

UNIVERSIDAD ESAN



**PLAN DE NEGOCIOS PARA ALQUILER DE ESPACIO DE TRABAJO
COLABORATIVO-"COWORKING" EN MIRAFLORES**

**Tesis presentada en satisfacción parcial de los requerimientos para obtener el
grado de Magíster
por:**

**Edith Cano Gabriel
César Calero Rojas
Danny Palacios Huerta**

Programa de la Maestría en Tiempo Parcial Weekends 01

Lima, 09 de Noviembre del 2016

Maestría en:	Maestría en Administración de Negocios
Título de la tesis:	Plan de Negocios para Alquiler de Espacio de Trabajo Colaborativo- "Coworking" en Miraflores”.
Autor(es):	Cano Gabriel Edith Calero Rojas César Palacios Huerta Danny

RESUMEN EJECUTIVO

La presente tesis describe la problemática actual del alquiler de oficinas para empresas en los distritos top de Lima, la cual afronta una disminución del precio de alquiler por m² debido a la alta oferta del mercado y al contexto de débil crecimiento económico, por el cual los arrendatarios buscan espacios cada vez más pequeños para alquiler, frente a ello y como una nueva alternativa inmobiliaria se describe de forma detallada la implementación de un negocio de Coworking, basado en la idea de no sólo brindar espacios ergonómicos con todas las comodidades a precios accesibles, sino de potenciar nuestro servicio en base a tres pilares: promover el networking entre los usuarios, contar con una ubicación estratégica y dar un buen servicio de post venta.

Para reforzar el presente plan de negocios se hizo un estudio de mercado al target compuesto por profesionales independientes y microempresarios dedicados a brindar servicios profesionales los cuales según fuentes del INEI crecen a un ritmo promedio de 7% anual, para ello se encuestó a 108 entrevistados de los cuales eran 81 profesionales independientes y 27 microempresarios en base a los datos recopilados de esta encuesta se dimensiona la demanda, se mide el grado de aceptación del servicio la que está por encima del 74%, la capacidad de pago de nuestro target la cual es superior a 1000 soles mensuales por módulos de coworking, también identificamos desde el punto de vista de los encuestados cuales eran las principales ventajas más valoradas de un coworking, entre otros aspectos.

Seguidamente se diseña el plan estratégico con la visión de ser una empresa líder en gestión de Networking con la misión de gestionar adecuadamente la diversidad profesional, entre los objetivos estratégicos más importantes son: mantener ventanas superiores a 400 mil soles

anuales, con ocupación mayor al 60%, siendo la empresa N° 1 en networking, entre otros aspectos.

En base a las principales conclusiones del estudio de mercado y nuestra estrategia de servicio diseñamos el servicio a implementar, teniendo como premisa un espacio de calidad, confortable, ergonómico, que de la sensación de estar trabajando en una oficina corporativa de primer nivel y que posibilite sinergia y networking entre los diferentes usuarios; en tal sentido se ofrecerá: oficina completamente equipada, secretaria, personal de vigilancia y limpieza, pagos de arbitrios y servicios, además de licencias municipales todo ello por alquilar un espacio de coworking; en el inmueble rentado para el negocio de coworking, distribuiremos en 4 ambientes para rentar los módulos de coworking, según los tipos de planes (Premium, Silver, Conecta y Office), además de ello se contará con 2 salas de reuniones, Kitchenette.

El plan de marketing para el negocio de coworking es de vital importancia por ello se desarrollará en 3 etapas: pre lanzamiento, lanzamiento y postventa, donde en la etapa de pre lanzamiento habrá toda una promoción de la marca y del coworking, ello principalmente en revistas, charlas magistrales y la web, en la etapa de lanzamiento se ahondará todo lo hecho en la etapa de pre lanzamiento pero se reforzará con el telemarketing y promociones especiales, reforzando aún la campaña en Adwords y facebook; para la post venta se hará encuestas de satisfacción al cliente.

El plan de Operaciones comprende desde la etapa pre operativa la cual está comprendida por la implementación de todo el ambiente rentado para el coworking el cual dura alrededor de 2 meses, asimismo en la etapa operativa se contará con personal permanente de soporte (secretaria) en horario de oficina, pudiendo los coworkers trabajar 24 horas, asimismo la administración y organización del coworking, estará compuesto de 3 personas.

El análisis Financiero muestra una inversión inicial de S/. 197,140.0 la cual será financiada 100% con aporte de los accionistas, donde el costo de capital de los accionistas es 13.7%, donde obtenemos un negocio altamente rentable con un TIR de 44% y un Van de S/. 247,419.0 para un periodo de 5 años, destacando además que en todos los análisis de escenarios obtenemos un van positivo.

Por lo expuesto en las siguientes páginas mostraremos todo el detalle de la implementación de un negocio Coworking que servirá como una alternativa inmobiliaria ante la sobreoferta de alquiler de oficinas de gran tamaño y la necesidad de los Profesionales Independientes y Microempresas de contar con un espacio óptimo que los haga más eficientes.