



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS
COMERCIALES

TEMA

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COWORKING PARA EMPRENDEDORES

Tutor

MAE. EDWIN HUMBERTO LARA FIALLOS

Autores

LENCY MICHELLE AURIA ASPIAZU

KAREN LORENA LLERENA ASPIAZU

Guayaquil, 2017

FICHA DE REGISTRO	
TITULO Y SUBTITULO: Plan de negocio para la creación de una empresa coworking para emprendedores	
AUTORAS: Lency Michelle Auria Aspiazu Karen Lorena Llerena Aspiazu	REVISORES: Edwin Humberto Lara Fiallos
INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	FACULTAD: Administración
CARRERA: Ingeniería Comercial	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N. DE PAGS: 117
ÁREAS TEMÁTICAS: Ciencias sociales, ciencias económicas, negocios, marketing, estrategias comerciales, recursos humanos, finanzas.	
PALABRAS CLAVE: Formación de administradores, educación comercial, administración, planificación, planificación estratégica, organización, dirección, gestión, estructura de mercado, oferta y demanda, pequeña empresa, consumidor, estudio de mercado, inversión, financiación, marketing, sector terciario, coworking.	
<p>RESUMEN: Para una gran cantidad de profesionales independientes de distintas áreas académicas, emprendedores o microempresarios les surge la necesidad de encontrar un lugar o espacio con lo indispensable donde puedan ejecutar su trabajo con horarios flexibles. En respuesta a ello, surge una nueva tendencia o forma de trabajo llamado Coworking, que consiste en compartir un espacio físico con uno o más personas para el desarrollo de su negocio o idea, a su vez intercambiando conocimiento o alianzas con los miembros de dicha comunidad.</p> <p>Siendo el trabajo de investigación encaminado al conocimiento de un negocio de servicios se han conjugado en la observación de campo tanto parámetros cualitativos como cuantitativos que abrieron un marco referencial para la factibilidad de la propuesta de la implementación de un coworking para la ciudad de Guayaquil. Las proyecciones del coworking son altamente redituables ya que al ser un tipo de negocio incipiente en el país abre caminos para un mercado grande, diverso y atrayente por la diversidad de servicios a la que se presta el coworking lo que lo convierte en altamente competitivo y con un futuro muy prometedor, así lo demuestra los índices financieros de la propuesta.</p>	
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	

ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: Lency Michelle Auria Aspiazu Karen Lorena Llerena Aspiazu	Teléfono: 0958720859 0990146788	E-mail: michelleauria24@gmail.com karen_llerena@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MGS. Darwin Ordoñez Iturralde, DECANO Teléfono: 2596500 EXT. 201 E-mail: dordonezy@ulvr.edu.ec MAE Oscar Machado Álvarez, DIRECTOR DE CARRERA Teléfono: 2596500 EXT. 203 E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec	

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las egresadas LENCY MICHELLE AURIA ASPIAZU y KAREN LORENA LLERENA ASPIAZU, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar un PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COWORKING PARA EMPRENDEDORES.

Autoras:

LENCY MICHELLE AURIA ASPIAZU

C.I. 0950104158

KAREN LORENA LLERENA ASPIAZU

C.I. 0926766775

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COWORKING PARA EMPRENDEDORES, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COWORKING PARA EMPRENDEDORES”, presentado por las estudiantes LENCY MICHELLE AURIA ASPIAZU y KAREN LORENA LLERENA ASPIAZU como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de Ingenieras Comerciales, encontrándose apto para su sustentación.

Firma:

Edwin Humberto Lara Fiallos

C.I. 1802874451

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: 1. Avance 3 de agosto.docx (D30010979)
Submitted: 2017-08-07 17:26:00
Submitted By: elaraf@ulvr.edu.ec
Significance: 7 %

Sources included in the report:

TESIS FINAL (CPA) VÁSQUEZ JUMBO VERONICA Y MARTÍNEZ CASTRO MARIA JOSE.docx (D21819627)
1495420431_328__182-direccion-de-marketing-philip-kotler.pdf (D28532202)
STEFANY FERNANDA TERAN JARAMILLO_TESIS.docx (D29503537)
Tesis final.docx (D11442342)
<http://coworkingspain.es/magazine/el-perfil-del-coworker>
<https://madridcoworking.wordpress.com/2013/10/02/que-es-un-coworker/>
<http://repositorio.uchile.cl/browse?type=author&value=Pallar%C3%A9s,%20Mar%C3%ADa%20Eugenia>
https://www.researchgate.net/profile/Carolina_Avalos/publication/289078253_Mixed_Methods_Introduccion_Part_1/links/5688e07008ae051f9af72cc6.pdf?origin=publication_detail
<http://www.esencialblog.es/es/la-mejor-definicion-de-lo-que-es-un-emprendedor/>
<http://ecosistemaurbano.org/urbanismo/coworking-red-territorios/>
<http://maestrofinanciero.com/networking-definicion/>
<https://www.emprendices.co/5-definiciones-de-emprendedores-quienes-son/>
<https://www.gestiopolis.com/indicadores-de-gestion-que-son-y-por-que-usarlos/>
<http://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html>
<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/140873>
<http://conceptodefinition.de/emprendedor/>
<http://conceptodefinition.de/freelance/>
<http://www.creocenegocios.com/estructura-y-modelo-de-un-plan-de-negocios/>
<http://www.deskmag.com/en/the-most-popular-online-tools-to-manage-a-coworking-space-937/2>
<https://contadoroontado.com/2014/10/21/metodos-de-coste-y-costeo/>
<http://workplace.social/most-recent-survey-research-shows-that-the-social-side-of-coworking-spaces-is-a-key-reason-people-are-members-steve-king-emergent-research/>
<http://www.blog.invernadero.ec/innovacion-sostenible/>
<https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/10/03/analisis-estrategico-de-la-empresa/>
<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:FXNJEIiNyQJ:repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15709+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
<http://www.qsoftmexico.com/blog/indicadores-y-el-desempeno-de-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
<http://blogs.funiber.org/blog-proyectos/2014/01/08/analisis-evaluacion-financiera-de-proyectos-de-inversion-la-aplicacion-de-van-tir-y-trk>
http://www.eldiario.es/turing/coworking-ventajas-desventajas_0_208929234.html
https://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_cooperativo
<http://www.invernadero.ec/>

Instances where selected sources appear:

67

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser quien me da fortaleza, sabiduría y por permitirme culminar una etapa más en mi vida; a mis padres por ser mi apoyo en todo momento y a mi tutor quien nos orientó en este proceso.

Lency Michelle Auria Aspiazu

Me permito agradecer a todos, que sin duda mostraron su ayuda en la elaboración de esta tesis.

A nuestro tutor MAE. Edwin Humberto Lara Fiallos por su paciencia, apoyo en toda esta etapa.

A mi amiga Michelle por su colaboración, en la culminación de esta tesis, por confiar y haber mostrado su ayuda siempre.

Gracias a todos.

Karen Lorena Llerena Aspiazu

DEDICATORIA

De manera muy especial va dedicado a mis padres y hermanos José, Danna y Alejandra que siempre me han apoyado y motivado para cumplir con esta meta.

A mis abuelitos del cielo y de la tierra.

Lency Michelle Auria Aspiazu

A mi hijo Boris, mi amor eterno este logro es para ti, te mereces lo mejor, te amo con mi corazón.

A mis padres, por haberme inculcado siempre los valores y estar pendiente de mí, por sus consejos, y más que nada a ti mami querida por brindarme tu apoyo en todo momento.

A mis hermanas por su cariño y palabras de aliento. A mi sobrino, que con su pureza sepa recorrer este camino, y que pueda cumplir sus sueños.

De manera especial a Don Bolívar, por mostrarme su apoyo en todo momento siempre estaré agradecida, lo quiero mucho.

Karen Lorena Llerena Aspiazu

ÍNDICE GENERAL

FICHA DE REGISTRO	I
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES.....	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	IV
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Formulación del problema	5
1.4 Sistematización del problema.	5
1.5 Objetivos de la investigación.	5
1.5.1 Objetivo general.....	5
1.5.2 Objetivos específicos	5
1.6 Justificación de la investigación.....	6
1.7 Delimitación de la investigación.....	9
1.8 Limitaciones de la investigación.....	9
1.9 Idea a defender	10
CAPÍTULO II	11
MARCO TEÓRICO.....	11
2.1 Reseña Histórica del Coworking.....	11
2.2 Análisis del Sector Coworking en el Ecuador.....	12
2.3 Antecedentes de la investigación	13
2.4 Fundamentación teórica	18
2.4.1 Plan de negocios.....	18
2.4.2 Estructura de planes de negocios	19

2.4.3	Estudio o análisis de factibilidad.....	19
2.4.4	Planeación estratégica	21
2.4.5	Herramientas de análisis estratégico	21
2.4.6	Estudio de mercado	23
2.4.7	Métodos de medición o estimación de mercado	24
2.4.8	Evaluación financiera de proyectos.....	24
2.4.9	Métodos de costeo.....	25
2.4.10	Indicadores de gestión o de negocios	26
2.4.11	Alcances de la investigación	29
2.4.12	Enfoques de investigación.....	30
2.5	Marco conceptual.....	31
2.5.1	Coworking.....	31
2.5.2	Coworkers	31
2.5.3	Emprendedor	31
2.5.4	Freelance	32
2.5.5	Networking.....	32
2.5.6	Plan financiero	32
2.5.7	Creación de una empresa	32
CAPÍTULO III.....		33
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....		33
3.1	Alcance de la investigación.....	33
3.2.	Métodos de recolección de datos	34
3.3.	Enfoques de la investigación.....	34
3.4.	Herramientas de investigación	34
3.5.	Determinación de población y muestra.....	36
3.6.	Análisis de los resultados	39
3.6.1.	Resultados de la encuesta a clientes potenciales	39
3.6.2.	Resultados de la entrevista a director de centro de emprendimiento	52
3.6.3.	Análisis de los resultados de las encuestas y entrevista	54
CAPÍTULO IV.....		56
Plan de negocio		56
4.1.	Título de la Propuesta.....	56
4.2.	Descripción de la Propuesta	56
4.3.	Esquema de un plan de negocios	56

4.4.	Estudio de Mercado.....	57
4.4.1.	Análisis de la Demanda.....	57
4.4.2.	Análisis de la Oferta.....	60
4.4.3.	Cuantificación de la Oferta-Demanda de los servicios.	62
4.5.	Análisis estratégico	63
4.6.	Planteamiento de estrategias	67
4.7.	Plan de Marketing	70
4.8.	Plan Organizacional	75
4.9.	Plan Operativo.....	77
4.10.	Plan Económico - Financiero	80
	Inversión total	80
a)	Inversión Fija	81
	Presupuesto de ingreso.....	84
b)	Capital de operación.....	85
	Presupuestos de Gastos	91
c)	Financiamiento.....	92
	Análisis financiero	94
a)	Estados financieros.....	94
	Evaluación integral del proyecto.....	95
a)	Valor Actual Neto (VAN).....	95
b)	Tasa interna de retorno (TIR).....	96
c)	Recuperación de Capital	96
	CONCLUSIONES.....	97
	RECOMENDACIONES.....	98
	Bibliografía	99
	ANEXOS	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Contraste de países con TEA más alta	3
Tabla 2. Antecedentes de la Investigación	17
Tabla 3. Estructura de un plan de negocios.....	19
Tabla 4. Número de habitantes en la ciudad de Guayaquil	37
Tabla 5. Grupos de emprendedores según edad.....	37
Tabla 6. Indicador de escolaridad en la ciudad de Guayaquil.....	38
Tabla 7. Género.....	40
Tabla 8. Rango de Edad	40
Tabla 9. Nivel de Estudios	41
Tabla 10. Áreas de Carrera profesional.....	42
Tabla 11. Definición de Coworking.....	43
Tabla 12. Lugar de Trabajo.....	44
Tabla 13. Necesidades de los emprendedores.....	45
Tabla 14. Necesidades de los espacios de coworking	46
Tabla 15. Requerimientos de la comunidad de coworkers.....	47
Tabla 16. Requerimiento de áreas.....	48
Tabla 17. Frecuencia de uso de espacio	49
Tabla 18. Número de miembros.....	49
Tabla 19. Disponibilidad a pagar por mes	50
Tabla 20. Disponibilidad a pagar por hora.....	51
Tabla 21. Demanda Histórica de Guayaquil según edad e índice de escolaridad	57
Tabla 22. Demanda Potencial	58
Tabla 23. Pronósticos de la Demanda Futura del servicio	59
Tabla 24. Demanda Futura.....	59
Tabla 25. Oferta de zonas Coworking en Guayaquil, 2017	60
Tabla 26. Oferta Histórica de Puestos de Trabajo bajo el contexto Coworking	61
Tabla 27. Pronósticos de la Oferta Futura del servicio	61
Tabla 28. Oferta Futura.....	62
Tabla 29. Balance Demanda y Oferta de estos servicios	63
Tabla 30. Análisis DAFO o FODA.....	64
Tabla 31. Servicios de Espacios de Coworking	66
Tabla 32. Tabla de valoración para la dimensión atractivo del mercado	68
Tabla 33. Tabla de valoración para la dimensión posición competitiva	68
Tabla 34. Precio del Servicio	73
Tabla 35. Empeño Coworking vs. Competencia.....	73
Tabla 36. Medios Publicitarios	75
Tabla 37. Distribución de espacios	78
Tabla 38. Equipos y Mobiliario de Oficina.....	79
Tabla 39. Equipos para Áreas Cafetería y Casilleros.....	79
Tabla 40. Resumen de Inversiones.....	80
Tabla 41. Inversión Fija	81

Tabla 42. Equipos y accesorios (Primera Parte)	82
Tabla 43. Equipos y accesorios (Segunda Parte)	83
Tabla 44. Otros Activos	83
Tabla 45. Proyección de Ingresos Anuales por Servicios	85
Tabla 46. Capital de Operación.....	86
Tabla 47. Proyección Anual de Insumos Básicos	86
Tabla 48. Insumos y Suministros Básicos.....	87
Tabla 49. Presupuesto Anual de Sueldos y Salarios Directos	87
Tabla 50. Proyección Anual de Sueldos y Salarios Directos	87
Tabla 51. Incremento en Sueldos Años, 2014 - 2017	88
Tabla 52. Gastos Operativos	89
Tabla 53. Presupuesto de Gastos Administrativos	90
Tabla 54. Gastos de Marketing	91
Tabla 55. Presupuesto de gastos.....	92
Tabla 56. Gastos Financieros	92
Tabla 57. Amortización del Préstamo	93
Tabla 58. Costo de Capital Promedio Ponderado	94
Tabla 59. Flujo de Caja	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Comparativo de la TEA en la región	2
Figura 2. Enfoques del análisis de factibilidad	20
Figura 3. Pasos en la planeación estratégica	21
Figura 4. Herramientas del análisis estratégico.....	22
Figura 5. Entorno de la empresa	23
Figura 6. Costos según grado de variabilidad	25
Figura 7. Alcances de la investigación.....	29
Figura 8. Mapa sobre Recolección de información.....	36
Figura 9. Género	40
Figura 10. Rango de Edad.....	41
Figura 11. Nivel de Estudios.....	42
Figura 12. Carrera profesional	42
Figura 13. Definición de Coworking	43
Figura 14. Lugar de Trabajo.....	44
Figura 15. Necesidades de los emprendedores.....	45
Figura 16. Necesidades de los espacios de coworking.....	46
Figura 17. Requerimientos de la comunidad de coworkers	47
Figura 18. Requerimiento de áreas.....	48
Figura 19. Frecuencia de uso de espacio.....	49
Figura 20. Número de miembros.....	50
Figura 21. Disponibilidad a pagar por mes	51
Figura 22. Disponibilidad a pagar por hora.....	51
Figura 23. Esquema de Plan de Negocios	56
Figura 24. Ubicaciones de zonas de coworking.....	60
Figura 25. Matriz de Ansoff.....	68
Figura 26. Matriz de Atractivo del Mercado.....	69
Figura 27. Logotipo.....	72
Figura 28. Eslogan	72
Figura 29. Venta Directa.....	74
Figura 30. Redes Sociales	74
Figura 31. Estructura organizacional de Emprende Coworking S.A.	76
Figura 32. Ubicación de la empresa.....	78

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta servicio	103
Anexo 2. Formato de cuestionario de preguntas a expertos de área de emprendimiento.....	107
Anexo 3. Proveedor de Diseño de Página Web.....	108
Anexo 4. Proveedor de Muebles de Oficina	108
Anexo 5. Proveedor de Equipos de Oficina	109
Anexo 6. Proveedor de Equipos de Cómputo	109
Anexo 7. Proveedor de Muebles para Área de Juegos	110
Anexo 8. Precio Referencial de alquiler de casa	110
Anexo 9. Plano Arquitectónico	111
Anexo 10. Local.....	112
Anexo 11. Impacto Coworking (Quito)	112
Anexo 12. Invernadero Coworking (Guayaquil).....	113
Anexo 13. Plataforma Coworking (Guayaquil)	113
Anexo 14. Tasa libre de riesgo (Bono del tesoro por 5 años) 2016-2017	114
Anexo 15. Beta del Sector.....	115
Anexo 16. Retorno esperado del mercado (Índice Dow Jones)	116
Anexo 17. Riesgo País	117

INTRODUCCIÓN

A lo largo de años, muchos profesionales al no contar con los recursos necesarios para montar su oficina o desarrollar su idea, optaron por trabajar desde casa. Por ende, algunos profesionales independientes de distintas áreas académicas, emprendedores o microempresarios les surge la necesidad de encontrar un lugar o espacio con lo indispensable donde puedan ejecutar su trabajo con horarios flexibles. En respuesta a ello, surge una nueva tendencia o forma de trabajo llamado Coworking, que consiste en compartir un espacio físico con uno o más personas para el desarrollo de su negocio o idea, a su vez intercambiando conocimiento o alianzas con los miembros de dicha comunidad.

En Ecuador, se identificó como oportunidad de negocio, el desarrollo de espacios de Coworking que surgen en el año 2014 en la ciudad de Quito, mientras que en la ciudad de Guayaquil al siguiente año. De ahí, esta nueva tendencia ha venido creciendo, contando actualmente con 10 empresas en el mercado. Por ende, la empresa Emprende Coworking S.A. con un porcentaje de aceptación del 80% de los potenciales usuarios, dentro del segmento de trabajadores independientes y emprendedores entrevistados, ofrecen un lugar o puesto de trabajo con los recursos básicos necesarios a un precio asequible, con un valor agregado como es el networking o creación de alianzas estratégicas, aportan el mayor valor para los miembros y buscan apoyar a los emprendedores.

La infraestructura del proyecto se encontrará ubicado en la zona norte de la ciudad de Guayaquil y contará con áreas requeridas por este tipo de servicios tales como: recepción, guardianía, sala de reuniones, servicios básicos, internet, servicio de copiado, impresiones y escáner, telefonía fija, además de contar con tecnologías de comunicación de última generación. Una de las ventajas de pertenecer una comunidad de coworkers es a la gama de profesionales con que estos cuentan desde diseñadores gráficos hasta ingenieros comerciales, quienes brindan apoyo para proyectos o consultorías.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

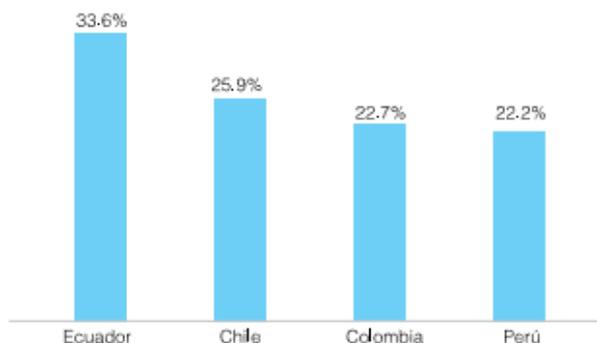
1.1 Tema

Plan de negocio para la creación de una empresa coworking para emprendedores.

1.2 Planteamiento del problema

Según un estudio realizado por la Espae – Espol para el Global Entrepreneurship Monitor – GEM Lasio , Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2016, (p. 27), en Ecuador para el año 2015 se obtuvo una tasa de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 33.6% sobre la región, tal como muestra la figura 1. Por lo que se estima que 1 de cada 3 adultos había ejecutado gestiones para establecer un negocio o tenía uno cuyo tiempo no superaba los 42 meses de actividad. Dichos negocios en su mayoría se dedican al comercio y generalmente están dirigidos al mercado doméstico, tanto para los negocios emprendidos recientemente (76%) como los ya establecidos (51%). El GEM identifica dos grandes motivaciones en los emprendedores: oportunidad y necesidad.

Figura 1. Comparativo de la TEA en la región



Fuente: GEM Ecuador 2015 Lasio , Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2016, (p. 27)

Se presenta en el mismo estudio, una evaluación del emprendimiento a través de las condiciones del micro y macro entorno, dando como resultado entre las fortalezas a: los programas de gobierno, normas sociales y culturales, educación y entrenamiento, capacidad para emprender. Mientras que entre las debilidades detallamos a: las políticas

de gobierno, apoyo financiero, contexto político e institucional, y legislación laboral (Lasio , Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2016,(p. 14).

Para el 2015, se presenta un 69% de la TEA corresponde a emprendimientos por oportunidad y un 31% por necesidad Lasio , Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2016, (p. 29) como se detalla en la tabla 1. El incremento del índice de emprendimiento por necesidad está directamente relacionado con el desempleo y el subempleo. Esto, porque en la categoría de necesidad se agrupa a quienes en sus respuestas están iniciando un negocio, que inclusive puede ser autoempleo y por no tener otras alternativas laborales.

Tabla 1. Contraste de países con TEA más alta

	TEA	TEA Oportunidad	TEA Necesidad	Índice motivacional
Ecuador	33.6%	68.8%	30.6%	1.1
Chile	25.9%	67.4%	25.3%	2.4
Colombia	22.7%	65.6%	33.3%	1.7
Perú	22.2%	72.9%	25.2%	2.1
Promedio Región	19.9%	68.2%	29.6%	1.9
Promedio Economías de Eficiencia	15.2%	69.5%	28.3%	2.0

Fuente: GEM Ecuador 2015 Lasio , Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2016,(p 29)

Debido a tales circunstancias aparecen nuevos emprendedores, quienes buscan que su idea cobre vida, las mismas que generan muchas interrogantes tales como ¿En qué lugar desarrollar el negocio?, ¿Qué materiales y equipos de oficina se necesitan?, ¿Dónde encuentro a los clientes potenciales?, entre otros. Para muchos freelance, o trabajadores independientes, también surgen dudas tales como: ¿Cuánto cobrar?, ¿Cómo voy a conseguir clientes?, ¿Puedo vivir de ello? Para tales motivos o dudas, aparece un nuevo concepto como es el de coworking o cotrabajo.

El problema de los freelance es que se aíslan de sus posibles contactos, ya que en la mayoría de los casos, ellos realizan su trabajo en casa, donde no se pueden compartir ideas con otras personas. Mientras que en los emprendedores, se internan en la disyuntiva de la inversión o no, buscando alternativas o estrategias para desarrollar su negocio.

Según King (2016), “hasta el 2016, el número de espacios coworking instalados son de 11.000 alrededor del mundo y que crecerá a un poco más de 26.000 con 38, 8 millones de miembros para el año 2020” (p. 1). Para el estudio de Emergent Research son cifras alentadoras porque la vida y los proyectos de gran parte de los emprendedores y freelancers se optimizan con la interacción en estos sitios; y, sumado a los números de la

revista Forbes para el 2020, donde el 40% de la fuerza laboral global estará conformado por este grupo; hacen una nueva alternativa para la crisis Parra, 2017, (p. 51-53)

Actualmente, existen empresas coworking en el Ecuador, específicamente en las ciudades de Quito y Guayaquil, que brindan servicios: de internet, espacio para desarrollar ideas, auditorios, war room, donde existen muchos beneficios pero en su gran mayoría estos espacios se alquilan o contratan por horas.

Siendo Guayaquil una de las urbes más importantes, con muchos profesionales y diversas ideas de emprendimiento, una empresa coworking puede presentar un alto potencial de negocios en su aplicación.

Esta metodología cuenta con ventajas tales como: reducción de costos, evitar el aislamiento que se puede tener trabajando desde casa en vez de compartir con otros emprendedores, crear nuevos contactos y nuevas asociaciones que pueden llevar a tener más clientes y crecimiento, como también, la figura o la carta de presentación que se podría tener ante los clientes.

Con respecto a las ventajas de crear nuevos contactos, conllevaría a ampliar el alcance de su networking (Red o zona de trabajo) y compartir recursos, ya que en muchas ocasiones, los emprendedores o trabajadores independientes, incluso las microempresas, están interesados en compartir su espacio con otra que le sea complementaria.

El coworking no solo es un sitio colaborativo, los especialistas ven este método de trabajo un inicio a los emprendimientos, sobre todo de personas que han perdido sus empleos y no desean entrar en la tediosa búsqueda, más aún cuando económicamente varios de los sectores productivos del país se encuentran en saldo rojo y lo que buscan es optimizar recursos, creando así una alternativa a la crisis.

Otra ventaja en este modelo es la posibilidad de crear el ambiente de trabajo que mejor le sienta a cada uno de acuerdo a su negocio y estilo, desarrollando una cultura que hable adecuadamente del nivel profesional del emprendedor, en otras palabras, puede elegir el entorno perfecto para el progreso de su negocio.

En resumen, se puede detallar la problemática principal de los emprendedores y freelancers:

- Altos costos por alquiler de oficinas de forma tradicional.
- Aislamiento con posibles contactos.
- Reducción de la red de networking limitando negociaciones o asociaciones oportunas.

- Falta de programas de crédito para el desarrollo de los emprendedores y freelancers.
- No contar con una buena imagen ante los clientes si se efectúan las actividades desde un lugar no convencional.

1.3 Formulación del problema

¿Cuál debe ser el modelo de negocio y las estrategias de mercado para promover una empresa destinada a la actividad del Coworking?

1.4 Sistematización del problema.

1. ¿Cuál es el potencial de mercado en cuanto a oferta y demanda que se puede presentar para una empresa que provea este tipo de servicios?
2. ¿Cuáles deben ser las estrategias de introducción y comunicación adecuadas para lograr el posicionamiento en el mercado de la propuesta?
3. ¿Qué características operacionales debe incluir la propuesta para lograr una adecuada cobertura y prestación de servicios?
4. ¿Cuáles serán los resultados financieros que genere el negocio a mediano plazo y en qué medida cubrirán las expectativas de inversión?

1.5 Objetivos de la investigación.

1.5.1 Objetivo general.

Diseñar un plan de negocio que permita la posible puesta en marcha de una empresa Coworking para emprendedores en la ciudad de Guayaquil y que incluya el planteamiento estratégico para lograr los objetivos establecidos.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Analizar el mercado, precisando los aspectos de oferta y demanda de este tipo de negocio.

2. Realizar un estudio estratégico que incluya el análisis y la propuesta de estrategias de negocio adecuadas al mercado local.
3. Establecer los aspectos técnicos, infraestructuras, equipos y recurso integral para la implementación de una empresa Coworking.
4. Realizar proyecciones de flujos a mediano plazo y aplicar indicadores de evaluación de inversiones.

1.6 Justificación de la investigación.

El nido de emprendedores abre puertas a la incorporación de profesionales especialmente en el área de servicios, determinan elementos de colectividad para un desarrollo más eficiente que puede ser conexas entre todos ellos, sobre todo tomando en cuenta que el pago de servicios como son: arriendo, energía eléctrica, servicios de internet pueden ser más rentables si se lo desarrolla en espacios compartidos por horas y utilizando los mismos equipos con lo cual, se pueden programar horas de trabajo con los mismos elementos.

Los beneficiados son los emprendedores que caminan bajo un mismo fin por ejemplo: una de las actividades que pueden ser más explotadas con el coworking son los desarrolladores de software, los cuales no solo pueden desarrollar sus programas en espacios compartidos sino agruparse con otros para generar mejores y mayores ideas ya que es un mismo mercado y un mismo servicio. Otro grupo beneficiado son los profesionales en contabilidad y finanzas, quienes entregan servicios a sus clientes también por horas o rubro ventas y los cuales necesitan trabajar a medio tiempo y con clientes diversos, necesitando tener pequeños espacios: una computadora portátil e internet para entregar servicios contables con los cuales no es necesario montar una oficina que genere muchos gastos para su operatividad, logrando de esta forma minimizar costos y maximizar utilidades.

Todos estos servicios y grupos profesionales adheridos al coworking tienen que enmarcarse dentro de lo que es una gestión de procesos cuya secuencia y actividades deben de ser parecidas, iguales o equivalentes y basadas en estos tipos de elementos: los materiales (servicios), las personas involucradas en el proceso (empleados, clientes, etc.); los activos (equipos o instalaciones) y espacio (computadora, generación eléctrica, etc.) que permite al coworking efectuar el proceso para todos los involucrados.

Usualmente, los procesos de coworking se gestionan para reducir los costos de generación del servicio, incrementar la calidad o satisfacción del cliente, esto bajo las metodologías de control de calidad total y mejoramiento continuo como los sistemas de operación esbelta (lean production systems). Otro de los elementos que justifican este servicio o proceso, es que las instalaciones (espacios compartidos) y los equipos que facilitan el proceso utilizan energía eléctrica, agua, internet, entre otros, en este sentido, el diseño y la construcción de espacios compartidos deben de buscar la eficiencia en el consumo de electricidad, agua y conservación de calor o temperatura en los casos de ambientes acondicionados.

La cultura organizacional, es otro de elementos importantes para el trabajo de equipo y estos deben de estar alineados de las preocupaciones individuales de los coworkers. La cultura organizacional justifica el sistema de valores, creencias, supuestos que definirán la manera en la cual los negocios de la empresa estén definidos de tal forma que se puedan identificar sus impactos, pero si hay desajustes entre la cultura organizacional, los valores personales de sus miembros y las cuestiones ambientales y sociales que son afectadas por la empresa, ésta difícilmente ejecutará un proyecto para gestionar dichos impactos, por ende la integración del concepto en el coworking debe tener una mirada introspectiva a los sistemas de valores y creencias organizacionales en el sistema.

En el reporte de emprendimiento GEM Ecuador 2015, se presenta un cuadro comparativo de diferentes indicadores de actividad emprendedora de nuestro país versus otros países de la región, en el mismo se puede apreciar que si bien Ecuador presenta la primera posición en cuanto a emprendimientos nacientes (25.9 puntos), por otro lado posee uno de los puntajes más altos en el cierre de negocios que lo ubica en el puesto 8 a nivel mundial, esto sin duda responde a varios factores de diferentes índoles. (Ver tabla No. 2)

Tabla 2. Actividad emprendedora y percepciones en las economías del GEM 2015

AMERICA LATINA & EL CARIBE										
País	Emprendimientos nacientes		Emprendimientos nuevos		Tasa de actividad emprendedora temprana (TEA)		Negocios establecidos		Cierre de negocios	
	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje
Argentina	10	11.7	17E	6.3	13E	17.7	18	9.5	16	6.3
Barbados	1	11.5	8	10.7	10E	21.0	9	14.1	25E	3.8
Brasil	27	6.7	3	14.9	10E	21.0	4	18.9	12E	6.7
Chile	6E	16.5	11E	9.8	6	25.9	21	8.2	7	8.5
Colombia	9	15.6	16	7.5	8	22.7	41E	5.2	10E	7.2
Ecuador	1	25.9	11E	9.8	2	33.6	7	17.4	8	8.3
Guatemala	12E	10.8	15	7.6	13E	17.7	22	8.1	24	4.0
México	8	16.2	24	5.0	10E	21.0	30	6.9	15	6.4
Panamá	38	5.2	14	7.7	24E	12.8	49E	4.2	46E	2.2
Perú	5	17.8	25E	4.9	9	22.2	31	6.6	6	8.8
Puerto Rico	28	6.6	57E	1.9	40	8.5	60	1.4	60	0.9
Uruguay	14	10.6	32E	3.8	18	14.3	59	2.1	20	4.7
Total		12.9		7.5		19.9		8.5		5.7

Fuente: GEM Ecuador 2015 Lasio , Caicedo, Ordeñana, & Izquierdo, 2016,(p. 29)

*“E” Representa empate

Otra de las justificaciones de este proyecto es aportar a la disminución de este volumen de cierre de negocios, presentando la oportunidad de mejorar las redes de negocios y la profesionalización de los mismos.

Nuestra investigación va orientada al desarrollo del plan de negocios de una nueva empresa coworking para emprendedores en la ciudad de Guayaquil, brindando la información necesaria de los servicios que brindará la empresa, explicando de manera detallada, sencilla y fácil de entender los beneficios que adquiere un emprendedor utilizando este nuevo modelo de negocios que está tomando mucho campo y fuerza en el país, enfocado a satisfacer las necesidades del emprendedor y a incentivar a los mismos a integrarse a esta nueva metodología.

Resumiendo, se justifica el estudio por los siguientes puntos:

- Crecimiento de mercado coworking en el país debido al alto número de profesionales y microempresarios.
- Fácil acceso al mercado para nueva empresa y poca competencia actual en la ciudad de Guayaquil.
- Nueva alternativa para el desarrollo de ideas y nuevos proyectos para emprendedores o microempresarios integrando una nueva cultura organizacional.

- Favorecer alianzas estratégicas y ampliación de la red de contactos de los emprendedores
- Reducción de costos en cuanto a montaje de nueva oficina
- Optimización de recursos de acuerdo al tipo de servicio a brindar.

1.7 Delimitación de la investigación

- **Campo:** Proyecto de negocios
- **Área:** Servicios, emprendimiento.
- **Aspecto:** Estudios Económicos – Financieros, análisis de factibilidad
- **Tema:** Plan de Negocio para la creación de una empresa coworking para emprendedores.
- **Delimitación Geográfica:** Ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas.
- **Delimitación del Recurso Humano:** La colectividad de prestadores de servicios intelectuales y profesionales, tales como: publicistas, asesores en marketing, asesores informáticos, asesores contables y financieros, entre otros.
- **Tiempo de desarrollo:** El tiempo de desarrollo de la investigación tiene una duración de siete meses, iniciando en Enero del 2017 hasta Agosto del 2017.

1.8 Limitaciones de la investigación

Al ser un estudio independiente, el presente trabajo de investigación presenta las siguientes indicaciones:

1. No presenta limitaciones en cuanto a la autorización de información por parte de alguna empresa.
2. Se pueden presentar limitaciones en cuanto a la disponibilidad bibliográfica de datos.
3. Al no ser un estudio de alto alcance (nivel nacional), no se incurriría en mayores gastos, como movilización, encuestas para estudios de mercado nacionales, etc.
4. Se aplicará herramientas online de investigación para disminuir los gastos de la realización del proyecto

1.9 Idea a defender

La aplicación de una propuesta de empresa para coworking, estructurada, planificada, proyectada y evaluada que presente estrategias de mercado adecuadas al entorno que conllevará al cumplimiento de los objetivos de negocio planteados.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Reseña Histórica del Coworking

Según Arsten Foertsch y Rémy Cagno Foertsch & Cagno, (2013) expresan que el “coworking” no es un término nuevo, por lo cual realizan una breve cronología de la historia del coworking, que se desglosa a continuación:

* En 1628, en los primeros libros se hace referencia al poder del “coworking” en lo concerniente al trabajo colaborativo entre Dios y sus colaboradores, pero es a finales del siglo XX se hace la concepción de espacio de trabajo compartido.

* En el año 1995, se crea C-base, uno de los primeros hacklabs (laboratorio hacker) o hackerspace (espacio de hacker) en la ciudad de Berlín con 17 miembros, que sería el predecesor de éstos espacios compartidos, dichos laboratorios tenían la finalidad del trabajo en comunidad bajo la línea de la ciencia, nuevas tecnologías y el mundo digital, a su vez que ofrecía un espacio para que las miembros se relacionen y colaboren en diferentes proyectos. Actualmente, en la página web de C-base presenta que cuenta con 550 miembros.

* En 1999, el término “coworking” ya se plasmó por Bernie DeKoven, quién concibió el vocablo para referirse el trabajo colaborativo a través de computadoras, facilitando así reuniones de trabajo y negocios. En Nueva York, para el mismo año se creó el primer espacio de coworking, denominado “42 West 24”, quién al principio estaba dirigido para empresas de software, se posicionó rápidamente por su propuesta innovadora. Hoy por hoy, la empresa sigue ofreciendo sus servicios cuenta con 32 mesas de trabajo y aún tiene su oficina compartida el fundador de la empresa.

* En 2002, el principal espacio compartido en Viena se denominó “Schraubenfabrik” (Fábrica de tornillos), el cual fue considerado como el primer centro comunitario para los emprendedores. El mercado fue ampliado por más empresas como “Hutfabrik” (Fábrica de Sombreros debido a que en la edificación anteriormente se dedicaba a la fabricación de dichos artículos) y “Rochuspark” (Parque Rochus), dichas empresas trabajan bajo el networking de Comunidades Konnex.

* El 9 de agosto del 2005, Brad Neuberg abrió el primer espacio oficial de coworking en la ciudad de San Francisco llamado “Spiral Muse”, empresa sin fines de lucro que ofrecía por 2 días, 5 a 8 estaciones de trabajo; almuerzos en grupo, zona Wi-Fi gratuito,

masajes, salas de meditación y paseos en bicicleta, pero la empresa cerró sus puertas al siguiente año. En Londres, se creó la empresa “Hub”, que actualmente es una red de 40 espacios de coworking en 5 continentes, siendo la más importante en la actualidad.

* En 2006, la empresa “Hat Factory” abrió el primer espacio coworking de tiempo completo, siendo cofundadores Brad Neuberg, Criss Messina y Tara Hunt, siendo uno de los 30 empresas de este tipo alrededor del mundo para dicha fecha.

