

Administración de Empresas

Análisis de la factibilidad técnica, económica y financiera de la instalación de un negocio de alquiler de espacios de trabajo en la ciudad de Asunción del departamento Central bajo la denominación de Coffworking de Ma. Sol Brítez Gómez E.I.R.L.

María Sol Brítez Gómez

**Asunción – Paraguay
2020**

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo I.....	3
Aspectos Jurídicos.....	3
1.1.-Tipos de Sociedades.....	4
1.1.1.- Sociedad por Acciones:.....	4
1.1.2.- Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).....	4
1.1.3.- Sociedad Colectiva.....	4
1.1.4.- Sociedad en Comandita.....	4
1.1.5.- Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.).....	4
1.1.6.- Sociedad Simple	5
1.1.7.- Unipersonal	5
1.2.- Requerimientos Jurídicos	5
1.2.1.- Nombre o razón social.....	5
1.2.2.- Tipo de Sociedad.....	5
1.2.3.- Constitución jurídica.....	5
1.2.3.1.- Escritura de constitución	5
1.2.3.2.- Inscripciones en el registro público de comercio y en el registro público de personas jurídicas y asociaciones.....	7
1.2.3.3.- Matrícula de comerciante	9
1.2.3.4.- Compra y Rúbrica de libros contables	10
1.2.3.5.- Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	11
1.2.3.6.- Patente y Licencia Comercial en la Municipalidad de Asunción	12
1.2.3.7.- Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social (MTESS).....	15
1.2.3.8.- Instituto de Previsión Social (Aporte Obrero Patronal)	16
1.2.3.9.- Registro de Marca en la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI)	18
Capítulo II	21
Investigación de Mercado.....	21
2.1.- Objetivo General de la Investigación.....	22
2.2.- Objetivos de la Investigación.....	22
2.2.1.- Objetivos comportamentales	22
2.2.2.- Objetivos afectivos.....	22
2.2.3.- Objetivo cognitivo.....	23
2.2.4.- Objetivos de la Demanda	23
2.2.5.- Sociodemográficos.....	24
2.3.- Diseño de la investigación	24
2.3.1.- Investigación exploratoria.....	26
2.3.1.1.- Diseño: Grupo Focal.....	26
2.3.2.- Investigación concluyente	29
2.3.2.1 Diseño: Descriptivo	29
2.4.- Procedimiento de recolección de datos.....	30

2.5.- Determinación del plan y tamaño de la muestra.	35
2.5.1.- Definir la población	35
2.5.2.- Identificar el marco muestral	36
2.5.3.-Tamaño de la muestra	37
2.5.4.- Selección de un procedimiento de muestreo	38
2.5.5.- Procedimiento de recolección de datos	39
2.6- Codificación y tabulación.	40
2.6.1.- Codificación	40
2.6.2.- Tabulación	44
2.7.- Análisis de datos	44
2.8.- Conclusiones	63
2.9.- Valorización del costo de la investigación	63
Capítulo III.	65
Lineamiento estratégico.	65
3.1.- Análisis de la Macrosegmentación	66
3.2.- Análisis de la Microsegmentación	68
3.2.1.- Ciclo de vida del producto	70
3.2.1.1.- Etapas de la Vida del Producto	70
3.2.1.1.1.- Etapa de Introducción	70
3.2.1.1.2.- Etapa de crecimiento	72
3.2.1.1.3.- Etapa de madurez	73
3.2.1.1.4.- Etapa de declive	73
3.3.- Análisis de la demanda	74
3.3.1.- Cálculo de la demanda global	74
3.3.2.- Cálculo del mercado potencial absoluto	76
3.3.3.- Cuota de mercado	78
3.3.4.- Estimación de Ventas	78
3.3.4.1.- Cálculo de Estimación de Venta – 1º Año de “Coffworking”	78
3.3.4.2.- Proyección de Ventas de los 5 años de “Coffworking”	80
3.4.- Análisis de la Estructura Competitiva del Sector (Porter)	80
3.4.1.- Amenaza de los Nuevos Entrantes	81
3.4.2.- Poder de Negociación con los Clientes	82
3.4.3.- Poder de Negociación con los Proveedores	82
3.4.4.- Amenazas de Productos Sustitutos	83
3.4.5.- Intensidad de Rivalidad entre Competidores	83
3.4.6.- Conclusión	84
3.5.- Matriz de Ansoff, Estrategias de Crecimiento	85
3.5.1.- Estrategia de Penetración de Mercados	86
3.5.2.- Estrategia de Desarrollo de Nuevos Mercados	86
3.5.3.- Estrategia de Desarrollo de Nuevos Productos	86
3.5.4.- Estrategia de Diversificación	86

