

**Ciencias Contables y Administrativas**

**JO´ARI S.A.**

**Alumnas**

**Karina Bordas Techera**

**Sabrina Fratta Jiménez**

**Asunción – Paraguay**

**2017**

## ÍNDICE

Agradecimientos .....	3
Dedicatoria .....	4
Introducción a la Idea del Proyecto .....	10
CAPITULO I JURÍDICO .....	11
1.1 Introducción a la idea del Proyecto. ....	12
1.1.1 Descripción de la Empresa y Servicios ofrecidos .....	12
1.2 Requerimientos Jurídicos. ....	13
1.2.1 Nombre o Razón Social. ....	13
1.2.1.1 Justificación del Nombre .....	13
1.2.2 Tipo de Sociedad. ....	13
1.2.2.1 Razón de la elección del tipo de sociedad. ....	13
1.2.3 Requisitos para la Apertura de Sociedad Anónima .....	14
1.2.3.1 Redacción del Estatuto Social, la Escritura de Constitución y el Aporte de Capital.....	15
1.2.3.2 Inscripción en los Registros públicos e inscripción en la matrícula del comerciante.....	20
1.2.3.3 Inscripción en el Registro Único del Contribuyente (RUC).....	23
1.2.3.4 Rubricación de Libros Contables o Formularios Continuos / Hojas. ....	25
1.2.3.5 Apertura en la Municipalidad de Asunción. ....	28
1.2.3.6 Inscripción en el Instituto de Previsión Social. ....	31
1.2.3.7 Inscripción en el Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social. ....	34
1.2.3.8 Solicitud de Inscripción de Registro de Propiedad Intelectual de Marcas del Ministerio de Industria y Comercio .....	39
1.2.3.9 Registro de Prestadores de Servicios – REPSE .....	43
1.2.3.10 Calendario de Obligaciones de la Empresa .....	45
1.3 Localización .....	47
1.3.1 Método de los factores ponderados .....	47
1.3.1.1 Método de los factores ponderados .....	48
CAPITULO II INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	50
2.1 Investigación de la marca JO`ARI .....	52
2.1.1 Matriz FODA para la Investigación de Marketing .....	54
2.1.2 Variables .....	55
2.1.3 Objetivo General .....	55
2.1.4 Objetivos específicos .....	55
2.2 Objetivos y Requerimientos .....	56
2.2.1 Objetivos Cognitivos. ....	56
2.2.2 Objetivos Afectivos .....	57
2.2.3 Objetivos Comportamentales .....	59
2.2.4 Objetivos Sociodemográficos .....	60
2.3 Diseño de la Investigación y Fuente de Datos .....	61
2.3.1 Investigación Concluyente .....	61
2.3.5.2 Determinar el tamaño de la muestra .....	82
2.3.5.3 Muestreo .....	84
2.3.5.4 Selección de un procedimiento de muestreo .....	85

2.4	Análisis de Datos .....	86
2.5	Conclusiones .....	107
CAPITULO III PLAN DE MARKETNG .....		108
4.1	Análisis de la Macro-segmentación .....	109
4.1.1	Mercado de referencia .....	109
4.1.2	Estructura del Mercado de referencia .....	111
4.1.3	Estructura del mercado de referencia para JO´ARI S.A .....	112
Tabla 3-1: Mercado de referencia. ....		112
4.2	Visión .....	113
4.3	Misión .....	113
4.4	Análisis de la Micro-segmentación .....	114
4.6	Análisis de la Segmentación .....	117
4.6.1	Tamaño de Segmentos .....	118
4.7	Mensurabilidad .....	120
4.7.1	Análisis del Segmento.....	120
4.7.1.1	Análisis de Respuesta Cognitiva .....	120
4.7.1.2	Análisis de Respuesta Afectiva .....	121
4.7.1.3	Análisis de Respuesta Comportamental .....	122
4.8	Análisis de la Demanda .....	123
4.8.1	Análisis de la Demanda Global .....	124
4.8.1.1	Inversión Promedio por Hogar .....	124
4.8.1.2	Demanda Global .....	125
4.8.1.3	Mercado Potencial .....	126
4.8.1.4	Cuota de Mercado .....	127
4.8.1.5	Presupuesto de mercado .....	128
4.8.1.6	Estructura de la Demanda Global .....	129
4.9	Plan de Marketing .....	130
4.9.1	Análisis Situacional .....	130
4.9.1.1	Variables Controlables .....	131
4.9.1.2	Variables no controlables .....	140
4.9.2	Listado Plano – FODA .....	143
4.9.2.1	Matriz de Interacción .....	145
4.9.3	Análisis FODA .....	147
4.9.4	Objetivos del Plan de Marketing .....	149
4.9.4.1	Objetivo 1 .....	149
4.9.4.2	Objetivo 2 .....	151
4.9.4.3	Objetivo 3 .....	153
4.9.4.4	Objetivo 4 .....	155
4.9.5	Resumen del Presupuesto General del Plan de Marketing .....	157
3.10	Identidad Corporativa .....	158
3.10.1	Logo .....	158
CAPITULO IV ADMINISTRACION .....		164
4.1	Lineamiento Estratégico .....	165
4.1.1	Visión .....	165