* En 2007, fue el despegue de esta tendencia en la base de dato de buscadores como Google y en medio de comunicación de Estados Unidos. En Filadelfia, la empresa “Indyhall”, instauró un espacio de coworking, creando primero la colectividad ya que no contaba con los recursos económicos inicialmente, estando dispuesto a comprar membresías anticipadas alrededor de 30 personas. En agosto se dio una conferencia denominada “9to5” en Berlín, creando tres empresas de este tipo en dicha ciudad después.

* En 2009 se publicó el primer libro sobre coworking llamado “*I’m Outta here! How coworking is making the office obsolete*” (¡Me voy de aquí! Cómo coworking está haciendo la oficina obsoleta) se publicó. En marzo del mismo año, fue fundada la empresa “Betahaus”, que es uno de los principales espacios compartidos en Alemania.

* En 2010, se llevó a cabo la primera conferencia de coworking en Bruselas y la comunidad de coworkers celebró su primer “Coworking Day”. (p. 1-2)

2.2 Análisis del Sector Coworking en el Ecuador

En el Ecuador, estos espacios van creciendo con precios más cómodos que los que representarían un arriendo normal, por ejemplo: el coworker por lo general no tiene los recursos para contratar una oficina permanente, servicios de abogacía o de diseño gráfico para su logo; entonces, los espacios de coworking son una opción. Arévalo, 2016, (pág. 5)

Muestra de ello es la empresa Impaqto, que cuenta con tres años en el mercado de servicios coworking en la ciudad de Quito, sus creadores indicaron que no querían formar parte de la crisis y vieron en esta metodología una oportunidad de negocios, analizando el mercado ecuatoriano y dándose cuenta que, al mismo, le faltaba un lugar no solo para contar sus ideas sino fracasos para aprender de ellos y así aconsejar a futuros emprendedores. Indicando que no solo cuentan con puestos de trabajo para alquilar por hora, día, mes o paquete de horas, sino además brindan asesorías y talleres ya que cuentan con salas de reuniones para este tipo de eventos. A su vez, buscan cambiar la mentalidad

de las personas, ya que no se trata de hacer gastos innecesarios sino realizando buenas investigaciones de mercado e Impacto nace para buscar personas que quieran fomentar un cambio positivo en la sociedad y en el ambiente. Peralvo, 2017, (p. 52)

También en Quito, bajo el lema “Más que una nueva forma de trabajo, un nuevo estilo de vida” se maneja Working Up, una empresa dedicada a brindar este tipo de servicios, creado por cuatro jóvenes para apoyar el desarrollo de proyectos y favorecerlos con un único espacio de trabajo, donde se cuenta con todos los servicios de una oficina sin las responsabilidades que aquello implica. Además de asesorías empresariales para minimizar los riesgos. Con servicios de incubación para emprendedores y así la idea no quede en idea sino en un negocio rentable y sostenible. Entre sus beneficios están que mejoran la creatividad por sus espacios innovadores y crear alianzas estratégicas. Pérez, Navarrete, Arízaga, & Vásquez, 2017, (p. 52)

La ciudad de Guayaquil cuenta también con un espacio que brinda este tipo de servicios como lo es la empresa Invernadero, bajo el lema “Tu espacio, tu comunidad”, lo que pretende es crear es un capitalismo consciente y la innovación sostenible. Tomando decisiones en base a lo que es más rentable, lo hacemos en base a lo que es sostenible a largo plazo. Nos enfocamos en la sostenibilidad porque el entorno que rodea a las empresas es demasiado complejo, primero fuera de nuestro negocio para encontrar las mejores oportunidades de resolver problemas sociales trascendentales; y, luego, analizamos nuestras ventajas competitivas, recursos y aliados potenciales para maximizar nuestro impacto social. Vemos las relaciones entre distintos actores como oportunidades de crear valor compartido, promoviendo sociedades entre aliados que posean competencias complementarias. Ledergerber, 2016, (p. 1-2)

2.3 Antecedentes de la investigación

Las referencias de trabajos anteriores forman parte sustancial para el conocimiento del tema a investigarse, ya que ponen a la palestra experiencias de otros trabajos investigados y que analizan desde el punto de vista técnico y académico, las características de los negocios coworking y su impacto en la economía.

En la totalidad de los trabajos expuestos se determinaron conclusiones y rentabilidades en este tipo de negocios, tanto desde el punto de vista de mercado como desde el ámbito financiero. Sin embargo para tomar en consideración un entorno más amplio del tema, los antecedentes referenciales no solo han sido tratados con temas referentes a estudios

de factibilidad, sino también con estudios de Gestión Empresarial, donde se han tocado todos los temas inherentes a la modalidad de trabajos profesionales en espacios compartidos.

Entre los trabajos referenciales investigados se han encontrado proyectos locales e internacionales, el volumen de estudios previos a nivel local es bajo ya que no es una tendencia masiva en nuestro país la idea de espacios compartidos para trabajo, pero por motivos de investigación se han tomado referencias de otros países, con el fin de anticipar tendencias. Se resumen los siguientes puntos como parte de los trabajos previos:

1. El proyecto presentado a la Unidad de Postgrado de Economía y Negocios de la Universidad de Chile sobre un plan de negocios para espacios de Coworking “CoSpace”, Ceravolo & Zirit, (2016) se basa en brindar espacios de trabajo acondicionados para la mejora de proyectos y alianzas estratégicas, acompañado de asesoría y coaching personalizado para cada miembro de la comunidad. El reporte financiero proyectado a 5 años arroja un VAN positivo de \$85,931.39 y un TIR de 29%, con una inversión inicial de \$106,140.00. Por dichos resultados, se da por factible el proyecto. En el estudio no se especifica el enfoque o tipo de investigación, pero por lo leído y observado se trata de una investigación documental y de campo, así mismo, con enfoques cuantitativo y cualitativo.
2. En la Universidad Austral de Chile se desarrolló un plan de negocios para un Coworking en la ciudad de Puerto Montt, Álvarez Hernández, (2013), el enfoque utilizado para el proyecto es cualitativo y cuantitativo, recopilando información mediante encuestas e información de estudios de entidades gubernamentales, además del estudio de mercado respectivo, un análisis económico y financiero del proyecto, donde en bases a cálculos realizados, proyectados a 5 años, da como VAN un monto de \$59'415,852 con un TIR de 504%, haciendo viable el proyecto.
3. El trabajo “Proyecto de Coworking y Networking para fomentar las relaciones comerciales internacionales de los artesanos peninsulares” desarrollado en la Universidad de Guayaquil, Mosquera Vaca, (2016) analiza la problemática de la baja incursión en el mercado internacional de los artesanos, planteando que se realicen acuerdos comerciales a través del coworking y networking para así incrementar el desarrollo económico del sector mediante un modelo de innovación social. El enfoque de la investigación es mixto, de tipo documental, descriptivo y proyectivo.

4. La investigación “Espacios de coworking en red para la regeneración del territorio”, Besson, (2016) trata de la creación de una red de espacios coworking en Francia, los cuales serían 200 puestos, para reducir los desplazamientos de la población y las emisiones de CO₂, como también aumentar la calidad de vida de las personas. Este proyecto de sostenibilidad llamado Coworking Pyrénées (Cowopy), que inició en el 2015, cuenta con el apoyo de cuatro socios franco-españoles que se centra más allá de la problemática medioambiental sino en su capacidad de innovación y las oportunidades de cooperación transfronterizas mediante el desarrollo de coworking en sectores urbanos como rurales. La metodología aplicada no es especificada en la investigación, asumiendo un enfoque cualitativo-cuantitativo de acuerdo a lo ya expuesto.
5. En la Universidad de Guayaquil se desarrolló el proyecto “Estudio de factibilidad para construir un edificio de modalidad coworking en la ciudad de Guayaquil”, Zambrano Santana, (2016) donde se realizó un estudio de mercado, factibilidad económica y financiera para la cimentación del bien inmueble. El enfoque de investigación es cuantitativa realizada mediante encuestas al mercado objetivo. De acuerdo al análisis financiero, el VAN del proyecto es de \$88,627.63 con una TIR de 22,77%, la inversión da un total de \$631,305.00; por tanto, el proyecto es viable.
6. El Proyecto “Espacio de Talleres Compartidos” presentado en la Universidad de Palermo, Acosta Vargas, (2013) efectuó un estudio de mercado y sobre cómo esta tendencia (coworking) ha cambiado el consumo compartido y colaborativo en la capital de Buenos Aires; para así hacer un análisis y aplicación a los talleres de diseño pero adaptado a un espacio de coworking. La metodología de este estudio es netamente cualitativo, recopilando información de conceptos y estudios ya establecidos sobre tendencias globales y análisis de la ciudad.
7. En la Escuela Politécnica Nacional se desarrolló un proyecto denominado “Propuesta de mejora y automatización en BPM de los procesos del espacio de Coworking-Q del Distrito Metropolitano de Quito”, Cadena Echeverría, (2016) trata de contribuir a agilizar los procesos para incrementar el número de emprendimientos y nuevas empresas de base tecnológica que acuden a dicha zona. El proyecto está basado en la metodología de Gestión de Procesos para las etapas de ideación, incubación y acompañamiento a emprendedores.
8. En el proyecto “Oportunidad de Inserción de un modelo de arriendo de oficinas en Concepción: El caso de oficinas compartidas”, Matamala Astete, (2014)

desarrollado en la Universidad de Chile evalúa la oportunidad y rentabilidad de un espacio coworking en dicha ciudad, bajo un estudio de mercado, un análisis técnico, económico y financiero para su implementación. No especifica la metodología utilizada, pero se asume de acuerdo a lo leído tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo; de tipo documental y campo. Los resultados proyectados indican un préstamo bancario por \$20,000.00, a partir del segundo y tercer año tendrían utilidades aproximadamente por \$20,000.00 con un horizonte de negocio a 5 años, dando por viable el proyecto.

9. En la Escuela Superior Politécnica del Litoral (Postgrado) se desarrolló un proyecto "Plan de Negocios: Networking Zone", Cárdenas Sáenz & Seminario Benalcázar, (2016) que trata del alquiler de espacios de trabajo amoblados y equipados para emprendedores y profesionales, para lo cual se realizó un análisis del mercado, estudios técnico, económico y financieros, los mismos que estiman un VAN de \$125.590, un TIR de 29,95% y una utilidad para el segundo año de funcionamiento, generando la factibilidad del proyecto. El enfoque del proyecto fue cualitativo, porque utilizó la observación de documentos e información de entidades públicas sobre espacios coworking; y, cuantitativo, por las proyecciones estadísticas y el análisis financiero realizado.
10. El proyecto "Plan de Negocio WORKIN – Red de espacios Coworking" de la Universidad Argentina de la Empresa – EDDE, Emprou,(2015) consistía en crear una red de espacios coworking en el norte de la Zona Euro con sede en Luxemburgo, en la cual se procedió a realizar una investigación de mercado y su contexto político, plan de marketing, plan de operaciones y recursos; y, plan financiero. En los escenarios financieros muestran un VAN de 75.000 euros, un TIR de 8,5%, una inversión de 227.397 euros recuperable al cuarto año de operaciones con un horizonte de 10 años del proyecto, haciendo factible el proyecto. El enfoque de la investigación es cualitativa-cuantitativa.
11. En la Corporación Universitaria Minuto de Dios de Colombia se presentó un proyecto "Creación y Puesta en marcha de un espacio Coworking en la ciudad de Girardot", Aya Bernal, Díaz Herran, & Zamudio Berrio, (2015) que realizó una descripción general del entorno, la metodología a utilizar, estudio de mercado y plan de marketing, estudio técnico - operativo; estudio legal y ambiental, análisis de riesgos, plan y evaluación financiera. Con respecto a la metodología utilizada fue cuantitativa, una investigación descriptiva realizada a través de la encuesta a la

población objetivo. En los resultados financieros, el proyecto tiene un VAN de 202'191.308 pesos, un TIR de 17,59%, con una inversión de 1.517'771.321 pesos recuperable al sexto año de puesta en marcha el proyecto, haciendo viable el proyecto.

A continuación, en la Tabla No. 2 se presenta un resumen de los antecedentes:

Tabla 2. Antecedentes de la Investigación

No.	TITULO DEL TRABAJO	AUTORES	UNIVERSIDAD O CENTRO DE INVESTIGACION	RESULTADOS
1	Plan de negocios para espacios de Coworking "CoSpace"	Ceravolo & Ziritt	Universidad de Chile	El reporte financiero proyectado a 5 años arroja un VAN positivo de \$85,931.39 y un TIR de 29%, con una inversión inicial de \$106,140.00, dando por factible el proyecto.
2	Plan de negocios para un Coworking en la ciudad de Puerto Montt	Álvarez Hernández Daniel	Universidad Austral de Chile	El análisis económico y financiero proyectado a 5 años, da un VAN de \$59'415,852 y un TIR de 504%, haciendo viable el proyecto.
3	Proyecto de Coworking y Networking para fomentar las relaciones comerciales internacionales de los artesanos peninsulares	Mosquera Vaca Carlos	Universidad de Guayaquil	Plantea estrategias para llegar a acuerdos comerciales a través del coworking y networking, para así incrementar el desarrollo económico del sector con un modelo de innovación social.
4	Espacios de coworking en red para la regeneración del territorio	Besson Raphaël	SMALCT (Syndicat Mixte Arize-Lèze de Coopération Transfrontalière), La Coopérative des Tiers-Lieux, el Centro de Formación Somorrostro y el Fondo Formación Euskadi.	Proyecto de sostenibilidad centrado en la problemática medioambiental, además sino en su capacidad de innovación y las oportunidades de cooperación transfronterizas mediante el desarrollo de coworking en sectores urbanos como rurales.
5	Estudio de factibilidad para construir un edificio de modalidad coworking en la ciudad de Guayaquil	Zambrano Santana Dolores	Universidad de Guayaquil	De acuerdo al análisis financiero, el VAN del proyecto es de \$88,627.63 con un TIR de 22,77%, la inversión da un total de \$631,305.00; por tanto, el proyecto es viable.
6	Espacio de Talleres Compartidos	Acosta Vargas Oscar	Universidad de Palermo	Análisis y aplicación a los talleres de diseño adaptado a un espacio de coworking.
7	Propuesta de mejora y automatización en BPM de los procesos del espacio de Coworking-Q del Distrito Metropolitano de Quito	Cadena Echeverría Jaime	Escuela Politécnica Nacional	Contribuye a agilizar los procesos para incrementar el número de emprendimientos y nuevas empresas de base tecnológica que acuden a dicha zona, está basado en la metodología de Gestión de Procesos para las etapas de ideación, incubación y acompañamiento a emprendedores.
8	Oportunidad de Inserción de un modelo de arriendo de oficinas en Concepción: El caso de oficinas compartidas	Matamala Astete César	Universidad de Chile	Los resultados proyectados indican un préstamo bancario por \$20,000.00, a partir del segundo y tercer año tendrían utilidades aproximadamente por \$20,000.00 con un horizonte de negocio a 5 años, dando por viable el proyecto.
9	Plan de Negocios: Networking Zone	Cárdenas Sáenz & Seminario Benalcázar	Escuela Superior Politécnica del Litoral	Los estados financieros estiman un VAN de \$125.590, un TIR de 29,95%, generando la factibilidad del proyecto, a pesar de tener utilidad para el segundo año de funcionamiento
10	Plan de Negocio WORKIN – Red de espacios Coworking	Emprou Corentin	Universidad Argentina de la Empresa (EDDE)	En los escenarios financieros muestran un VAN de 75.000 euros, un TIR de 8,5%, una inversión de 227.397 euros recuperable al cuarto año de operaciones con un horizonte de 10 años del proyecto, haciendo factible el proyecto.
11	Creación y Puesta en marcha de un espacio Coworking en la ciudad de Girardot	Aya Bernal, Díaz Herran & Zamudio Berrio	Corporación Universitaria Minuto de Dios de Colombia	En los resultados financieros, el proyecto tiene un VAN de 202'191.308 pesos, un TIR de 17,59%, con una inversión de 1.517'771.321 pesos recuperable al sexto año de puesta en marcha el proyecto, haciendo viable el proyecto.

Fuente: Las autoras

2.4 Fundamentación teórica

2.4.1 Plan de negocios

El plan de negocios se lo considera como el instrumento primordial para consolidar una idea, se pueden encontrar varias definiciones sobre este tema, en este proyecto se utilizará la definición que le da la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional USAID, 2013, (p. 2), de la cual destacamos lo siguiente:

1. Es un documento que identifica, describe y analiza la oportunidad de negocios.
2. Permite evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de un negocio o proyecto.
3. Detalla los criterios a tomar en cuenta para el desarrollo del bien o servicio, investigación de mercado; y, los planes de: marketing, operación, administración y financiero.

Como recomendación, el documento redactado no debe ser mayor a 30 páginas, y debe incluir con una sección de anexos donde se encuentre los documentos soporte e información detallada. USAID, 2013, (p. 2).

El Plan de Negocios tiene como fin colaborar a:

- Delimitar sus objetivos
- Especificar estrategias factibles y posibles alternativas
- Identificar los recursos necesarios para el desarrollo del negocio, ya sean recursos productivos, financieros, humanos, etc.
- Puntualizar su modelo de negocios
- Establecer su plan de operación y la administración del mismo
- Definir sus clientes potenciales
- Identificar a la competencia para buscar las fortalezas y debilidades del negocio
- Proyectar ventas, costos y ganancias bajo ciertos supuestos
- Examinar el riesgo que está asumiendo con el negocio.
- Descubrir las amenazas de su proyecto
- Informar claramente su proyecto a empleados, socios, inversionistas, etc.
- Garantizar las solicitudes de créditos ante entidades financieras bajo dicho proyecto.

La diferencia del plan de negocios y el plan de marketing son los límites de cada uno, mientras que el plan de negocios abarca un panorama amplio con la misión, los objetivos, la estrategia y la asignación de recursos de toda la organización; el plan de marketing tiene una cobertura más limitada.

2.4.2 Estructura de planes de negocios

No existe formato o estructura estándar que se emplee para todos los planes de negocios, indicando que dependerá del tipo, necesidades y objetivos del plan para acoger la estructura que mejor convenga, ya sea para guía de implementación, viabilidad del negocio, obtener financiamiento, etc. Tener en cuenta que todo el plan debe ser sustentado con suficiente información sobre la factibilidad del negocio, CreceNegocios, (2015). Generalmente, la estructura utilizada para un plan de negocios es la que se detalla a continuación:

Tabla 3. Estructura de un plan de negocios

No.	DETALLE
1	Resumen ejecutivo.
2	Definición del negocio.
3	Investigación de mercado.
4	Estudio técnico.
5	Organización del negocio.
6	Estudio de la inversión y técnico.
7	Estudio de los ingresos y egresos.
8	Estudio financiero

Fuente: Crece Negocios

2.4.3 Estudio o análisis de factibilidad

Entre las definiciones de factibilidad se tiende a referir a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas estipulados.

Por tanto, el estudio de factibilidad sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello decidir si se realiza su estudio, el desarrollo o implementación del mismo. Entre sus objetivos está ser el soporte de una empresa para lograr sus metas y dichas metas están directamente relacionadas con los recursos actuales en las áreas técnicas, económicas y operativas., Padua, (2017)

En resumen, el estudio de factibilidad debe proporcionar la base comercial, técnica, económica y financiera para la decisión de invertir en una propuesta determinada. Sin embargo, el enfoque de acuerdo a cuatro aspectos esenciales a toda iniciativa empresarial se especifica a continuación, Padua, (2017):

Figura 2. Enfoques del análisis de factibilidad



Fuente: Padua, Herbert, (2017)

Viabilidad conceptual.- Es necesario realizar un análisis crítico y exhaustivo de las fortalezas y debilidades de la idea.

Viabilidad operacional.- Evaluar los aspectos relacionados a la operación y administración del negocio propuesto, en lo concerniente a:

- Recursos humanos
- Infraestructura disponible
- Capacidad tecnológica
- Requisitos legales

Viabilidad de mercado.- Analizar el mercado es lo primordial para establecer la posibilidad del negocio. Este análisis deberá incluir un estimado del mercado potencial y la participación proyectada en el mercado. En algunos casos, se contrata servicios profesionales para realizar una encuesta, un estudio demográfico o de percepción.

Viabilidad económica.- Determinar la viabilidad económica implica, Padua, (2017):

- Análisis de las fuentes y usos de los fondos.
- Proyecciones de ingresos, gastos y flujo de caja.
- Análisis del punto de equilibrio
- Estimación del período de recuperación de inversión
- Estimación del rendimiento sobre la inversión o ROI (Return on Investment).

2.4.4 Planeación estratégica

Según los autores Philip Kotler y Gary Armstrong, Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, Decimoprimera Edición, (2013) indicó: “*Toda empresa debe encontrar el plan para la supervivencia y el crecimiento a largo plazo que tenga mayor sentido según su situación, sus oportunidades, sus objetivos y sus recursos específicos.*” (p. 38). El enfoque de la planeación estratégica se centra en desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre las metas de la organización, sus capacidades y sus cambiantes oportunidades de marketing.

La planeación estratégica dispone el escenario para el resto de la planeación dentro de la empresa. Generalmente, las compañías elaboran planes: anuales, de largo plazo y estratégicos; para el caso de los planes anuales y de largo plazo, se encargan de mantener los negocios en curso., Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, Decimoprimera Edición, 2013,(p. 38-39)

A nivel corporativo, la organización empieza la planificación estratégica especificando su propósito general y su misión. A su vez, la misión se convierte en los objetivos detallados de apoyo que guiarán a toda la empresa, como se señala en la Figura No. 3:

Figura 3. Pasos en la planeación estratégica



Fuente: “Fundamentos de Marketing”; Kotler, P., Armstrong, G., Pearson, México, 2013, (p. 39)

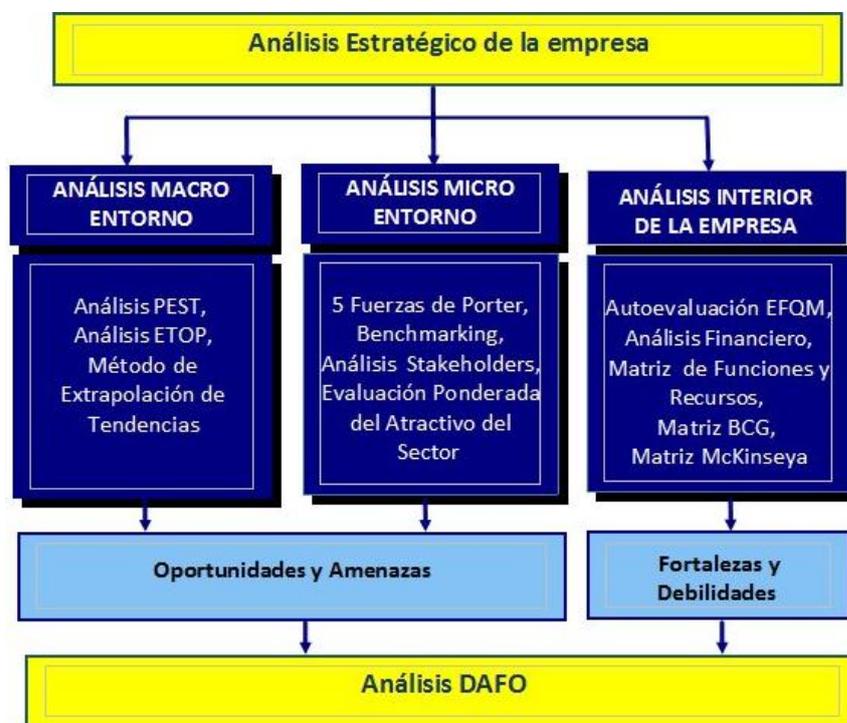
2.4.5 Herramientas de análisis estratégico

Según los investigadores Diego Álvarez y Leandro Viltard Álvarez Peralta & Viltard, 2016, (p. 47), distintos autores manifiestan que las Pymes son un aporte primordial para promover la creación de valor y la generación de empleo. Por tal motivo, se hace necesario el uso de las Herramientas de Análisis Estratégico (HAE) para cumplir con la meta trazada.

El análisis estratégico es un proceso intrincado y profundo que nos permitirá conocer los entornos (micro y macro) para el progreso de la empresa, Marciniak, (2013).

Las herramientas muestran la bondad de facilitar el análisis contextual y adoptar una posición con miras en alcanzar los objetivos organizacionales, por tanto el análisis estratégico debe ser llevado a cabo antes de decidir cualquier estrategia y acción que empiece la empresa, también debe incluir un análisis del macro entorno, micro entorno y del potencial de la empresa, tal como se muestra en la Figura No. 4:

Figura 4. Herramientas del análisis estratégico



Fuente: Análisis Estratégico de la empresa, Blog Gestión Empresarial, Marciniak, R., (2013)

Existen decenas de herramientas de análisis estratégico, pero las más comúnmente utilizadas son: la Matriz de Ansoff, la Cadena de Valor, las 5 fuerzas competitivas de Porter, los análisis PESTEL (Político, Económico, Social, Tecnológico, Ecológico, Legal) y Matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas)., Álvarez Peralta & Viltard, 2016, (p. 48)

2.4.6 Estudio de mercado

La investigación de mercado es un análisis que tiene como finalidad exponer la posibilidad real de participación de un bien o producto, tecnología o servicio en un mercado, donde se reconocerá y estimará la cantidad que se comercializará del bien o servicio, las especificaciones que deberá cumplir, el precio que la demanda probable estaría dispuesto a pagar por su compra a efecto de satisfacer una necesidad latente, y que demuestren el emprendimiento de un nuevo negocio, iniciativa o proyecto., Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, Decimoprimer Edición, 2013, (p. 8,54,100)

El entorno del marketing consta del macro entorno y micro entorno, cuando nos referimos al macro entorno son todas las fuerzas y actores externos que perturban el micro entorno: demográfico, económico, naturales, tecnológicos, políticos, etc.; y, por micro entorno se considera a todos los participantes cercanos o están directamente relacionados con la empresa que afectan su capacidad de ayudar a los proveedores, clientes, competidores, intermediarios y público. Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, Decimoprimer Edición, 2013, (p. 67)

En la siguiente figura, se hace referencia del entorno que envuelve a una organización:

Figura 5. Entorno de la empresa



Fuente: Análisis del microentorno, Blog Gestión Empresarial; Marciniak, R., (2014)

En el libro de Fundamentos de Marketing Kotler & Armstrong, 2013, (p. 49) se encuentra que en el análisis del mercado, se debe considerar lo siguiente:

- Segmentación de Mercado
- Selección del Mercado Meta
- Diferenciación en el mercado que va a atender

- Posicionamiento de mercado

2.4.7 Métodos de medición o estimación de mercado

El objetivo de la medición de la demanda es para detectar oportunidades en el mercado. Para la alta gerencia, es de gran importancia porque le permite establecer estrategias corporativas, fundamentadas en el tamaño y la tasa de crecimiento de sus mercados. Para la gerencia media es importante en la formulación de programas y presupuestos de marketing para productos individuales.

Entre los tipos básicos de mediciones de mercado se hallan Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, Decimoprimer Edición, 2013, (p. A51):

- **Ventas actuales:** Se refiere a la cantidad de ventas de los productos de la empresa y la cantidad de ventas de las demás compañías del mercado.
- **Pronósticos de ventas:** Indican el nivel de ventas que se espera alcanzar en un mercado dentro de período futuro definido.
- **Potencial de mercado:** Es el límite superior para la demanda o la máxima cantidad de ventas que puede alcanzar un producto dentro de un periodo definido por el total de todos los vendedores (competencia) de la industria.

2.4.8 Evaluación financiera de proyectos

Según el autor Gonzalo Prudencio, Prudencio, FuniBlogs, (2014) indica que: *“la capacidad de un proyecto de inversión de generar rentabilidad financiera se mide a través de una serie de indicadores financieros aplicados a los flujos netos de efectivo proyectados”*.

Con la finalidad de determinar el menor nivel de incertidumbre posible (rentable o no el proyecto), se hace necesario analizar dichos indicadores financieros, ya que es el objetivo principal de la evaluación financiera de estos proyectos con fines de lucro.

Los proyectos serán evaluados y aprobados si los siguientes indicadores financieros (los más utilizados en la actualidad) como el: Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Tiempo de Recuperación de Capital (TRK) exponen que el proyecto generará una rentabilidad mayor a la inversión expresada.

A su vez, el proceso de la evaluación financiera inicia con la elaboración del flujo neto de efectivo, que muestra la relación de los ingresos y egresos del proyecto en el periodo proyectado, entre los elementos de este flujo están, Prudencio, (2014):

- Las inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo.
- Los egresos.
- Los ingresos operativos.
- Los ingresos no operativos.
- El valor de rescate de los activos fijos al término del proyecto.

Posteriormente se deben calcular los indicadores financieros que determinan la capacidad del proyecto para generar rentabilidad.

2.4.9 Métodos de costeo

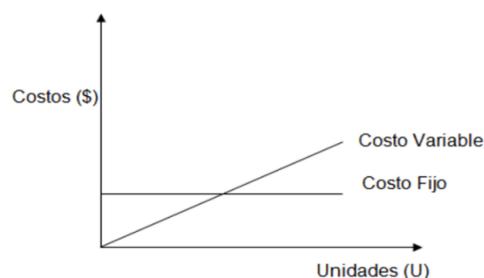
Para el contador Zenón González, González, (2014) es importante definir el sistema de Costeo, ya que son las simulaciones de los costos operativo de la empresa en el que se incluyen los valores operacionales más gastos financieros para fijar el costo unitario del servicio o bien, los mismos que se pueden clasificar de la siguiente manera: por su grado de variabilidad y según su asignación.

Entre los costos por el grado de variabilidad están:, González, (2014)

- **Costos Fijos.-** Es un importe constante, a pesar del nivel de actividad de la empresa.
- **Costos Variables.-** Como su nombre lo indica, varían en forma proporcional de acuerdo al nivel de la producción o actividad de la empresa.

A continuación, se muestra gráficamente la variabilidad de los costos:

Figura 6. Costos según grado de variabilidad



Fuente: Apalancamiento Operativo Financiero, Gestipolis; Bergado Boitel, F.

Entre los costos por su asignación están: González, (2014)

- **Costos Directos.-** Son aquellos que se asignan directamente a una unidad de producción.
- **Costos Indirectos.-** Son aquellos que no se pueden asignar directamente a un producto o servicio, se distribuyen entre las unidades producidas con algún tipo de Prorratio.

2.4.10 Indicadores de gestión o de negocios

El sistema de indicadores está constituido por, Posadas, (2015):

- **Los indicadores:** Son aquellos que encerrarían toda la información de la empresa; por tanto, ayuda a la directiva y los administradores de las distintas áreas funcionales de la empresa para la toma de decisiones.
- **El sistema de gestión:** Está formado por los puntos de información y control, permitiendo identificar las desviaciones, para así, centrar la atención de todos los responsables en la toma de decisiones.

Un conjunto de indicadores debe realizarse en base a las características de la organización, la visión, la misión y sus estrategias, amparado bajo un sistema mecanizado, para que permita a la alta gerencia y gerencia media de la empresa, por medio de dichos índices estar al corriente de la situación del negocio para la oportuna toma de decisiones; y, de esta manera contribuir al logro de las metas de la empresa.

Cabe recalcar la definición de indicador e índice, Posadas, (2015):

- **Indicador** es una expresión matemática de lo que se quiere medir, con base en factores o variables claves y tienen un objetivo y cliente predefinido, éstos pueden ser históricos, estándar, teóricos, etc.
- **Índice** es el valor que da la expresión matemática (indicador) al introducirle datos y se obtienen para evaluarlos a través de diagnóstico.

Por tanto, un indicador de Gestión es una expresión cuantitativa del comportamiento o desempeño de una o varias variables, cuya magnitud cuantificada al ser comparada con un nivel de referencia, pueden señalar una desviación: igual, positiva o negativa. Cuando la desviación es igual o positiva, se debe analizar para establecer que parámetros tuvieron un comportamiento aceptable que permitió el valor del indicador, mientras cuando la

desviación es negativa, se deben tomar acciones correctivas según sea el caso, Camejo, (2012).

Entre las características de los **indicadores de gestión** se encuentra que, Camejo, (2012):

- Son medios, instrumentos o mecanismos para evaluar si se están logrando los objetivos estratégicos.
- Representan una unidad de medida gerencial que permite evaluar el desempeño de una organización frente a sus metas, objetivos y responsabilidades.
- Generan información para examinar el desempeño de cualquier área de la organización y verificar el cumplimiento de los objetivos en términos de resultados.
- Detectan y prevén desviaciones en el logro de los objetivos.
- Conllevan a generar alertas sobre la acción para no perder la dirección, bajo el supuesto de que la organización está perfectamente alineada con el plan.

En síntesis, los indicadores de gestión tienen la finalidad de guiar y controlar el desempeño objetivo y comportamental requerido para el logro de las estrategias organizacionales. En general, las razones financieras están divididas en cinco categorías básicas Gitman & Zutter, 2012, (p. 65):

- i. Razones de liquidez,
- ii. Actividad,
- iii. Endeudamiento o apalancamiento,
- iv. Rentabilidad y
- v. Mercado.

Las razones de liquidez, actividad y endeudamiento miden principalmente el riesgo. Las razones de rentabilidad miden el rendimiento. Las razones de mercado determinan tanto el riesgo como el rendimiento, haciendo necesario como mínimo el balance general y el estado de pérdidas y ganancias.

a) Razones de liquidez

Según los autores Lawrence Gitman y Chad Zutter Gitman & Zutter, 2012, (p. 65) expresaron que “*La liquidez de una empresa se mide por su capacidad para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento*”. Es decir, la

liquidez o solvencia para pagar sus deudas, teniendo en cuenta que una baja liquidez o decrecientes conlleva a problemas financieros o bancarrota. Por lo que es preferible, tener suficiente liquidez para que una compañía pueda pagar sus cuentas. Entre las dos medidas básicas de liquidez se detalla la liquidez corriente y la razón rápida (prueba del ácido).

b) Índices de Actividad

Actualmente, existen varios índices para medir la actividad, los cuales se encargan de valorar la rapidez con la que varias cuentas se convierten en ventas o efectivo (entradas o salidas). Dado que miden la eficiencia con la que opera una organización en lo que se refiere a la administración de inventarios, gastos y cobros Gitman & Zutter, 2012, (p. 68).

c) Razones de Endeudamiento

La razón de endeudamiento indica el porcentaje de activos de una compañía que se proporciona con respecto a la deuda. Por lo que cuanto mayor es el monto de deuda que utiliza una empresa en relación con sus activos totales, mayor es su apalancamiento financiero. Cabe recalcar, cuanto superior es la deuda de costo fijo que utiliza la compañía, mayores serán su riesgo y su ganancia esperados Gitman & Zutter, 2012, (p. 70).

d) Índices de Rentabilidad

Se hallan muchas medidas para valorar la rentabilidad, las cuales permiten evaluar las utilidades de la empresa respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios. Una herramienta muy utilizada para evaluar la rentabilidad respecto a las ventas es el estado de pérdidas y ganancias, entre los tres índices de rentabilidad más utilizados se encuentran: el margen de utilidad bruta, el margen de utilidad operativa y el margen de utilidad neta Gitman & Zutter, 2012, (p. 73).

e) Razones de Mercado

Las razones de mercado relacionan la valía de una empresa, medido por el precio de sus acciones en el mercado, con ciertos valores contables. Éstos índices muestran se desarrolla la compañía en cuanto al riesgo y rendimiento, desde el punto de vista de los inversionistas. Las dos razones más comúnmente utilizadas son: las que centra en las ganancias y la otra que toma en referencia su valor en libros Gitman & Zutter, 2012, (p. 77).

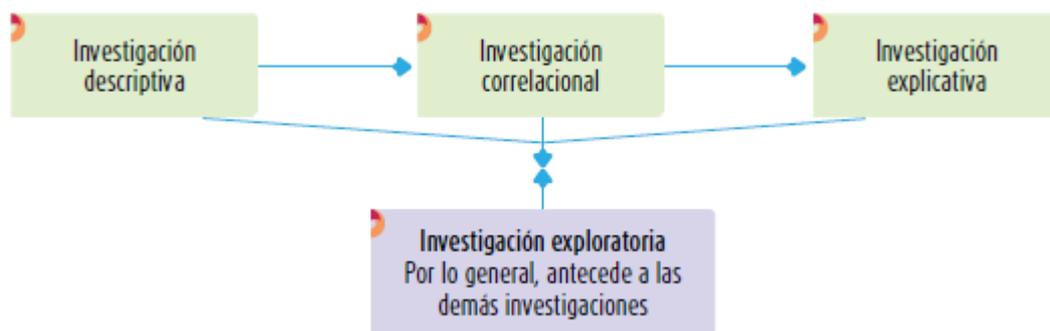
2.4.11 Alcances de la investigación

Según Hernández-Sampieri acota que no hay que valorar al alcance como una tipología o clasificación, ya que el alcance constituye más un conjunto de causalidad (relación causa y efecto) que puede llegar a tener una investigación. Por tanto, el alcance de un estudio señala el resultado de lo que se logrará a partir de ella y estipula el método que se seguirá para obtener dichos resultados, por lo que es parte fundamental establecerlo apropiadamente antes de iniciar a desarrollar el estudio.

Cabe destacar que por medio del alcance de la investigación, se puede establecer la estrategia del estudio a realizarse, como también el diseño, los procedimientos y otros componentes del proceso que serán alcances exploratorios, descriptivos, correlacionales o explicativos. Pero en la práctica, cualquier investigación puede incluir elementos de más de uno de estos cuatro alcances. Carballo, (2013)

A continuación, un detalle de cada tipo de alcance:

Figura 7. Alcances de la investigación



Fuente: Metodología de la investigación; Hernández Sampieri, Fernández Collado, Baptista Lucio, (2014)

- i. *Investigación exploratoria:* Trata información general respecto a un fenómeno o problema poco conocido, incluyendo la identificación de posibles variables a estudiar en un futuro.
- ii. *Investigación descriptiva:* Presenta información detallada respecto a un fenómeno o problema para describir sus dimensiones (variables) con precisión.
- iii. *Investigación correlacional:* Muestra información respecto a la relación actual entre dos o más variables, que permita predecir su comportamiento futuro.
- iv. *Investigación explicativa:* Explica las causas de los eventos, sucesos o fenómenos investigados, como las condiciones en las que se manifiesta.