3.6.- Posicionamiento Cualitativo	87
Capítulo IV	89
Plan de Marketing	89
4.1.- Análisis situacional	90
4.1.1.- Variables controlables	90
4.1.1.1.- Producto: Descripción del producto (servicio)	90
4.1.1.2.- Precio	94
4.1.1.2.1.- Estrategia de precio Coffworking	96
4.1.1.3.- Plaza	97
4.1.1.4.- Promoción	97
4.1.1.5.- Personas	98
4.1.1.6. Procesos	99
4.1.1.7.- Evidencia física	100
4.1.2.- Variables No Controlables	100
4.1.2.1.- Entorno	101
4.1.2.2.- Consumidor	101
4.1.2.3.- Competencia	102
4.1.3.- Listado Plano	102
4.1.3.1.- Variables Controlables	102
4.1.3.2.- Variables No Controlables	104
4.1.4.- Matriz de Interacción	104
4.1.5.- Matriz FODA	108
4.2.- Objetivos, Estrategias y Planes de Acción del Plan de Marketing	110
4.2.1.- Objetivo N° 1	110
4.2.2.- Objetivo N° 2	112
4.2.3.- Objetivo N° 3	114
4.2.4.- Objetivo N° 4	116
4.3.- Resumen de Costos de Implementación del Plan de Marketing	119
4.4.- Facturación Estimada por Objetivo	119
4.5.- Identidad Corporativa	121
Capítulo V	126
Administración	126
5.1.- Lineamiento Estratégico	127
5.1.1.- Visión de Coffworking	128
5.1.2.- Misión de Coffworking	128
5.1.3.- Valores de Coffworking	128
5.2. Plan de Administración	128
5.2.1.- Análisis situacional - Matriz FODA	128
5.2.1.1.- Variables controlables	128
5.2.1.2.- Variables no controlables	130
5.2.1.3.- Listado plano	132

5.2.1.3.1.- Variables Controlables.....	132
5.2.1.3.2.- Variables No Controlables.....	133
5.2.1.4.- Matriz de interacción	134
5.2.1.5.- Matriz FODA	137
5.2.2.- Objetivos, Estrategias y Planes de Acción del Plan Administrativo	139
5.2.2.1.- Objetivo N° 1.....	139
5.2.2.2.- Objetivo N° 2.....	141
5.2.2.3.- Objetivo N° 3.....	142
5.2.2.4.- Objetivo N°4.....	144
5.2.3.- Resumen de Costos de Implementación del Plan Administrativo.....	146
5.3.- Estructura organizacional según Henry Mintzberg	146
5.3.1.- Tipos de estructura.....	147
5.3.2.- Partes fundamentales de una estructura	149
5.3.3.- Mecanismos de adaptación y control	150
5.3.4.- Organigrama.....	150
5.3.4.1.- Organigrama de Coffworking	151
5.3.5.- Layout.....	151
5.3.6.- Manual de funciones.....	153
5.3.7.- Manual de Procedimientos.....	159
5.3.8.- Fluxograma	163
5.3.8.1.- Fluxograma Procedimiento Atención al Cliente.....	164
5.3.8.2.- Fluxograma Procedimiento de Pago de Salario.....	165
5.3.8.3.- Fluxograma Procedimiento de Pago a proveedores.....	166
5.3.9.- Recursos humanos.....	166
5.3.9.1.-Reclutamiento	167
5.3.9.2.- Selección	167
5.3.9.3.- Contratación.....	167
5.3.9.4.- Capacitación.....	168
5.3.9.5.- Promoción.....	168
5.3.9.6.- Salarios y Cargas Sociales.....	168
5.4.- Análisis de la estructura de costos.....	169
5.5.- Plan de cuentas.....	171
CAPITULO VI.....	175
ASPECTO ECONÓMICO.....	175
6.1.- Producto Interno Bruto.....	176
6.1.1.- PIB - Panorama Mundial Actual.....	176
6.1.2.- PIB - Panorama Regional	177
6.1.3.- PIB - Panorama en Paraguay	177
6.2.- Superávit o déficit Fiscal.....	178
6.3.- Balanza comercial (importación/exportaciones).....	178
6.4.- Fluctuación del tipo de cambio.....	179

