

Licenciatura en Marketing

**Crece
Centro Deportivo**

**Alumnas:
Araceli Insaurrealde
Blásida Gamarra**

**Asunción - Paraguay
2017**

INDICE

Resumen Ejecutivo.....	7
Introducción	9
CAPÍTULO I Aspecto Jurídico	10
1.1 Introducción a la idea del Proyecto	10
1.2 Requerimientos Jurídicos.....	10
1.3 Localización de la Empresa.....	20
CAPÍTULO II Investigación de Mercados.....	22
2.1 Objetivo General de la investigación	22
2.2 Diseño de la Investigación y Fuente de Datos.....	24
2.3 Diseño del Instrumento y Recolección de Datos.....	26
2.4 Diseño de la Muestra	34
2.5 Recopilación de Datos.....	36
2.6 Procesamiento de Datos.....	38
2.8 Análisis de Datos.....	41
2.9 Informe	54
2.10 Valorización de la Investigación de Mercados	55
CAPÍTULO III Lineamiento Estratégico	56
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	56
3.1.1 Declaración de la Visión	56
3.1.2 Declaración de la Misión.....	56
3.2 Análisis de la Demanda.....	57
3.3 Análisis de la Estructura competitiva del Sector.....	61
3.4 Evaluación de la Estrategia de la Matriz de Ansoff.....	65
CAPÍTULO IV Plan de Marketing	68
4.1 Análisis Situacional.....	68
4.2 Objetivos	81
4.3 Estrategias	81
4.4 Planes de Acción	81
4.5 Identidad Corporativa.....	84
CAPÍTULO V Plan de Administración	89
5.1 Plan de Administración.....	89
5.1.1 Análisis Situacional.....	89
5.1.2 Objetivos	98
5.1.3 Estrategias	98
5.1.4 Planes de Acción	98
5.2 Estructura Organizacional.....	100
5.2.1 Organigrama.....	101
5.2.2 Layout.....	105
5.2.3 Manual de Funciones	108
5.2.4 Manual de Procedimientos.....	121
5.2.5 Fluxograma.....	126
5.2.6 Recursos Humanos.....	129
CAPÍTULO VI Aspecto Económico.....	145

6.1 Producto Interno Bruto.....	145
6.2 Inflación	146
6.3 Fluctuación del Tipo de Cambio.	147
6.2 Balanza Comercial	147
CAPÍTULO VII Plan Financiero.....	148
Informe Final.....	168
Anexos.....	169

RESUMEN

El objetivo primordial del presente trabajo de grado es un proyecto que consiste en la creación de un Centro Deportivo para personas en sillas de ruedas.

Se busca orientar la toma de decisiones a través de la presentación de planes administrativos, de marketing y una investigación de mercado que permitirá prever varios puntos relacionados a las necesidades, condiciones y predisposiciones de los potenciales clientes.

Para el efecto se recurre a la recolección de datos secundarios y primarios recogidos por medio de una encuesta a personas en sillas de ruedas, específicamente se acudió a los integrantes de YAKARUEDAS y LA SENADIS.

El mismo está conformado por siete capítulos que estudian y analizan las diferentes variables y procedimientos a tener en cuenta para llevar a cabo dicho proyecto. A continuación, se describe brevemente el contenido de cada capítulo.

El capítulo uno se refiere al aspecto jurídico del proyecto, en él se describen los aspectos legales referentes a la conformación de una Sociedad de Responsabilidad Limitada que fue el tipo de sociedad electo para dicho proyecto, así también detalla las gestiones y documentaciones a realizarse para la constitución legal de Centro Deportivo CRECER.

EL segundo capítulo hace referencia a la Investigación de Mercados que consta de nueve pasos, cuyo desarrollo permite determinar los atributos más valorados por los potenciales usuarios, en ella se diseña un cuestionario estructurado que será utilizado para la recolección de datos, también se presentan los resultados de dicha encuesta.

En el capítulo número tres, Delineamiento Estratégico se muestran la Visión, Misión y Valores del proyecto, también basado en los resultados del capítulo anterior de Investigación de Mercados se determina la Demanda Global y se estiman las ventas. Incluye también un análisis de la estructura competitiva del sector para ello utilizamos una herramienta de gestión desarrollada por el investigador Michael Porter.

En el cuarto capítulo se desarrolla el Plan de Marketing que por tratarse de una empresa en etapa inicial presenta objetivos y estrategias de penetración de mercados. El Análisis FODA, este capítulo es de gran ayuda para establecer los objetivos y posteriormente formular las estrategias siempre enfocados a la penetración de mercados.

El capítulo cinco es el de Administración en él se detalla la estructura de la empresa a través del organigrama, contiene el manual de funciones y procedimientos como también la definición de sus propios objetivos. Establece políticas, estrategias, técnicas y mecanismos para la gestión de los recursos humanos, técnicos, materiales, físicos y financieros.

El capítulo seis corresponde a Aspectos Económicos, donde se analizan los indicadores económicos como el Producto Interno Bruto, la inflación, las fluctuaciones del tipo de cambio, etc. que nos ayudan a realizar pronósticos y conocer la situación económica del país.

En el último capítulo el siete, se desarrolla el plan financiero cuyos cuadros nos ayudan a determinar la viabilidad de del proyecto, además de aportar información útil para próximas decisiones de inversión.