2.4.12 Enfoques de investigación

En la práctica, cualquier investigación puede incluir elementos de más de uno de estos alcances. El proceso de investigación y las estrategias utilizadas se adaptan a las necesidades, contexto, circunstancias, recursos, pero sobre todo al planteamiento del problema. Los métodos mixtos utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, visuales, simbólicos y de otras clases para entender problemas en las ciencias

“Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio”. Hernández Sampieri et al., 2014, (p. 534)

Por lo que el enfoque cuantitativo nos permite utilizar la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, estadística para establecer con exactitud los patrones de comportamiento; mientras que el enfoque cualitativo nos permite primero descubrir y refinar preguntas de investigación en base a la recolección de datos sin medición numérica como la observación y descripción, para los resultados y el desarrollo de la teoría. Gomez Bastar, 2012, (p. 72)

Por tanto, un factor adicional que ha detonado la necesidad de utilizar los métodos mixtos es la naturaleza compleja de la gran mayoría de los fenómenos o problemas de investigación abordados en las distintas ciencias.

2.5 Marco conceptual

En este estudio se utilizarán las siguientes terminologías:

2.5.1 Coworking

En este tiempo, el vocablo “coworking” ha alcanzado diferentes definiciones, dicho término no se hace referencia en ningún diccionario, pero fue creado para adecuarse a muchas enunciaciones.

Según un estudio realizado en la Universidad de Texas en Austin, Spinuzzi, (2012) lo define como:

- Espacio de coworking como un centro comunitario
- Coworking como un espacio de colaboración
- Coworking como un centro de redes

La definición exacta difiere de muchos, pero esta tendencia se centra alrededor de un conjunto de valores compartidos, considerado por Brad Neuberg como la comunidad, la apertura, la colaboración, la accesibilidad y la sostenibilidad.

2.5.2 Coworkers

Coworker es el nombre que recibe aquella persona que realiza un trabajo que sigue las estructuras de la nueva tendencia *coworking* principalmente para emprendedores. A nivel internacional, su perfil suele ser un joven de unos 30 a 45 años de edad, Madridcoworking, (2013).

2.5.3 Emprendedor

El vocablo emprendedor proviene del latín “*prehendere*” que significa atrapar. Otras fuentes exponen que es de origen francés “*entreprendre*” que significa “hacer algo, o hacerse cargo” pero que si definitivamente su verbo viene del latín “*in*”, que significa “en”, y “*prehendere*” que quiere decir agarrar o tomar, como anteriormente se describió. Lo que fue a finales de la edad media, este vocablo “*entrepreneur*” se usó para aludir al individuo encargado de proyectos grandes referentes a la arquitectura como la construcción de las grandes y majestuosas catedrales de ese entonces. Esta palabra usualmente es utilizada como un adjetivo con el que se califica a ciertas personas que emprenden o abordan

situaciones azarosas y dificultosas con la finalidad de lograr el éxito.,
conceptodefinicion.de, (2014)

2.5.4 Freelance

Freelance es un término inglés, adaptado por las sociedades para describir a aquel trabajador por su propia cuenta. Antiguamente, se consideraba Freelance a los mercenarios, estos eran personas sin jefe ni responsabilidad determinada hasta el momento en el que alguien les contrataba para cumplir con una tarea (asesinatos y secuestros)., Conceptodefinicion.de, (2015)

2.5.5 Networking

Generalmente, el término Network, se le puede atribuir dos definiciones bajo distinto contexto pero que tienen en común el hecho de generar una red de trabajo., Cortés, (2016)

Desde el punto de vista de la informática, se refiere a la instalación necesaria para establecer conexiones virtuales con la finalidad de intercambiar información de distintas maneras; tomando en cuenta tanto los aspectos físicos como lógicos de dicha implementación.

2.5.6 Plan financiero

Es comprender la situación económica de una empresa, es importante elaborar un plan porque nos permite estar preparado y analizar de mejor manera cada detalle financiero, y así entender las necesidades a corto y largo plazo.

2.5.7 Creación de una empresa

Una empresa es una institución u organización para cubrir una necesidad propia o solicitada; por lo tanto la creación de una empresa es una idea de negocio puesta en marcha sobre una edificación con recursos humanos, materiales, económicos y tecnológicos que persigue un fin.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Alcance de la investigación

Como aspecto metodológico, este proyecto es descriptivo porque identifica las características del universo de estudio, señala la forma de conductas, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba asociación entre variables.

La metodología a tratarse tiene como propósito señalar el tipo de información que se necesite, así como el nivel de análisis que deberá realizar. La investigación se realizará a través de fuentes tanto primarias como secundarias, bajo herramientas de recolección de datos, tales como: encuestas, entrevistas.

El tipo de investigación establecerá los pasos a seguir en el estudio realizado, las técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo, por lo que establece todo el enfoque de la investigación mediando en los instrumentos, y hasta el análisis de los datos recolectados.

3.1.1. Investigación descriptiva

Como se detallaba en el apartado anterior, la investigación descriptiva busca especificar rasgos y características importantes de cualquier suceso que se analice. A su vez, describe predilecciones de una muestra o universo., Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, (p. 92)

Generalmente este tipo de estudios son utilizados por los antropólogos, psicólogos y científicos sociales para observar comportamientos naturales sin que estos sean afectados de ninguna forma, pero también es empleado por los analistas de mercadeo para evaluar los hábitos de los clientes, o por las empresas que desean juzgar la moral del personal.

Por tanto, la investigación descriptiva busca puntualizar las características de los potenciales clientes, su entorno, preferencias, además de identificar la relación entre dos o más variables que surjan en lo que transcurre la investigación.

3.2. Métodos de recolección de datos

Las fuentes son hechos o situaciones como también la documentación o registros que existen en el medio al cual accede el investigador para obtener la información. Además, a esta etapa de la investigación se la conoce como trabajo de campo y documental. Se detalla la clasificación de las fuentes en la metodología de investigación Bernal, 2010, (p. 191-192):

- **Fuente primaria.** Aquella donde el investigador recoge directamente a través de un contacto directo con su objeto de estudio, por medio de la observación, la entrevista, la encuesta, grupos focales, entre otros.
- **Fuente secundaria.** Aquella donde el investigador recoge información de otras investigaciones realizadas con objetivos diferentes, donde se realizará la revisión de documentos, publicaciones y archivos físicos o electrónicos que tenga relación con el tema del proyecto “coworking”.

3.3. Enfoques de la investigación

La investigación tendrá un enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo, considerando las características de ambos enfoques.

Para el investigador Roberto Hernández-Sampieri Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, (p. 532):

“La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”.

Por tanto, se utilizará el enfoque mixto, en virtud de que ambos se entremezclan en la mayoría de sus etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita triangularla. Esta triangulación aparece como alternativa en esta investigación para analizar el grado de conocimiento sobre el tema de estudio.

3.4. Herramientas de investigación

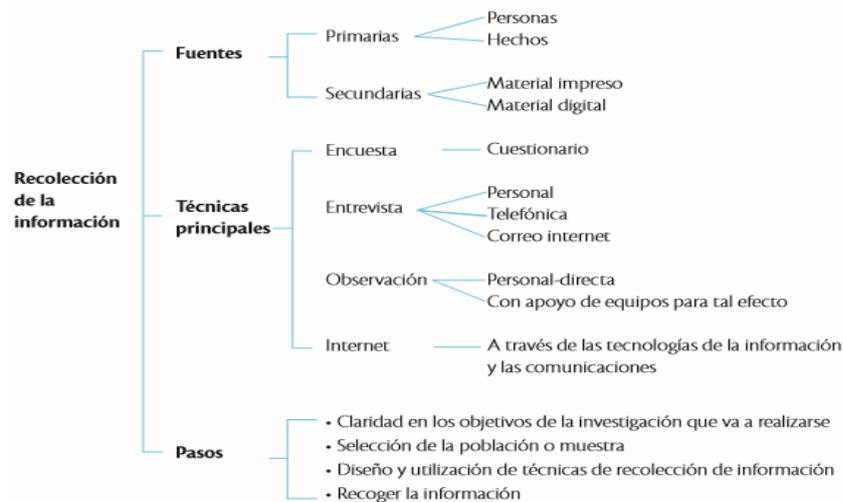
Hoy por hoy, existen muchas técnicas o instrumentos para la recopilación de información en el trabajo de campo de un estudio específico, donde se puede utilizar una o más

técnicas, de acuerdo a la metodología y tipo de investigación (Ver Figura No. 8). A continuación un detalle de las herramientas más utilizadas y que serán manejadas en el presente proyecto Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, (p. 217):

- **Cuestionario o Encuesta.-** La herramienta más utilizada, a pesar del sesgo que ocurre bajo un determinado grupo de personas encuestadas. La encuesta es un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de conseguir información de las personas o clientes potenciales. Por tanto, esta herramienta cuantitativa tiene como finalidad conocer los gustos, intereses y preferencias de los clientes (emprendedores) sobre los espacios de coworking. Para el presente proyecto, la encuesta será realizada a los emprendedores (exclusivamente a este segmento de personas) por vía online, se enviarán correos masivos.
- **Entrevista.-** Con esta herramienta se establece contacto directo con las personas que se consideren fuente de información, tiene como propósito obtener datos de forma espontánea y abierta. Ayuda a excavar información relevante para la investigación. Por tal motivo, se procederá a entrevistar telefónicamente a un experto del emprendimiento como lo es el director del centro de emprendimiento de la ESPOL.
- **Análisis de documentos.-** Por medio de las fichas bibliográficas se puede analizar el material impreso, se usa en la elaboración del marco teórico del estudio. Por tanto, el análisis de documentos del proyecto se realizará con proyectos ya investigados, libros, revistas o informes sobre el tema de estudio.
- **Internet.-** Por este medio se puede obtener información sobre el estudio, además se ha convertido en uno de los más importantes por la facilidad con que se encuentran datos en esta fuente y por proporcionar información e indicadores a nivel social y gubernamental.

Cabe recalcar que el cuestionario para clientes potenciales (emprendedores) estará conformado con 14 preguntas donde se busca evidenciar la necesidad e interés de espacios coworking en la ciudad de Guayaquil, además de sus gustos y preferencias con respecto a lo que según para ellos debería abarcar dicho espacio.

Figura 8. Mapa sobre Recolección de información



Fuente: Metodología de la investigación; Bernal, César, (P. 195)

Con respecto al cuestionario de preguntas a los expertos en el área de emprendimiento, la cual constará de 7 preguntas al entrevistado donde se busca ahondar cómo se está llevando el emprendimiento en Guayaquil y cuál es la ayuda o soporte que da cada institución a los emprendedores.

El formato de la encuesta a realizarse a emprendedores y el cuestionario de preguntas a expertos del área de emprendimiento se encuentran en la parte de Anexos.

Los resultados correspondientes a las encuestas realizadas tanto a clientes potenciales como a expertos del área de emprendimiento se verán reflejados en el apartado de Análisis de los resultados.

3.5. Determinación de población y muestra

Bajo un contexto técnico, es necesario realizar un análisis muestral para conocer los clientes potenciales (emprendedores interesados en los espacios coworking) en la ciudad de Guayaquil a quienes se les realizará la encuesta-servicio, desconociendo la población total de emprendedores. Por tal motivo es necesario definir e identificar a la población y la muestra.

Población.- El conjunto de la población de este estudio son los emprendedores que deseen iniciar un negocio en la ciudad de Guayaquil.

Muestra.- La muestra de personas a ser encuestados, en nuestro caso: los emprendedores que desean alquilar oficinas compartidas para el desarrollo de sus ideas, se estimó mediante el uso del muestreo aleatorio simple para poblaciones infinitas, aplicando la encuesta denominada “Coworking – Oficinas compartidas”, conformada por 14 preguntas diseñadas específicamente para el tema de estudio.

Para determinar las características cuantitativas poblacionales en esta investigación se procederá a la siguiente segmentación:

1. Habitantes del cantón Guayaquil al año 2017, estas cifras constan en la información proporcionada por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo e INEC con base en el Censo poblacional 2010 tal como muestra la Tabla No. 4:

Tabla 4. Número de habitantes en la ciudad de Guayaquil

	GUAYAQUIL	GUAYAS	PESO
2010	2,440,553	3,778,720	65%
2017	2,644,891	4,207,610	63%
2018	2,671,801	4,267,893	63%
2019	2,698,077	4,327,845	62%
2020	2,723,665	4,387,434	62%
2021	2,750,441	4,449,067	62%

Fuente: Proyecciones Referenciales de Población a nivel cantonal Periodo 2010-2021 – Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo

2. Con la Información del GEM 2015 podemos determinar cuáles son los grupos de edad más dominantes dentro de la población de emprendedores a nivel nacional, esto con el fin de segmentar nuestra población total como se detalla en la Tabla No. 5:

Tabla 5. Grupos de emprendedores según edad

GEM 2015		
Peso	Rango de edad	Acumulado
20%	18-24	20%
25%	25-34	46%
19%	35-44	65%
16%	45-54	81%
10%	55-64	91%
9%	64	100%

Fuente: GEM Ecuador – 2015; Lasio, V.; Caicedo, G.; Ordeñana, X.; Izquierdo, G.; ESPAE- ESPOL

En el cuadro anterior se detallan por rangos de edad como está distribuida la población de emprendedores y se puede apreciar que el grupo de mayor peso esta entre los 25 y 34 años de edad. Con el fin de darle una mayor cobertura a la muestra que se necesita determinar para la entrevista, se considera necesario incluir los segmentos de edad de 18 a 54 años que tienen el 81% de peso entre la población de emprendedores.

Según Censo del INEC, en la ciudad de Guayaquil el grupo de personas que tienen entre 18 y 54 años de edad representan el 50.24% de la población total, lo cual disminuye el tamaño inicial de población de Guayaquil estimado en 2'644.891 a 1'328.885.

3. El último criterio que se va a incluir en la segmentación del mercado para afinar la muestra a considerar para la encuesta es el factor de estudio o porcentaje de personas con título superior, esto se conoce como años de escolaridad y, el Ministerio de Educación establece que para la ciudad de Guayaquil este indicador de escolaridad es de 11.00% para el año 2013 y proyectado para el año 2016 en 11.21%, para el área urbana como se muestra en la tabla No. 6:

Tabla 6. Indicador de escolaridad en la ciudad de Guayaquil

Año	Índice De Escolaridad	Crecimiento
2004	10.40%	
2007	10.60%	1.92%
2010	10.80%	1.89%
2013	11.00%	1.85%
2016*	11.21%	1.89%

*Nota: Proyección del índice de escolaridad para el año 2016

Fuente: Estadística Educativa Reportes de Indicadores Vol. 1 (2015) - Ministerio de Educación

Con los tres criterios de segmentación mostrados anteriormente, se detalla cuáles serían los valores poblacionales en cada segmento hasta llegar al número final de la población que se considera para determinar la muestra final:

Cantón: Guayaquil (**2'644.891 personas estimadas al año 2017**)

Segmento por edad: 50.24% de la población tiene de 18 a 54 años (**1'328.885 personas**)

Segmentación por escolaridad: 11.21% tiene estudios superiores (**148.936 personas**)

Fuente 1: Censo 2010 del INEC

Fuente 2: Estudio de emprendimiento GEM Ecuador – 2015

Fuente 3: Ministerio de Educación.

Con este tamaño de población, se procede a aplicar la siguiente fórmula para la determinación de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{3.84 \times 148.936 \times 0,5 \times 0,5}{0.0049 (148.936 - 1) + 3.84 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 196$$

En esta fórmula estos son los datos que se aplican en cada variable:

N= Tamaño de la población (148.936)

Z= Nivel de confianza al 95% = 1.96

p= Probabilidad de éxito = 50%

q= Probabilidad de fracaso = 50%

i= Error máximo admisible = 7%

n= Tamaño de la muestra = 196

3.6. Análisis de los resultados

3.6.1. Resultados de la encuesta a clientes potenciales

A continuación, se presentan tabulados los resultados de la encuesta para identificar los gustos o preferencias de los usuarios o clientes potenciales de los servicios de coworking, con la finalidad de plantear estrategias para la implementación de la empresa:

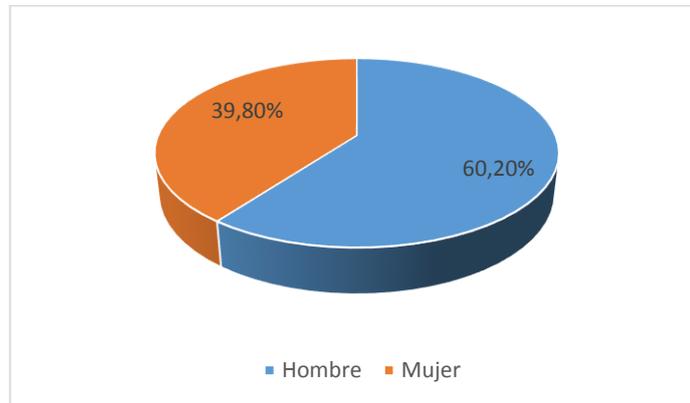
1.- Género

Tabla 7. Género

GÉNERO	No.	PORCENTAJE
Hombre	118	60,20%
Mujer	78	39,80%
TOTAL	196	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 9. Género



Elaborado por: Las autoras

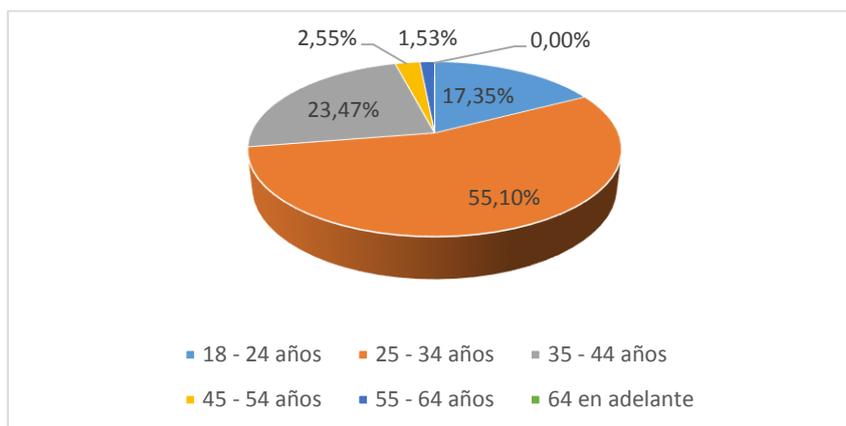
2.- ¿Cuál es su rango de edad?

Tabla 8. Rango de Edad

EDAD	No.	PORCENTAJE
18 - 24 años	34	17,35%
25 - 34 años	108	55,10%
35 - 44 años	46	23,47%
45 - 54 años	5	2,55%
55 - 64 años	3	1,53%
64 en adelante	0	0,00%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 10. Rango de Edad



Elaborado por: Las autoras

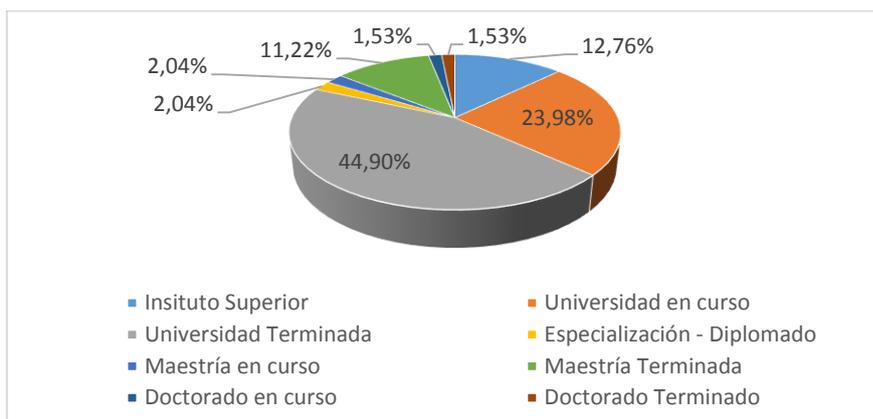
3.- ¿Cuál es el nivel de preparación?

Tabla 9. Nivel de Estudios

NIVEL DE PREPARACIÓN	No.	PORCENTAJE
Instituto Superior	25	12,76%
Universidad en curso	47	23,98%
Universidad Terminada	88	44,90%
Especialización - Diplomado	4	2,04%
Maestría en curso	4	2,04%
Maestría Terminada	22	11,22%
Doctorado en curso	3	1,53%
Doctorado Terminado	3	1,53%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 11. Nivel de Estudios



Elaborado por: Las autoras

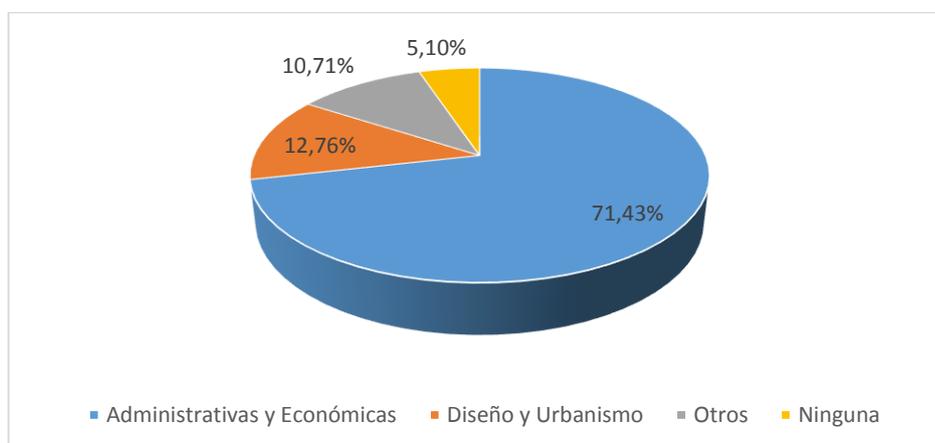
4.- En caso de estar estudiando o haber culminado sus estudios superiores, ¿Cuál es el nombre de la carrera profesional?

Tabla 10. Áreas de Carrera profesional

Carrera	No.	Porcentaje
Administrativas y Económicas	140	71,43%
Diseño y Urbanismo	25	12,76%
Otros	21	10,71%
Ninguna	10	5,10%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 12. Carrera profesional



Elaborado por: Las autoras

Con respecto a las cuatro primeras preguntas (factores demográficos) se puede concluir que del total de encuestados:

- El 60,20% corresponde a hombres y el 39,80% a mujeres
- El 55,10% corresponde a un rango de edades entre 25 - 34 años y el 23,47% al rango de 35 - 44 años, lo que genera un total de 78,57%.
- El 68,88 % indicaron estar estudiando o haber culminado su carrera de tercer nivel, mientras que el 12,76% cuentan con título de bachiller y el 11,22% con título de maestría.
- El 71,43% están cursando o tienen el título en carreras administrativas o económicas.

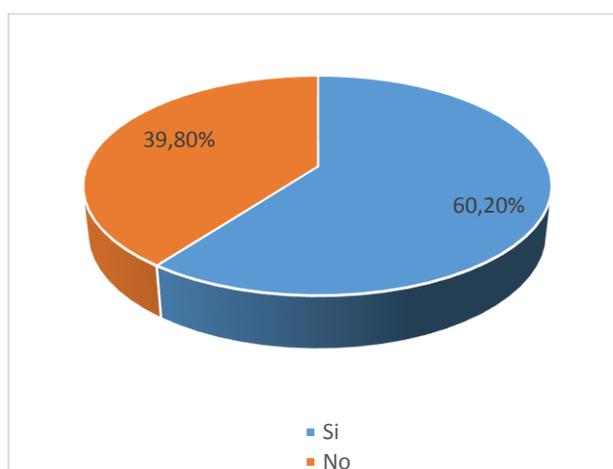
5.- ¿Conoce la definición de Coworking?

Tabla 11. Definición de Coworking

COWORKING	No.	PORCENTAJE
Si	118	60,20%
No	78	39,80%
TOTAL	196	100%

Elaborado por: Las autoras

Figura 13. Definición de Coworking



Elaborado por: Las autoras

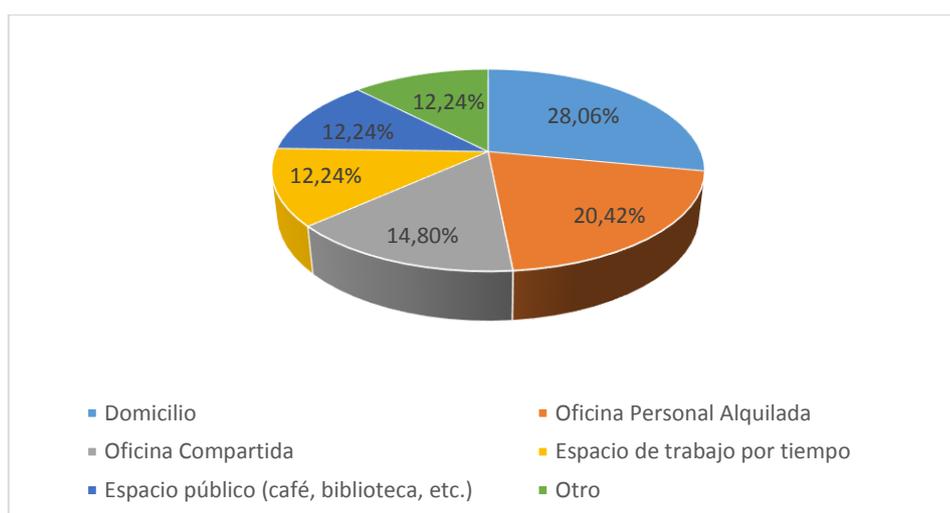
6.- ¿Dónde está ubicado su lugar de trabajo u oficina?

Tabla 12. Lugar de Trabajo

LUGAR DE TRABAJO	No.	PORCENTAJE
Domicilio	55	28,06%
Oficina Personal Alquilada	40	20,42%
Oficina Compartida	29	14,80%
Espacio de trabajo por tiempo	24	12,24%
Espacio público (café, biblioteca, etc.)	24	12,24%
Otro	24	12,24%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 14. Lugar de Trabajo



Elaborado por: Las autoras

Con respecto a la quinta pregunta sobre el conocimiento de espacios de coworking, el 60,20% de los encuestados informó conocer en qué consistían dichos espacios, mientras que en la sexta pregunta se consultó sobre el lugar de trabajo indicando que el 63,28% de los encuestados indicó que era su domicilio, alquilaba o compartía una oficina.

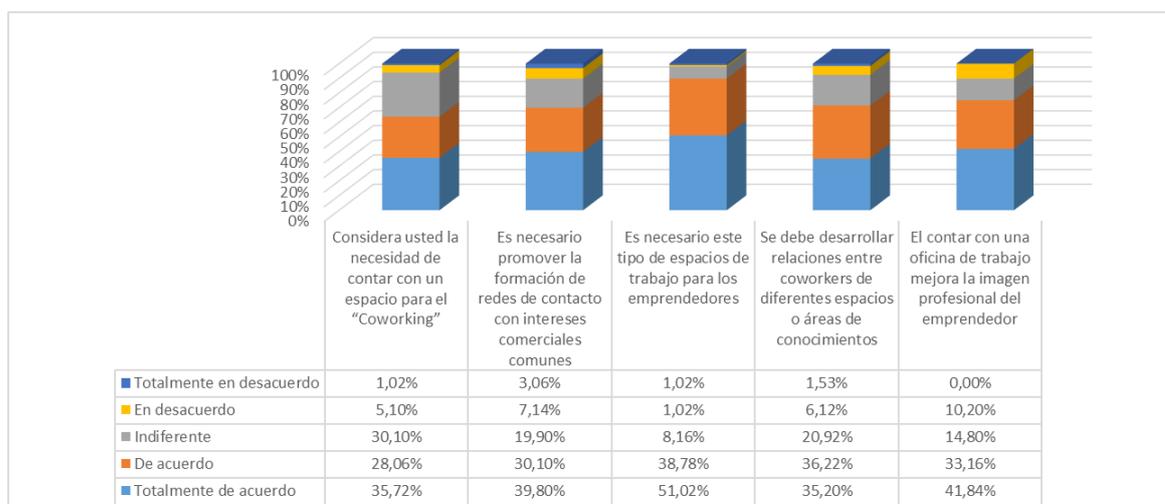
7.- ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Tabla 13. Necesidades de los emprendedores

OPCIONES	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indiferente		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Considera usted la necesidad de contar con un espacio para el "Coworking"	70	35,72%	55	28,06%	59	30,10%	10	5,10%	2	1,02%	196	100,00%
Es necesario promover la formación de redes de contacto con intereses comerciales comunes	78	39,80%	59	30,10%	39	19,90%	14	7,14%	6	3,06%	196	100,00%
Es necesario este tipo de espacios de trabajo para los emprendedores	100	51,02%	76	38,78%	16	8,16%	2	1,02%	2	1,02%	196	100,00%
Se debe desarrollar relaciones entre coworkers de diferentes espacios o áreas de conocimientos	69	35,20%	71	36,22%	41	20,92%	12	6,12%	3	1,53%	196	100,00%
El contar con una oficina de trabajo mejora la imagen profesional del emprendedor	82	41,84%	65	33,16%	29	14,80%	20	10,20%	0	0,00%	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 15. Necesidades de los emprendedores



Elaborado por: Las autoras

Los encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo con la necesidad de contar con zonas de coworking, como también promover en estos espacios por las redes de contacto, que son necesarios para los emprendedores ya que mejora la imagen profesional del emprendedor. A su vez, estuvieron de acuerdo con que se debe desarrollar las relaciones entre coworkers de diferentes espacios o zonas de conocimientos.

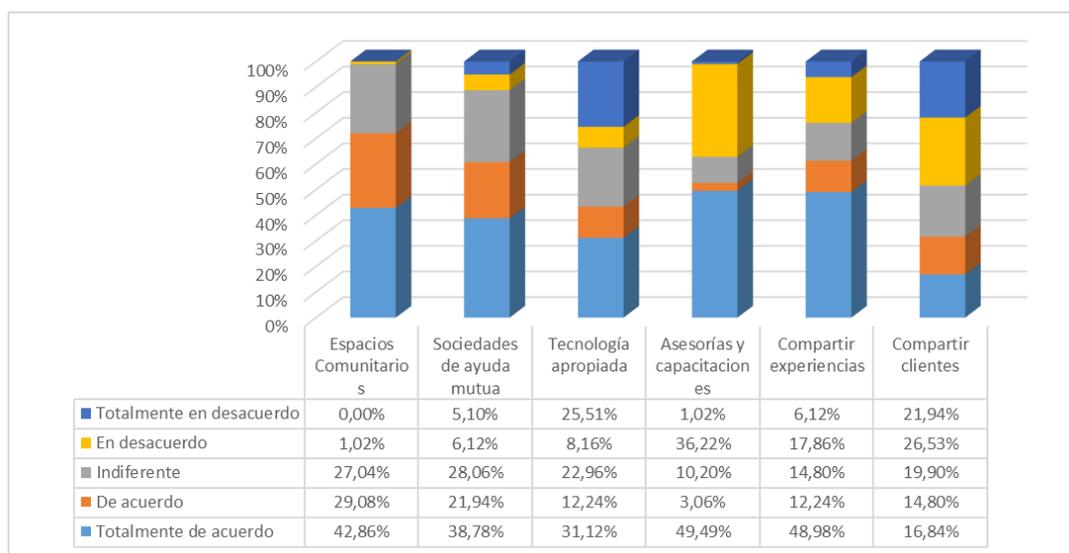
8.- Usted como gestor de un espacio de coworking, ¿Qué le gustaría ver en esta de red de emprendedores? Valore cada característica, siendo 5 la de mayor interés y 1 la de menor interés.

Tabla 14. Necesidades de los espacios de coworking

OPCIONES	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indiferente		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
Espacios Comunitarios	84	42,86%	57	29,08%	53	27,04%	2	1,02%	0	0,00%	196	100,00%
Sociedades de ayuda mutua	76	38,78%	43	21,94%	55	28,06%	12	6,12%	10	5,10%	196	100,00%
Tecnología apropiada	61	31,12%	24	12,24%	45	22,96%	16	8,16%	50	25,51%	196	100,00%
Asesorías y capacitaciones	97	49,49%	6	3,06%	20	10,20%	71	36,22%	2	1,02%	196	100,00%
Compartir experiencias	96	48,98%	24	12,24%	29	14,80%	35	17,86%	12	6,12%	196	100,00%
Compartir clientes	33	16,84%	29	14,80%	39	19,90%	52	26,53%	43	21,94%	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 16. Necesidades de los espacios de coworking



Elaborado por: Las autoras

Entre las necesidades de los espacios de coworking como gestor de estos, los encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo con que sean espacios comunitarios, sociedades de ayuda mutua, que cuenten con tecnología apropiada, brinden asesorías y capacitaciones; a su vez, un lugar donde se pueda compartir experiencias; pero indicaron estar en desacuerdo en compartir clientes.

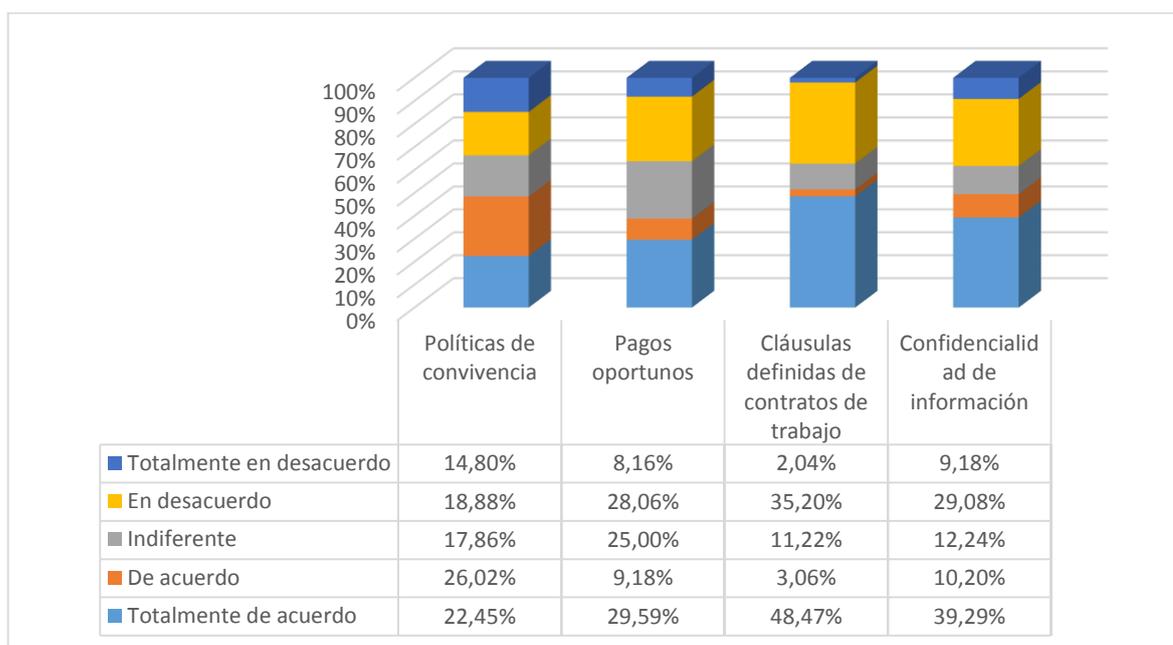
9.- En su opinión, ¿Cuáles son las necesidades normativas más necesarias para la comunidad de coworkers? Valore cada característica, siendo 5 la de mayor interés y 1 la de menor interés.

Tabla 15. Requerimientos de la comunidad de coworkers

OPCIONES	Totalmente de acuerdo		De acuerdo		Indiferente		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo		Total	
Políticas de convivencia	44	22,45%	51	26,02%	35	17,86%	37	18,88%	29	14,80%	196	100,00%
Pagos oportunos	58	29,59%	18	9,18%	49	25,00%	55	28,06%	16	8,16%	196	100,00%
Cláusulas definidas de contratos de trabajo	95	48,47%	6	3,06%	22	11,22%	69	35,20%	4	2,04%	196	100,00%
Confidencialidad de información	77	39,29%	20	10,20%	24	12,24%	57	29,08%	18	9,18%	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 17. Requerimientos de la comunidad de coworkers



Elaborado por: Las autoras

Sobre las opiniones de diferentes temas indicaron, estar en total acuerdo con las políticas de convivencia de los centros de coworking, que los pagos sean oportunos, con cláusulas definidas en el contrato y que se tenga total confidencialidad de la información proporcionada en las zonas de coworking.

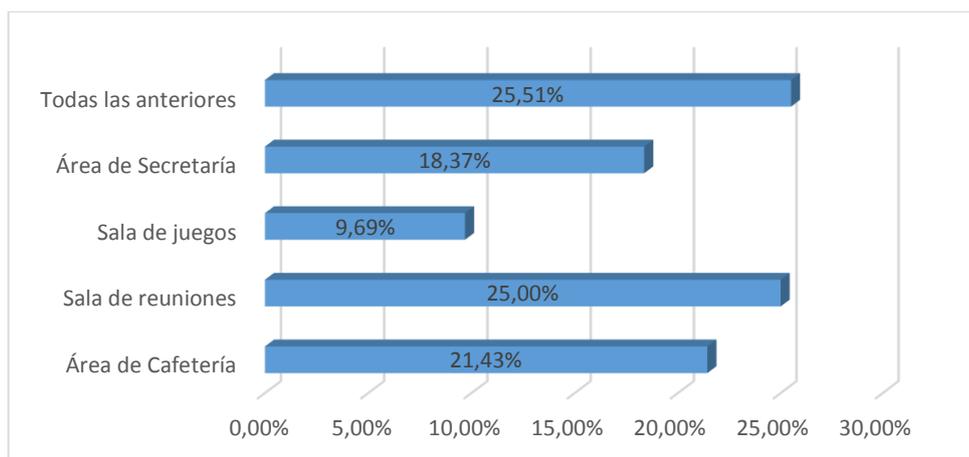
10.- ¿Le gustaría que el espacio de coworking cuente con otras áreas como las siguientes?

