

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>CAPÍTULO I .....</b>	<b>1</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Antecedentes .....	1
1.2. Justificación del proyecto.....	3
1.2.1. Económica.....	3
1.2.2. Social.....	3
1.2.3. Técnica.....	3
1.2.4. Personal.....	3
1.3. Objetivos del proyecto .....	4
1.3.1. Objetivo general.....	4
1.3.2. Objetivos específicos .....	4
1.4. Alcances .....	5
1.4.1. Alcance geográfico .....	5
1.4.2. Alcance temporal .....	5
1.4.3. Alcance de contenido.....	5
1.5. Fundamentación .....	5
1.6. Metodología de la investigación .....	6
1.6.1. Estudio de mercado.....	6
1.6.2. Estudio técnico.....	6
1.6.3. Estudio económico.....	7
1.6.4. Impacto ambiental.....	7
1.6.5. Enfoque metodológico .....	7
1.6.6. Recolección de información .....	7

<b>CAPÍTULO II.....</b>	<b>8</b>
<b>2. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>8</b>
2.1. Proyecto de inversión .....	8
2.2. Emprendedores.....	8
2.3. Trabajo en equipo.....	8
2.4. Freelancer .....	9
2.5. Coworking.....	9
2.6. Modelo de negocio .....	10
2.7. Propuesta de valor .....	10
2.8. Investigación de mercado.....	10
2.8.1. Recopilación de datos .....	11
2.8.2. Segmentación de mercado .....	11
2.9. Estrategia.....	11
2.9.1. Estrategia de diferenciación.....	12
2.9.2. Estrategias de marketing .....	12
2.9.3. Penetración de mercado .....	12
2.9.4. Estrategia de posicionamiento .....	12
2.10. Innovación.....	13
2.10.1. Innovación interna .....	13
2.11. Estructura organizacional.....	14
2.12. Comunicación organizacional .....	14
2.13. Plan de marketing.....	15
2.14. Valor actual neto .....	15
2.15. Tasa interna de retorno.....	15
2.16. Periodo de recuperación de la inversión .....	15

2.17. Riesgo corporativo .....	16
2.18. Análisis de sensibilidad .....	16
2.19. Análisis de escenarios .....	16

**CAPÍTULO III .....** **17**

**3. ESTUDIO DE MERCADO .....** **17**

3.1. Definición y objetivos del servicio.....	17
3.1.1. Descripción del servicio.....	17
3.1.2. Usos del servicio .....	17
3.1.3. Servicios sustitutos.....	17
3.1.4. Objetivos del servicio .....	18
3.2. Análisis de la demanda.....	18
3.2.1. Descripción geográfica del mercado.....	18
3.2.2. Análisis de la demanda .....	21
3.2.3. Obtención de resultados .....	21
3.2.4. Análisis de datos .....	55
3.2.5. Proyección de la demanda .....	57
3.3. Análisis de la oferta.....	57
3.3.1. Análisis de la competencia.....	58
3.3.2. Proyección de la oferta.....	61
3.4. Análisis ambiental .....	61
3.4.1. Macroentorno.....	61
3.5. Balance de oferta y demanda .....	66
3.5.1. Mercado meta.....	67
3.6. Análisis de precios .....	67

3.6.1.	Variación y proyección de precios.....	67
3.7.	Análisis de la comercialización.....	68
3.7.1.	Estrategias comerciales.....	68
3.7.2.	Publicidad .....	68

## **CAPITULO IV ..... 69**

### **4. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO..... 69**

4.1.	Tamaño del proyecto.....	69
4.1.1.	Factores del tamaño .....	69
4.1.2.	Tamaño proyectado.....	70
4.2.	Localización del proyecto .....	76
4.2.1.	Macro-localización .....	78
4.2.2.	Micro-localización .....	81
4.3.	Conclusión de la localización.....	83

## **CAPÍTULO V ..... 85**

### **5. ESTRATEGIA Y MERCADOTECNIA..... 85**

5.1.	Introducción .....	85
5.2.	Objetivos del área.....	85
5.3.	Dirección estratégica.....	85
5.3.1.	Misión .....	85
5.3.2.	Visión.....	86
5.3.3.	Valores .....	86
5.4.	Análisis ambiental y competitivo.....	86
5.4.1.	Micro entorno.....	86

5.4.2.	Cadena de valor.....	88
5.5.	Formulación de la estrategia .....	90
5.5.1.	Estrategia genérica.....	90
5.5.2.	Estrategias de crecimiento .....	91
5.6.	Plan de mercadotecnia.....	92
5.6.1.	Objetivos de marketing .....	92
5.6.2.	Análisis FODA.....	92
5.6.3.	Mercado meta.....	94
5.7.	Mezcla de mercadotecnia .....	95
5.7.1.	Producto – Servicio.....	95
5.7.2.	Precio .....	97
5.7.3.	Plaza o distribución.....	98
5.7.4.	Promoción .....	99