4.1.2 Misión .....	165
4.1.3 Análisis de la estructura competitiva del sector (Porter) .....	165
4.1.3.1 Las cinco fuerzas de Porter .....	167
4.1.3.2 Análisis de las fuerzas de Porter .....	168
4.1.4 Evaluación de la estrategia de la Matriz de Ansoff .....	172
4.2 Plan de Administración.....	176
4.2.1 Análisis Situacional – Matriz FODA .....	176
4.2.1.1 Variables Controlables .....	178
4.2.1.2 Variables No Controlables .....	182
4.2.2 Listado Plano – FODA .....	185
4.2.3 Matriz de Interacción .....	186
4.2.4 Análisis FODA .....	188
4.2.4.1 Objetivos del Plan de Administración .....	189
4.2.4.2 Objetivo 1 .....	189
4.2.4.3 Objetivo 2 .....	191
4.2.4.4 Objetivo 3 .....	192
4.2.5 Presupuesto del Plan de Administración .....	193
4.3 Estructura Organizacional .....	194
4.3.1 Organigrama .....	194
4.3.1.1 Partes Funcionales de Jo´ari S.A. de acuerdo al criterio de Henry Mintzberg...200	
4.3.1.2 Organigrama Jo´ari .....	202
4.3.2 Layout .....	203
4.3.3 Manual de Procedimientos y Funciones .....	204
4.3.3.1 Manual de Funciones .....	206
4.3.3.2 Manual de Procedimientos .....	212
4.3.4 Fluxograma .....	215
4.3.4.1 Simbología de los fluxogramas .....	216
4.3.5 Recursos Humanos .....	220
4.4 Análisis de Estructura de Costos .....	221
4.5 Plan de Cuentas .....	222
CAPITULO V ECONÓMICO .....	226
5.1 Producto Interno Bruto .....	227
5.1.1 Paraguay y América Latina .....	228
5.2 Balanza Comercial (Importación / Exportación).....	231
5.2.1 Balanza Comercial 2016 .....	231
5.2.2 Balanza Comercial 2017 .....	233
5.3 Fluctuación del Tipo de Cambio .....	235
5.4 Comportamiento de la Reserva Monetaria .....	246
5.5 Superávit o Déficit Fiscal .....	249
5.6 Inflación .....	252
5.8 Informe Entorno Económico .....	255
CAPITULO VI PLAN FINANCIERO .....	257
6.1 Cuadro 1 – Inversiones .....	258
6.1.1 Cuadro 1a – Inversión en Activo Fijo .....	259

6.1.2 Cuadro 1b – Gastos de Pre - Inversión .....	260
6.2 Cuadro 2 – Cronograma .....	261
6.3 Cuadro 3 – Depreciaciones y Amortizaciones .....	262
6.4 Cuadro 4 – Servicio de Deuda .....	263
6.5 Cuadro 5 – Mano de Obra .....	264
6.6 Cuadro 6 – Cronograma de Servicios .....	265
6.7 Cuadro 7 – Ventas .....	266
6.8 Cuadro 8 – Costos .....	267
6.9 Cuadro 9 – Punto de Equilibrio.....	268
6.10 Cuadro 10 – Capital de Trabajo .....	269
6.11 Cuadro 11 –Estado de Resultado con Financiamiento .....	270
6.12 Cuadro 12 – Estado de Resultado sin Financiamiento .....	271
6.13 Cuadro 13 – Flujo de Caja con Financiamiento .....	272
6.14 Cuadro 14 – Flujo de Caja sin Financiamiento .....	273
6.15 Cuadro 15 – Origen y Aplicación de Fondos con Financiamiento .....	274
6.16 Cuadro 16 – Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento .....	275
6.17 Cuadro 17 – Balance con Financiamiento .....	276
6.18 Cuadro 18 – Balance sin Financiamiento .....	277
6.19 Cuadro 19 – Indicadores Financieros .....	278
INFORME FINAL .....	279
Conclusión y Recomendaciones .....	280
ANEXO .....	281

## **INTRODUCCIÓN**

Jo'ari S.A. es un espacio de trabajo compartido, más conocido en el mercado como coworking, un formato de espacios de trabajo para inspirar, conectar e impulsar proyectos, más que alquiler es formar parte de una red de profesionales y espacios que generan sinergia, noción de colaboración, nuevas ideas y oportunidades.

Jo'ari ofrece un sitio personal a los emprendedores que están iniciando sus propios proyectos y precisen de un lugar económicamente accesible, dinámico, donde puedan surgir sus mejores ideas y las puedan llevar a cabo, buscamos crear un área donde independientemente a la diversidad de profesiones exista un intercambio de ideas y crecimiento colectivo.

Por todo lo expuesto y muchos motivos más, consideramos esta idea de negocio no solamente viable a nivel de crecimiento colectivo y como apoyo al creciente emprendedurismo a nivel regional, sino también como un proyecto financieramente viable del que a continuación se expresan los resultados de los estudios necesarios para la determinación de este aspecto.