Tabla 16. Requerimiento de áreas

ESPACIOS DE COWORKING	No.	PORCENTAJE
Área de Cafetería	42	21,43%
Sala de reuniones	49	25,00%
Sala de juegos	19	9,69%
Área de Secretaría	36	18,37%
Todas las anteriores	50	25,51%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 18. Requerimiento de áreas



Elaborado por: Las autoras

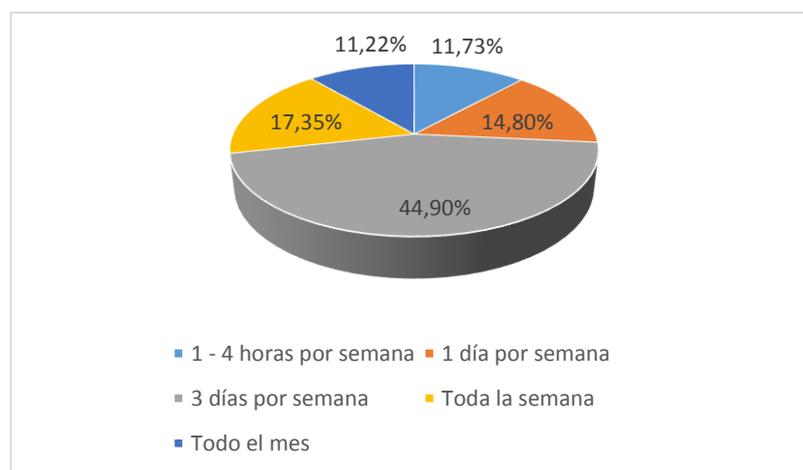
11.- ¿Con qué frecuencia utilizaría el espacio de trabajo conjunto?

Tabla 17. Frecuencia de uso de espacio

FRECUENCIA DE USO DE ESPACIO	No.	PORCENTAJE
1 - 4 horas por semana	23	11,73%
1 día por semana	29	14,80%
3 días por semana	88	44,90%
Toda la semana	34	17,35%
Todo el mes	22	11,22%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 19. Frecuencia de uso de espacio



Elaborado por: Las autoras

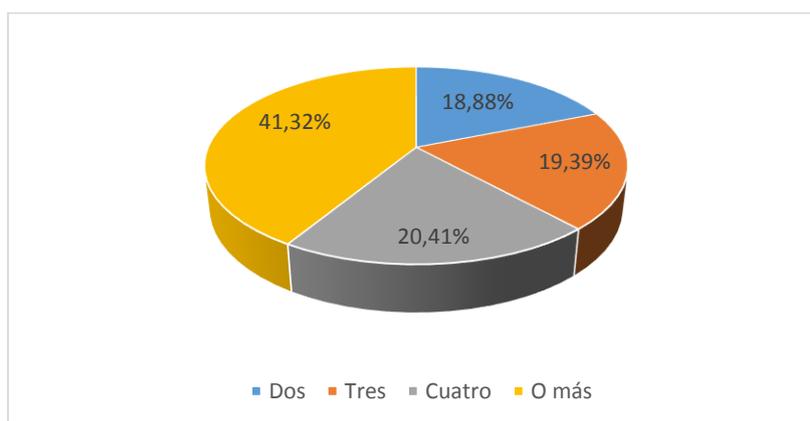
12.- ¿Con cuántos miembros le gustaría compartir su espacio de coworking?

Tabla 18. Número de miembros

NUMERO DE MIEMBROS	No.	PORCENTAJE
Dos	37	18,88%
Tres	38	19,39%
Cuatro	40	20,41%
O más	81	41,32%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 20. Número de miembros



Elaborado por: Las autoras

Con respecto a los gustos de los clientes potenciales sobre las zonas coworking indicaron que desearían que la zona de coworking cuente con áreas de juegos, cafetería, secretaría y sala de reuniones, además un 73,44% manifestó que la frecuencia de uso del espacio o escritorio sería por mes, semana o 3 días a la semana, y un 61,73% estaría de acuerdo de compartir su espacio con cuatro o más personas.

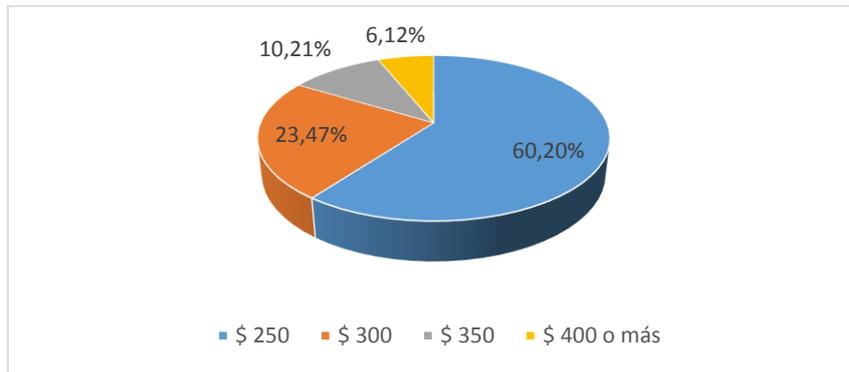
13.- En caso de requerir la oficina todo el mes ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el espacio de coworking?

Tabla 19. Disponibilidad a pagar por mes

MONTO POR MES	No.	PORCENTAJE
\$ 250	118	60,20%
\$ 300	46	23,47%
\$ 350	20	10,21%
\$ 400 o más	12	6,12%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 21. Disponibilidad a pagar por mes



Elaborado por: Las autoras

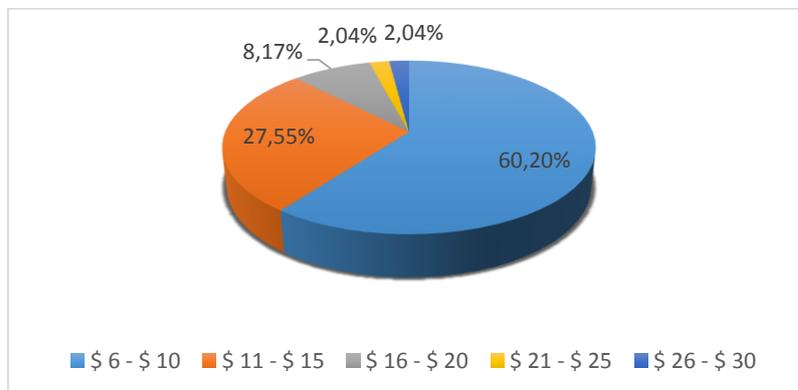
14.- En caso de requerir la oficina por horas ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el espacio de coworking por cada hora?

Tabla 20. Disponibilidad a pagar por hora

MONTO POR HORA	No.	PORCENTAJE
\$ 6 - \$ 10	118	60,20%
\$ 11 - \$ 15	54	27,55%
\$ 16 - \$ 20	16	8,17%
\$ 21 - \$ 25	4	2,04%
\$ 26 - \$ 30	4	2,04%
TOTAL	196	100,00%

Elaborado por: Las autoras

Figura 22. Disponibilidad a pagar por hora



Elaborado por: Las autoras

En cuanto a lo que estaría dispuesto a pagar el emprendedor por la zona de coworking, el 60,20% de los encuestados cancelaría \$250,00 por mes, mientras que 60,20% indicó \$6,00 a \$10,00.

3.6.2. Resultados de la entrevista a director de centro de emprendimiento

La entrevista fue realizada al Msc. Guido Caicedo Rossi, Director del Centro de Desarrollo de Emprendedores de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) y se centrará en el tema de emprendedores y conocimiento de zonas coworking en Guayaquil.

1. En el ambiente académico que ustedes manejan, ¿tiene áreas específicas para emprendedores de diferente orientación académica? ¿Son áreas de trabajo compartido o coworking?

Si se cuenta con áreas específicas de diferente orientación académica, y dichas áreas de trabajo son compartidos también áreas privadas.

2. ¿Desarrolla el centro de emprendimiento, trabajo en conjunto con los emprendedores?

Si trabajan en conjunto con diferentes áreas, fundamentalmente áreas en Tecnología netamente Computación, temas de agricultura y también educación.

3. ¿Dispone el centro de un presupuesto para los emprendedores que egresan de esta institución?

No cuenta con presupuesto para los egresados de la universidad, se cuenta con empresas externas.

4. ¿El emprendimiento es una labor aislada o existen carreras específicas de emprendimiento como Ing. en Emprendimiento, Investigación & Desarrollo?

Para nosotros, el emprendimiento es un tema transversal para todas las carreras en la universidad.

5. *¿Qué rasgos personales considera que son los más se repiten en los emprendedores?*

Los rasgos más importantes de los emprendedores: la perseverancia, la flexibilidad, identificación de las oportunidades, el sentido de la urgencia, también la capacidad de reconocer sus propias debilidades y fortalezas para trabajar en ello; además, formación de redes o networking.

6. a) *¿Cómo ve usted el panorama acerca de los emprendedores en la ciudad? ¿Ha crecido?*

En términos generales, va dependiendo de a que se llama emprendedor porque puede ser desde una persona que vende caramelos hasta el que maneja empresa, es un tema de moda, tiene cobertura mediática, modelos de roles, aun no es significativo pero hay una pequeña mejora sobre el asunto.

b) *También, ¿porque hay personas que emprenden algún negocio o idea desarrollan la idea pero no logran mantenerse por mucho tiempo?*

Eso es siempre ha habido, no es algo nuevo. Visto desde emprendimientos grandes, es decir, que hayan crecido a tamaños grandes en el últimos 10 años no hay realmente, pero hay cierta perspectiva, cierto interés mayor en muchos sectores, hay más grupos de alguna forma apoyar pero la actividad es muy baja en términos de alto crecimiento. Los típicos emprendimientos que hay en la ciudad son restaurantes, compra venta de bienes y servicios, Realmente de los otros emprendimientos a diferencia de los típicos, hay cierta actividad mayor pero no es significativa.

7. a) *¿Considera importante la prestación de servicios de alquiler espacios coworking para dar un soporte a sus actividades?*

Ayuda en el sentido para abaratar costos, compartir información entre emprendedores, pero no es algo transformador.

b) *En Guayaquil, ¿conoce de alguno? ¿Cuáles Ud. conoce?*

Hay como cinco o seis coworking conocidos en Guayaquil, entre estos están: Plataforma, Invernadero, Panal, Innobis y ha salido un coworking de mujeres llamado Ellas.

c) *¿En Quito?*

En la ciudad de Quito existen muchas más como quince coworking al momento.

3.6.3. Análisis de los resultados de las encuestas y entrevista

El análisis de los resultados de las encuestas y entrevistas da por sentado que existe una necesidad, por parte de los emprendedores, de más centros o zonas de coworking en la ciudad de Guayaquil, estos tienen que cumplir las especificaciones o expectativas sobre tecnología, servicio brindado, flexibilidad en costos y horarios y red de contactos que se pueda encontrar en una oficina compartida o zona de coworking.

A continuación, un resumen de las necesidades de los emprendedores con respecto a las empresas de coworking:

- Las características demográficas con respecto a lo presentado por el GEM 2015 donde se ha observado una paridad entre hombres y mujeres a la hora de emprender con edades entre 35 a 44 años, mientras que los resultados de la encuesta reflejan que son más emprendedores profesionales los hombres que las mujeres, que cuentan con títulos de tercer nivel o egresados de carreras, tales como: administrativas, económicas, de diseño o urbanismo, con el rango de edad entre 25 a 34 años, que tiene una oficina personal alquilada o realizan sus labores en su domicilio.
- Se presenta una disposición de acceder al servicio, ya que indican que deberían haber más centros que brinden este tipo de servicio (35%) y consideran que estos espacios de coworking son muy necesarios para los emprendedores.
- Entre las características de estos espacios se centran en que deben ser espacios comunitarios, sociedades de ayuda mutua, que cuenten con la tecnología apropiada y que brinden asesorías o capacitaciones para los miembros de la comunidad de coworking. Además que se cuente con confidencialidad de información, políticas de convivencia entre los miembros e cláusulas definidas en contrato.
- La disposición con respecto a los precios y servicios a brindar: indican que estarían dispuestos a pagar entre \$6 a \$10 por hora; mientras que, el mes estarían dispuestos a pagar \$250, indicando que no hay ningún problema en compartir el espacio o zona de coworking con más de cuatro miembros.
- También que la zona de coworking cuente con áreas tales como: cafetería, sala de reuniones, secretaría y salas de juegos.
- De la entrevista al experto (Director del Centro de Emprendimiento de la ESPOL) se pudo destacar que los centros o zonas de coworking ayudan a abaratar costos y compartir información entre emprendedores, además de nombrar los centros o zonas de coworking que existen actualmente en el mercado. De los cuales nos centraremos

en los más representativos del mercado, los cuales son: Plataforma, Invernadero, Panal e Innobis. El detalle de la competencia se centrará en el siguiente capítulo en el análisis de demanda y oferta.

CAPÍTULO IV

Plan de negocio

4.1. Título de la Propuesta

Plan de negocio para la creación de una empresa Coworking para emprendedores.

4.2. Descripción de la Propuesta

La propuesta de este estudio es la creación de una empresa de coworking para emprendedores, que cuente con una buena infraestructura, tecnología, equipos de oficina, seguridad, comodidad y los recursos necesarios para trabajar en ellos, ubicado en una zona estratégica en la ciudad de Guayaquil, con precios y horarios flexibles; donde pueda desarrollar sus ideas o realizar sus proyectos; y, a su vez, conocer a diferentes tipos de profesionales y crear alianzas estratégicas.

Todo bajo los parámetros establecidos para el desarrollo de un plan de negocios tal como: estimaciones de mercado, análisis estratégico, evaluación administrativa y operativa, valoraciones financieras, entre otros.

4.3. Esquema de un plan de negocios

El esquema a seguir para el desarrollo de la propuesta es el siguiente:

Figura 23. Esquema de Plan de Negocios



Elaborado por: Las autoras

4.4. Estudio de Mercado

La finalidad del presente estudio de mercado es conocer las características del mismo, establecer la demanda del servicio, la oferta actual de los servicios de coworking y de existir una demanda insatisfecha, cuál es su tamaño, para definir el porcentaje de participación en el mercado de servicios de oficinas compartidas.

4.4.1. Análisis de la Demanda

Con la tabla No. 21 basada en información registrada por el departamento de estadística del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), de la población de la provincia del Guayas como dato oficial en el año 2010 y proyectada hasta el año 2017, se ha podido cuantificar una demanda histórica del último octenio de personas que pueden ser consideradas directamente o indirectamente como emprendedores profesionales. Esto da un entorno cuantitativo para poder conocer cuál ha sido el comportamiento pasado de esta población y, en base a estas cifras, poderlas proyectar a futuro.

De esta forma se puede desarrollar su nivel de tendencia y necesidades de instalación y apertura de una nueva empresa que brinde los servicios coworking para emprendedores. Esta información ha sido segmentada de acuerdo a los parámetros antes detallados para calcular el tamaño de la muestras, como por el lugar (ciudad de Guayaquil), edad (18 a 54 años) y el índice de escolaridad, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 21. Demanda Histórica de Guayaquil según edad e índice de escolaridad

AÑO	GUAYAS	GUAYAQUIL	EDAD (18 A 54 AÑOS)		Índice de escolaridad	
			%	NUMERO	%	NUMERO
2010	3.778.720	2.440.553	48,95%	1.194.624	10,8	129.019
2011	3.840.319	2.471.180	49,15%	1.214.471	10,87	131.968
2012	3.901.981	2.501.423	49,34%	1.234.097	10,93	134.923
2013	3.963.541	2.531.223	49,52%	1.253.537	11,00	137.889
2014	4.024.929	2.560.505	49,71%	1.272.748	11,07	140.888
2015	4.086.089	2.589.229	49,89%	1.291.715	11,14	143.891
2016	4.146.996	2.617.349	50,07%	1.310.421	11,21	146.898
2017	4.207.610	2.644.891	50,24%	1.328.885	11,42	151.784

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos/Ministerio de Educación

Elaborado por: Las autoras

Ubicando estas cifras, para el año 2017 de los 151.784 profesionales en la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a la encuesta realizada (Pregunta No. 4) solo el 84,19% que accederían se encuentran en las carreras afines al área administrativa, comerciales, marketing, sistemas y diseño-urbanismo representa un total de 127.787, de dicha cantidad solo el 35,72%, creen necesario más centros de este tipo de servicios para los emprendedores, es decir, 45.645 personas serían los potenciales demandantes del servicio, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 22. Demanda Potencial

AÑO	POBLACIÓN	CARRERAS AFINES	% DE PARTICIP. ENC - SERV *
2010	129.019	108.621	38.800
2011	131.968	111.103	39.686
2012	134.923	113.592	40.575
2013	137.889	116.089	41.467
2014	140.888	118.613	42.369
2015	143.891	121.142	43.272
2016	146.898	123.674	44.176
2017	151.784	127.787	45.645

* 35,72% de participación según pregunta No. 7 (Tabla No. 13) de la encuesta-servicio elaborada a emprendedores profesionales

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

Elaborado por: Las autoras

Estimación de la demanda futura

El esquema matemático ha sido realizado para determinar el pronóstico de la demanda, cifras históricas de personas según edad e índice de escolaridad, teniendo información del pasado octenio y aplicándolo a una ecuación lineal del tipo: $Y=A+Bx$, debido a que la directriz tiene una conducta sostenida durante los 8 años de datos históricos (El coeficiente de correlación para este procedimiento es el más próximo a 1). Por lo cual, mediante el método de los mínimos cuadrados, se pudo calcular los resultados de estas cifras, tal como se lo demuestra en la siguiente tabla:

Tabla 23. Pronósticos de la Demanda Futura del servicio

AÑOS	DEMANDA(Y)	x	x ²	XY
2010	38.800	1	1	38.800
2011	39.686	2	4	79.372
2012	40.575	3	9	121.725
2013	41.467	4	16	165.868
2014	42.369	5	25	211.843
2015	43.272	6	36	259.632
2016	44.176	7	49	309.233
2017	45.645	8	64	365.163
TOTAL	335.990	36	204	1.551.636

$$A = \frac{Y(X^2) - X(XY)}{N(X^2) - (X)^2}$$

$$B = \frac{N(XY) - X(Y)}{N(X^2) - (X)^2}$$

$$A = \frac{335.990(204) - 36(1.551.636)}{8(204) - (36)^2}$$

$$B = \frac{8(1.551.636) - 36(335.990)}{8(204) - (36)^2}$$

$$A = 37.747,21$$

$$B = 944,79$$

$$Y = A + B(x)$$

$$Y = 37.747,21 + 944,79 * 9$$

$$Y = 46.250,32$$

Fuente: Tabla No. 23

Elaborado por: Las autoras

Las derivaciones de las demandas futuras para este tipo de servicios, según la Tabla No. 24, indican que en el año 2018 la demanda llegará a los 46.250 personas, creciendo a una tasa promedio del 1.70% anual, para obtener en el año 2027, una demanda de 54.754 personas.

Tabla 24. Demanda Futura

AÑO	DEMANDA FUTURA
2018	46.250
2019	47.195
2020	48.140
2021	49.085
2022	50.030
2023	50.974
2024	51.919
2025	52.864
2026	53.809
2027	54.754

Fuente: Tabla No. 23

Elaborado por: Las autoras

4.4.2. Análisis de la Oferta

Como información sobre locales arrendados a nivel nacional en el país según cifras del último Censo Económico del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), existen 253.305 locales comerciales arrendados, donde 108.590 locales están destinados al comercio al por menor mientras que para servicios de alimentos y bebidas están aproximados en 32.559 locales.

Con respecto al servicio de coworking en el Ecuador, es una actividad que lleva poco tiempo, siendo el año 2014 con una empresa formada en Quito que se desarrolla este tipo de servicios. Actualmente, existen algunas empresas que brindan este tipo de servicios según la investigación de campo realizada que cuentan cada una con 50 espacios o puestos de trabajo coworking. A continuación, se detallan las empresas que brindan este servicio:

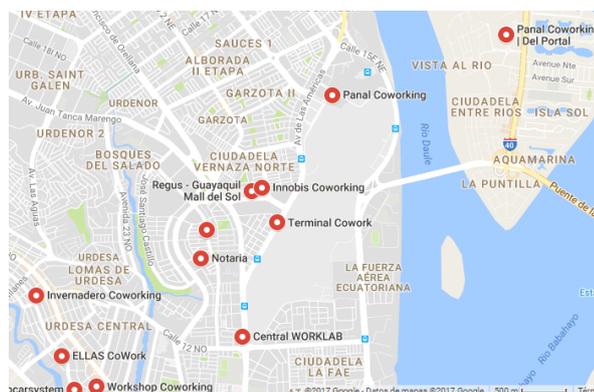
Tabla 25. Oferta de zonas Coworking en Guayaquil, 2017

No.	EMPRESA
1	Invernadero
2	Panal
3	Workshop
4	Plataforma
5	Terminal Cowork
6	Espol Coworking
7	Innobis
8	Ellas
9	Central Worklab
10	Resgus

Elaborado por: Las autoras

Estos negocios ya establecidos en el mercado se encuentran concentrados en los siguientes puntos de la ciudad de Guayaquil, tal como muestra la siguiente figura:

Figura 24. Ubicaciones de zonas de coworking



Fuente: Google Maps - Guayaquil

Con la información proporcionada en la tabla anterior, donde cada una de las empresas cuenta como mínimo con 50 zonas de trabajo mensuales, por ende para el año 2017 se contará con una oferta mensual de 500 espacios o puestos de trabajo mientras anualmente con unos 6.000 oficinas. En la tabla No. 26, se encuentran un detalle de la oferta histórica de estos puestos u oficinas compartidas que existen en Guayaquil en el último quinquenio.

Tabla 26. Oferta Histórica de Puestos de Trabajo bajo el contexto Coworking

AÑO	OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL
2013	-	-
2014	-	-
2015	100	1.200
2016	300	3.600
2017	500	6.000

Elaborado por: Las autoras

Estimación de la oferta futura de estos servicios

La oferta futura de los puestos de trabajo coworking está dado en función de la capacidad instalada de oficinas coworking en la ciudad de Guayaquil. Esto ha ido presentándose de manera creciente por ser una nueva tendencia a nivel internacional con mucho auge a nivel nacional. Los resultados de la oferta futura se ha basado en las cifras del último quinquenio, la cual se la ha ajustado a una ecuación lineal del tipo $Y = a + b(x)$. Ésta ecuación se la calcula mediante el método estadístico de los mínimos cuadrados, como se observan en la siguiente tabla:

Tabla 27. Pronósticos de la Oferta Futura del servicio

AÑOS	OFERTA (Y)	x	x ²	XY
2013	0	1	1	0
2014	0	2	4	0
2015	1.200	3	9	3.600
2016	3.600	4	16	14.400
2017	6.000	5	25	30.000
TOTAL	10.800	15	55	48.000

$$A = \frac{Y (X^2) - X (XY)}{N (X^2) - (X)^2}$$

$$B = \frac{N (XY) - X (Y)}{N (X^2) - (X)^2}$$

$$A = \frac{10.800 (55) - 15 (48.000)}{5 (55) - (15)^2} \quad B = \frac{5 (48.000) - 15 (10.800)}{5 (55) - (15)^2}$$

$$A = -126.000 / 50$$

$$B = 78.000 / 50$$

$$A = -2.520$$

$$B = 1.560$$

$$Y = A + B (x)$$

$$Y = -2.520 + 1.560 * 6$$

$$Y = 6.840$$

Fuente: Tabla No. 26

Elaborado por: Las autoras

En la tabla No. 28 se presentan las derivaciones de las ofertas futuras, donde para el año 2018, la oferta de estos servicios se estaría en 6.840 puestos de trabajo, creciendo a una tasa promedio del 11.81% anual. Para obtener en el año 2027, se tendría una oferta de 20.880 puestos de trabajo en espacios compartidos o coworking.

Tabla 28. Oferta Futura

AÑO	OFERTA FUTURA
2018	6.840
2019	8.400
2020	9.960
2021	11.520
2022	13.080
2023	14.640
2024	16.200
2025	17.760
2026	19.320
2027	20.880

Fuente: Tabla No. 27

Elaborado por: Las autoras

4.4.3. Cuantificación de la Oferta-Demanda de los servicios.

Realizando una comparación entre los servicios demandados y la oferta, se llega a establecer que existirá una demanda de emprendedores no cubierta en las cantidades que se señalan a continuación, donde para el año 2018, el déficit estimado será de 39.410 emprendedores profesionales sin cobertura de servicios coworking, tal como muestra la siguiente tabla:

Tabla 29. Balance Demanda y Oferta de estos servicios

AÑO	DEMANDA FUTURA	OFERTA FUTURA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	46.250	6.840	39.410
2019	47.195	8.400	38.795
2020	48.140	9.960	38.180
2021	49.085	11.520	37.565
2022	50.030	13.080	36.950
2023	50.974	14.640	36.334
2024	51.919	16.200	35.719
2025	52.864	17.760	35.104
2026	53.809	19.320	34.489
2027	54.754	20.880	33.874

Fuente: Tablas No. 24 y No. 28

Elaborado por: Las autoras

4.5. Análisis estratégico

Para todo negocio es necesario llevar a cabo una investigación interno y externo del entorno para determinar las estrategias a aplicar. Para realizar este análisis estratégico, se procederá a utilizar las siguientes herramientas:

- a) Análisis DAFO o FODA
- b) Análisis de 5 fuerzas de Porter

a) Análisis DAFO o FODA de la empresa

Esta herramienta nos permite conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa y así de acuerdo a estas elegir las estrategias correctas. Por tal motivo, a continuación se presentan el análisis FODA del proyecto:

Tabla 30. Análisis DAFO o FODA

Fortalezas	Oportunidades
Ambiente propicio para la creación de alianzas estratégicas	Creciente interés de los emprendedores por los espacios compartidos o coworking
Reducción de costos vs oficinas tradicionales	Mayor promoción para las actividades en las zonas de coworking
Equipos modernos de buena calidad y sistemas informáticos propicios para desarrollo de emprendedores	Alianzas estratégicas con proveedores en equipos informáticos
Ubicación estratégica de la zona coworking	
Debilidades	Amenazas
Dificultad en las fuentes de promoción de estos tipos de servicios	La inestabilidad en la economía puede dificultar la tendencia por adquirir este servicio
Falta de conocimiento de la marca	La competencia establecida puede bajar los precios por la presencia de nuevos competidores
Los gastos operativos incrementan los precios del servicio	Crecimiento comercial o empresarial hacia otros sectores de la ciudad

Elaborado por: Las autoras

b) Análisis de las cinco fuerzas de Porter

Para evaluar el micro-entorno de la industria del Coworking, que ofrece espacios o puestos de trabajo colaborativo como servicio, con poco tiempo de funcionamiento en el país, se procederá a aplicar el análisis de las 5 fuerzas de Porter, donde se muestra un mercado con un riesgo medio con tendencia al alza:

1.- Poder de Negociación de los Compradores o Clientes: Alta

El poder de negociación de los clientes es alto, porque se disponen de sustitutos accesibles como el domicilio, Cyber Café o Business Center, por ende el servicio a ofrecer debe satisfacer las necesidades del cliente y agregar valor adicional para diferenciarse de la competencia y así crear beneficios para la empresa.

2.- Poder de Negociación de los Proveedores: Baja

Con respecto a la negociación de los proveedores, se centrará en el provisor del servicio más importante como es el del servicio de internet, donde en el país se cuenta con algunas empresas públicas o privadas con diversas opciones de precio y beneficios, creando un poder de negociación manejable de acuerdo a las necesidades.

Con respecto al alquiler del local, existen muchas opciones de lugares ubicados en buenas zonas y diferencias de precios, donde se generan poder de negociación para ambas partes de acuerdo al beneficio de cada uno.

3.- Amenaza de nuevos competidores entrantes: Media

Actualmente, recién en el país se está ingresando esta nueva tendencia por ende el mercado se lo considera nuevo aún, por ende la empresa a implementar debe diferenciarse del resto de la competencia para ser preferido entre los clientes emprendedores, donde la amenaza dependerá el monto de la inversión (media a alta) y los servicios a ofrecer, además de la red de contactos y flexibilidad de la empresa. Tener en cuenta que estas empresas deberán cumplir con los principios de coworking para que sea considerada una empresa de este tipo, que se centra en crear una comunidad.

4.- Amenaza de servicios sustitutos: Alta

Se encuentra diversidad de oficinas tradicionales o equipadas para el desarrollo de un negocio, además de centros de apoyo o emprendimiento que están surgiendo en las universidades. En cuanto a la oferta de oficina tradicional, se puede encontrar a través de páginas web como www.olx.com.ec o www.plusvalia.com donde se manejan diferentes franjas de precios de acuerdo a los sectores de la ciudad, como por ejemplo: en olx, una oficina en el TradeBuilding Center se ofrece en alquiler por \$850 sin amoblar; mientras que, para la segunda opción, el alquiler de una oficina amoblada por el sector del Hilton Colón, tiene un precio de alquiler promedio de \$1.500 dólares.

También, se puede citar como ejemplo al grupo inmobiliario PRONOBIS, por el target que apunta y por su ubicación, el cual está estructurado en cuatro diferentes empresas: Centro Empresarial Colón, TradeBuilding Center, The Point y Professional Center, las mismas que tienen una particularidad en común, ya que se dedican a la venta y alquiler de oficinas aunque su mercado está direccionado a empresas medianas y por la ubicación estratégica, ya que la zona en cuestión es de gran movimiento comercial.

5.- Rivalidad entre los competidores: Media - Alta

Si existe rivalidad entre los competidores donde la diferencia se centra en el catálogo de servicios de estos, la mayoría se centra en el apoyo a los emprendedores para el desarrollo de sus ideas o la mejora a los microempresarios, contando con que algunos tienen su

clientes ya establecidos y tiene un poder de mercado mucho más representativo que el resto de las empresas de coworking, tal es el caso de la empresa Invernadero, las más importante de este tipo de servicios en Guayaquil, reconociéndolo como un fuerte rival.

A continuación, se presentan una tabla con cuatro empresas de coworking en Guayaquil, según la investigación de campo realizada y la percepción de las investigadoras, con los factores más importantes para los emprendedores con respecto al número de estaciones de trabajo, horarios, precios y servicios que brindan, inclusive los beneficios adicionales que aportan, que en la mayoría se centra en uso de la sala de reuniones por un tiempo determinado según al paquete de servicio pagado:

Tabla 31. Servicios de Espacios de Coworking

No.	EMPRESA	No. de estaciones de trabajo	COSTOS	HORARIOS	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	BENEFICIOS ADICIONALES
1	Invernadero	50	\$94 al mes por Club Invernadero	50 horas de Coworking	6 horas de Salas de Reuniones Café, Té, Frutas Gratis Acceso a Red Invernadero	Indican que más de \$120.000 en beneficios adicionales no especificados
			\$194 al mes por tu escritorio	Acceso 9:30 - 20:30, Lun - Vie	Internet Ilimitado Café, Té, Frutas Gratis 12 horas de Salas de Reuniones Acceso a Red Invernadero	
			\$flex al mes por tu grupo	Acceso Ilimitado	Internet Ilimitado Café, Té, Frutas Gratis Términos Flexibles Acceso a Red Invernadero	
2	Plataforma	50	\$180 al mes Flex space	Lunes a Viernes: 09h00 a 17h00	Un escritorio (o más) permanente en un área privada, reservado 24/7. Servicio de impresión, alquiler de equipo informático Mac, recepción y conserjería.	Café Gratuito, Wifi, 2 horas de sala de reuniones
			\$235 al mes Fixed Space	Acceso las 24 horas		Acceso a Mac y software, Free Wifi, 6 horas de sala de reuniones
3	Panal Coworking	50	\$15 por Day pass	No especifican	Internet, instalaciones seguras, Impresora y copiadora, servicio de limpieza, bebidas y snacks, estacionamiento, casilleros recepción, phone booth, Sala de reuniones	Sala de reuniones por \$ 10 por hora
			\$100 por In panal			Incluye 2 horas de salas de reuniones
			\$250 por Mi Desk			Incluye 4 horas de salas de reuniones
			\$500 por Mi Office			Incluye 6 horas de salas de reuniones
4	Innobis	50	\$19 al mes por Conexión	10 horas de Coworking	Acceso a áreas lúdicas, internet de alta velocidad, impresiones, agua y café gratis	Sala de reuniones por \$ 19, alquiler externo
			\$59 al mes por Básico	40 horas de Coworking	Acceso a áreas lúdicas, 1 hora de sala de reuniones, internet de alta velocidad, impresiones, agua y café gratis, opción de locker \$5, recepción, 10% descuento en eventos Innobis	
			\$99 al mes por Premium	Ilimitado	Acceso a áreas lúdicas, 2 horas de sala de reuniones, internet de alta velocidad, impresiones, agua y café gratis, opción de lockers \$5, recepción, 15% descuento en eventos Innobis	
			\$149 al mes por Ilimitado	Ilimitado	Acceso a áreas lúdicas, 4 horas de sala de reuniones, internet de alta velocidad, impresiones, agua y café gratis, locker incluido, recepción, 25% descuento en eventos Innobis, extensión telefónica	

Elaborado por: Las autoras

Cabe señalar que de las empresas analizadas en la tabla anterior, Invernadero y Plataforma proporcionan una oferta completa de servicios que debería contar este tipo de comunidades, además apuntan a un target superior que las otras opciones. En cuanto a las empresas Panal Coworking e Innobis, éstas son más flexible porque brindan el servicio de alquiler de espacios o puestos de trabajo por horas, además de contar con más servicios para los emprendedores o microempresarios y con la infraestructura y recursos necesarios para captar más clientes.

Con lo expuesto anteriormente nos damos cuenta que existe una alta competencia indirecta de este tipo de servicios, pero lo que se busca con la idea es presentar una oferta completa con el fin de que los emprendedores que no cuenten con los recursos económicos recurran a la empresa del proyecto.

4.6. Planteamiento de estrategias

El marketing provee de una serie de elementos técnicos para que las unidades de negocios puedan determinar el atractivo que tendría la implementación de un negocio Coworking para emprendedores en el mercado de profesionales independientes y de apertura corporativa. De acuerdo a la información proporcionada por los emprendedores por medio de la encuesta, donde indican que se necesitan más centros o zonas, éstos deben contar con diversas áreas y necesidades propias de los emprendedores, por ende el planteamiento de estrategias que perseguirá la empresa es de:

- a) **La diferenciación:** Se centrará en el precio y la calidad del servicio a ofrecer, sirviendo de apoyo a los emprendedores profesionales y microempresarios que no cuentan con recursos y red de contactos para el desarrollo de su empresa. Con referencia el precio, en el monto estaría incluido el acceso ilimitado a todas las áreas y recursos de la empresa, más detallado en el plan de marketing, mientras que la calidad del servicio a través de una infraestructura adecuada y con la tecnología apropiada para este tipo de servicios a la comunidad de coworkers.
- b) **Penetración de mercado:** Por medio de la matriz de Ansoff, se llegará a determinar la dirección estratégica de crecimiento de la empresa de coworking, vista desde el punto de vista del producto – mercado, por ende al ser un producto

actual por ya estar en el mercado actual, nos encontramos en la estrategia de penetración del mercado, donde para ganar mercado, el servicio a ofertar debe tener un valor agregado al de la competencia y un plan de mercadeo acorde a las necesidades de la empresa.

Figura 25. Matriz de Ansoff



Fuente: Roberto Espinosa (www. robertoespinosa.es)

- c) **Posicionamiento:** La estrategia de posicionamiento se basará en: el servicio, contando con una excelente infraestructura y recursos; los beneficios, por pertenecer a la comunidad de coworkers; y, a los usuarios, es decir, a quien va direccionado el proyecto, en este caso: los emprendedores profesionales o microempresarios. Se utilizará la Matriz Atractivo del Mercado – Posición Competitiva, para evaluar el servicio de coworking de la empresa con relación a sus fortalezas. A continuación, se muestran las tablas de valoración y la matriz:

Tabla 32. Tabla de valoración para la dimensión atractivo del mercado

FACTORES	Peso	Calificación	Valor
Tamaño	0,20	4	0,80
Crecimiento	0,40	4	1,60
Intensidad de la competencia	0,40	4	1,60
TOTAL	1		4,00

Elaborado por: Las autoras

Tabla 33. Tabla de valoración para la dimensión posición competitiva

FACTORES	Peso	Calificación	Valor
Canales de distribución	0,10	2	0,2
Calidad del Servicio	0,40	5	2
Imagen	0,20	4	0,8
Nivel Tecnológico	0,30	4	1,2
TOTAL	1		4,20

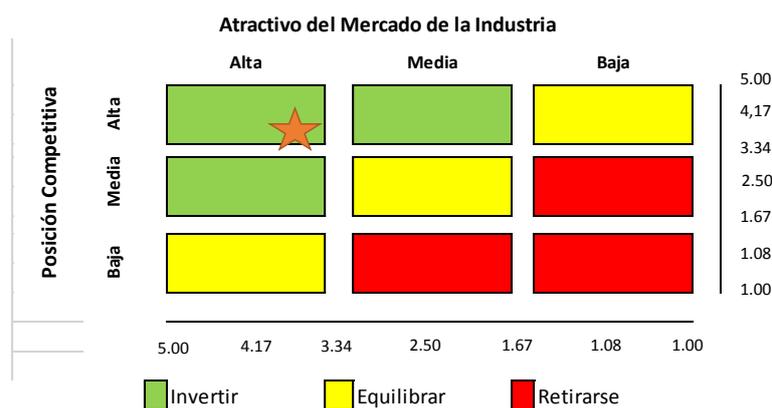
Elaborado por: Las autoras

Esta matriz con nueve cuadrantes que están esquematizados en alta, media y baja; se lo realiza con la finalidad de comprender como esta nueva empresa puede confrontar a la competencia.