## **CAPÍTULO VI .....** 105

### **6. INGENIERÍA DEL PROYECTO .....** 105

6.1.	Descripción del servicio .....	105
6.2.	Descripción del proceso de servucción .....	105
6.2.1.	Diagrama de flujo .....	106
6.2.2.	Programa de servucción.....	108
6.3.	Distribución en planta (lay out interno) .....	109
6.4.	Distribución en planta (lay out externo).....	110
6.5.	Requerimientos para las estaciones de trabajo .....	110
6.5.1.	Muebles y enseres .....	111
6.5.2.	Equipamiento de cocina.....	112

6.5.3.	Utilería .....	112
6.5.4.	Equipos de computación .....	113
6.5.5.	Equipos en general .....	113
6.5.6.	Decoración .....	114
6.5.7.	Material de oficina .....	114
6.5.8.	Mano de obra indirecta .....	115
6.5.9.	Limpieza y seguridad .....	115
6.5.10.	Mantenimiento .....	116

**CAPÍTULO VII .....** 117

**7. ORGANIZACIÓN.....** 117

7.1. Organización jurídica .....

7.1.1. Tipo de organización..... 117

7.1.2. Sociedad de Responsabilidad Limitada .....

7.2. Organización administrativa .....

7.2.1. Departamentalización .....

7.2.2. Organigrama estructural..... 119

7.2.3. Recursos humanos .....

7.2.4. Análisis de los puestos .....

**CAPÍTULO VIII.....** 125

**8. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO.....** 125

8.1. Inversiones .....

8.1.1. Componentes de la inversión fija..... 125

8.1.2. Componentes de la inversión diferida..... 130

6.5.3.	Utilería .....	112
6.5.4.	Equipos de computación .....	113
6.5.5.	Equipos en general .....	113
6.5.6.	Decoración .....	114
6.5.7.	Material de oficina .....	114
6.5.8.	Mano de obra indirecta .....	115
6.5.9.	Limpieza y seguridad .....	115
6.5.10.	Mantenimiento .....	116

## **CAPÍTULO VII..... 117**

### **7. ORGANIZACIÓN..... 117**

7.1.	Organización jurídica .....	117
7.1.1.	Tipo de organización.....	117
7.1.2.	Sociedad de Responsabilidad Limitada .....	117
7.2.	Organización administrativa .....	119
7.2.1.	Departamentalización .....	119
7.2.2.	Organigrama estructural.....	119
7.2.3.	Recursos humanos .....	121
7.2.4.	Análisis de los puestos .....	123

## **CAPÍTULO VIII..... 125**

### **8. INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO..... 125**

8.1.	Inversiones .....	125
8.1.1.	Componentes de la inversión fija.....	125
8.1.2.	Componentes de la inversión diferida.....	130

8.1.3.	Capital de operaciones .....	132
8.1.4.	Inversiones de remplazo .....	136
8.1.5.	Cronograma y estructura de inversiones.....	137
8.2.	Financiamiento con aporte propio.....	139
<b>CAPÍTULO IX .....</b>		<b>140</b>
<b>9.</b>	<b>INGRESOS Y EGRESOS .....</b>	<b>140</b>
9.1.	Costos del servicio .....	140
9.1.1.	Clasificación de costos según su variabilidad.....	140
9.2.	Ingresos de We Work.....	146
9.2.1.	Determinación del precio de venta .....	146
9.2.2.	Ingresos proyectados.....	149
<b>CAPÍTULO X.....</b>		<b>153</b>
<b>10.</b>	<b>ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS .....</b>	<b>153</b>
10.1.	Balance general .....	153
10.2.	Estado de resultados .....	154
10.2.1.	Estado de resultados proyectado.....	154
<b>CAPÍTULO XI .....</b>		<b>156</b>
<b>11.</b>	<b>EVALUACIÓN ECONÓMICA.....</b>	<b>156</b>
11.1.	Evaluación económica.....	156
11.1.1.	Flujos de caja proyectados .....	156
11.2.	Indicadores .....	158
11.2.1.	Valor actual neto.....	158



11.2.2. Tasa interna de retorno.....	160
11.2.3. Periodo de recuperación del capital .....	160
11.2.4. Relación beneficio / costo.....	161
11.2.5. Punto de equilibrio.....	161
11.2.6. Comparación de escenarios de We Work .....	162
11.3. Análisis de sensibilidad.....	163

**CAPITULO XII..... 167**

**12. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 167**

12.1. Conclusiones .....

12.2. Recomendaciones.....

**Referencias bibliográficas..... 169**