6.5.- Comportamiento de la reserva monetaria.....	179
6.6.- Inflación.....	179
6.7.- Visión General de la Industria.....	180
CAPÍTULO VII	183
PLAN FINANCIERO DE LA EMPRESA	183
7.1.- Inversiones y Financiamiento	184
7.1.- Cuadro de Inversiones y financiamiento	185
7.1.1.- Cuadro Resumen de inversiones en Activo Fijo	186
7.1.2.- Cuadro Resumen de los gastos de pre-inversión.....	187
7.2.- Cuadro de cronograma de inversiones.....	188
7.3.- Cuadro de depreciación	188
7.4.- Cuadro de Servicio de la Deuda	190
7.5.- Cuadro de RRHH.....	192
7.6.- Cuadro de Cronograma de Producción.....	193
7.7.- Cuadro de Ingresos por Ventas.....	195
7.8.- Cuadro de Egresos.....	196
7.8.- Cuadro de Punto de Equilibrio	197
7.9.- Cálculo de Capital de Trabajo.....	198
7.10.- Estado de Resultado Proyectado con financiamiento.....	199
7.11.- Estado de Resultado Proyectado sin financiamiento.....	200
7.12.- Flujo de Caja con financiamiento	201
7.13.- Flujo de Caja sin financiamiento.....	202
7.12.- Origen y Aplicación de Fondos Proyectado con financiamiento.....	203
7.13.- Origen y Aplicación de Fondos Proyectado sin financiamiento	204
7.14.- Balance Proyectado con financiamiento.....	205
7.15.- Balance Proyectado sin financiamiento	206
7.16.- Ratios Financieros	207
Conclusión	208

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de Tesis es un estudio de factibilidad técnica, económica y financiera de la instalación de un negocio de alquiler de espacios de trabajo más conocido como “co-working o co-trabajo”, salas de reuniones, conferencias y/o capacitaciones.

El concepto de co-working o co-trabajo hace referencia al espacio de trabajo compartido donde profesionales independientes, emprendedores, freelancers y pymes de diferentes sectores desarrollan sus proyectos profesionales, así como también fomentan las relaciones estables entre profesionales de diferentes sectores que pueden desembocar en nuevas relaciones cliente proveedor o en intercambios y colaboración de tipo horizontal entre los propios co-workers o co-trabajadores.

La empresa denominada COFFWORKING de Ma. Sol Brítez Gómez E.I.R.L. es más que un espacio de trabajo, es un lugar para crear, conectar, pertenecer, aprender y crecer. Cuenta con un espacio compartido con 40 estaciones de trabajo individuales, 2 oficinas privadas para 4 personas cada una, 3 salas de reuniones con capacidad para 8 personas cada una, con acceso a internet full, servicio de impresora/scanner y servicio de cafetería.

El objetivo principal es comprobar la factibilidad y viabilidad del negocio “**Coffworking**”, lo cual se realizó mediante el desarrollo de capítulos que conforman el presente proyecto de tesis; dichos capítulos giran en torno a temas como los aspectos jurídicos donde se detallan los pasos a seguir para constituir legalmente la sociedad y los costos de cada trámite.

Se desarrollaron otros temas como marketing e investigación de mercado, cuya finalidad es la de proporcionar información en lo relativo a gustos y preferencias de los usuarios, así como también recabar información para estimar el mercado potencial absoluto; la demanda global y la cuota o participación de mercado.

Otro aspecto estudiado fue el del Plan de Marketing, donde primeramente se estructuró un análisis situacional para establecer el entorno interno y externo de la empresa, expresado en sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, luego con la proposición de alternativas para reducir las debilidades y neutralizar las amenazas se busca definir los objetivos y los planes de acción a ser implementados.

Seguidamente se desarrolló el capítulo relativo a Administración en el cual se describió la estructura organizacional utilizando el enfoque de Henry Mintzberg; también se analizó la estructura de los puestos, se desarrolló el manual de funciones, así como el lineamiento estratégico determinando aspectos tales como visión, misión y la estrategia a ser utilizada según Ansoff.

Por último, los cuadros financieros nos indicaron los análisis y proyecciones financieras, así como la conveniencia o factibilidad de invertir o no en el proyecto denominado “**Coffworking.**”

Queremos destacar que las informaciones para responder a los puntos mencionados se han extraído de un trabajo de campo y de fuentes secundarias, aplicando las mismas al plan de negocio.