Para aquello, la tabla de dimensión de atractivo del mercado del servicio de Coworking (Tabla No. 32), tomará a consideración, tres elementos de valoración que son: el tamaño, cuyo porcentaje (20%) indica que es un peso significativo de la empresa a instalarse con respecto a las diez empresas que están trabajando en la ciudad de Guayaquil. De la misma forma, el crecimiento para los próximos 10 años estaría en un 40%, es decir, se denota el crecimiento del mercado Coworking, mientras que la intensidad de la competencia estaría enmarcada en parámetros parecidos con un 40%.

En cuanto a la posición competitiva (Tabla No. 33) se han determinado cuatro factores de los cuales, el de menor peso es el concerniente a los canales de distribución (10%) esto se debe que al ser grupos asociativos de servicios especializados su comercialización no es expandible y de conexión directa a través de medios masivos o de contactos, referidos. Por otro lado, el de mayor incidencia sería la calidad del servicio Coworking, ya que este agrupa a una serie de profesionales especializados en cada tema y que un peso de 0,40 dimensionan una valoración de 2 por ser servicios, muchos de los cuales son intangibles pero de gran posicionamiento en el mercado.

Figura 26. Matriz de Atractivo del Mercado



Elaborado por: Las autoras

Una vez establecido la valoración, tanto del mercado como competitiva, se puede obtener que dicha matriz apunta tanto para el cuadrante del eje “y” como al eje “x” quedando en una posición alta en donde las debilidades son mínimas, mientras que las

oportunidades son altas al ser un negocio con pocos años en el mercado y de crecimiento a largo plazo.

A parte del análisis estratégico realizado, se procederá a establecer el plan de marketing de la empresa, con la finalidad de obtener los resultados u objetivos planteados en esta fase.

4.7. Plan de Marketing

Entre los objetivos de Marketing de la empresa se encuentran:

Corto Plazo (Primer Año)

- Lograr una ocupación promedio de 80% de los espacios o zonas de trabajo disponibles en Emprende Coworking S.A. al término del primer año.
- Alcanzar un 1.22% de participación del mercado (demanda insatisfecha), tal como queda demostrado en la tabla de ingresos.
- Obtener el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa en un 80%.
- Conseguir que los usuarios de la comunidad nos recomienden en un 75%

Largo Plazo

- Lograr una ocupación del 90% de los espacios o zonas de trabajo disponibles en Emprende Coworking S.A para el segundo año; y la totalidad a partir del tercer año.
- Alcanzar un 4% de participación del mercado.
- Lograr el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa en un 99%.
- Conseguir que los usuarios de la comunidad nos recomienden en un 95%

Estrategia de segmentación

La estrategia de segmentación a utilizar será la geográfica: a la población de emprendedores de la ciudad de Guayaquil, en edades comprendidas entre 18 a 54 años de edad indiferente del sexo, cuyos ingresos se obtienen para el desarrollo de sus trabajos como microempresarios o independientes. Además de segmentación psicográfica, ya que se apunta a emprendedores profesionales independientes o microempresarios de carreras administrativas, financieras, de sistemas o de diseño, quienes buscan horarios flexibles

para el uso de las oficinas con estructuras de costos adaptados a los ingresos que perciben por su negocio, la posibilidad de ampliar la red de contactos y beneficios adicionales.

Estrategia del servicio

Con la razón social o nombre de la empresa: Emprende Coworking S.A. se pretende ofrecer espacios, zonas o puestos de trabajo compartido, por horas o tiempo determinado, oficinas acondicionadas a las necesidades de los emprendedores, sean estos independientes o microempresarios, para la administración de sus cuentas, clientes y otros. Dentro de la estrategia de servicio, uno de los factores más importantes a considerar será la calidad del servicio a ofrecer, basada en una cultura de servicio para ser reconocidos por los diferentes usuarios con la que contará la empresa.

La propuesta de valor de la empresa está enfocada a ofrecer zonas o puestos de trabajo compartido para el desarrollo de los negocios, creando asociaciones estratégicas y red de contactos.

Emprende Coworking S.A. tienen como objetivo posicionarse como la zona de trabajo ideal para el desarrollo de emprendimientos, conjuntamente con la colaboración de los miembros de la comunidad de coworkers.

Descripción del servicio de alquiler de oficinas

Con respecto a la descripción del servicio de oficinas compartidas o zonas contará con:

- Áreas Comunes y Equipo Empresarial.- Recepción y secretaría, acceso a equipos como: impresoras y fotocopiadoras, además de una cafetería.
- Salas de Reuniones.- Salas de formación, reuniones y charlas completamente equipadas disponibles para los emprendedores.

Además de una de las características básicas se centrará en:

- Flexibilidad: Grupos de hasta 10 personas a jornada completa (Lunes a Viernes de 8:00 a 19:00). Todas las áreas de trabajo designadas son de forma profesional y segura.

Logotipo: Imagen del Logotipo a utilizar

Figura 27. Logotipo



Elaborado por: Las autoras

Eslogan: Frase con que se identificará frente a la competencia

Figura 28. Eslogan

“Tu idea, tu espacio”

Elaborado por: Las autoras

Estrategia del precio

La estrategia del precio está basado en la pregunta No. 14 y No. 15 donde los encuestados indicaron que están dispuestos a pagar como mínimo por el servicio de alquiler de oficina o zona de trabajo, \$250 por mes y un intervalo de \$6 - \$10 por hora, dichos valores propuestos en la encuesta fueron tomados de los precios ya establecidos por la competencia. El precio establecido estará basado en el valor percibido por los emprendedores encuestados indistintamente de la finalidad de la empresa por cubrir sus costos. Por ende, se ha determinado que el precio por mes será de \$250 para los usuarios.

La importancia en la fijación de precios se debe a los objetivos de marketing a alcanzar, por tanto el precio podrá ajustarse a partir del segundo año (un estimado de aumento del precio en un 8%), teniendo en cuenta que la empresa buscará factores innovadores que agreguen valor al servicio ofertado. Así mismo, se debe indicar que este valor estimado es por el espacio o puesto de trabajo, que incluye el acceso a cafetería, internet, wifi, etc,

recalcando que es un servicio ilimitado para los coworkers. Por tanto, a continuación se presentan el detalle de lo que incluirá el servicio:

Tabla 34. Precio del Servicio

Emprende Coworking S.A.	Plan total
	(servicio ilimitado) \$ 250 (Por mes)
Servicios:	
Internet y Wifi	X
Copias – Impresiones	X
Scanner	X
Café - Té – Agua	X
Casillero	X
Sala de Reuniones	X
Sala de Juegos	X
Networking	X
Eventos - Talleres	X
Recepción y Mensajería	X
Acceso a Telefonía fija	X
Guardianía	X

Elaborado por: Las autoras

No están siendo considerados promociones y descuentos por contratación del servicio, debido a todo lo que incluye, por ende serán pagos anticipados por uso del espacio, ya que por ser nuevos en el mercado lo que se pretende es aprovechar el auge de este tipo de servicios para obtener rentabilidad o beneficios. A continuación, una tabla comparativa de los precios de la competencia vs el presente proyecto:

Tabla 35. Emprende Coworking vs. Competencia

Detalle / Empresa	Emprende Coworking S.A.	Invernadero	Plataforma
Precios	\$250 al mes	\$194 al mes por tu escritorio ó <i>\$flex</i> por grupo	\$235 al mes Fixed Space
Servicios	Ilimitado: Internet, Café, Té, Agua, Salas de Reuniones casilleros, impresiones, talleres, eventos acceso a teléfono, networking, recepción y mensajería	Internet Ilimitado Café, Té, Frutas Gratis 12 horas de Salas de Reuniones Acceso a Red Invernadero	Un escritorio (o más) permanente en un área privada, reservado 24/7. Servicio de impresión, alquiler de equipo informático Mac, recepción y conserjería.

Elaborado por: Las autoras

Estrategia de distribución

La estrategia de distribución será por medio de la venta directa empresa-cliente (Ver Figura No. 29), siendo el más utilizado en el mercado de servicios, por ende el administrador o empleado de la empresa proporcionará la información debida a los potenciales clientes o interesados en acceder al servicio, además el administrador es quién se encargará de buscar los contactos con los emprendedores de diferentes áreas para las redes de contactos.

Otro de los canales a utilizar es a través de la Página web y redes sociales (LinkedIn, Snapchat, Facebook, Twitter e Instagram), la persona que maneje estas cuentas, será el encargado también de brindar información de la empresa a los interesados sobre los precios y beneficios del mismo (Ver Figura No. 30).

Los canales antes mencionados serán mantenidos a largo de la vida útil del proyecto y se buscará otros de acuerdo a las necesidades de la empresa, siempre con la finalidad de abarcar la mayoría de emprendedores o coworkers.

Figura 29. Venta Directa



Elaborado por: Las autoras

Figura 30. Redes Sociales



Elaborado por: Las autoras

Estrategia de publicidad

La estrategia de publicidad se centrará en el diseño y mantenimiento anual de una página web de la empresa, cuentas en redes sociales tales como: LinkedIn, Snapchat, Facebook, Twitter e Instagram; y, publicidad escrita a través de anuncios mensuales en La Revista (Diario El Universo), una de mayor circulación a nivel nacional. (Ver Tabla No. 36)

También, la estrategia se centrará en un marketing relacional y de contenido. En el marketing relacional por medio de eventos y charlas para proporcionar información a los potenciales clientes; mientras que, el marketing de contenido a través de publicaciones con temas de interés para los emprendedores profesionales a través de las redes sociales antes detalladas y página web, para así lograr la captación de usuarios de este tipo de centros.

Además, información relacionada a las diferentes actividades que desarrollan los emprendedores asociados a la empresa a través del blogs o cuentas electrónicas, para así llegar a más emprendedores.

Inclusive, el contacto directo con la comunidad de coworkers por medio de entrega de información a potenciales clientes en puntos de interés, en lugares como: universidades, charlas o eventos de las cámaras de comercio, entre otros, dando a conocer la empresa, las ventajas y desventajas de este tipo de espacios para los emprendedores, profesionales independientes o microempresarios en busca de reducción de gastos.

Tabla 36. Medios Publicitarios

DESCRIPCION	NUMERO DE VECES	COSTO UNITARIO
A. PUBLICIDAD ESCRITA		
ANUNCIOS EN REVISTAS (LA REVISTA)	12	371
SUMAN		
B. PUBLICIDAD EN MEDIOS ELECTRONICOS		
DISEÑO DE PAG WEB*	1	700
MANTENIMIENTO DE PAGINA WEB***	12	100
UTILIZACION DEL HOSTING**	1	85

Elaborado por: Las autoras

4.8. Plan Organizacional

Misión:

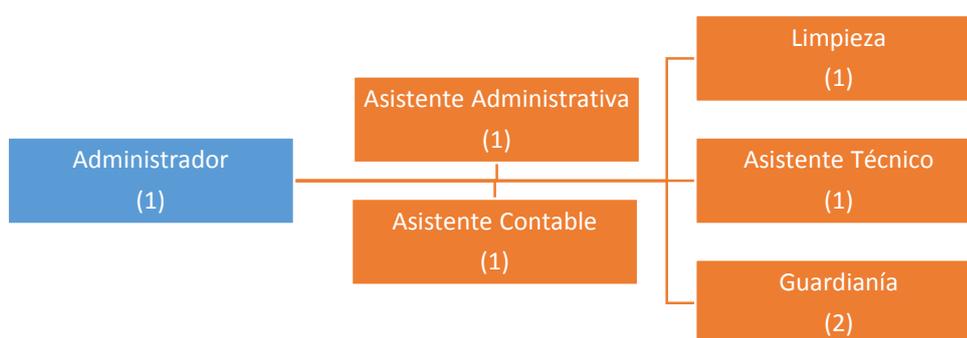
Emprende Coworking S.A. tiene como misión: *Brindar ayuda y confianza a los emprendedores a través de un equipo de trabajo profesional en un espacio compartido o zona coworking donde puedan administrar sus negocios.*

Visión:

Emprende Coworking S.A. tiene como visión: *Ser reconocida como la empresa líder en servicios de espacios o zonas de coworking, nuestro éxito se sustentará en un trabajo innovador, eficiente, honesto y personalizado, priorizando siempre al ser humano como tal, y creando valor para los emprendedores.*

Estructura Organizativa

Figura 31. Estructura organizacional de Emprende Coworking S.A.



Elaborado por: Las autoras

Entre las funciones a desempeñar por el personal de la empresa están:

Administrador: Es el encargado de la planeación, dirección, organización y control de la empresa de las labores dentro de la empresa, manejando de manera eficaz, los recursos humanos, materiales, financieros y tecnológicos de la misma, es decir, el encargado de que fluya con normalidad la empresa. Contacto con clientes potenciales y encargado del networking de la empresa. Se contratará un administrador.

Asistente administrativo: Es la persona que se dedica a realizar variedad de tareas administrativas y de oficina tales como: redactar cartas, manejo de correspondencia, manejo de agenda, organizar y mantener archivos en papel o electrónicos y proveer información vía telefónica entre otras. Encargada de recepción y mensajería de los coworkers. Se contratará una persona para desempeñar esta labor.

Auxiliar contable: El o la encargada de temas relacionadas a la contabilidad de la empresa, como puede ser: compras y pago de suministros varios, facturación, roles de pago, etc. Además del manejo o gestión de cartera, conciliaciones bancarias, la proyección de estados financieros e informes financieros, declaraciones tributarias y los

diferentes informes con destino a las entidades de control del país, entre otros. Encargada de la administración, en caso de no encontrarse el administrador. Se contratará una persona.

Personal de limpieza: Se efectuará diariamente la limpieza de la oficina y puestos de trabajos, donde la labor se centrará en la limpieza de ventanas, suelos, muebles, vaciado de papeleras, reposición de material. Encargada del área de Cafetería. Se contratará una persona para estas labores.

Personal de Guardianía: Es la persona que vela por la seguridad de las personas, edificios y bienes materiales tanto de la empresa como usuarios; cuya protección, vigilancia y custodia estuviera principalmente encargado por la empresa contratante. Se contratará dos personas para estas labores, en horarios rotativos (mañana y noche).

Asistente Técnico o Sistemas: Es la persona que se desempeñará como desarrollador de software, programador de aplicaciones informáticas, técnico de sistemas y analistas de sistemas de información. Actualizar página web y redes sociales. Se contratará una persona a horario normal.

4.9. Plan Operativo

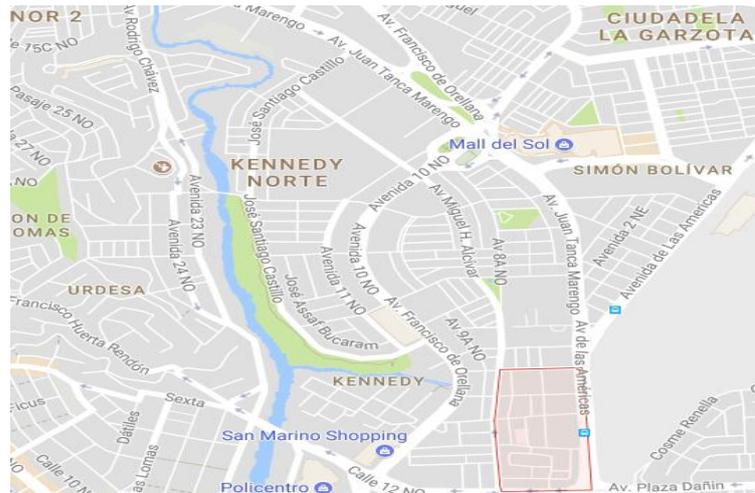
a) Ubicación Estratégica

Los factores que se tomaron en cuenta para la ubicación de la empresa son: suministros básicos que se encuentran ya instalados, vías de fácil acceso a diversas zonas de la ciudad y seguridad de la zona. Para el proyecto, el sector que cuenta con todas estas especificaciones se encuentra en la Ciudadela Guayaquil, al norte de la ciudad. (Ver Figura No. 30)

Además, se consideró las características que se detalla a continuación:

- Sector Comercial de Alto Nivel
- Crecimiento del Sector inmobiliario en la zona

Figura 32. Ubicación de la empresa



Fuente: Google Maps – Guayaquil

Para el proyecto, no se considera la compra del terreno y construcciones sino que se optará por alquiler de local donde funcionará la empresa *Emprende Coworking S.A.*, esto se debe a dos motivos principales: por los altos costos de las inversiones inmobiliarias y por difícil economía que ha vivido hasta el momento el país en el sector de construcciones.

El local a alquilar deberá contar con un área aproximada de 430 m², para que sean distribuidas las áreas tal como demuestra la siguiente tabla:

Tabla 37. Distribución de espacios

CONCEPTO	CANTIDAD UNITARIO POR AREA (m2)	NUMERO DE ESTACIONES (EN UNIDADES)	NUMERO DE ESTACIONES TOTALES (m2)
* Sala de reuniones	44,35	1	44,35
* Área de administración y contable	39,55	1	39,55
* Área de secretaría y recepción	22	1	22
* Estaciones de trabajo (oficinas)	33,28	5	166,41
* Área común de cafetería	15,42	1	15,42
* Área de recreación	46,20	1	46,20
* Casilleros	10,29	1	10,29
* Área de baños	15,93	1	15,93
* Parqueadero	61,94	1	61,94
TOTAL DE ESPACIOS			422,09

Elaborado por: Las autoras

b) Inversiones

Equipos e instalaciones

Para la implementación de la empresa, se procederá a invertir en equipos y mobiliario para oficina, equipos de cómputo, etc., cabe recalcar que el requerimiento se detalla por cada departamento de la empresa: Administración, Sala de Reuniones y Puestos de Trabajo, tal como se muestra a continuación:

Tabla 38. Equipos y Mobiliario de Oficina

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)
OFICINA ADMINISTRATIVA		OFICINAS COWORKING	
Aire acondicionado (24.000 BTU) - Split Inverter	1	Mesa individuales	50
Aire acondicionado (18.000 BTU) - Inverter	2	Mesa de reunión de 6 puestos	5
Fax Contestadora Digital	1	Sillas giratorias sin brazos	50
Impresora Epson Ecotank L220	2	Estanterías para libros	5
Computadoras de escritorios	3	Laptop Samsung NP900X3D 13.3" Intel I5 4Gb	30
Sumadora Casio Dr-140tm (14 dígitos)	1	Router Wireless Wifi 450	2
Escritorio de oficina	3	Impresora Samsung M2675FN	1
Sillas ejecutivas	3	Pizarra de pared 160 x 120	5
Sillas de espera Tripersonal Tandém	1	SALA DE REUNIÓN	
Archivador Metálico 4 cajones	2	Televisor Led 32"	1
Repisas Colgantes para libros y documentos	3	Proyectores Infocus	1
Pizarras de pared 160x120	1	Pantalla proyección eléctrica	1
Televisor Led 32"	1	Pizarras de pared 160x120	1
Router Wireless Wifi 450	1	Captador de Wifi Usb Inalambrico	1
Divisiones de ambientes mamparas	3	Portafolletero	1
Central Telefónica	1	Sillas Censa para oficina	10
Teléfonos inalámbricos	3	Mesa de reunión de 10 puestos	1

Elaborado por: Las autoras

También, se invertirá en los implementos de las áreas de cafetería, casilleros y área de juegos para harán uso los emprendedores, por ende, en la siguiente tabla se detalla lo requerido:

Tabla 39. Equipos para Áreas Cafetería y Casilleros

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)
CAFETERÍA Y CASILLEROS	
Mueble Mostrador de Cocina con porcelanato	1
Juego de Cafetería (Mesas y 4 Sillas)	4
Juego de casilleros por 3 columnas	2
Dispensador y Purificador de Agua	1
Cafetera Hamilton Beach (Expresso-Capuccino)	1
Silla Desayunador para Cafetería	5
ÁREA DE JUEGOS	
Televisor Led 32"	2
Play Sattion 4	2
Juego de Sala	1

Elaborado por: Las autoras

Además, se requieren para operar la empresa en lo concerniente a subestructuras, lo enumerado a continuación:

- Instalaciones generales
- Instalaciones eléctricas
- Instalaciones telefónicas
- Instalaciones de la red de computación

4.10. Plan Económico - Financiero

Inversión total

En la Tabla No. 40, se detalla la inversión total de la empresa que consiste en un monto de \$ 65.672. Dicha inversión será: 83,90% para Inversión Fija y el restante 16,10% para el capital de operaciones.

La inversión se obtendrá por dos vías: recursos propios (dos accionistas en montos iguales por \$ 17.836) que representa un 54,32% siendo un monto de \$39.451; mientras que el 45,68% será para un préstamo a la banca privada por \$30.000 pagaderos en 5 años.

Tabla 40. Resumen de Inversiones

DESCRIPCION	VALOR (en dólares)	PARTICIPACION (%)
a. INVERSION FIJA	55.097	83,90
b. CAPITAL DE OPERACION	10.575	16,10
TOTAL	65.672	100,00
c. FINANCIAMIENTO		
* RECURSOS PROPIOS	35.672	54,32
Inversionista 1	17.836	
Inversionista 2	17.836	
* PRÉSTAMO	30.000	45,68
TOTAL	65.672	100,00

Elaborado por: Las autoras

a) Inversión Fija

En lo referente a inversión fija, esta cuenta estaría comprendida en equipos y muebles de oficina y otros activos diferidos a invertir dando un total de 55.097 dólares. Para equipos y muebles de oficina es un monto de \$ 42.345 lo que representa un 76,86% de la inversión fija; mientras que, en otros activos el monto rodea los \$11.147 lo que significa un 20,23%. En la inversión fija, incluye un rubro por imprevistos del 3% de 1.605 dólares.

Tabla 41. Inversión Fija

DESCRIPCION	VALOR (dólares)	PORCENTAJE (%)
i) EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA	42.345	76,86
ii) OTROS ACTIVOS	11.147	20,23
SUMAN	53.492	
IMPREVISTOS DE INV. FIJA (Aprox. 3% de rubros anteriores)	1.605	2,91
TOTAL	55.097	100,00

Elaborado por: Las autoras

i) Equipos y accesorios

En cuanto a los equipos y accesorios para la operación de las diferentes áreas de la empresa da un total de \$ 42.345. Los montos requeridos para el área administrativa son de \$ 7.945; mientras que para las oficinas de coworking se requiere un total de \$ 27.865, para las sala de reunión se necesita un valor de \$ 1.500 aproximadamente, tal como se presenta en la Tabla No.42.

Mientras que para el área de cafetería, casilleros y sala de juegos se necesitan montos de \$2.002 y \$1.800, respectivamente, tal como muestra la Tabla No. 43. Cabe destacar que incluye un rubro de 3% por gastos de montaje e instalación de dichos equipos.

Tabla 42. Equipos y accesorios (Primera Parte)

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	V.Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
<u>OFICINA ADMINISTRATIVA</u>			
Aire acondicionado (24.000 BTU) - Split Inverter	1	1.094	1.094
Aire acondicionado (18.000 BTU) - Inverter	2	814	1.628
Fax Contestadora Digital	1	102	102
Impresora Epson Ecotank L220	2	350	700
Computadoras de escritorios	3	450	1.350
Sumadora Casio Dr-140tm (14 dígitos)	1	75	75
Escritorio de oficina	3	170	510
Sillas ejecutivas	3	90	270
Sillas de espera Tripersonal Tandém	1	200	200
Archivador Metálico 4 cajones	2	125	250
Repisas Colgantes para libros y documentos	3	22	66
Pizarras de pared 160x120	1	60	60
Televisor Led 32"	1	350	350
Router Wireless Wifi 450	1	35	35
Divisiones de ambientes mamparas	3	150	450
Central Telefónica	1	550	550
Teléfonos inalámbricos	3	85	255
SUMAN			7.945
<u>OFICINAS COWORKING</u>			
Mesa individuales	50	70	3.500
Mesa de reunión de 6 puestos	5	500	2.500
Sillas giratorias sin brazos	50	35	1.750
Estanterías para libros	5	40	200
Laptop Samsung NP900X3D 13.3" Intel I5 4Gb	30	639	19.170
Router Wireless Wifi 450	2	35	70
Impresora Samsung M2675FN	1	375	375
Pizarra de pared 160 x 120	5	60	300
SUMAN			27.865
<u>SALA DE REUNIÓN</u>			
Televisor Led 32"	1	350	350
Proyectores Infocus	1	150	150
Pantalla proyección eléctrica	1	75	75
Pizarras de pared 160x120	1	60	60
Captador de Wifi Usb Inalambrico	1	25	25
Portafolletero	1	40	40
Sillas Censa para oficina	10	25	250
Mesa de reunión de 10 puestos	1	550	550
SUMAN			1.500

Elaborado por: Las autoras

Tabla 43. Equipos y accesorios (Segunda Parte)

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	V.Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
CAFETERÍA Y CASILLEROS			
Mueble Mostrador de Cocina con porcelanato	1	180	180
Juego de Cafetería (Mesas y 4 Sillas)	4	148	592
Juego de casilleros por 3 columnas	2	300	600
Dispensador y Purificador de Agua	1	135	135
Cafetera Hamilton Beach (Expresso-Capuccino)	1	145	145
Silla Desayunador para Cafetería	5	70	350
SUMAN			2.002
ÁREA DE JUEGOS			
Televisor Led 32"	2	350	700
Play Sattion 4	2	325	650
Juego de Sala	1	450	450
SUMAN			1.800
SUBTOTAL			41.112
3% de gastos de instalación y montaje			1.233
TOTAL			42.345

Elaborado por: Las autoras

ii) Otros activos

En la Tabla No. 44, se observan los otros activos en lo que se debe invertir, rubros tales como: gastos de estudio del proyecto, licencias de software, gastos de constitución y permisos, gastos de puesta en marcha del proyecto y todas la instalaciones necesarias para su operación de la empresa, que dan un total de 11.147 dólares.

Tabla 44. Otros Activos

DENOMINACION	VALOR (dólares)
Gastos de estudio del Proyecto	1.000
Licencias de software	2.500
Gastos de Constitución y Permisos	2.000
Gastos de puesta en marcha (Aprox. 2% de Equipos y accesorios)	847
Instalaciones generales	1.200
Instalaciones eléctricas	1.200
Instalaciones telefónicas	1.200
Instalaciones red computación	1.200
TOTALES	11.147

Elaborado por: Las autoras

Presupuesto de ingreso

Como se había establecido en los objetivos del plan de marketing donde la empresa pretende para el primer año de operaciones, tener un 80% de ocupación de los puestos de trabajo, debido a la economía cambiante del país y al grupo enfocado. Por ende, en la siguiente tabla, se presenta el presupuesto de ingreso para el primer año de operaciones de la empresa de Coworking, donde se estiman montos de \$120.000; para el segundo año, se estima que el porcentaje de ocupación anual de las oficinas de alquiler estaría en un 90% lo que representaría ingresos por \$145.800. Para el tercer año de operaciones, se estima la totalidad de ocupación, por ende los ingresos bordearían en los \$174.960 hasta llegar al quinto año con unos ingresos estimados por \$204.073, tal como muestra la Tabla No. 45.

Cabe señalar que los precios, a partir del segundo año hasta su vida útil, aumentarían a un promedio del 8%, según pactado por las accionistas, debido a todo lo consiste en servicio brindado. Solo considerando un aproximado de 1,22% de la demanda insatisfecha.

Tabla 45. Proyección de Ingresos Anuales por Servicios

DESCRIPCIÓN DE ESTACIONES	OFICINAS (SALAS) A INSTALARSE	No. de PUESTOS DE TRABAJO x SALA	No. MESES	COSTO UNITARIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS TOTALES
Primer año						
Porcentaje de Ocupación	80%					
Espacios Coworking	5	10	12	250	10.000	120.000
TOTAL						120.000
Segundo año						
Porcentaje de Ocupación	90%					
Espacios Coworking	5	10	12	270	12.150	145.800
TOTAL						145.800
Tercer año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	292	14.580	174.960
TOTAL						174.960
Cuarto año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	315	15.746	188.957
TOTAL						188.957
Quinto año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	340	17.006	204.073
TOTAL						204.073

Nota: El número de oficinas se mantendrán a lo largo del proyecto, lo que aumentará es el precio al 8% a partir del segundo año

Elaborado por: Las autoras

b) Capital de operación

En la tabla No. 46, se muestra el capital de operación requerido por la empresa, el cual bordearía el monto de \$ 10.575,23 para su primer año. Dicho monto estaría representado por insumos y materiales básicos, considerándose 3 meses; mientras que para sueldos y salarios, gastos operativos, administrativos y de publicidad, un mes ha sido considerado para el cálculo respectivo. Cabe indicar que en el monto de la carga operacional no se valora el rubro de depreciación ni amortización.

Tabla 46. Capital de Operación

DESCRIPCIÓN	TIEMPO (Meses)	Valor (dólares)
i) Insumos y materiales	3	3.769,71
ii) Sueldos y Salarios directos	1	693,64
iii) Gastos de Operación*	1	1.775,11
iv) Gastos de Administración	1	3.800,36
v) Gastos de Marketing	1	536,42
TOTAL		10.575,23

* Sin depreciación ni amortización

Elaborado por: Las autoras

i) Insumos Básicos

En la Tabla No. 47, se muestra la proyección anual de Insumos y Suministros Básicos requeridos para el año 1 hasta el año 5, considerándose una tasa de crecimiento a partir del segundo año del 8%. Mientras que en la tabla No. 48, se presentan cuáles son los servicios y necesarios para el primer año de operaciones de la empresa, también están siendo considerados los insumos para cafetería y artículos de limpieza, lo que determina un monto de \$15.079.

Tabla 47. Proyección Anual de Insumos Básicos

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos y Materiales Directos	15.079	16.285	17.588	18.995	20.515

Elaborado por: Las autoras

Tabla 48. Insumos y Suministros Básicos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNIT (dólares)	VALOR MENSUAL (dólares)	VALOR ANUAL (dólares)
SERVICIOS				
Luz (Kw/hora)	2650	0,09	239	2.862
Agua	235	0,98	230	2.764
Internet Corporativo (CNT)	1	149,50	150	1.794
Línea Telefónica	2	35,00	70	840
Televisión Pagada Directv Bronce HD	3	45,09	135	1.623
SUMINISTROS				
Block de hojas INEN A4	15	4,50	68	810
Toner de impresora	2	86,00	172	2.064
Carpetas Normales	100	0,10	10	120
Carpetas Membretadas	100	0,15	15	180
Hojas Membretadas (resma)	1	8,50	9	102
Otros suministros de oficina	1	50,00	50	600
Insumos para Cafetería	1	60,00	60	720
Insumos para Limpieza	1	50,00	50	600
TOTAL			1.257	15.079

Elaborado por: Las autoras

ii) Sueldos y Salarios (MOD)

En la Tabla No. 49, se desglosa el presupuesto de sueldo y salarios del asistente de sistemas, el monto total para el primer año bordearía los \$8.324, donde están siendo considerados todos los beneficios de ley, tales como: décimo tercera remuneración, décimo cuarta remuneración, vacaciones, aporte patronal del 9,45%. En la Tabla No. 50, se presentan la proyección de sueldos y salarios para el año 1 al 5, donde para el segundo año se ha considerado un aumento del 3,32%. (Ver Tabla No. 51).

Tabla 49. Presupuesto Anual de Sueldos y Salarios Directos

DENOMINACION	No.	SUELDO INDIVIDUAL (dólares)	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9,45%	SUELDO TOTAL
Asistente de Sistemas	1	550	450	375	6600	275	623,7	8323,7
TOTAL								8.324

Elaborado por: Las autoras

Tabla 50. Proyección Anual de Sueldos y Salarios Directos

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Salarios	8.324	8.600	8.886	9.181	9.486

Elaborado por: Las autoras

Tabla 51. Incremento en Sueldos Años, 2014 - 2017

Año	Sueldo Básico Unificado	Tasa (%)
2014	340	
2015	354	4,12%
2016	366	3,39%
2017	375	2,46%
Promedio		3,32%

Elaborado por: Las autoras

iii) Gastos Operativos

En la tabla No. 52, se puede observar los gastos operativos para el primer año de operaciones, donde se considera: los sueldos y salarios de personal de guardianía y limpieza (considerándose todos los beneficios de ley), seguros (8%) y mantenimiento (5%) de equipos de cómputo, depreciación y suministros básicos dando un total de \$ 26.908. Cabe mencionar que en el monto total, se incluye el rubro de imprevistos del 3%. Se debe considerar nuevamente el rubro de suministros: energía eléctrica y línea telefónica, ya que se contará con dos medidores y dos líneas telefónicas, siendo divididos, uno para el funcionamiento de las oficinas de coworking y el otro para personal administrativo de la empresa.

Tabla 52. Gastos Operativos

A. SUELDOS Y SALARIOS INDIRECTA								
DENOMINACION	No.	SUELDO INDIVIDUAL	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9,45%	Total
Auxiliar de limpieza	1	375	375	375	4500	187,5	425,25	5862,75
Guardia	2	400	800	732	9.600	400	907,20	12.439,20
TOTAL								18.301,95
B. DEPRECIACIÓN								
DENOMINACIÓN	COSTOS (dólares)	VIDA UTIL (Años)						
EQUIPOS DE CÓMPUTO	21.595	3	4.823					
SUMAN			4.823					
C. SUMINISTRO ANUAL								
DENOMINACION	CANTIDAD	No. MESES	VALOR UNITARIO (dólares)					
ENERGÍA ELECTRICA (kwh)	100	12	0,09	108				
Linea telefonica (min)	300	12	7,00	84				
SUMAN				192				
D. REPARACION Y MANT.								
DENOMINACION	VALOR			%				
EQUIPOS DE CÓMPUTO	21.595			5	1.080			
SUMAN					1.080			
E. SEGUROS								
DENOMINACION	VALOR			%				
EQUIPOS DE CÓMPUTO	21.595			8	1.728			
SUMAN					1.728			
TOTAL PARCIAL					26.124			
IMPREV. CARGA OPERACIONAL (3% Rubros anteriores)					784			
TOTAL					26.908			

Elaborado por: Las autoras

iv) Presupuesto de gastos administrativos

En la tabla No. 53, se puede observar los gastos administrativos de la empresa para el primer año de operaciones donde se consideran los rubros, tales como: sueldos y salarios del personal del departamento (considerándose todos los beneficios de ley) por un monto de \$28.051,56; más alquiler de oficina de \$1.200 mensuales, depreciación, amortización, seguros (8%) y mantenimiento (5%) de muebles y equipos de oficina, representando una cantidad total anual de 49.317,03 dólares. Cabe mencionar que en el monto total, se incluye el rubro de imprevistos del 3%.

Tabla 53. Presupuesto de Gastos Administrativos

A. SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO								
DENOMINACIÓN	No.	SUELDO MENSUAL	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9,45%	TOTAL
ADMINISTRADOR	1	1.000	1.000	375	12.000	500	1.134	15.009,00
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	420	420	375	5.040	210	476	6.521,28
ASISTENTE CONTABLE	1	420	420	375	5.040	210	476	6.521,28
SUMAN								28.051,56
B. ALQUILER DE OFICINA								
		COSTO MENSUAL (dólares)						
Alquiler		1.200						14.400,00
SUMAN								14.400,00
C. DEPRECIACIÓN								
		COSTOS (dólares)	VIDA UTIL (Años)					
Muebles y equipos de oficina		17.515	10					1.576,35
SUMAN								1.576,35
D. AMORTIZACIÓN								
		COSTOS (dólares)	VIDA UTIL (Años)					
Gastos de estudio del proyecto		1.000	5					200,00
Licencias de software		2.500	5					500,00
SUMAN								700,00
E. REPARACION Y MANT.								
		VALOR	%					
Muebles y equipos de oficina		17.515	10					1.752
SUMAN								1.752
F. SEGUROS								
		VALOR	%					
Muebles y equipos de oficina		17.515	8					1.401
SUMAN								1.401
SUBTOTAL								47.880,61
IMPREVISTOS (3% Rubros anteriores)								1.436,42
TOTAL								49.317,03

Elaborado por: Las autoras

v) Gastos de marketing

En la Tabla No. 54, se puede observar los gastos en que incurrirá la empresa en publicidad para el primer año de operaciones, ya sea en medios escritos (anuncios en revistas) o electrónicos (página web y su mantenimiento), dando un monto total es de \$6.630,11 dólares. Cabe señalar que el diseño de la página web, dicho monto solo será considera en el primer año, pero mantenimiento y hosting de la página web será pagado cada año de vida útil del proyecto. También, en el monto total se incluye un rubro por imprevistos del 3%.

Tabla 54. Gastos de Marketing

DESCRIPCION	NUMERO DE VECES	COSTO UNITARIO	COSTO ANUAL
A. PUBLICIDAD ESCRITA			
ANUNCIOS EN REVISTAS (LA REVISTA)	12	371	4452,00
SUMAN			4452,00
B. PUBLICIDAD EN MEDIOS ELECTRONICOS			
DISEÑO DE PAG WEB*	1	700	700,00
MANTENIMIENTO DE PAGINA WEB***	12	100	1200,00
UTILIZACION DEL HOSTING**	1	85	85,00
SUMAN			1985,00
SUBTOTAL			6437,00
IMPREVISTOS (3% Rubros anteriores)			193,11
TOTAL			6630,11

Elaborado por: Las autoras

Presupuestos de Gastos

En la tabla No. 55, se presenta la proyección de gastos de la empresa para el año 1 hasta el año 5, donde los rubros de sueldos y salarios aumentarán, a partir del segundo año, a una tasa de 3,32%, el alquiler de oficina a un 10% y los demás rubros que componen los gastos operativos, gastos administrativos y gastos de marketing aumentarán en un 8%. Aparte, también están siendo considerados la proyección de gastos financieros y depreciación y amortización para los cinco años de vida útil del proyecto. En el rubro de gastos operativos se está incluyendo sueldos y salarios del asistente de sistema para el desarrollo de estados financieros.

