter).....	110
1.21.4. Evaluación de la estrategia de la matriz de Ansoff.....	111
1.22. Plan de administración: (Dirección Media).....	112
1.22.1. Análisis Situacional – Matriz FODA.....	112
1.22.1.1. Variables controlables.....	112
1.22.1.1.1. Calidad de la Gestión.....	112
1.22.1.1.2. Recursos humanos.....	112
1.22.1.1.3. Proceso.....	113
1.22.1.2. Variables no controlables.....	113
1.22.1.2.1. Entorno Económico.....	113
1.22.1.2.2. Entorno Legal.....	114
1.22.1.2.3. Bancos.....	114
1.22.2. Listado plano.....	114
1.22.2.1. Fortalezas.....	114
1.22.2.2. Debilidades.....	115
1.22.2.3. Amenazas.....	115
1.22.2.4. Oportunidades.....	115
1.22.3. Matriz de interacción.....	116
1.22.3.1. Tabla N° 38: FO (Maxi maxi) Fortalezas y Oportunidades.....	116
1.22.3.2. Tabla N° 39: DO (Mini maxi) Debilidades y Oportunidades.....	116
1.22.3.3. Tabla N° 40: FA (Maxi mini) Fortalezas y Amenazas.....	116
1.22.3.4. Tabla N° 41: DA (mini mini) Debilidades y Amenazas.....	117
1.23. Tabla N° 42 Análisis de la situación Matriz FODA.....	117
1.23.1. Análisis del entorno interno y externo.....	118
1.23.2. Tabla N° 43: Matriz FODA con Objetivos Administrativos.....	118
1.23.3. Resumen de los 4 objetivos.....	119
1.23.3.1. Objetivo 1: Fortalezas y Oportunidades.....	119
Estrategias a ser utilizadas en Distrivet.....	119
1.23.3.1.1. Recursos Humanos.....	119
1.23.3.1.2. Recursos Materiales.....	119
1.23.3.1.3. Recursos Tecnológicos.....	120
1.23.3.1.4. Plan de Acción.....	120
1.23.3.1.5. Tabla N° 44: Costos.....	120
1.23.3.1.6. Tabla N° 45: Estrategia 1.....	120
1.23.3.2. Objetivo 2: Debilidades y Oportunidades.....	121
Estrategias a ser utilizadas:.....	¡Error! Marcador no definido.

1.23.3.2.1. Recursos Humanos	121
1.23.3.2.2. Recursos Materiales.....	121
1.23.3.2.3. Plan de Acción.....	121
1.23.3.2.4. Tabla N° 46: Estrategia 2.....	122
1.23.3.2.5. Tabla N° 47: Costos.....	122
1.23.3.3.Objetivo 3 Fortalezas y Amenazas	122
Estrategias a ser utilizadas:.....	122
1.23.3.3.1. Recursos Humanos	122
1.23.3.3.2. Recursos Materiales.....	123
1.23.3.3.3. Recursos Tercerizados.....	123
1.23.3.3.4. Plan de Acción.....	123
1.23.3.3.5. Tabla N° 48: Estrategia 3.....	123
1.23.3.4.Objetivo 4 Debilidades y Amenazas	123
Estrategias a ser utilizadas:.....	124
1.23.3.4.1. Recursos Humanos	124
1.23.3.4.2. Recursos Materiales.....	124
1.23.3.4.3. Plan de Acción.....	124
1.23.3.4.4. Tabla N° 49: Resumen de costos de objetivos.....	124
1.24. Estructura Organizacional	124
1.24.1. Organigrama DISTRIVET	125
1.24.1.1.Estructura Organizacional	125
1.24.1.2.Organigrama.....	125
1.24.1.2.1. Organigrama Distrivet.....	127
1.24.1.3.Partes y sistemas de la organización	128
1.24.1.4.Cumbre o ápice estratégico	128
1.24.1.5.Línea Media.....	129
1.24.1.6.Staff de apoyo.....	129
1.24.1.7.Núcleo operativo	130
1.25. Perfil del personal requerido (grado de instrucción y capacitación, rasgos, predisposición)	130
1.25.1. Junta de Socios o Directorio.....	130
1.25.2. Gerente General.....	131
1.25.3. Gerente Administrativo	¡Error! Marcador no definido.
1.25.4. Gerente Comercial.....	133
1.25.5. Cobranzas	135
1.25.6. Contabilidad	136
1.26. LAYOUT.....	137
1.26.1. Gráfico N° 13: Layout DISTRIVET	138
1.27. Manual de funciones	138
1.27.1. Gerencia Administrativa.....	138
1.27.2. Compras.....	139
1.27.3. Ventas	140
1.27.4. Gerencia Comercial	141

