

Licenciatura en Marketing

**“ID CONSULTORA”
Investigación & Desarrollo Consultora**

Ivette Pamela Centurión Benítez

**Asunción – Paraguay
2016**

ÍNDICE

Dedicatoria.....	3
Agradecimiento	4
Índice de tablas y Gráficos	9
Introducción.	12
Justificación de la idea del proyecto.....	14
CAPITULO NRO.1 ASPECTOS JURÍDICOS	16
Nombre o razón social.....	18
Tipo de Sociedad.....	18
Descripción de la Sociedad de Responsabilidad limitada	18
Constitución jurídica.....	18
CAPÍTULO NRO. 2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	46
Paso 1- Definir el problema de la investigación.....	49
Paso 2- Objetivos de la investigación y necesidades de la información.	49
Paso 3- Diseño de la investigación y fuente de datos.	53
Paso 4- Procedimiento de recolección de datos.	56
Paso 5- Diseño de la muestra.....	74
Definir la muestra	74
Determinar el tamaño de la muestra.....	86
Seleccionar un procedimiento de muestreo:.....	86
Selección de la muestra	87
Informe final.....	88
CAPITULO NRO. 3 PLAN DE MARKETING	114
Macro segmentación.....	116
Mercado.....	117
Producto mercado	119
Ciclo de vida	121
Análisis de la demanda. -.....	125
Análisis situacional	130
Variables controlables	132
Variables no controlables	139
Listado plano	143
Matriz de interacción.....	147
Plan de Marketing.....	153
Imagen Corporativa	164
CAPITULO NRO. 4 ADMINISTRACIÓN	184
Visión de ID consultora.	185
Misión de ID Consultora.....	185
Matriz de Ansoff.....	186
Estrategia de las fuerzas de Michael Porter.....	188
Análisis situacional de Administración.	196
Variables controlables	196
Variables no controlables	201

Listado plano	204
Matriz de interacción.....	208
Planes de acción, objetivos.....	212
Estructura organizacional.	217
Manual de funciones.....	224
Manual de funciones área comercial.....	229
Manual de funciones área de administración	237
Manual de funciones área de servicios	249
Manual de procedimientos.....	258
Flujogramas.....	269
Localización estratégica.....	275
Plan de cuentas.....	278
CAPÍTULO NRO. 5 ASPECTO ECONOMICO.....	296
Importaciones y exportaciones	299
Inflación	304
Comportamiento de la reserva monetaria.	307
Superávit y déficit fiscal	307
CAPITULO NRO. 6 PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA.....	309
Conclusión.....	332
ANEXOS.....	337
Encuesta.....	338
Libro de códigos	345
Documentos requeridos por el capítulo jurídico	353

INTRODUCCIÓN

La idea elegida para el plan de negocios es realizar una consultora en marketing, “Investigación y Desarrollo consultora, ID consultora” la misma se especializa en brindar servicios de investigación de mercados tanto probabilística como no probabilística, capacitaciones, community manager, Mystery Shoppers y Call Shoppers, a empresas prestadoras de servicios, específicamente entes financieros.

La investigación de mercados es una técnica que permite la recolección de datos de cualquier aspecto, para luego interpretarla y utilizarla; sirven para que los entes puedan realizar una toma de decisiones adecuada y lograr la satisfacción de sus clientes.

Las capacitaciones están enfocados a técnicas de ventas y mejoras en el servicio de atención al cliente específicamente para los colaboradores de la empresa que se encuentran en atención al cliente, de manera a que ellos puedan contar con los lineamientos adecuados que la empresa busca.

El Mystery Shoppers, Call Shoppers o también lo podemos llamar cliente encubierto, es una técnica utilizada para evaluar y medir la calidad en la atención al cliente, los mismos actúan como clientes comunes que consumen en este caso, el servicio brindado por los entes financieros, para luego hacer la entrega del reporte acerca de su experiencia. Se trabaja en un análisis cualitativo de diferentes cualidades previamente definidas, así determinar las oportunidades de mejora.

El Community manager es la persona encargada de construir, gestionar, y administrar la imagen online de las empresas, creando y manteniendo una relación estable con los clientes, fans o personas interesadas en la marca.