Tabla 55. Presupuesto de gastos

	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Gastos operativos					
Sueldos y Salarios asistente de sistemas	\$ 8.323,70	\$ 8.600,23	\$ 8.885,94	\$ 9.181,15	\$ 9.486,16
Sueldos y Salarios personal auxiliar	\$ 18.301,95	\$ 18.909,97	\$ 19.538,19	\$ 20.187,28	\$ 20.857,94
Luz	\$ 108,00	\$ 116,64	\$ 125,97	\$ 136,05	\$ 146,93
Telefono	\$ 84,00	\$ 90,72	\$ 97,98	\$ 105,82	\$ 114,28
Reparación y Mantenimiento	\$ 1.079,75	\$ 1.166,13	\$ 1.259,42	\$ 1.360,17	\$ 1.468,99
Seguros	\$ 1.727,60	\$ 1.865,81	\$ 2.015,07	\$ 2.176,28	\$ 2.350,38
Imprevistos 3% carga operacional	\$ 783,73	\$ 846,42	\$ 914,14	\$ 987,27	\$ 1.066,25
Egresos de Gastos Operativos	\$ 30.408,73	\$ 31.595,92	\$ 32.836,71	\$ 34.134,01	\$ 35.490,93

Nota: Insumos básicos, Luz, Telefono, Reparacion y Mante, Seguros aumentan a una tasa del 8%; mientras que Sueldos directos e indirectos aumenta un 3,32%

Gastos administrativos

Sueldos de personal administrativo	\$ 28.051,56	\$ 28.983,48	\$ 29.946,36	\$ 30.941,23	\$ 31.969,14
Reparación y Mantenimiento	\$ 1.751,50	\$ 1.891,62	\$ 2.042,95	\$ 2.206,39	\$ 2.382,90
Seguros	\$ 1.401,20	\$ 1.513,30	\$ 1.634,36	\$ 1.765,11	\$ 1.906,32
Alquiler de Oficina	\$ 14.400,00	\$ 15.840,00	\$ 17.424,00	\$ 19.166,40	\$ 21.083,04
Imprevistos 3% en gastos administrativos	\$ 1.436,42	\$ 1.551,33	\$ 1.675,44	\$ 1.809,47	\$ 1.954,23
Egresos de Gastos Administrativos	\$ 47.040,68	\$ 49.779,73	\$ 52.723,11	\$ 55.888,59	\$ 59.295,63

Nota: Reparacion y Mante, Seguros aumentan a una tasa del 8%; mientras que Sueldos aumenta un 3,32%, Alquiler aumenta un 10%

Gastos de Marketing

Publicidad Escrita	\$ 4.452,00	\$ 4.808,16	\$ 5.192,81	\$ 5.608,24	\$ 6.056,90
Página Web	\$ 1.985,00	\$ 1.285,00	\$ 1.387,80	\$ 1.498,82	\$ 1.618,73
Imprevistos 3% en gastos de mkt	\$ 193,11	\$ 208,56	\$ 225,24	\$ 243,26	\$ 262,72
Egresos de Gastos de Marketing	\$ 6.630,11	\$ 6.301,72	\$ 6.805,86	\$ 7.350,32	\$ 7.938,35

Nota: Gastos aumenta en un 8% a partir del segundo año y no incluye el monto del seño solo mantenimiento de la página w eb

Gastos financieros

Gastos de Interes de prestamo	\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37
Total de Gastos Financieros	\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37

Depreciación y Amortización

Depreciación	\$ 6.399,23	\$ 6.399,23	\$ 6.399,23	\$ 1.576,35	\$ 1.576,35
Amortización	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Total de Depreciación y Amortización	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35

Elaborado por: Las autoras

c) Financiamiento

Los Gastos financieros anuales correspondiente al préstamo realizado a la banca privada, por un monto de \$30.000, a una tasa de 11,74% (Según tasas referenciales del Banco Central del Ecuador), se presentan a continuación:

Tabla 56. Gastos Financieros

AÑOS OPERACIÓN	INTERES ANUAL	AMORTIZACIÓN ANUAL
1	3.388	4.714
2	2.818	5.284
3	2.179	5.923
4	1.464	6.638
5	661	7.441

Elaborado por: Las autoras

La tabla de amortización del préstamo se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 57. Amortización del Préstamo

AÑOS	SEMESTRES	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO DE CAPITAL
	1	30.000	1.761	2.290	4.051	27.710
1	2	27.710	1.627	2.424	4.051	25.286
	3	25.286	1.484	2.567	4.051	22.719
2	4	22.719	1.334	2.717	4.051	20.002
	5	20.002	1.174	2.877	4.051	17.125
3	6	17.125	1.005	3.046	4.051	14.079
	7	14.079	826	3.225	4.051	10.854
4	8	10.854	637	3.414	4.051	7.441
	9	7.441	437	3.614	4.051	3.826
5	10	3.826	225	3.826	4.051	0

Elaborado por: Las autoras

Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC)

Según Meneses (2016), el costo de Capital Promedio Ponderado también llamado CCPP o WACC (Weighted Average Cost of Capital), es una tasa de descuento que mide el costo promedio que tienen los activos operativos, de acuerdo a la forma de financiamiento, ya sea capital propio o préstamo bancario, siendo una tasa anual, donde considera la estructura de capital de la empresa y los ajustes pertinentes de las tasas impositivas vigentes.

Para el cálculo del WACC se debe considerar primero deducir el monto de CAPM, (Capital Asset Pricing Model) donde se considera la tasa libre de riesgo (Bono del Tesoro de 5 años), el retorno esperado del mercado (Índice Dow Jones), el beta del sector desapalancado y la tasa de riesgo país (Ver tabla No. 58).

Establecido la tasa CAPM se procederá al cálculo respectivo mediante la siguiente fórmula:

$$\text{CCPP} = K_e \frac{E}{(E+D)} + K_d (1-T) \frac{D}{(E+D)}$$

Donde:

Ke: Rentabilidad exigida por los accionistas

Kd: Coste de la deuda financiera

E: Capital Propio / accionistas

D: Deuda financiera

V: (E+D)

T: Impuestos pagados sobre las ganancias

Tabla 58. Costo de Capital Promedio Ponderado

DEUDA	
Porcion de la deuda financiada	45,80%
COSTO DE DEUDA (Kd)	11,74%
Impuesto Total	33,70%
Impuesto a la renta	22,00%
Impuesto a trabajadores	15,00%
CAPITAL	
Porcion de la deuda capital propio	54,20%
Rf (Tasa de libre riesgo) Bono del Tesoro de 5 años	1,67%
Rm (Retorno esperado del mercado) Indice Dow Jones	8,50%
Prima de riesgo (Rm- Rf)	6,83%
B (Indice de la industria)	1,61
Riesgo país	6,98%
CAPM	19,62%
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	
Ke (E/V)	10,64%
Kd (1-t) (D/V)	3,56%
WACC	14,20%
CALCULO DEL BETA	
Deuda	45,80%
Capital	54,20%
Impuestos	33,70%
Beta del sector desapalancado	1,03
D/E (Apalancamiento)	0,85
BETA APALANCADO	1,61

Elaborado por: Las autoras

Análisis financiero

a) Estados financieros

En la Tabla No. 59, se presenta el flujo de caja operacional y la utilidad neta de la empresa a implementarse para la proyección de 5 años de vida útil del proyecto, donde todos los saldos son positivos.

Teniendo una utilidad neta para el primer año de \$6.865,26 y para el año 5 se tendrá un monto de \$51.645,13.

El flujo de efectivo para el primer año, se tiene una cantidad de \$ 9.250,12 mientras que para el último año estimado será de \$ 46.480,91.

Tabla 59. Flujo de Caja

Detalle/Año	Total Año 0	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Ingresos por Servicios		\$ 120.000,00	\$ 145.800,00	\$ 174.960,00	\$ 188.956,80	\$ 204.073,34
(-) Costos de operación		\$ 15.078,84	\$ 16.285,15	\$ 17.587,96	\$ 18.995,00	\$ 20.514,60
Utilidad Bruta		\$ 104.921,16	\$ 129.514,85	\$ 157.372,04	\$ 169.961,80	\$ 183.558,75
Gastos Operativos		\$ 30.408,73	\$ 31.595,92	\$ 32.836,71	\$ 34.134,01	\$ 35.490,93
Gastos Administrativos		\$ 47.040,68	\$ 49.779,73	\$ 52.723,11	\$ 55.888,59	\$ 59.295,63
Gastos de Marketing		\$ 6.630,11	\$ 6.301,72	\$ 6.805,86	\$ 7.350,32	\$ 7.938,35
Gastos Financieros		\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37
Depreciación y Amortización		\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35
Utilidad antes de Impuesto		\$ 10.354,83	\$ 31.920,39	\$ 55.727,82	\$ 68.848,94	\$ 77.896,12
15% de Participación de Trabajadores		\$ 1.553,23	\$ 4.788,06	\$ 8.359,17	\$ 10.327,34	\$ 11.684,42
Utilidad antes de Impuesto a la Renta		\$ 8.801,61	\$ 27.132,33	\$ 47.368,65	\$ 58.521,60	\$ 66.211,70
22% Impuesto a la Renta		\$ 1.936,35	\$ 5.969,11	\$ 10.421,10	\$ 12.874,75	\$ 14.566,57
Utilidad Neta		\$ 6.865,26	\$ 21.163,22	\$ 36.947,55	\$ 45.646,85	\$ 51.645,13
Pago de capital préstamo		\$ 4.714,36	\$ 5.284,07	\$ 5.922,63	\$ 6.638,36	\$ 7.440,57
Depreciación		\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35
Flujo de Efectivo	\$ (65.672,27)	\$ 9.250,12	\$ 22.978,38	\$ 38.124,15	\$ 41.284,84	\$ 46.480,91
PERIODO DE RETORNO						
Valor Actual		\$ 8.099,82	\$ 17.618,75	\$ 25.596,70	\$ 24.271,82	\$ 23.928,43
Valor Actual acumulado		\$ 8.099,82	\$ 25.718,58	\$ 51.315,28	\$ 75.587,10	\$ 99.515,53
Inversión Inicial	\$ (65.672,27)	\$ (57.572,44)	\$ (31.853,87)	\$ 19.461,41	\$ 95.048,51	\$ 194.564,04

Tasa de descuento	14,20%
VAN	\$ 33.843,26
TIR	30%

Elaborado por: Las autoras

Evaluación integral del proyecto

a) Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) ayuda a la toma de decisiones: primero, comprobando si el negocio es ejecutable; y segundo, contrastando información entre qué inversión es mejor que otro en términos absolutos; por tanto, por este medio se determinará si es factible o no realizar el proyecto. También, se establece que es la cantidad en valor actual de una propuesta de inversión que está constituida por el valor presente semejante de sus entradas menos el valor del gasto.

En el caso de la instalación de la empresa, el VAN del proyecto nos da \$ 33.843,26 como saldo positivo (Ver Tabla No. 59), por lo cual se recomienda su instalación.

b) Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es un indicador que es mejor utilizado para valorar un rendimiento de una propuesta. Para el presente proyecto, la tasa interna de retorno es de 30%, (Ver tabla No. 59) que comparado con la tasa de descuento del 14,20%, el valor TIR da un valor superior, con lo cual se justifican las inversiones en la instalación de la empresa

c) Recuperación de Capital

La recuperación de capital se realiza al tercer año de operaciones de la empresa. (Ver tabla No. 59)

CONCLUSIONES

Siendo el trabajo de investigación encaminado al conocimiento de un negocio de servicios se han conjugado en la observación de campo tanto parámetros cualitativos (estrategias, penetración y competidores) así como eslabones cuantitativos (determinación de oferta demanda y un análisis económico – financiero) que abrieron un marco referencial para la factibilidad de la propuesta de la implementación de un coworking para la ciudad de Guayaquil.

En los aspectos de demanda se tomó a consideración a que grupo objetivo estaría encaminada la propuesta en donde se reconoció que son los emprendedores preferentemente dentro de las áreas de servicios, sean estos comerciales o profesionales, los que intervienen en los procesos de negocios asociativos con la finalidad de optimizar recursos materiales pero sobre todo el compartimiento de ideas que viabilicen y racionalicen los servicios que prestan.

Por otro lado la oferta, que aunque ya es existente en la ciudad de Guayaquil (10 empresas instaladas); forman parte del referente de que estos negocios ya son parte estratégica del marketing moderno y de cómo asociarse a profesionales de la misma área con el único objetivo de entregar un mejor servicio.

La penetración toma en cuenta a negocios preferentemente estén dentro de los ámbitos de servicios publicistas, contadores, diseñadores gráficos, ejecutivos de cuenta, profesionales de la arquitectura, entre otros, que no necesitan estar anclados tantas horas en un lugar de trabajo pues deben alternar sus espacios laborales con visitas a clientes, entrevistas, visitas de obras, trámites institucionales que lo hacen compartir espacios y soluciones técnicas académicas en conjunto, por supuesto eso hace un elemento diferenciador entre otro tipo de negocios.

Las proyecciones del coworking son altamente redituables ya que al ser un tipo de negocio incipiente en el país abre caminos para un mercado grande, diverso y atrayente por la diversidad de servicios a la que se presta el coworking lo que lo convierte en altamente competitivo y con un futuro muy prometedor, así lo demuestra los índices financieros de la propuesta donde el TIR es del 30% y el VAN resulta de \$ 33.843,26.

RECOMENDACIONES

Tomando en consideración todos los aspectos técnicos, tales como: el creciente ambiente de mercado; los aspectos técnicos de implementación e instalación de la empresa; y, un análisis económico y financiero que, dentro de sus flujos de efectivo proyectan una seguridad a la inversión total a realizar durante la vida útil del proyecto, visto como un negocio con visión, pero con un sesgo netamente privado con fines de lucro se recomienda:

La instalación de Empresa Coworking S.A. en el cantón Guayaquil, cuyos servicios serán brindados y mostrados garantizando sus condiciones al demandante, emprendedores o freelance. En lo que tiene que ver a su inversión inicial. Ésta es de \$65.672 con un capital propio de \$35.672 y un préstamo de 30.000 dólares la que se recuperará en el tercer año de operación de la empresa. Por lo tanto, se puede anotar con toda confianza y criterio que el proyecto es viable, el cual está proyectado a 5 años.

En la parte publicitaria se recomienda la creación de cuentas de la empresa en redes sociales por el impacto y porque llega a un gran número de consumidores de todos los sectores y estratos socioeconómicos, citando de ejemplo Facebook, quien adicional por un costo de \$5 diarios puede promocionar todo tipo de servicio para 25000, 50000 y hasta más de 75000 suscriptores de la red dentro del ámbito nacional. Además de contar con anuncios mensuales en La Revista (Diario El Universo), inclusive charlas y eventos para el marketing relacional con los potenciales clientes. Además de entrega de información en puntos de interés como: universidades y eventos o conferencias de las cámaras de comercio.

La rentabilidad contable o simple del proyecto determina que en el primer año de operación se alcanzaría una rentabilidad sobre la inversión total del 13% según la Tabla No. 59. Calculando la Tasa Interna de Retorno (TIR) según el presente estudio, éste resulta ser 30%. Por consiguiente, es posible recomendar que se invierta en este proyecto, pues se ha establecido técnica y económicamente que la aplicación es factible.

Bibliografía

- Acosta Vargas, O. D. (14 de noviembre de 2013). *Repositorio de Universidad de Palermo*. Obtenido de http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/blog/docentes/trabajos/27129_90684.pdf
- Álvarez Hernández, D. O. (2013). *Sistema de Bibliotecas UACH*. Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2013/bpmfcia473d/doc/bpmfcia473d.pdf>
- Álvarez Peralta, D., & Viltard, L. A. (2016). Herramientas de Análisis estratégico. *Palermo Business Review* , 45-64.
- Ambit, M. (5 de febrero de 2012). *Esencialblog by Toulouse Business School*. Obtenido de La mejor definición de lo que es un emprendedor: <http://www.esencialblog.es/es/la-mejor-definicion-de-lo-que-es-un-emprendedor/>
- Arévalo, M. (16 de marzo de 2016). El coworking despunta como opción para emprendedores. -. (E. U. Economía, Entrevistador)
- Aya Bernal, E. M., Díaz Herran, G. L., & Zamudio Berrio, D. M. (2015). *Repositorio de Uniminuto*. Obtenido de http://repository.uniminuto.edu:8080/xmlui/bitstream/handle/10656/4486/TEPRO_AyaBernalEsnaMarcela_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bacigalupo, T. (21 de mayo de 2012). *whaticoworking*. Obtenido de <http://whaticoworking.com/>
- Bergado Boitel, F. R. (16 de julio de 2013). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/apalancamiento-operativo-financiero/>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Besson, R. (19 de diciembre de 2016). *EcosistemaUrbano.org*. Obtenido de <http://ecosistemaurbano.org/urbanismo/coworking-red-territorios/>
- Blinder, F. (08 de febrero de 2013). *Maestro Financiero*. Obtenido de Networking Definicion: <http://maestrofinanciero.com/networking-definicion/>
- Cabrera, C. (16 de noviembre de 2013). *Emprendices*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/5-definiciones-de-emprendedores-quienes-son/>
- Cadena Echeverría, J. (2016). *Repositorio Digital - EPN*. Obtenido de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/14773/1/CD-6799.pdf>
- Camejo, J. (28 de noviembre de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de Indicadores de gestión ¿Qué son y por qué usarlos?: <https://www.gestiopolis.com/indicadores-de-gestion-que-son-y-por-que-usarlos/>

- Carballo, B. (04 de marzo de 2013). *Pensamiento de Sistemas*. Obtenido de <http://pensamientodesistemasaplicado.blogspot.com/2013/03/definiendo-el-alcance-de-una.html>
- Cárdenas Sáenz, D. A., & Seminario Benalcázar, I. D. (2016). *Repositorio de Espol*. Obtenido de <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/96268/D-P12861.pdf>
- Ceravolo, Á., & Ziritt, N. (Abril de 2016). *Repositorio Académico de la Universidad de Chile*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/140873>
- conceptodefinicion.de. (11 de febrero de 2014). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/emprendedor/>
- Conceptodefinicion.de. (18 de junio de 2015). *Conceptodefinicion.de*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/freelance/>
- Cortés, M. (28 de noviembre de 2016). *Seremprendedor.com.mx*. Obtenido de ¿Qué es Networking? Todo lo que un Emprendedor Debe Saber
- Coworkingspain*. (octubre de 2011). Obtenido de <http://coworkingspain.es/magazine/el-perfil-del-coworker>
- CreceNegocios. (24 de junio de 2015). *CreceNegocios*. Obtenido de <http://www.crecenegocios.com/estructura-y-modelo-de-un-plan-de-negocios/>
- CreceNegocios. (2016). *www.crecenegocios.com*. Obtenido de www.crecenegocios.com/estructura-y-modelo-de-un-plan-de-negocios
- Emprou, C. (19 de octubre de 2015). *Repositorio de EDDE*.
- Foertsch, A., & Cagno, R. (2013). The History of Coworking in a Timeline. *Desmag Digital*, 1-2.
- Foertsch, C. (19 de Febrero de 2016). *Deskmag*. Obtenido de <http://www.deskmag.com/en/the-most-popular-online-tools-to-manage-a-coworking-space-937/2>
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Administración financiera*. Naucalpan de Juárez, Estado de México: Pearson.
- Gomez Bastar, S. (2012). *Metodología de la Investigación*. México: Red Tercer Milenio.
- González, Z. (21 de octubre de 2014). *ContadorContado.com*. Obtenido de Métodos de Costo y Costeo: <https://contadorcontado.com/2014/10/21/metodos-de-costoy-costeo/>

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta Edición*. México D.F.: McGraw Hill - Interamericana Editores S.A.
- King, S. (05 de octubre de 2015). "The most recent survey research shows that the social side of coworking spaces is a key reason people are members". (J.-Y. H. Gray, Entrevistador) Obtenido de <http://workplace.social/most-recent-survey-research-shows-that-the-social-side-of-coworking-spaces-is-a-key-reason-people-are-members-steve-king-emergent-research/>
- King, S. (2 de agosto de 2016). *Emergent Research*. Obtenido de <http://www.smallbizlabs.com/2016/08/coworking-forecast-44-million-members-in-2020.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing, Decimoprimer Edición*. México: Pearson.
- Lasio, V., Caicedo, G., Ordeñana, X., & Izquierdo, E. (2016). *GEM Ecuador 2015*. Guayaquil: Espae - Espol.
- Ledergerber, E. (11 de junio de 2016). *Invernadero*. Obtenido de Blog: <http://www.blog.invernadero.ec/innovation-sostenible/>
- Madridcoworking*. (02 de octubre de 2013). Obtenido de <https://madridcoworking.wordpress.com/2013/10/02/que-es-un-coworker/>
- Marciniak, R. (03 de octubre de 2013). *Gestión empresarial*. Obtenido de <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/10/03/analisis-estrategico-de-la-empresa/>
- Matamala Astete, C. F. (Junio de 2014). *Repositorio Académico de la Universidad de Chile*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/117306>
- Ministerio de educación. (2015). *Estadística Educativa de Indicadores Vol. 1*.
- Mosquera Vaca, C. J. (agosto de 2016). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fFxNJELiNyQJ:repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15709+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- Padua, H. (5 de febrero de 2017). *www.angulosalternos.com*. Obtenido de ¿Qué es un Estudio de Factibilidad o Viabilidad?: <https://angulosalternos.com/publicaciones/economia/que-es-un-estudio-de-factibilidad-o-viabilidad.html>
- Parra, P. (2017). Coworking, donde muchas cabezas piensan mejor que una. *Gestión No. 271 Enero - Febrero*, 51-53.

- Peralvo, D. (2017). Coworking, donde muchas cabezas piensan mejor que una. (P. -R. Parra, Entrevistador)
- Pérez, Á., Navarrete, J., Arízaga, N., & Vásconez, A. (2017). Cowroking donde muchas cabezas piensan mejor que una. (P. -R. Parra, Entrevistador)
- Pérez, I. (2014). ¡El coworking tiene su historia...! *CoworkingSpain.es*.
- Posadas, A. (09 de febrero de 2015). *Q-soft de México*. Obtenido de Los Indicadores de un Sistema de Gestión : <http://www.qsoftmexico.com/blog/indicadores-y-el-desempeno-de-un-sistema-de-gestion-de-calidad/>
- Prudencio, G. (8 de enero de 2014). *FuniBlogs*. Obtenido de Análisis: Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. La Aplicación de VAN, TIR y TRK: <http://blogs.funiber.org/blog-proyectos/2014/01/08/analisis-evaluacion-financiera-de-proyectos-de-inversion-la-aplicacion-de-van-tir-y-trk>
- Prudencio, G. (8 de enero de 2014). *FuniBlogs*. Obtenido de Análisis: Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión. La Aplicación de VAN, TIR y TRK: <http://blogs.funiber.org/blog-proyectos/2014/01/08/analisis-evaluacion-financiera-de-proyectos-de-inversion-la-aplicacion-de-van-tir-y-trk>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2010-2021). *Proyecciones Referenciales de Población a nivel Cantonal*.
- Spinuzzi, C. (2012). Working Alone, Together: Coworking as Emergent. *Journal of Business and Technical Communication*, 399-441.
- Suárez, R. (20 de diciembre de 2013). *Eldiario.es*. Obtenido de Diario Turing: http://www.eldiario.es/turing/coworking-ventajas-desventajas_0_208929234.html
- Suárez, R. (2014). *The Coworking Handbook*. -: -.
- USAID. (2013). *Manual para la Elaboración de Plan de*. Republica Dominicana.
- Wikipedia*. (11 de abril de 2017). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Trabajo_cooperativo
- Zambrano Santana, D. (Septiembre de 2016). *Repositorio de la Universidad de Guayaquil*.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta servicio

1. **Género:** Hombre Mujer

2. **¿Cuál es su rango de edad?**

18 – 24
25 – 34
35 – 44
45 – 54
55 – 64
64 n adelante

3. **¿Cuál es el nivel de preparación?**

Instituto Superior
Universidad en curso
Universidad terminada
Especialización – Diplomado
Maestría en curso
Maestría terminada
Doctorado en curso
Doctorado terminado

4. **En caso de estar estudiando o haber culminado sus estudios superiores, ¿Cuál es el nombre de la carrera profesional?**

5. **¿Conoce la definición de Coworking?**

Sí No

6. ¿Dónde está ubicado su lugar de trabajo u oficina?

Domicilio	<input type="checkbox"/>
Oficina personal alquilada	<input type="checkbox"/>
Oficina compartida	<input type="checkbox"/>
Espacio de trabajo por tiempo	<input type="checkbox"/>
Espacio público (Café, biblioteca, Centro comercial)	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>

7. ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Opciones	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1 Considera usted la necesidad de contar con un espacio para el "Coworking"					
2 Es necesario promover la formación de redes de contacto con intereses comerciales comunes					
3 Es necesario este tipo de espacios de trabajo para los emprendedores					
4 Se debe desarrollar relaciones entre coworkers de diferentes espacios o áreas de conocimientos					
5 El contar con una oficina de trabajo mejora la imagen profesional del emprendedor					

8. Usted como gestor de un espacio de coworking, ¿Qué le gustaría ver en esta de red de emprendedores? Valore cada característica, siendo 5 la de mayor interés y 1 la de menor interés.

	1	2	3	4	5
Espacios Comunitarios					
Sociedades de ayuda mutua					
Tecnología apropiada					
Asesorías y capacitaciones					
Compartir experiencias					
Compartir clientes					

9. En su opinión, ¿Cuáles son las necesidades normativas más necesarias para la comunidad de coworkers? Valore cada característica, siendo 5 la de mayor interés y 1 la de menor interés.

	1	2	3	4	5
Políticas de convivencia					
Pagos oportunos					
Cláusulas definidas de contratos de trabajo					
Confidencialidad de información					

10. ¿Le gustaría que el espacio de coworking cuente con otras áreas como las siguientes?

- Área de Cafetería
- Sala de reuniones
- Sala de juegos
- Área de Secretaría
- Todas las anteriores

11. ¿Con qué frecuencia utilizaría el espacio de trabajo conjunto?

- 1-4 horas por semana
- 1 día por semana
- 3 días por semana
- Toda la semana
- Todo el mes

12. ¿Con cuántos miembros le gustaría compartir su espacio de coworking?

- Dos
- Tres
- Cuatro
- O más personas

13. En caso de requerir la oficina todo el mes ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el espacio de coworking?

- \$ 250
- \$ 300
- \$ 350
- \$ 400 o más

14. En caso de requerir la oficina por horas ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el espacio de coworking por cada hora?

- \$6 - \$10
- \$11 - \$15
- \$16 - \$20
- \$21 - \$25
- \$26 - \$30

Anexo 2. **Formato de cuestionario de preguntas a expertos de área de emprendimiento**

En el ambiente académico que ustedes manejan, ¿tiene áreas específicas para emprendedores de diferente orientación académica? ¿Son áreas de trabajo compartido o coworking?

¿Desarrolla el centro de emprendimiento, trabajo en conjunto con los emprendedores?

¿Dispone el centro de un presupuesto para los emprendedores que egresan de esta institución?

¿El emprendimiento es una labor aislada o existen carreras específicas de emprendimiento como Ing. en Emprendimiento, Investigación & Desarrollo?

¿Qué rasgos personales considera que son los más se repiten en los emprendedores?

¿Cómo ve usted el panorama acerca de los emprendedores en la ciudad? ¿Ha crecido?

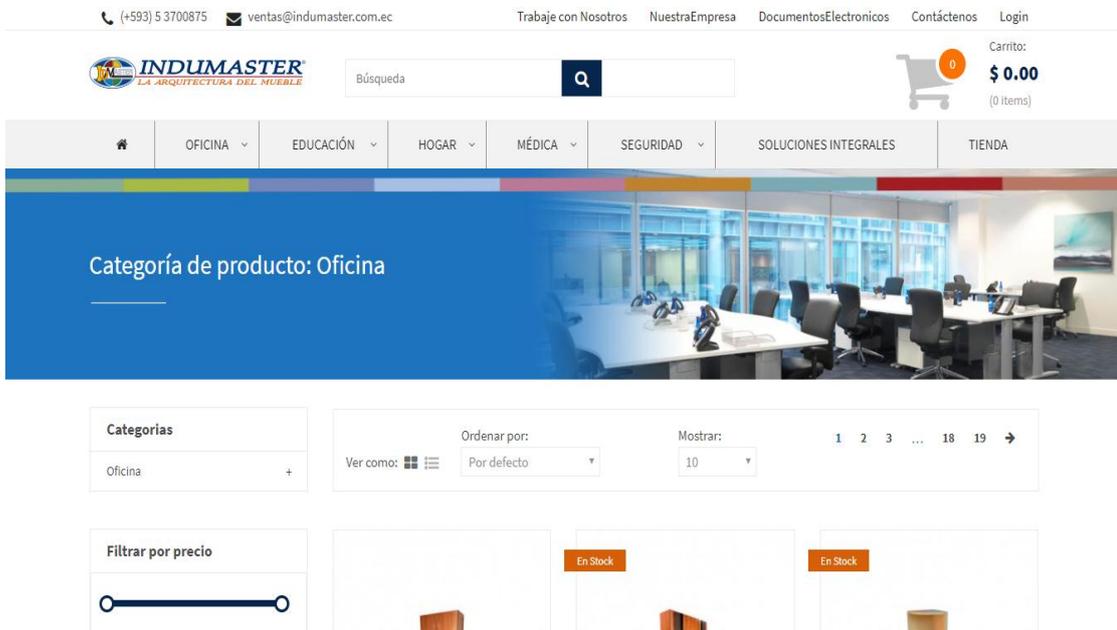
¿Considera importante la prestación de servicios de alquiler espacios coworking para dar un soporte a sus actividades?

Anexo 3. Proveedor de Diseño de Página Web



Fuente: Ascomsa.net

Anexo 4. Proveedor de Muebles de Oficina



Fuente: Indumaster

Anexo 5. Proveedor de Equipos de Oficina

The screenshot shows a web browser window with the URL www.creditoseconomicos.com/electrodomesticos/acondicionadores-de-ambiente/acondicionadores-de-aire-split?PS=50&O=OrderByBestDiscountDESC. The page features the 'Créditos Económicos' logo and a search bar. Below the navigation bar, there are four product listings for air conditioning units. Each listing includes a 'Comparar' button, an image of the unit, a description, a price, and a 'Comprar' button. The first unit is an 'Aire Acondicionado Split alta eficiencia SMC SMCAS091C...' priced at \$45.13. The other three units are 'Aire Acondicionado Split Inverter Triangular Samsung' and 'Aire Acondicionado Split Inverter triangular Samsung', both of which are marked as 'PRODUCTO AGOTADO' (out of stock).

Fuente: Créditos Económicos

Anexo 6. Proveedor de Equipos de Cómputo

The screenshot shows a web browser window with the URL compu-tron.net/index.php/computo.html?cat=100&p=7. The page displays two HP laptops for sale. The first laptop is an 'NOTEBOOK HP PLATA BLANCA C17 2.5GHZ-4GB-1TB-DVDR-15'-WIN 10-T/N' priced at \$1,025.44. The second laptop is a 'NOTEBOOK HP PLATA C13 2.0GHZ-4GB-500GB-DVD-14"-W10' priced at \$659.82. Both listings include a 'COMPRAR POR' button, a 'Laptop' category filter, and a 'PRECIO' filter. The page also features a navigation bar with 'Anterior' and 'Siguiente' buttons, and a 'TOP' button in the bottom right corner.

Fuente: Computron

Anexo 7. Proveedor de Muebles para Área de Juegos

The screenshot shows the website 'El Bosque muebles' with a shopping cart containing one item: 'SOFA CAMA IRVING' in 'AZUL' color, priced at \$459.90. The total amount is \$459.90. The website has a red header with the logo and navigation menu. The cart is titled 'Carrito de Pedidos' and includes a table with columns for Foto, Nombre, Color, Precio, Cantidad, and Total. A red 'actualizar' button is visible below the cart items.

Foto	Nombre	Color	Precio	Cantidad	Total
	SOFA CAMA IRVING	AZUL	\$ 459.90	1	\$ 459.90

Total = \$ 459.90

ayuda

Fuente: Mueblería El Bosque

Anexo 8. Precio Referencial de alquiler de casa

Comoda casa en alquiler

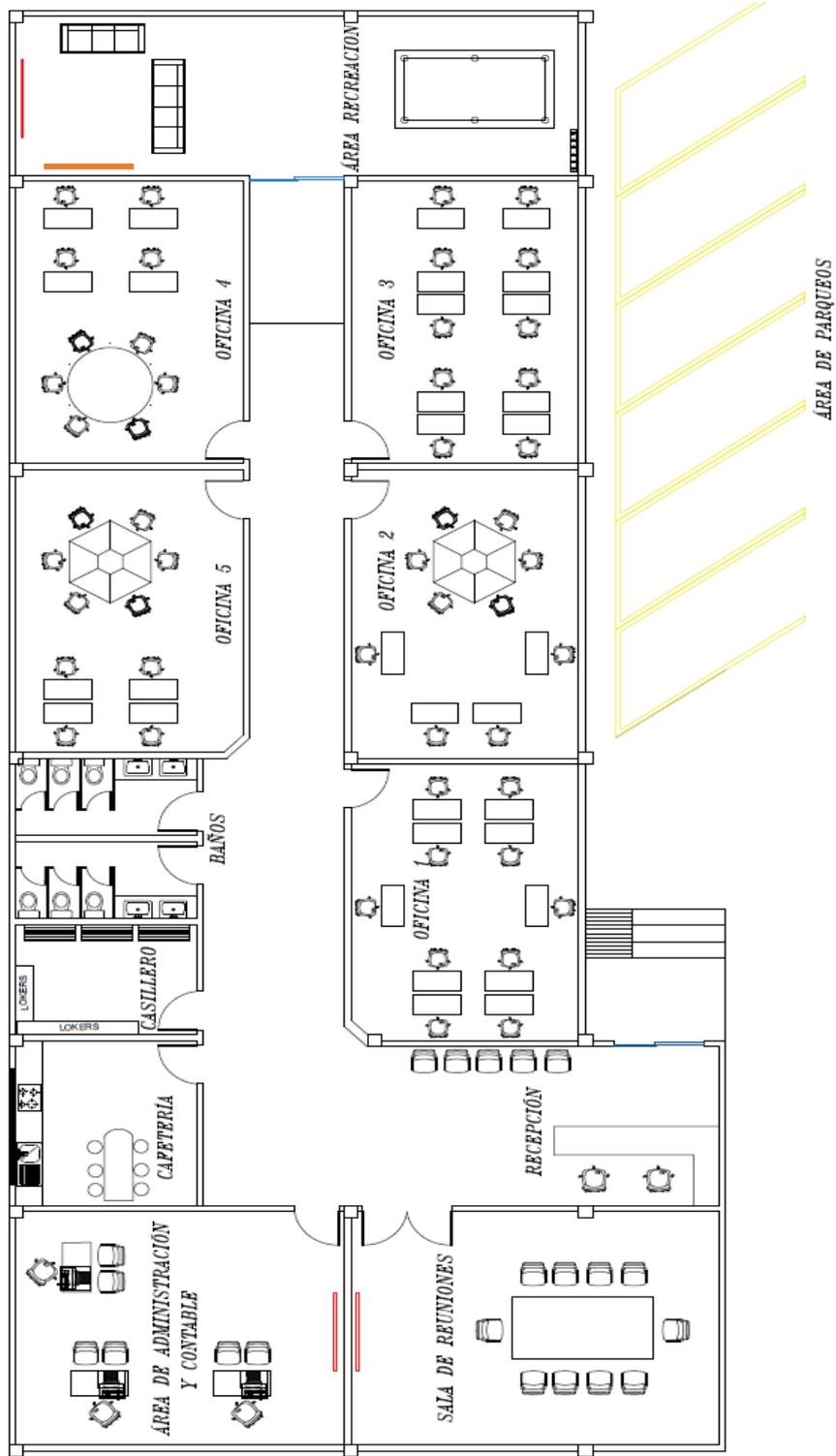
Publicado hace 2 días
Guayaquil, Guayas

(Negociable) **\$1.200**



Fuente: OLX

Anexo 9. Plano Arquitectónico



CUADRO DE AREAS	
SALA DE REUNIONES	44,35 M2
AREA DE ADMINISTRACION Y CONTABLE	39,35 M2
CAFETERIA	15,42 M2
CASILLEROS	10,29 M2
BAÑOS	15,93 M2
RECEPCION	22,00 M2
OFICINA 1	33,00 M2
OFICINA 2	33,95 M2
OFICINA 3	33,23 M2
OFICINA 4	33,23 M2
OFICINA 5	33,00 M2
AREA DE RECEPCION	46,20 M2
PARQUEO	61,94 M2
AREA TOTAL	422,09 M2

Anexo 10. Local



Anexo 11. Impaqto Coworking (Quito)



Fuente: www.impaqto.net/

Anexo 12. Invernadero Coworking (Guayaquil)



Fuente: <http://www.invernadero.ec/>

Anexo 13. Plataforma Coworking (Guayaquil)



