

Ingeniería Comercial

COWOCAFÉ S.R.L

Coworking S.R.L.

Ruth Alejandra Belén Benítez Fernández

Asunción – Paraguay

2019

ÍNDICE

Índice.....	III
Índice de Tablas.....	X
Índice de Imágenes.....	XIII
Índice de Gráficos.....	XIV
Dedicatoria.....	XV
Agradecimientos.....	XVI
Introducción a la Idea del Proyecto	XVII
1 Jurídico.....	2
1.1 Requerimientos Jurídicos de acuerdo al tipo de Sociedad a constituirse.	2
1.1.1 Nombre o razón social.....	2
1.1.2 Tipo de Sociedad.....	2
1.1.2.1 Otros tipos de sociedades:	3
1.1.3 Constitución Jurídica.....	4
1.1.4 Escritura de Constitución	4
1.1.5 Depósito de Garantía en un banco oficial	7
1.1.6 Inscripciones Registro Público de Comercio.	8
1.1.7 Inscripción en el Registro Público de Personas Jurídicas y Asociaciones.....	9
1.1.8 Personas y Estructuras Jurídicas y de Beneficiarios Finales.....	10
1.1.9 Compra y Rúbrica de libros contables	13
1.1.9.1 Libros Obligatorios de una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).....	14
1.1.10 Inscripción en la dirección de apoyo del ministerio de hacienda (R.U.C.).....	15
1.1.11 Apertura en la Municipalidad de Asunción (Patentes).....	16
1.1.12 Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social	19
1.1.13 Registro en el Instituto de Previsión Social (IPS).....	20
1.1.14 Dirección de propiedad intelectual (Registro de Marcas).....	21
1.1.15 Resumen de Costos de Trámites Jurídicos.....	23
1.2 Métodos de los Factores Ponderados.....	24
1.2.1 Macro Localización.....	24
1.2.2 Micro Localización	25
2 Investigación de Mercados	27
2.1 Objetivo general de investigación	27
2.1.1 Objetivo General	27
2.2 Objetivos y Requerimientos	27
2.3 Tipos de Investigación.....	30
2.3.1 Investigación Exploratoria	30
2.3.2 Investigación Concluyente	31
2.3.2.1 Diseño descriptivo	31
2.4 Procedimiento de recolección de datos.....	32
2.4.1 Diseño de recolección de datos.....	33
2.4.2 Cuestionario:	39
2.5 Determinación el plan y el tamaño de la muestra	42
2.6 Paso 5. Seleccionar la muestra	45
2.7 Codificación y Tabulación.....	46

2.8 Análisis de Datos	47
2.8.1 Análisis Descriptivo	47
2.9 Conclusión – Informe	62
2.10 Costo de la Investigación de mercado	63
3 Lineamiento Estratégico	65
3.1 Análisis de la Macrosegmentación	65
3.1.1 Mercado de Referencia	65
3.2 Análisis de la Macrosegmentación	67
3.2.1 Análisis de la implementación	67
3.2.2 Ciclo de vida del producto o servicio	67
3.3 Análisis de la Demanda	68
3.3.1 Cálculo de la Demanda Global	68
3.3.2 Cálculo del Mercado Potencial Absoluto	69
3.3.3 Cuota de Mercado	69
3.4 Análisis de las cinco fuerzas de Porter	71
3.5 Evaluación de la Estrategia de la Matriz de Ansoff	76
3.6 Posicionamiento	77
3.7 Atributos de diferenciación	77
4 Plan de Marketing	80
4.1 Análisis Situacional	80
4.1.1 Variables controlables	80
4.1.1.1 Producto	80
4.1.1.2 Precio	82
4.1.1.3 Promoción	83
4.1.1.4 Plaza/Distribución	84
4.1.1.5 Evidencia física	85
4.1.1.6 Personal Interno	86
4.1.1.7 Procesos Internos	86
4.2 Variables no Controlables	87
4.2.1 Competencia	87
4.2.2 Consumidores	89
4.2.3 Entorno	89
4.3 Listado Plano	90
4.4 Matriz de Interacción	92
4.5 Análisis FODA	94
4.6 Objetivos del Plan de Marketing	96
4.6.1 Objetivo 1	96
4.6.1.1 Estrategias	96
4.6.1.2 Medios de comunicación	97
4.6.1.3 Políticas	97
4.6.1.4 Reglas	97
4.6.1.5 Recursos materiales	97
4.6.1.6 Recursos financieros	97
4.6.1.7 Recursos humanos	98
4.6.1.8 Resumen de presupuesto para el objetivo N° 1	98