1.28.	Manual de procedimientos	142
1.28.1.	Objetivos	142
1.28.2.	Estructura del manual.....	143
1.28.3.	Manual de procedimiento de Compra	143
1.28.4.	Manual del procedimiento de Venta	144
1.29.	Fluxogramas	146
1.29.1.	Fluxograma Ventas.....	147
1.29.2.	Fluxograma Ventas Telefónicas.....	148
1.29.3.	Fluxograma Área de Distribución y envío	149
1.29.4.	Fluxograma de compras de productos veterinarios	150
1.30.	Recursos humanos	151
1.30.1.	Descripción del proceso de RRHH	151
1.30.2.	Políticas	152
1.30.3.	Cantidad de personal requerido	153
1.30.3.1.	Tabla N° 50: Personal en relación de dependencia	153
1.30.3.2.	Tabla N° 51: Honorarios profesionales	154
1.30.3.3.	Tabla N° 52: Remuneraciones mensuales	154
1.31.	Tabla N° 53: Plan de cuentas	155
	Aspecto Económico	159
1.32.	Aspectos Económicos del Paraguay.....	160
1.33.	Indicadores Económicos (www.bcp.gov.py)	160
1.33.1.	Producto interno Bruto (PIB)	161
1.33.1.1.	Tabla N° 54: Detalle PIB	162
1.33.2.	Balanza comercial (importación/exportaciones).....	162
1.33.2.1.	Gráfico N° 17: Balanza de bienes	165
1.33.3.	Tasa de desempleo.....	165
1.33.4.	Inflación.....	165
1.33.4.1.	Tabla N° 55: Inflación.....	166
1.33.5.	Fluctuación del tipo de cambio	166
1.33.5.1.	Gráfico N° 18: Tipo de Cambio	168
1.33.6.	Comportamiento de la reserva monetaria.....	169
1.33.6.1.	Gráfico N° 19: Tendencia.....	170
1.33.7.	Superávit o déficit Fiscal.....	170
1.33.8.	Tasa de interés	171
1.33.9.	Tabla N° 55: Otros datos relevantes e inherentes al proyecto.....	172
	PLAN FINANCIERO DE DISTRIVET	173

INTRODUCCIÓN

La presente tesis es una investigación originada en el deseo de generar un estudio sobre los aspectos económicos del área agro-ganadera que es una de las que poseen el crecimiento constante en cuanto a los niveles de exportación y se constituyen en Paraguay como una de las principales formas de trabajo.

Según los datos estadísticos la ganadería paraguaya ha experimentado en los últimos años un crecimiento constante, siendo el de mayor crecimiento en toda la región y con respecto al mismo periodo de año, Paraguay pasó de exportar por valor de US\$ 57 millones en el año 2003 a realizar envíos por valor de US\$ 1.724 millones en el año 2016, es decir, multiplicó por más de 20 sus valores de exportación. Esta apreciación permite visualizar la necesidad de empresas que puedan colaborar con la distribución de los productos agro-ganaderos de manera a contribuir con este rubro.

La empresa Distrivet S.R.L. se dedicará a la distribución de productos agro-veterinarios para ayudar a mejorar el trabajo del productor ganadero, como ser vacunas, y todos los productos para el engorde del ganado vacuno, así como para la sanización y mantenimiento del animal.

La población de estudio estará conformada por 200 productores cuyas empresas posean sus oficinas en Asunción, teniendo como criterio de inclusión, que los encuestados sean personas mayores de edad y que estén trabajando, y tener el consentimiento para la participación.