Fuente: <https://www.goplataforma.com/>

Anexo 14. Tasa libre de riesgo (Bono del tesoro por 5 años) 2016-2017

Date	5 Yr (%)	Date	5 Yr (%)	Date	5 Yr (%)
07/25/16	1,15	11/23/16	1,83	03/28/17	1,97
07/26/16	1,15	11/25/16	1,83	03/29/17	1,93
07/27/16	1,1	11/28/16	1,8	03/30/17	1,96
07/28/16	1,09	11/29/16	1,78	03/31/17	1,93
07/29/16	1,03	11/30/16	1,83	04/03/2017	1,88
08/01/2016	1,06	12/01/2016	1,9	04/04/2017	1,88
08/02/2016	1,07	12/02/2016	1,84	04/05/2017	1,85
08/03/2016	1,07	12/05/2016	1,84	04/06/2017	1,87
08/04/2016	1,03	12/06/2016	1,84	04/07/2017	1,92
08/05/2016	1,13	12/07/2016	1,8	04/10/2017	1,91
08/08/2016	1,15	12/08/2016	1,83	04/11/2017	1,84
08/09/2016	1,11	12/09/2016	1,89	04/12/2017	1,81
08/10/2016	1,07	12/12/2016	1,9	04/13/17	1,77
08/11/2016	1,16	12/13/16	1,92	04/17/17	1,79
08/12/2016	1,1	12/14/16	2,02	04/18/17	1,71
08/15/16	1,14	12/15/16	2,1	04/19/17	1,74
08/16/16	1,16	12/16/16	2,07	04/20/17	1,78
08/17/16	1,15	12/19/16	2,03	04/21/17	1,77
08/18/16	1,12	12/20/16	2,06	04/24/17	1,81
08/19/16	1,17	12/21/16	2,04	04/25/17	1,87
08/22/16	1,15	12/22/16	2,04	04/26/17	1,84
08/23/16	1,15	12/23/16	2,04	04/27/17	1,81
08/24/16	1,13	12/27/16	2,07	04/28/17	1,81
08/25/16	1,16	12/28/16	2,02	05/01/2017	1,84
08/26/16	1,23	12/29/16	1,96	05/02/2017	1,81
08/29/16	1,18	12/30/16	1,93	05/03/2017	1,86
08/30/16	1,18	01/03/2017	1,94	05/04/2017	1,88
08/31/16	1,19	01/04/2017	1,94	05/05/2017	1,89
09/01/2016	1,18	01/05/2017	1,86	05/08/2017	1,91
09/02/2016	1,2	01/06/2017	1,92	05/09/2017	1,94
09/06/2016	1,13	01/09/2017	1,89	05/10/2017	1,94
09/07/2016	1,12	01/10/2017	1,89	05/11/2017	1,93
09/08/2016	1,19	01/11/2017	1,89	05/12/2017	1,85
09/09/2016	1,23	01/12/2017	1,87	05/15/17	1,86
09/12/2016	1,21	01/13/17	1,9	05/16/17	1,86
09/13/16	1,26	01/17/17	1,84	05/17/17	1,76
09/14/16	1,21	01/18/17	1,93	05/18/17	1,78
09/15/16	1,2	01/19/17	1,97	05/19/17	1,79
09/16/16	1,21	01/20/17	1,95	05/22/17	1,8
09/19/16	1,22	01/23/17	1,88	05/23/17	1,84
09/20/16	1,2	01/24/17	1,94	05/24/17	1,79
09/21/16	1,2	01/25/17	1,99	05/25/17	1,78
09/22/16	1,18	01/26/17	1,95	05/26/17	1,79
09/23/16	1,16	01/27/17	1,94	05/30/17	1,76
09/26/16	1,13	01/30/17	1,94	05/31/17	1,75
09/27/16	1,12	01/31/17	1,9	06/01/2017	1,76
09/28/16	1,13	02/01/2017	1,93	06/02/2017	1,71
09/29/16	1,12	02/02/2017	1,92	06/05/2017	1,74
09/30/16	1,14	02/03/2017	1,93	06/06/2017	1,71
10/03/2016	1,18	02/06/2017	1,86	06/07/2017	1,74
10/04/2016	1,22	02/07/2017	1,85	06/08/2017	1,75
10/05/2016	1,26	02/08/2017	1,81	06/09/2017	1,77
10/06/2016	1,28	02/09/2017	1,88	06/12/2017	1,78
10/07/2016	1,26	02/10/2017	1,89	06/13/17	1,79
10/11/2016	1,3	02/13/17	1,92	06/14/17	1,74
10/12/2016	1,31	02/14/17	1,98	06/15/17	1,76
10/13/16	1,27	02/15/17	2,01	06/16/17	1,75
10/14/16	1,28	02/16/17	1,95	06/19/17	1,8
10/17/16	1,26	02/17/17	1,92	06/20/17	1,77
10/18/16	1,24	02/21/17	1,93	06/21/17	1,78
10/19/16	1,24	02/22/17	1,92	06/22/17	1,76
10/20/16	1,26	02/23/17	1,87	06/23/17	1,77
10/21/16	1,25	02/24/17	1,8	06/26/17	1,77
10/24/16	1,27	02/27/17	1,87	06/27/17	1,83
10/25/16	1,29	02/28/17	1,89	06/28/17	1,81
10/26/16	1,3	03/01/2017	1,99	06/29/17	1,85
10/27/16	1,33	03/02/2017	2,03	06/30/17	1,89
10/28/16	1,33	03/03/2017	2,02	07/03/2017	1,93
10/31/16	1,31	03/06/2017	2,02	07/05/2017	1,92
11/01/2016	1,3	03/07/2017	2,05	07/06/2017	1,94
11/02/2016	1,26	03/08/2017	2,08	07/07/2017	1,95
11/03/2016	1,26	03/09/2017	2,13	07/10/2017	1,93
11/04/2016	1,24	03/10/2017	2,11	07/11/2017	1,92
11/07/2016	1,29	03/13/17	2,14	07/12/2017	1,88
11/08/2016	1,34	03/14/17	2,13	07/13/17	1,89
11/09/2016	1,49	03/15/17	2,02	07/14/17	1,87
11/10/2016	1,56	03/16/17	2,05	07/17/17	1,86
11/14/16	1,66	03/17/17	2,03	07/18/17	1,82
11/15/16	1,68	03/20/17	2	07/19/17	1,83
11/16/16	1,68	03/21/17	1,96	07/20/17	1,82
11/17/16	1,73	03/22/17	1,95	07/21/17	1,81
11/18/16	1,8	03/23/17	1,95	07/24/17	1,83
11/21/16	1,79	03/24/17	1,93		
11/22/16	1,77	03/27/17	1,93	07/25/17	1,9
PROMEDIO					1,67

Fuente: <https://www.treasury.gov/resource-center/data-chart-center/interest-rates/Pages/TextView.aspx?data=yieldYear&year=2016>

Anexo 15. Beta del Sector

Industry Name	Number of firms	Beta	D/E Ratio	Tax rate	Unlevered bet	Cash/Firm value
Advertising	41	1,36	62,98%	5,10%	0,85	6,27%
Aerospace/Defense	96	1,07	23,53%	10,86%	0,89	5,21%
Air Transport	18	1,12	70,12%	22,99%	0,73	4,23%
Apparel	58	0,88	34,21%	10,95%	0,67	4,30%
Auto & Truck	15	0,85	150,42%	8,14%	0,35	6,46%
Auto Parts	63	1,12	35,22%	10,40%	0,85	8,90%
Bank (Money Center)	10	0,86	188,03%	27,90%	0,37	9,89%
Banks (Regional)	645	0,47	60,51%	25,43%	0,33	10,76%
Beverage (Alcoholic)	25	0,79	29,02%	10,86%	0,63	11,30%
Beverage (Soft)	36	0,91	24,51%	5,87%	0,74	4,84%
Broadcasting	30	1,22	95,92%	18,54%	0,68	2,17%
Brokerage & Investment Banking	45	1,08	232,21%	13,59%	0,36	14,97%
Building Materials	41	1,01	26,98%	23,39%	0,83	4,05%
Business & Consumer Services	165	1,07	35,10%	12,61%	0,82	3,52%
Cable TV	14	1,12	49,24%	20,28%	0,80	2,32%
Chemical (Basic)	45	1,00	58,62%	7,71%	0,65	4,00%
Chemical (Diversified)	8	1,52	35,52%	6,59%	1,14	6,50%
Chemical (Specialty)	100	1,20	29,98%	9,58%	0,94	3,97%
Coal & Related Energy	38	1,36	138,55%	0,48%	0,57	5,34%
Computer Services	117	0,99	28,33%	11,18%	0,79	5,24%
Computers/Peripherals	55	1,06	19,60%	5,68%	0,89	5,61%
Construction Supplies	51	1,31	42,57%	18,44%	0,98	4,68%
Diversified	24	0,76	35,98%	11,55%	0,58	7,84%
Drugs (Biotechnology)	426	1,40	19,45%	1,44%	1,18	5,54%
Drugs (Pharmaceutical)	164	1,02	14,58%	2,54%	0,89	3,98%
Education	36	1,23	33,38%	9,29%	0,94	10,16%
Electrical Equipment	119	1,14	19,15%	5,87%	0,97	6,42%
Electronics (Consumer & Office)	24	1,08	19,39%	3,81%	0,91	5,99%
Electronics (General)	164	0,86	17,87%	8,85%	0,74	10,02%
Engineering/Construction	48	1,18	32,45%	15,15%	0,93	8,26%
Entertainment	79	1,20	30,83%	5,50%	0,93	3,59%
Environmental & Waste Services	89	0,85	38,98%	5,07%	0,62	0,95%
Farming/Agriculture	37	0,92	60,04%	7,89%	0,59	3,88%
Financial Svcs. (Non-bank & Insu	258	0,65	1124,41%	20,80%	0,07	2,29%
Food Processing	87	0,75	26,84%	14,66%	0,61	2,57%
Food Wholesalers	16	1,20	36,34%	11,77%	0,91	1,76%
Furn/Home Furnishings	30	0,84	29,01%	14,58%	0,67	3,39%
Green & Renewable Energy	25	1,14	174,38%	4,25%	0,43	8,85%
Healthcare Products	254	1,04	17,96%	6,12%	0,89	3,91%
Healthcare Support Services	121	0,94	32,18%	14,31%	0,74	10,07%
Healthcare Information and Techno	125	0,95	20,70%	6,32%	0,80	4,22%
Homebuilding	33	1,08	66,29%	27,28%	0,73	5,33%
Hospitals/Healthcare Facilities	38	1,10	170,77%	12,06%	0,44	1,43%
Hotel/Gaming	69	0,96	55,28%	11,23%	0,64	3,43%
Household Products	129	0,80	21,20%	9,05%	0,67	2,97%
Information Services	64	0,98	20,46%	16,37%	0,84	3,71%
Insurance (General)	19	0,90	38,95%	18,33%	0,69	3,92%
Insurance (Life)	22	1,03	71,41%	22,91%	0,67	16,83%
Insurance (Prop/Cas.)	50	0,83	31,11%	22,27%	0,67	4,61%
Investments & Asset Managemer	156	0,90	61,59%	7,71%	0,57	15,46%
Machinery	127	1,06	21,70%	11,73%	0,89	4,28%
Metals & Mining	97	1,30	51,98%	1,16%	0,86	2,98%
Office Equipment & Services	24	1,49	54,32%	16,68%	1,03	6,31%
Oil/Gas (Integrated)	7	1,08	16,91%	1,14%	0,93	2,05%
Oil/Gas (Production and Explorat	330	1,38	46,98%	0,32%	0,94	5,44%
Oil/Gas Distribution	78	1,20	77,05%	2,93%	0,68	0,76%
Oilfield Svcs/Equip.	148	1,37	32,66%	4,11%	1,04	6,27%
Packaging & Container	26	0,84	56,03%	24,47%	0,59	2,55%
Paper/Forest Products	23	1,12	49,34%	14,46%	0,79	4,87%
Power	68	0,54	87,30%	19,27%	0,32	2,46%
Precious Metals	109	1,25	24,11%	1,84%	1,01	8,33%
Publishing & Newspapers	37	1,32	56,95%	14,32%	0,89	7,77%
R.E.I.T.	238	0,72	79,46%	1,72%	0,41	1,61%
Real Estate (Development)	18	0,68	60,51%	1,97%	0,43	8,47%
Real Estate (General/Diversified)	11	1,27	24,33%	15,32%	1,05	3,71%
Real Estate (Operations & Servic	54	0,99	76,67%	8,78%	0,58	5,21%
Recreation	66	0,92	31,12%	13,21%	0,73	4,54%
Reinsurance	3	0,75	32,38%	19,33%	0,59	8,30%
Restaurant/Dining	86	0,77	35,01%	16,47%	0,59	2,36%
Retail (Automotive)	25	0,91	59,89%	22,58%	0,62	1,12%
Retail (Building Supply)	6	1,30	21,86%	20,11%	1,11	1,66%
Retail (Distributors)	88	1,10	56,95%	16,95%	0,75	2,19%
Retail (General)	19	1,05	39,57%	22,22%	0,80	2,73%
Retail (Grocery and Food)	14	0,69	66,85%	24,11%	0,46	1,25%
Retail (Online)	57	1,23	9,63%	8,46%	1,13	3,79%
Retail (Special Lines)	108	1,02	52,13%	21,29%	0,73	4,29%
Rubber& Tires	4	1,35	72,35%	10,08%	0,82	8,09%
Semiconductor	80	1,20	14,09%	7,71%	1,06	4,78%
Semiconductor Equip	45	1,10	16,35%	11,13%	0,96	12,69%
Shipbuilding & Marine	11	1,20	48,41%	7,30%	0,83	2,83%
Shoe	10	0,85	10,26%	14,47%	0,78	5,59%
Software (Entertainment)	13	0,98	14,74%	1,04%	0,86	11,29%
Software (Internet)	297	1,13	4,27%	3,49%	1,09	2,64%
Software (System & Application)	236	1,13	21,50%	5,67%	0,94	5,33%
Steel	38	1,60	47,93%	7,94%	1,11	7,04%
Telecom (Wireless)	17	1,12	114,58%	9,11%	0,55	5,92%
Telecom. Equipment	107	0,99	24,55%	6,14%	0,80	6,86%
Telecom. Services	67	1,04	65,89%	13,36%	0,66	1,78%
Tobacco	22	1,28	17,18%	8,84%	1,11	2,38%
Transportation	17	1,01	31,98%	17,46%	0,80	3,51%
Transportation (Railroads)	7	0,79	27,94%	22,17%	0,65	1,82%
Trucking	30	1,21	90,80%	26,74%	0,72	4,25%
Utility (General)	18	0,98	68,37%	25,62%	0,25	0,65%
Utility (Water)	22	0,65	43,47%	11,97%	0,47	0,43%
Total Market	7330	1,00	67,90%	10,44%	0,62	4,92%
Total Market (without finan	6100	1,08	35,71%	8,31%	0,81	4,08%

Fuente: http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html

Anexo 16. Retorno esperado del mercado (Índice Dow Jones)

FECHA	ULTIMO	APERTURA	MAXIMO	MINIMO	VOL	VAR
jun-17	21.349,63	21.030,55	21.535,03	20.994,22	7,21B	1,62%
may-17	21.008,65	20.962,73	21.112,32	20.553,45	6,61B	0,33%
abr-17	20.940,51	20.665,17	21.070,90	20.379,55	5,39B	1,34%
mar-17	20.663,22	20.957,29	21.169,11	20.412,80	6,94B	-0,72%
feb-17	20.812,24	19.923,81	20.851,33	19.831,09	6,19B	4,77%
ene-17	19.864,09	19.872,86	20.125,58	19.677,94	6,48B	0,51%
dic-16	19.762,60	19.149,20	19.987,63	19.138,79	5,95B	3,34%
nov-16	19.123,58	18.158,24	19.225,29	17.883,56	2,11B	5,41%
oct-16	18.142,42	18.279,60	18.399,96	17.959,95	1,79B	-0,91%
sep-16	18.308,15	18.396,57	18.551,54	17.992,21	2,10B	-0,50%
ago-16	18.400,88	18.434,50	18.668,44	18.247,79	1,70B	-0,17%
jul-16	18.432,24	17.924,24	18.622,01	17.713,45	1,82B	2,80%
jun-16	17.929,99	17.754,55	18.016,00	17.063,08	2,35B	0,80%
may-16	17.787,20	17.783,78	17.934,61	17.331,07	1,88B	0,08%
abr-16	17.773,64	17.661,74	18.167,63	17.484,23	2,10B	0,50%
mar-16	17.685,09	16.545,67	17.790,11	16.545,67	2,41B	7,08%
feb-16	16.516,50	16.453,63	16.795,98	15.503,01	2,49B	0,30%
ene-16	16.466,30	17.405,48	17.405,48	15.450,56	2,84B	-5,50%
dic-15	17.425,03	17.719,72	17.901,58	17.116,73	2,52B	-1,66%
nov-15	17.719,92	17.672,62	17.977,85	17.210,43	2,30B	0,32%
oct-15	17.663,54	16.278,62	17.799,96	16.013,66	2,61B	8,47%
sep-15	16.284,70	16.528,03	16.933,43	15.942,37	2,72B	-1,47%
ago-15	16.528,03	17.696,74	17.704,76	15.370,33	2,73B	-6,57%
jul-15	17.689,86	17.638,12	18.137,12	17.399,17	2,03B	0,40%
jun-15	17.619,51	18.017,82	18.188,81	17.576,50	2,22B	-2,17%
may-15	18.010,68	17.859,27	18.351,36	17.733,12	1,83B	0,95%
abr-15	17.840,52	17.778,52	18.175,56	17.585,01	2,17B	0,36%
mar-15	17.776,12	18.134,05	18.288,63	17.579,27	2,47B	-1,97%
feb-15	18.132,70	17.169,99	18.244,38	17.037,76	1,75B	5,64%
ene-15	17.164,95	17.823,07	17.951,78	17.136,30	2,17B	-3,69%
dic-14	17.823,07	17.827,27	18.103,45	17.067,59	2,22B	-0,03%
nov-14	17.828,24	17.390,90	17.894,83	17.278,36	1,52B	2,52%
oct-14	17.390,52	17.040,46	17.395,54	15.855,12	2,31B	2,04%
sep-14	17.042,90	17.097,42	17.350,64	16.934,43	1,87B	-0,32%
ago-14	17.098,45	16.561,70	17.153,80	16.333,78	1,48B	3,23%
jul-14	16.563,30	16.828,53	17.151,56	16.563,30	1,69B	-1,56%
jun-14	16.826,60	16.716,85	16.978,02	16.673,65	1,76B	0,65%
may-14	16.717,17	16.580,26	16.735,51	16.341,30	1,64B	0,82%
abr-14	16.580,84	16.458,05	16.631,63	16.015,32	1,99B	0,75%
mar-14	16.457,66	16.321,71	16.505,70	16.046,99	2,10B	0,83%
feb-14	16.321,71	15.697,69	16.398,95	15.340,69	2,07B	3,97%
ene-14	15.698,85	16.572,17	16.573,07	15.617,55	2,18B	-5,30%
dic-13	16.576,66	16.087,12	16.588,25	15.703,79	2,06B	3,05%
nov-13	16.086,41	15.558,01	16.174,51	15.522,18	1,82B	3,48%
oct-13	15.545,75	15.132,49	15.721,00	14.719,43	2,21B	2,75%
sep-13	15.129,67	14.801,55	15.709,58	14.777,48	2,37B	2,16%
ago-13	14.810,31	15.503,85	15.658,43	14.760,41	2,33B	-4,45%
jul-13	15.499,54	14.911,60	15.634,32	14.858,93	2,57B	3,96%
jun-13	14.909,60	15.123,55	15.340,09	14.551,27	2,93B	-1,36%
may-13	15.115,57	14.839,80	15.542,40	14.687,05	2,77B	1,86%
abr-13	14.839,80	14.578,54	14.887,51	14.434,43	2,92B	1,79%
mar-13	14.578,54	14.054,49	14.585,10	13.937,60	2,55B	3,73%
feb-13	14.054,49	13.860,58	14.149,15	13.784,01	2,49B	1,40%
ene-13	13.860,58	13.104,30	13.969,99	13.104,30	2,79B	5,77%

AÑO	PROMEDIO	TASA
2013	15.083,91	
2014	16.862,44	11,8%
2015	17.487,96	3,7%
2016	18.027,38	3,1%
2017	20.773,06	15,2%
PROMEDIO		8,5%

Fuente: <https://es.investing.com/indices/us-30-historical-data>

Anexo 17. Riesgo País

FECHA	VALOR	TASA
Julio-24-2017	684.00	6,84%
Julio-23-2017	681.00	6,81%
Julio-22-2017	681.00	6,81%
Julio-21-2017	681.00	6,81%
Julio-20-2017	673.00	6,73%
Julio-19-2017	672.00	6,72%
Julio-18-2017	672.00	6,72%
Julio-17-2017	674.00	6,74%
Julio-16-2017	678.00	6,78%
Julio-15-2017	678.00	6,78%
Julio-14-2017	678.00	6,78%
Julio-13-2017	680.00	6,80%
Julio-12-2017	692.00	6,92%
Julio-11-2017	713.00	7,13%
Julio-10-2017	717.00	7,17%
Julio-09-2017	716.00	7,16%
Julio-08-2017	716.00	7,16%
Julio-07-2017	716.00	7,16%
Julio-06-2017	715.00	7,15%
Julio-05-2017	708.00	7,08%
Julio-04-2017	700.00	7,00%
Julio-03-2017	700.00	7,00%
Julio-02-2017	706.00	7,06%
Julio-01-2017	706.00	7,06%
Junio-30-2017	706.00	7,06%
Junio-29-2017	705.00	7,05%
Junio-28-2017	706.00	7,06%
Junio-27-2017	705.00	7,05%
Junio-26-2017	731.00	7,31%
Junio-25-2017	746.00	7,46%
PROMEDIO		6,98%

Fuente: https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS COMERCIALES**

**TEMA
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COWORKING PARA
EMPRENEDORES**

**Tutor
MAE. EDWIN HUMBERTO LARA FIALLOS**

**Autores
LENCY MICHELLE AURIA ASPIAZU
KAREN LORENA LLERENA ASPIAZU**

Guayaquil, 2017

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- *Ecuador obtuvo una tasa del 33,6% en la TEA.
- *El emprendimiento depende de condiciones del micro y macro entorno.
- *Motivaciones: oportunidad y necesidad.
- *Los nuevos emprendedores buscan que su idea cobre vida.
- *Problemas de freelance y emprendedores.

- *Tendencia para el 2020.
- *Coworking en Ecuador.
- *Ventajas de la metodología.
- *Inicio de emprendimientos.
- *Elegir entorno perfecto.



SISTEMATIZACIÓN

1. ¿Cuál es el potencial de mercado en cuanto a oferta y demanda que se puede presentar para una empresa que provea este tipo de servicios?
2. ¿Cuáles deben ser las estrategias de introducción y comunicación adecuadas para lograr el posicionamiento en el mercado de la propuesta?
3. ¿Qué características operacionales debe incluir la propuesta para lograr una adecuada cobertura y prestación de servicios?
4. ¿Cuáles serán los resultados financieros que genere el negocio a mediano plazo y en qué medida cubrirán las expectativas de inversión?





Objetivos

GENERAL

Diseñar un plan de negocio que permita la posible puesta en marcha de una empresa Coworking para emprendedores en la ciudad de Guayaquil y que incluya el planteamiento estratégico para lograr los objetivos establecidos.

ESPECÍFICOS

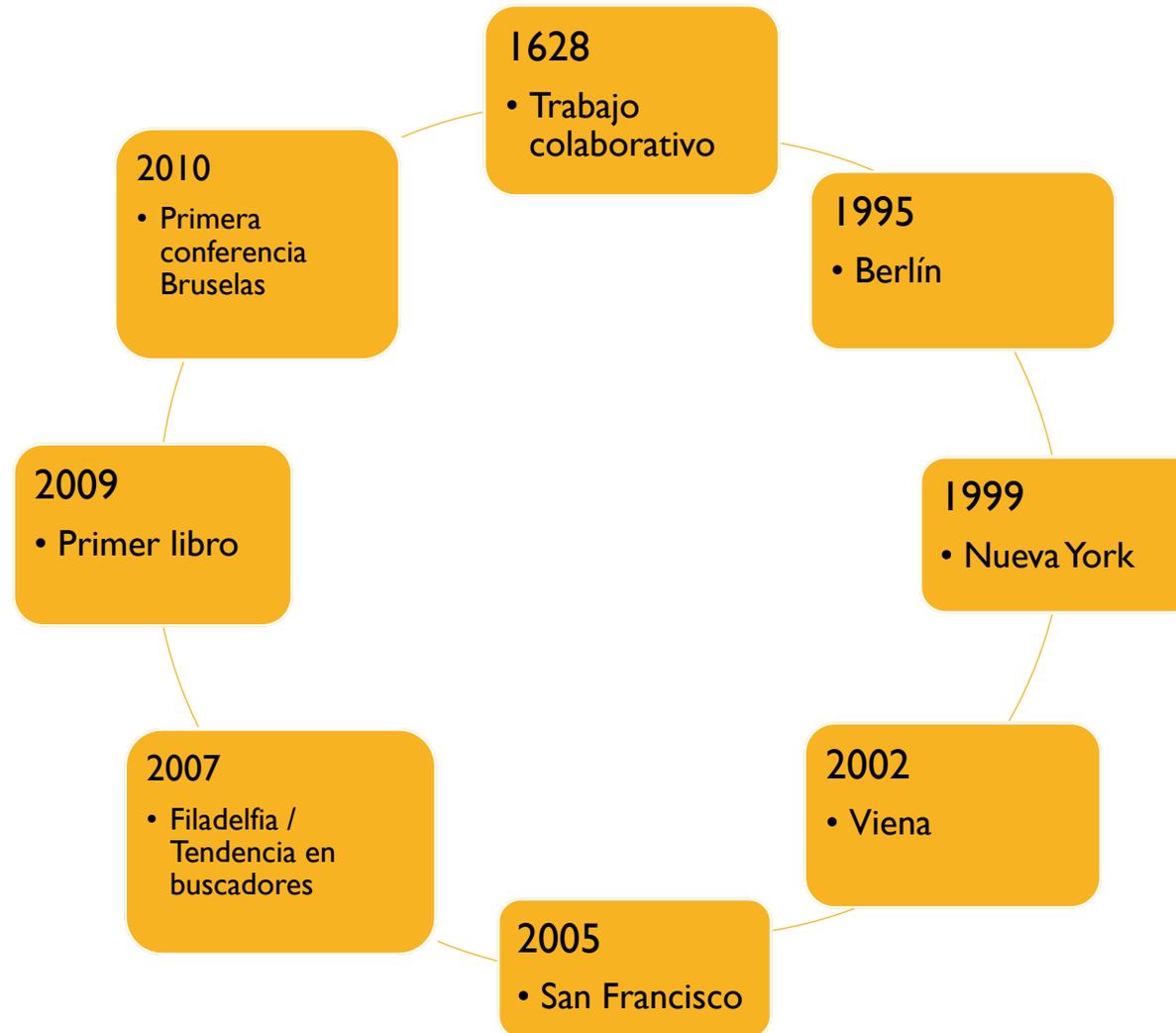
- **Analizar el mercado**, precisando los aspectos de oferta y demanda de este tipo de negocio.
- **Realizar un estudio estratégico** que incluya el análisis y la propuesta de estrategias de negocio adecuadas al mercado local.
- **Establecer los aspectos técnicos**, infraestructuras, equipos y recurso integral para la implementación de una empresa Coworking.
- **Realizar proyecciones** de flujos a mediano plazo y aplicar indicadores de evaluación de inversiones.

JUSTIFICACIÓN



El nido de emprendedores abre las puertas a la incorporación de profesionales especialmente en el área de servicios, determinan elementos de colectividad para un desarrollo más eficiente que puede ser relacionado entre todos ellos, sobretodo tomando en cuenta que el pago de servicios como son: arriendo, energía eléctrica, internet pueden ser más rentables si se lo desarrolla en espacios compartidos por horas y utilizando los mismos equipos con lo cual, se pueden programar horas de trabajo con los mismos elementos.

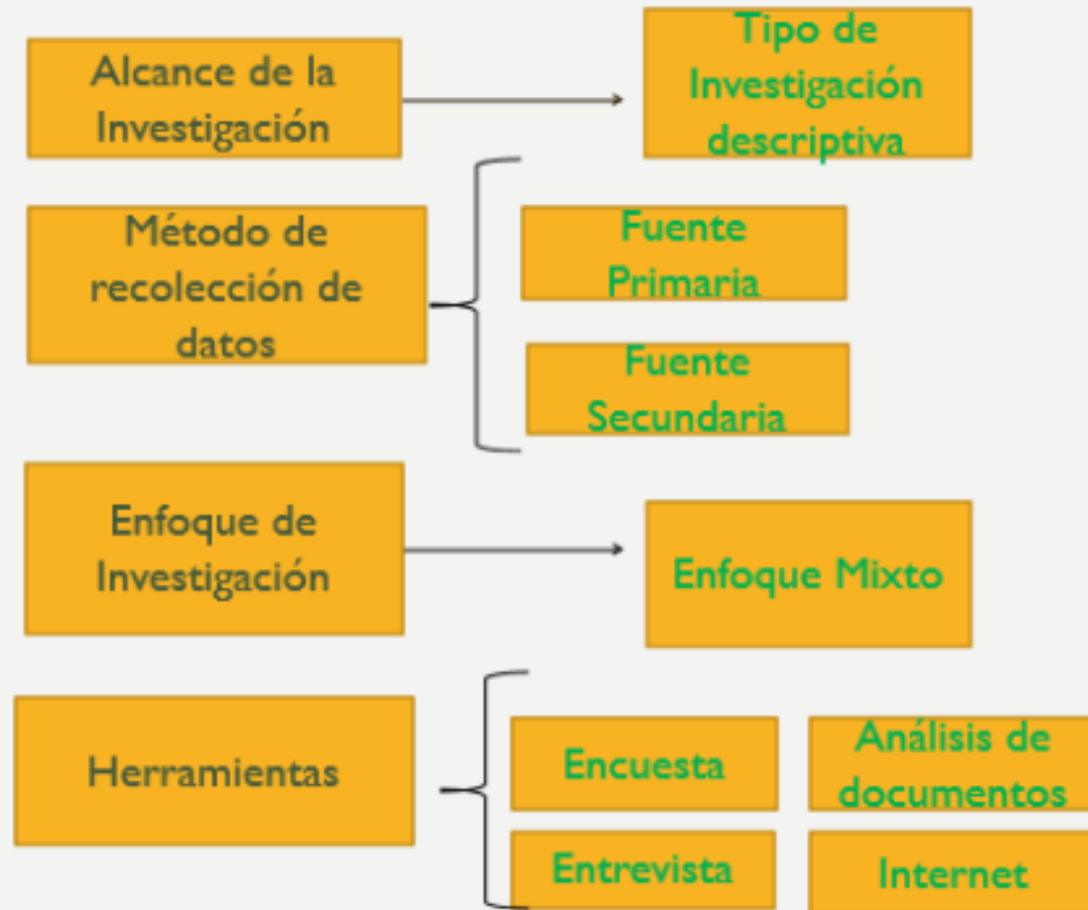
RESEÑA HISTÓRICA



ANTECEDENTES

TITULO DEL TRABAJO	AUTORES	UNIVERSIDAD O CENTRO DE INVESTIGACION	RESULTADOS
Estudio de factibilidad para construir un edificio de modalidad coworking en la ciudad de Guayaquil	Zambrano Santana Dolores	Universidad de Guayaquil	De acuerdo al análisis financiero, el VAN del proyecto es de \$88,627.63 con un TIR de 22,77%, la inversión da un total de \$631,305.00; por tanto, el proyecto es viable.
Plan de Negocios: Networking Zone	Cárdenas Sáenz & Seminario Benalcázar	Escuela Superior Politécnica del Litoral	Los estados financieros estiman un VAN de \$125.590, un TIR de 29,95%, generando la factibilidad del proyecto, a pesar de tener utilidad para el segundo año de funcionamiento
Proyecto de Coworking y Networking para fomentar las relaciones comerciales internacionales de los artesanos peninsulares	Mosquera Vaca Carlos	Universidad de Guayaquil	Plantea estrategias para llegar a acuerdos comerciales a través del coworking y networking, para así incrementar el desarrollo económico del sector con un modelo de innovación social.
Plan de negocios para espacios de Coworking "CoSpace"	Ceravolo & Ziritt	Universidad de Chile	El reporte financiero proyectado a 5 años arroja un VAN positivo de \$85,931.39 y un TIR de 29%, con una inversión inicial de \$106,140.00, dando por factible el proyecto.

ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN



Determinación de población y muestra

- Cantón: Guayaquil (2'644.891 personas estimadas al año 2017)
Fuente 1: Censo 2010 del INEC
- Segmento por edad: 50.24% de la población tiene de 18 a 54 años (1'328.885 personas)
Fuente 2: Estudio de emprendimiento GEM Ecuador – 2015
- Segmentación por escolaridad: 11.21% tiene estudios superiores (148.936 personas)
Fuente 3: Ministerio de Educación.



DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

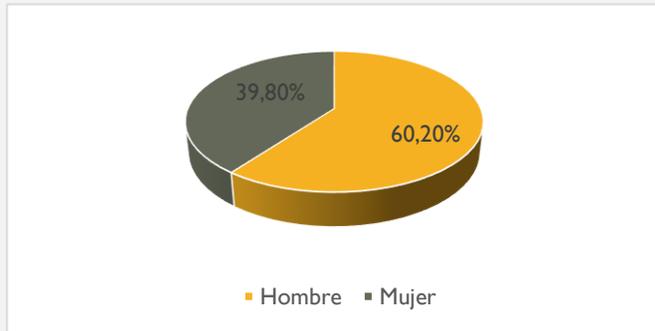
$$n = \frac{3.84 \times 148.936 \times 0,5 \times 0,5}{0.0049 (148.936 - 1) + 3.84 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 196$$

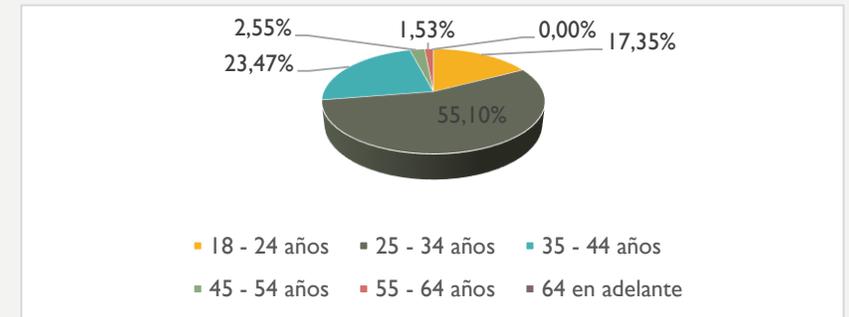
- En esta fórmula estos son los datos que se aplican en cada variable:
 - N= Tamaño de la población (148.936)
 - Z= Nivel de confianza al 95% = 1.96
 - p= Probabilidad de éxito = 50%
 - q= Probabilidad de fracaso = 50%
 - i= Error máximo admisible = 7%
 - n= Tamaño de la muestra = 196

Resultados de la encuesta a clientes potenciales

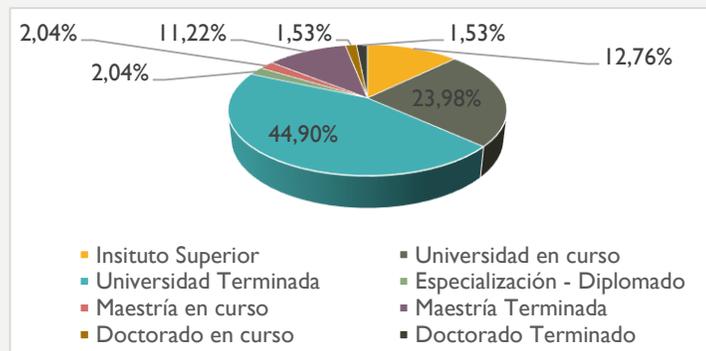
1.- Género



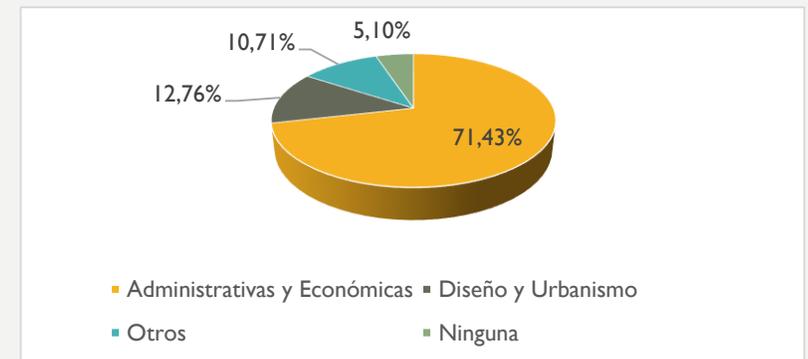
2.- ¿Cuál es su rango de edad?



3.- ¿Cuál es el nivel de preparación?

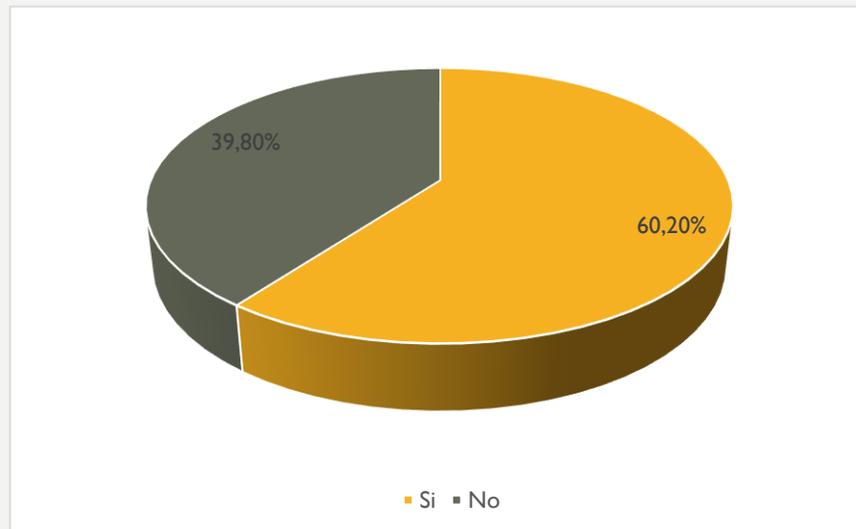


4.- En caso de estar estudiando o haber culminado sus estudios superiores, ¿Cuál es el nombre de la carrera profesional?