4.6.2	Objetivo 2.....	99
4.6.2.1	Estrategia	99
4.6.2.2	Política.....	99
4.6.2.3	Reglas	99
4.6.2.4	Recursos materiales.....	99
4.6.2.5	Recursos Financieros.....	99
4.6.2.6	Recursos humanos.....	100
4.6.2.7	Plan de Acción.....	100
4.6.3	Objetivo 3.....	100
4.6.3.1	Estrategias.....	100
4.6.3.2	Política.....	101
4.6.3.3	Reglas	101
4.6.3.4	Recursos materiales.....	101
4.6.3.5	Recursos financieros.....	102
4.6.3.6	Plan de acción.....	102
4.7	Cuadro de Resumen de Inversión para cada Objetivo.....	103
4.8	Proyección estimada de facturación	103
4.9	Identidad Corporativa	103
4.9.1	El logo de <i>CowoCafé S.R.L.</i>	103
4.9.2	Resumen de Costos de Identidad Corporativa	107
5	Administración	109
5.1	Lineamiento estratégico.....	109
5.1.1	Visión	109
5.1.2	Misión.....	109
5.2	Plan de Administración	109
5.2.1	Análisis Situacional – Matriz FODA	109
5.2.2	Objetivos.....	116
5.2.2.1	Objetivo 1	116
5.2.2.2	Objetivo 2	117
5.2.2.3	Objetivo 3	118
5.2.2.4	Costo total de Plan de Administración	118
5.2.2.5	Proyección del Costo Total del Plan de Administración.....	119
5.3	Estructura Organizacional.....	119
5.3.1	Organigrama.....	122
5.3.2	Layout.....	123
5.3.3	Manual de Funciones	124
5.3.4	Manual de Procedimientos.....	130
5.3.5	Fluxogramas.....	132
5.3.6	Recursos humanos.....	135
5.3.6.1	Proceso de selección del personal.	135
5.3.6.2	Código Laboral – Trabajo:	135
5.4	Localización de la empresa u organización.....	137
5.5	Activos Fijos.....	138
5.6	Análisis de Estructura de Costos.....	141
5.7	Plan de Cuentas.....	141

5.8 Protocolo Sanitario Covid-19	147
6 Aspecto Económico.	149
6.1 Producto Interno Bruto (PIB).....	149
6.2 Balanza Comercial (Importación/Exportación).....	149
6.3 Fluctuación del Tipo de Cambio.....	150
6.4 Comportamiento de la reversa monetaria	151
6.5 Déficit fiscal.....	152
6.6 Inflación.....	154
7 Aspecto Financiero.....	157
7.1 Cuadro 1: Inversiones.....	157
7.2 Cuadro 2: Cronograma de Inversión y Financiamiento.....	159
7.3 Cuadro 3: Depreciaciones y Amortizaciones.....	160
7.4 Cuadro 4: Servicio de Deuda	162
7.5 Cuadro 5: Mano de Obra	163
7.6 Cuadro 6: Cronograma de Producción y Ventas.....	165
7.7 Cuadro 7: Ingresos por Ventas.....	166
7.8 Cuadro 8: Costos Totales.....	166
7.9 Cuadro 9: Punto de Equilibrio.....	168
7.10 Cuadro 10: Capital de Trabajo.....	168
7.11 Cuadro 11: Estado de Resultado con Financiamiento.....	170
7.12 Cuadro 12: Estado de Resultado sin Financiamiento.....	171
7.13 Cuadro 13: Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento	172
7.14 Cuadro 14: Flujo de Caja Proyectados sin Financiamiento.....	174
7.15 Cuadro 15: Origen y Aplicación de Fondos con Financiación.....	175
7.16 Cuadro 16: Origen y Aplicación de Fondos sin Financiamiento	176
7.17 Cuadro 17: Balance Proyectado con Financiamiento.....	176
7.18 Cuadro 18: Balance Proyectado sin Financiamiento.....	178
7.19 Cuadro 19: Ratios Financieros.....	178
Conclusión	180
Recomendaciones.....	181
Bibliografía	182
ANEXOS.....	184

INTRODUCCIÓN

La idea de negocio es una ocasión inigualable para desarrollar todos los conocimientos adquiridos a lo largo de la vida universitaria.

El ser humano cambia en su forma de comprender el entorno, en la manera de pensar. A lo largo del tiempo se atraviesan procesos de adaptación más rápidos o lentos que, fruto de la meditación o de la propia supervivencia y presión del entorno, hacen que sea necesario dar con alternativas que permitan continuar con el desarrollo de una manera mejor que la anterior satisfaciendo y cubriendo las necesidades que surgen a lo largo de este proceso de cambio.

Se entiende que el trabajo y su forma de organización, también serán concebidos de manera diferente como parte de ese entorno al que pertenecen. Es desde esa visión queremos proponer la visión del *coworking* en una nueva y moderna etapa en la que se ha organizado socialmente el trabajo.

Este modelo de negocio surgió en Estados Unidos aproximadamente en el 2007 ante la necesidad de arrendar un lugar de trabajo, que en ese entonces era poco accesible materialmente para una persona. En la actualidad el término *coworking* es una metodología de trabajo establecida, si bien esta no asegura el éxito de quienes pertenecen a ella, si les asegura ciertas ventajas, tanto en desarrollo personal, como también en la reducción de costos por arrendamiento de un lugar de trabajo.

Es importante mencionar que en las principales ciudades de Estados Unidos y de Europa la han adquirido como estrategia de trabajo. Por lo tanto, lo que nos proponemos es idear un plan de negocio para el desarrollo de un *Coworking* en la ciudad de Asunción; teniendo en cuenta la estructura y base de estudio que comprende el desarrollo de un plan de negocios.

Nuestras oficinas *Coworking* ofrecen todas las comunidades necesarias para que puedan desarrollar el trabajo, además ofrecen la oportunidad de interactuar con el resto de las personas, lo que proporciona la ocasión de compartir ideas y opiniones. Las oficinas cuentan con una sala común, en la que se encuentran los distintos puestos de trabajo, una sala de reuniones, una sala de descanso, baños y una pequeña cafetería dentro del predio.