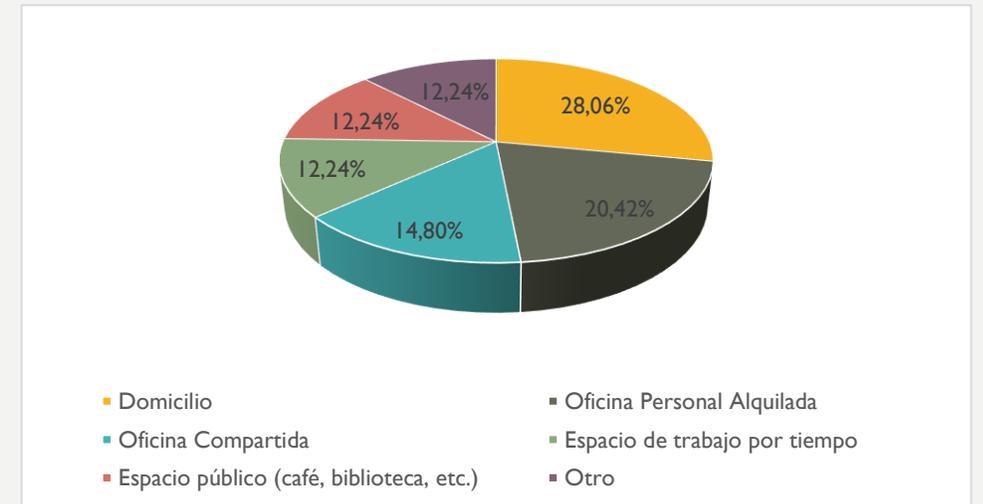


RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

5.- ¿Conoce la definición de Coworking?

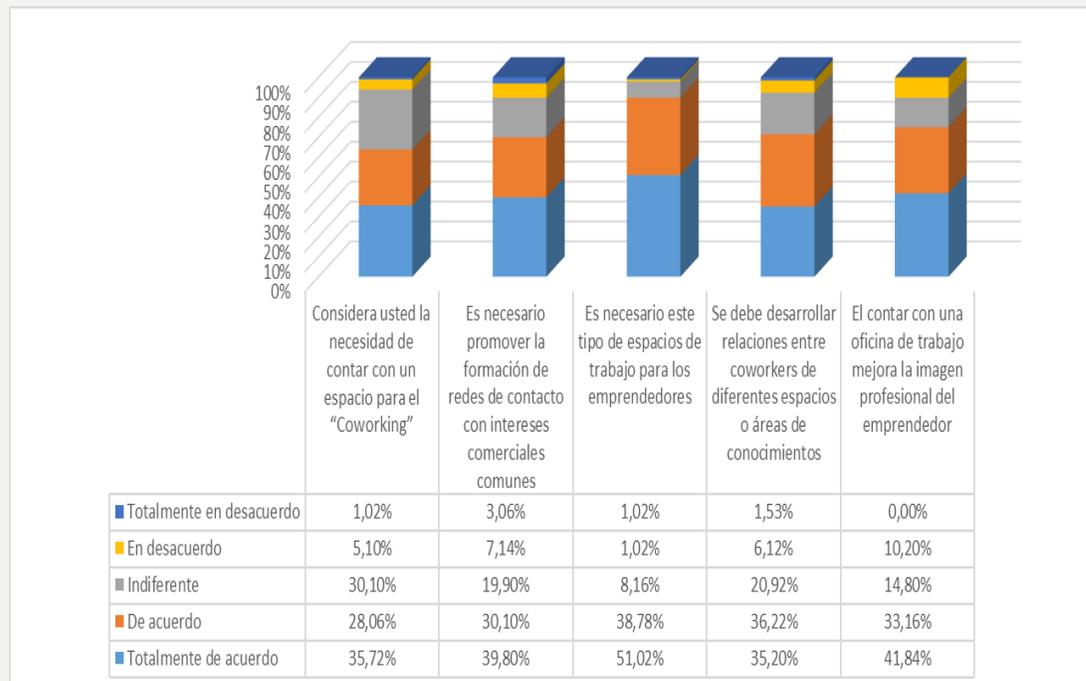


6.- ¿Dónde está ubicado su lugar de trabajo u oficina?

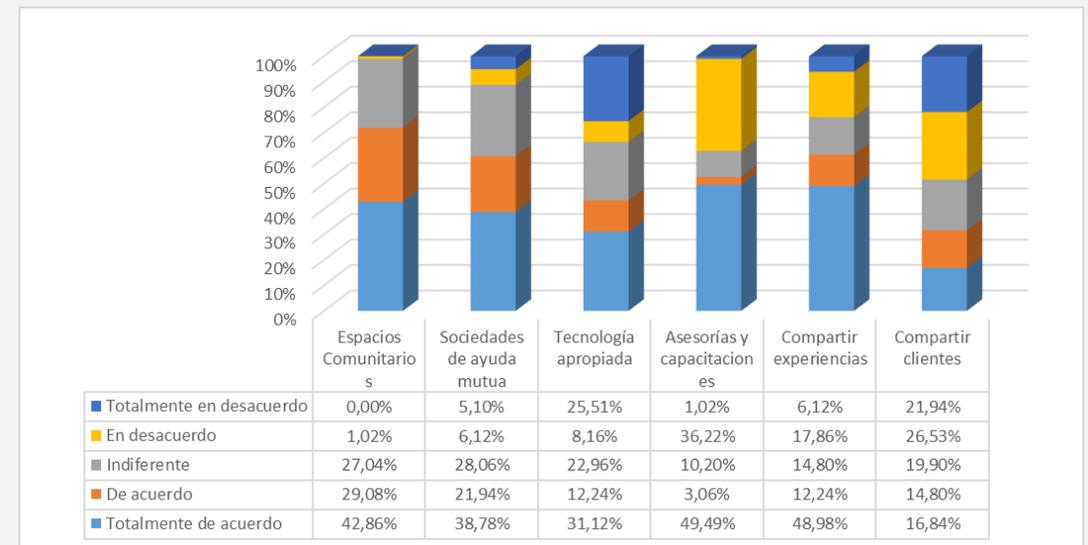


RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

7.- ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

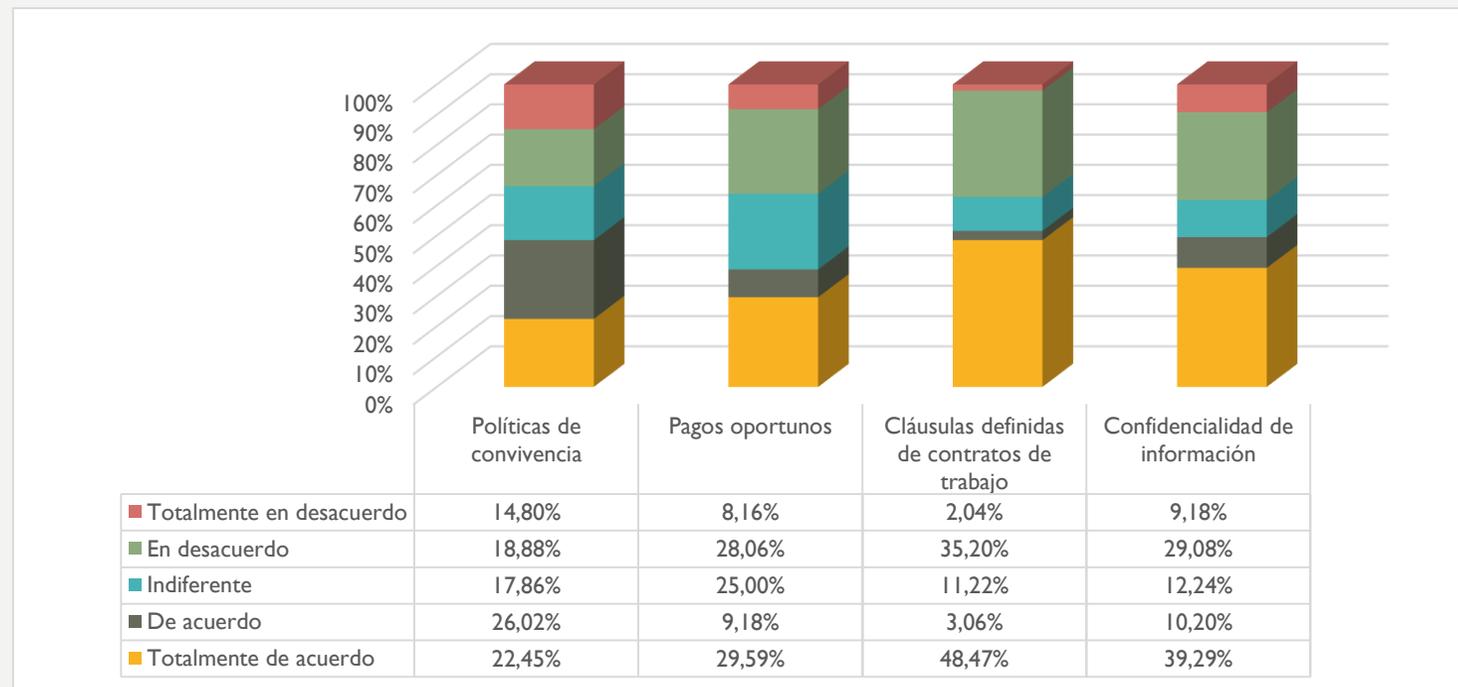


8.- Usted como gestor de un espacio de coworking, ¿Qué le gustaría ver en esta de red de emprendedores? Valore cada característica, siendo 5 la de mayor interés y 1 la de menor interés.



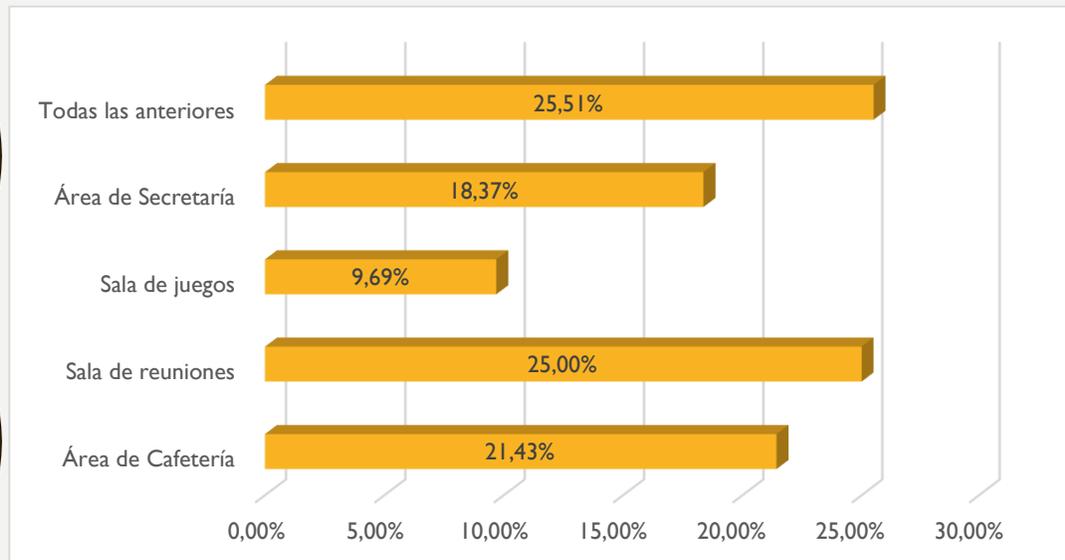
RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

9.- En su opinión, ¿Cuáles son las necesidades normativas más necesarias para la comunidad de coworkers? Valore cada característica, siendo 5 la de mayor interés y 1 la de menor interés.

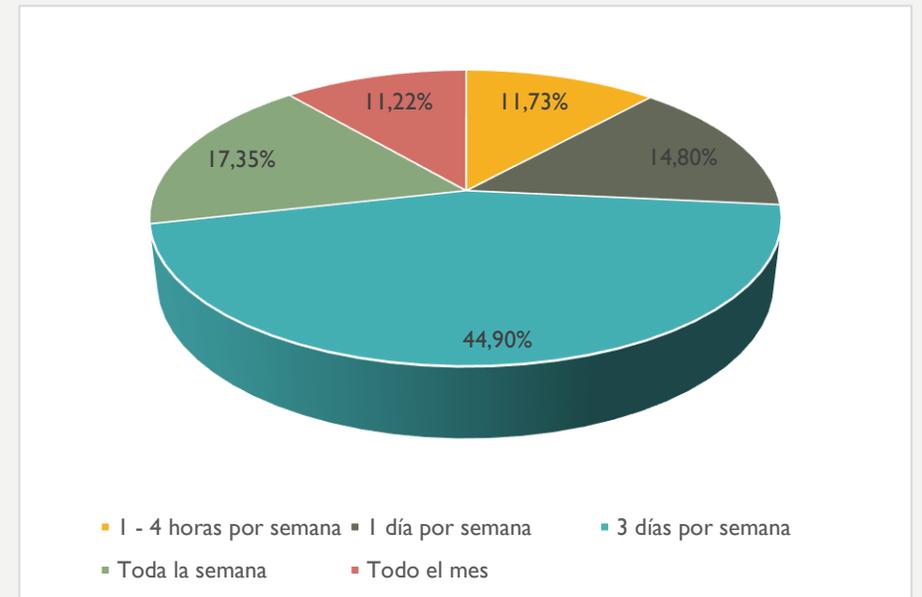


RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

10.- ¿Le gustaría que el espacio de coworking cuente con otras áreas como las siguientes?

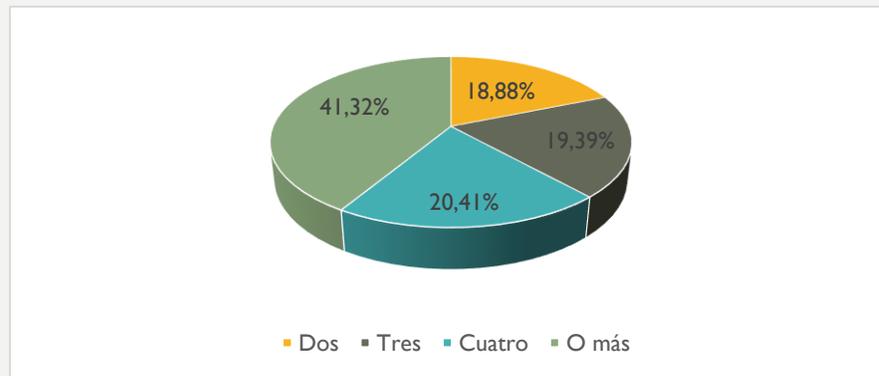


11.- ¿Con qué frecuencia utilizaría el espacio de trabajo Conjunto?

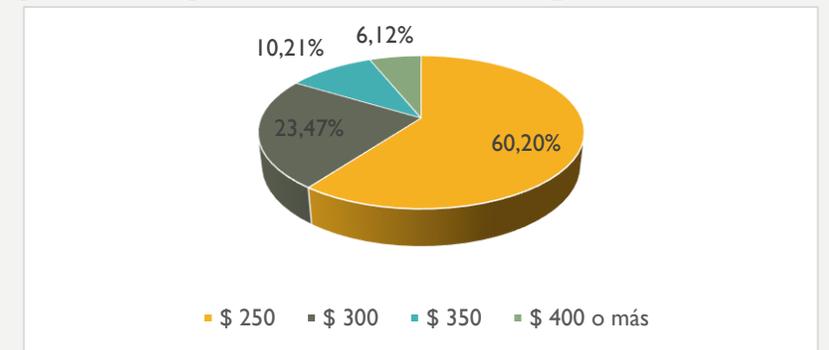


RESULTADOS DE LA ENCUESTA A CLIENTES POTENCIALES

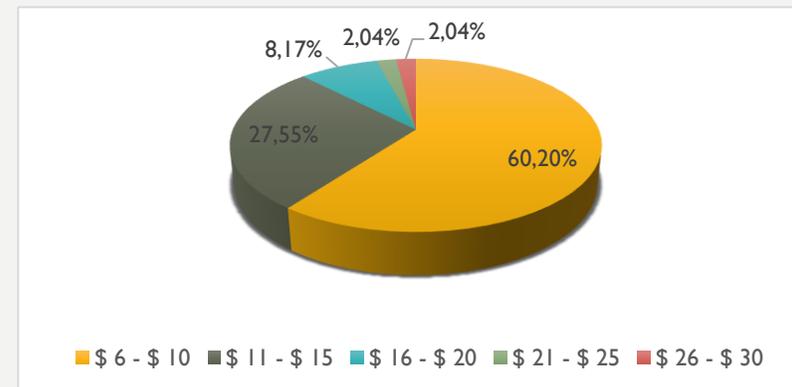
12.- ¿Con cuántos miembros le gustaría compartir su espacio de coworking?



13.- En caso de requerir la oficina ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar todo el mes por el espacio de coworking?



14.- En caso de requerir la oficina por horas ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el espacio de coworking por cada hora?



ESQUEMA DEL PLAN DE NEGOCIOS

DESCRIPCIÓN DE
LA PROPUESTA

ESTUDIO DE
MERCADO

ANÁLISIS
ESTRATÉGICO

PLAN DE
MARKETING

PLAN
ORGANIZACIONAL

PLAN OPERATIVO

PLAN FINANCIERO

ESTUDIO DE MERCADO

Análisis de la Demanda

AÑO	POBLACIÓN	CARRERAS AFINES	% DE PARTICIP. ENC - SERV *
2010	129.019	108.621	38.800
2011	131.968	111.103	39.686
2012	134.923	113.592	40.575
2013	137.889	116.089	41.467
2014	140.888	118.613	42.369
2015	143.891	121.142	43.272
2016	146.898	123.674	44.176
2017	151.784	127.787	45.645

* 84,19% que accederían con carreras afines

* 35,72% de participación según pregunta No. 7 (Tabla No. 13 consideran necesario este servicio) de la encuesta-servicio elaborada a emprendedores profesionales

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos

Proyección de Demanda Futura

AÑO	DEMANDA FUTURA
2018	46.250
2019	47.195
2020	48.140
2021	49.085
2022	50.030
2023	50.974
2024	51.919
2025	52.864
2026	53.809
2027	54.754

*Ecuación lineal $Y=A+Bx$

*Métodos de mínimos cuadrados

*Incremento promedio 1,70% anual

Análisis de la Oferta

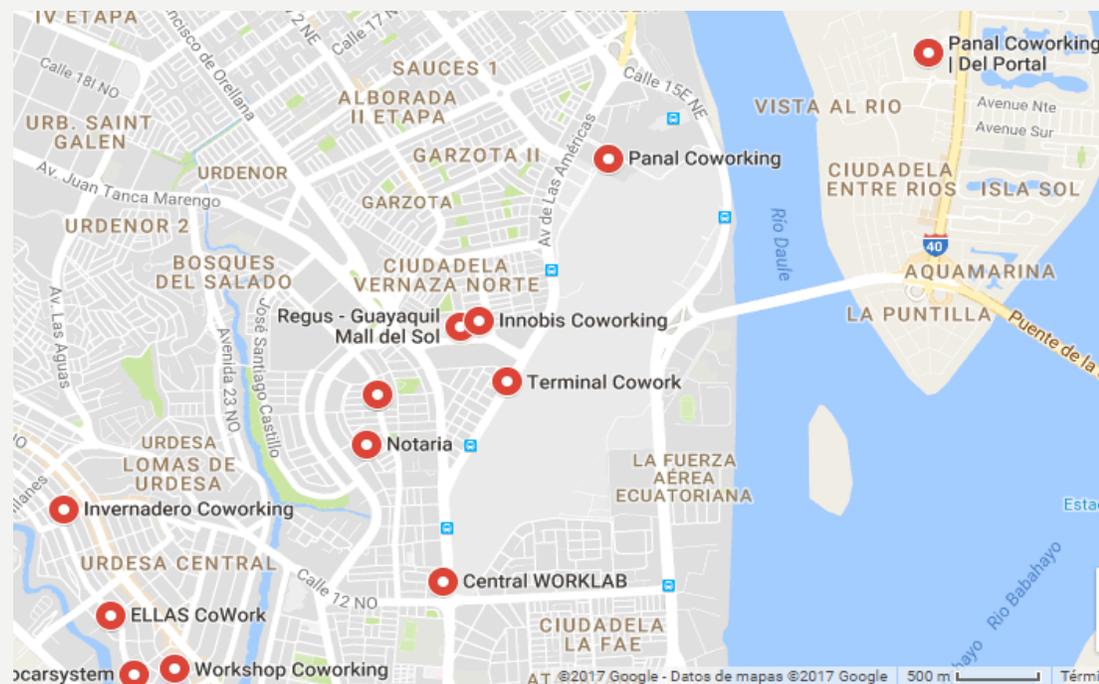
Ubicaciones de zonas de Coworking

Zonas de Coworking en Guayaquil

No.	EMPRESA
1	Invernadero
2	Panal
3	Workshop
4	Plataforma
5	Terminal Cowork
6	Espol Coworking
7	Innobis
8	Ellas
9	Central Worklab
10	Resgus

*253.305 locales comerciales arrendados, donde 108.590 comercio al por menor y 32.559 alimentos y bebidas.

*Cada una cuenta con 50 espacios o puestos de trabajo.



Análisis de la Oferta

AÑO	OFERTA MENSUAL	OFERTA ANUAL
2013	-	-
2014	-	-
2015	100	1.200
2016	300	3.600
2017	500	6.000

*50 puestos de trabajo por cada empresa (10)



Proyección de Oferta Futura

AÑO	OFERTA FUTURA
2018	6.840
2019	8.400
2020	9.960
2021	11.520
2022	13.080
2023	14.640
2024	16.200
2025	17.760
2026	19.320
2027	20.880

*Ecuación lineal $Y=A+Bx$

*Métodos de mínimos cuadrados

*Incremento promedio 11,81% anual

BALANCE DEMANDA - OFERTA

AÑO	DEMANDA FUTURA	OFERTA FUTURA	DEMANDA INSATISFECHA
2018	46.250	6.840	39.410
2019	47.195	8.400	38.795
2020	48.140	9.960	38.180
2021	49.085	11.520	37.565
2022	50.030	13.080	36.950
2023	50.974	14.640	36.334
2024	51.919	16.200	35.719
2025	52.864	17.760	35.104
2026	53.809	19.320	34.489
2027	54.754	20.880	33.874

ANÁLISIS ESTRATÉGICO



5 FUERZAS DE PORTER

Poder de Negociación
de los Compradores o
Clientes:

Alta

Poder de Negociación
de los Proveedores:

Baja

Amenaza de nuevos
competidores
entrantes:

Media

Amenaza de servicios
sustitutos:

Alta

Rivalidad entre los
competidores:

Media - Alta

PLAN DE MARKETING

Corto Plazo

Lograr una ocupación promedio de 80% de los espacios

Alcanzar un 1.22% de participación del mercado

Obtener un 80% de nivel de satisfacción de los usuarios

Largo Plazo

Lograr una ocupación del 90% de los espacios (segundo año) y la totalidad a partir del tercer año.

Alcanzar un 4% de participación del mercado

Lograr el nivel de satisfacción de los usuarios de la empresa en un 99%

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO



ESTRATEGIA DE SERVICIO



ESTRATEGIA DE PRECIO

Emprende Coworking S.A.	Plan total
	(servicio ilimitado) \$ 250 (Por mes)
<u>Servicios:</u>	
Internet y Wifi	X
Copias – Impresiones	X
Scanner	X
Café - Té – Agua	X
Casillero	X
Sala de Reuniones	X
Sala de Juegos	X
Networking	X
Eventos - Talleres	X
Recepción y Mensajería	X
Acceso a Telefonía fija	X
Guardianía	X

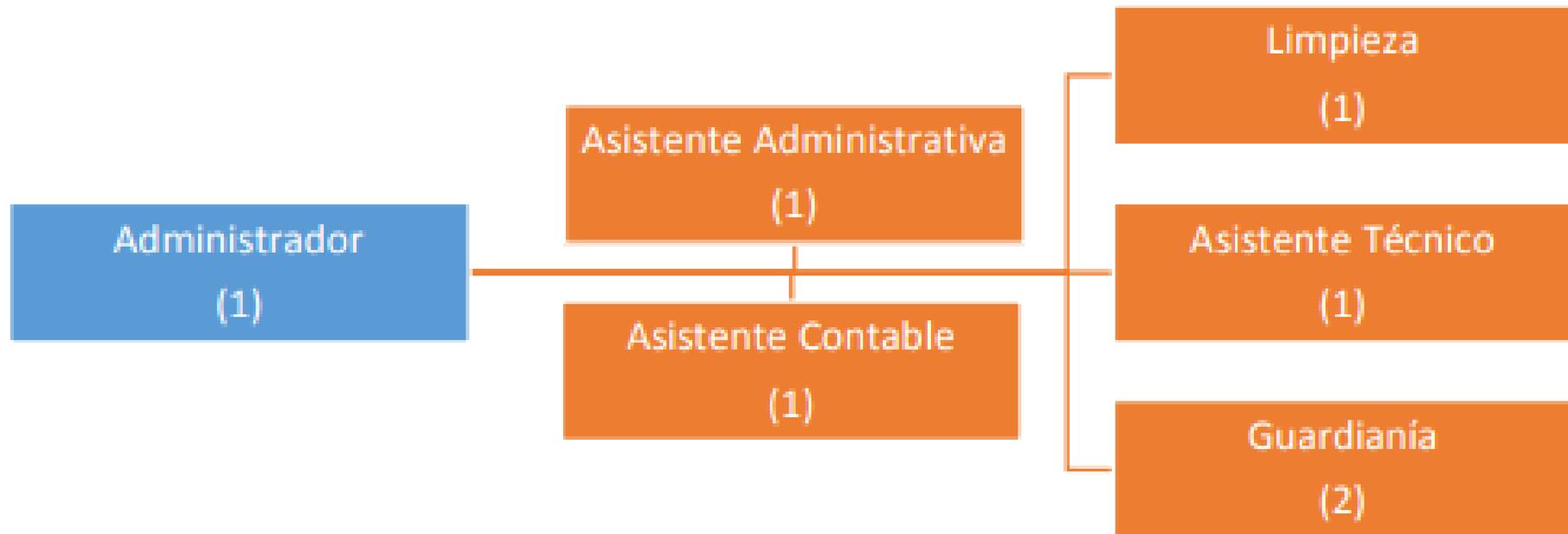
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN



ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD

DESCRIPCION	NUMERO DE VECES	COSTO UNITARIO
A. PUBLICIDAD ESCRITA		
ANUNCIOS EN REVISTAS (LA REVISTA)	12	371
SUMAN		
B. PUBLICIDAD EN MEDIOS ELECTRONICOS		
DISEÑO DE PAG WEB*	1	700
MANTENIMIENTO DE PAGINA WEB***	12	100
UTILIZACION DEL HOSTING**	1	85

PLAN ORGANIZACIONAL



PLAN OPERATIVO



DISTRIBUCIÓN DE ESPACIOS

CONCEPTO	CANTIDAD UNITARIO POR AREA (m2)	NUMERO DE ESTACIONES (EN UNIDADES)	NUMERO DE ESTACIONES TOTALES (m2)
* Sala de reuniones	44,35	1	44,35
* Área de administración y contable	39,55	1	39,55
* Área de secretaría y recepción	22	1	22
* Estaciones de trabajo (oficinas)	33,28	5	166,41
* Área común de cafetería	15,42	1	15,42
* Área de recreación	46,20	1	46,20
* Casilleros	10,29	1	10,29
* Área de baños	15,93	1	15,93
* Parqueadero	61,94	1	61,94
TOTAL DE ESPACIOS			422,09

PLAN FINANCIERO

RESUMEN DE INVERSIONES

DESCRIPCION	VALOR (en dólares)	PARTICIPACION (%)
a. INVERSION FIJA	55.097	83,90
b. CAPITAL DE OPERACION	10.575	16,10
TOTAL	65.672	100,00
c. FINANCIAMIENTO		
* RECURSOS PROPIOS	35.672	54,32
Inversionista 1	17.836	
Inversionista 2	17.836	
* PRÉSTAMO	30.000	45,68
TOTAL	65.672	100,00

INVERSIÓN FIJA

DESCRIPCION	VALOR (dólares)	PORCENTAJE (%)
i) EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA	42.345	76,86
ii) OTROS ACTIVOS	11.147	20,23
SUMAN	53.492	
IMPREVISTOS DE INV. FIJA (Aprox. 3% de rubros anteriores)	1.605	2,91
TOTAL	55.097	100,00

EQUIPOS Y ACCESORIOS

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	V.Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
OFICINA ADMINISTRATIVA			
Aire acondicionado (24.000 BTU) - Split Inverter	1	1.094	1.094
Aire acondicionado (18.000 BTU) - Inverter	2	814	1.628
Fax Contestadora Digital	1	102	102
Impresora Epson Ecotank L220	2	350	700
Computadoras de escritorios	3	450	1.350
Sumadora Casio Dr-140tm (14 dígitos)	1	75	75
Escritorio de oficina	3	170	510
Sillas ejecutivas	3	90	270
Sillas de espera Tripersonal Tandém	1	200	200
Archivador Metálico 4 cajones	2	125	250
Repisas Colgantes para libros y documentos	3	22	66
Pizarras de pared 160x120	1	60	60
Televisor Led 32"	1	350	350
Router Wireless Wifi 450	1	35	35
Divisiones de ambientes mamparas	3	150	450
Central Telefónica	1	550	550
Teléfonos inalámbricos	3	85	255
SUMAN			7.945
OFICINAS COWORKING			
Mesa individuales	50	70	3.500
Mesa de reunión de 6 puestos	5	500	2.500
Sillas giratorias sin brazos	50	35	1.750
Estanterías para libros	5	40	200
Laptop Samsung NP900X3D 13.3" Intel i5 4Gb	30	639	19.170
Router Wireless Wifi 450	2	35	70
Impresora Samsung M2675FN	1	375	375
Pizarra de pared 160 x 120	5	60	300
SUMAN			27.865
SALA DE REUNIÓN			
Televisor Led 32"	1	350	350
Proyectores Infocus	1	150	150
Pantalla proyección eléctrica	1	75	75
Pizarras de pared 160x120	1	60	60
Captador de Wifi Usb Inalambrico	1	25	25
Portafolletero	1	40	40
Sillas Censa para oficina	10	25	250
Mesa de reunión de 10 puestos	1	550	550
SUMAN			1.500

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	V.Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
CAFETERÍA Y CASILLEROS			
Mueble Mostrador de Cocina con porcelanato	1	180	180
Juego de Cafetería (Mesas y 4 Sillas)	4	148	592
Juego de casilleros por 3 columnas	2	300	600
Dispensador y Purificador de Agua	1	135	135
Cafetera Hamilton Beach (Expresso-Capuccino)	1	145	145
Silla Desayunador para Cafetería	5	70	350
SUMAN			2.002
ÁREA DE JUEGOS			
Televisor Led 32"	2	350	700
Play Sattion 4	2	325	650
Juego de Sala	1	450	450
SUMAN			1.800
SUBTOTAL			41.112
3% de gastos de instalación y montaje			1.233
TOTAL			42.345

OTROS ACTIVOS

DENOMINACION	VALOR (dólares)
Gastos de estudio del Proyecto	1.000
Licencias de software	2.500
Gastos de Constitución y Permisos	2.000
Gastos de puesta en marcha (Aprox. 2% de Equipos y accesorios)	847
Instalaciones generales	1.200
Instalaciones eléctricas	1.200
Instalaciones telefónicas	1.200
Instalaciones red computación	1.200
TOTALES	11.147

PRESUPUESTO DE INGRESOS

DESCRIPCIÓN DE ESTACIONES	OFICINAS (SALAS) A INSTALARSE	No. de PUESTOS DE TRABAJO x SALA	No. MESES	COSTO UNITARIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS TOTALES
Primer año						
Porcentaje de Ocupación	80%					
Espacios Coworking	5	10	12	250	10.000	120.000
TOTAL						120.000
Segundo año						
Porcentaje de Ocupación	90%					
Espacios Coworking	5	10	12	270	12.150	145.800
TOTAL						145.800
Tercer año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	292	14.580	174.960
TOTAL						174.960
Cuarto año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	315	15.746	188.957
TOTAL						188.957
Quinto año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	340	17.006	204.073
TOTAL						204.073

Nota: El número de oficinas se mantendrán a lo largo del proyecto, lo que aumentará es el precio al 8% a partir del segundo año

INSUMOS

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNIT (dólares)	VALOR MENSUAL (dólares)	VALOR ANUAL (dólares)
<u>SERVICIOS</u>				
Luz (Kw/hora)	2650	0,09	239	2.862
Agua	235	0,98	230	2.764
Internet Corporativo (CNT)	1	149,50	150	1.794
Linea Telefónica	2	35,00	70	840
Televisión Pagada Directv Bronce HD	3	45,09	135	1.623
<u>SUMINISTROS</u>				
Block de hojas INEN A4	15	4,50	68	810
Toner de impresora	2	86,00	172	2.064
Carpetas Normales	100	0,10	10	120
Carpetas Membretadas	100	0,15	15	180
Hojas Membretadas (resma)	1	8,50	9	102
Otros suministros de oficina	1	50,00	50	600
<u>Insumos para Cafetería</u>	1	60,00	60	720
<u>Insumos para Limpieza</u>	1	50,00	50	600
TOTAL			1.257	15.079

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos y Materiales Directos	15.079	16.285	17.588	18.995	20.515

SUELDOS

DENOMINACION	No.	SUELDO INDIVIDUAL (dólares)	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9,45%	SUELDO TOTAL
Asistente de Sistemas	1	550	450	375	6600	275	623,7	8323,7
TOTAL								8.324

A. SUELDOS Y SALARIOS INDIRECTA								
DENOMINACION	No.	SUELDO INDIVIDUAL	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9,45%	Total
Auxiliar de limpieza	1	375	375	375	4500	187,5	425,25	5862,75
Guardia	2	400	800	732	9.600	400	907,20	12.439,20
TOTAL								18.301,95

A. SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO								
DENOMINACIÓN	No.	SUELDO MENSUAL	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9,45%	TOTAL
ADMINISTRADOR	1	1.000	1.000	375	12.000	500	1.134	15.009,00
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	420	420	375	5.040	210	476	6.521,28
ASISTENTE CONTABLE	1	420	420	375	5.040	210	476	6.521,28
SUMAN								28.051,56

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

AÑOS	SEMESTRES	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO DE CAPITAL
1	1	30.000	1.761	2.290	4.051	27.710
	2	27.710	1.627	2.424	4.051	25.286
	3	25.286	1.484	2.567	4.051	22.719
2	4	22.719	1.334	2.717	4.051	20.002
	5	20.002	1.174	2.877	4.051	17.125
3	6	17.125	1.005	3.046	4.051	14.079
	7	14.079	826	3.225	4.051	10.854
4	8	10.854	637	3.414	4.051	7.441
	9	7.441	437	3.614	4.051	3.826
5	10	3.826	225	3.826	4.051	0

PRESUPUESTOS DE GASTOS

	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Gastos operativos					
Sueldos y Salarios asistente de sistemas	\$ 8.323,70	\$ 8.600,23	\$ 8.885,94	\$ 9.181,15	\$ 9.486,16
Sueldos y Salarios personal auxiliar	\$ 18.301,95	\$ 18.909,97	\$ 19.538,19	\$ 20.187,28	\$ 20.857,94
Luz	\$ 108,00	\$ 116,64	\$ 125,97	\$ 136,05	\$ 146,93
Telefono	\$ 84,00	\$ 90,72	\$ 97,98	\$ 105,82	\$ 114,28
Reparación y Mantenimiento	\$ 1.079,75	\$ 1.166,13	\$ 1.259,42	\$ 1.360,17	\$ 1.468,99
Seguros	\$ 1.727,60	\$ 1.865,81	\$ 2.015,07	\$ 2.176,28	\$ 2.350,38
Imprevistos 3% carga operacional	\$ 783,73	\$ 846,42	\$ 914,14	\$ 987,27	\$ 1.066,25
Egresos de Gastos Operativos	\$ 30.408,73	\$ 31.595,92	\$ 32.836,71	\$ 34.134,01	\$ 35.490,93

Nota: Insumos básicos, Luz, Telefono, Reparacion y Mante, Seguros aumentan a una tasa del 8%; mientras que Sueldos directos e indirectos aumenta un 3,32%

Gastos administrativos					
Sueldos de personal administrativo	\$ 28.051,56	\$ 28.983,48	\$ 29.946,36	\$ 30.941,23	\$ 31.969,14
Reparación y Mantenimiento	\$ 1.751,50	\$ 1.891,62	\$ 2.042,95	\$ 2.206,39	\$ 2.382,90
Seguros	\$ 1.401,20	\$ 1.513,30	\$ 1.634,36	\$ 1.765,11	\$ 1.906,32
Alquiler de Oficina	\$ 14.400,00	\$ 15.840,00	\$ 17.424,00	\$ 19.166,40	\$ 21.083,04
Imprevistos 3% en gastos administrativos	\$ 1.436,42	\$ 1.551,33	\$ 1.675,44	\$ 1.809,47	\$ 1.954,23
Egresos de Gastos Administrativos	\$ 47.040,68	\$ 49.779,73	\$ 52.723,11	\$ 55.888,59	\$ 59.295,63

Nota: Reparacion y Mante, Seguros aumentan a una tasa del 8%; mientras que Sueldos aumenta un 3,32%, Alquiler aumenta un 10%

Gastos de Marketing					
Publicidad Escrita	\$ 4.452,00	\$ 4.808,16	\$ 5.192,81	\$ 5.608,24	\$ 6.056,90
Página Web	\$ 1.985,00	\$ 1.285,00	\$ 1.387,80	\$ 1.498,82	\$ 1.618,73
Imprevistos 3% en gastos de mkt	\$ 193,11	\$ 208,56	\$ 225,24	\$ 243,26	\$ 262,72
Egresos de Gastos de Marketing	\$ 6.630,11	\$ 6.301,72	\$ 6.805,86	\$ 7.350,32	\$ 7.938,35

Nota: Gastos aumenta en un 8% a partir del segundo año y no incluye el monto del sieño solo mantenimiento de la página web

Gastos financieros					
Gastos de Interes de prestamo	\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37
Total de Gastos Financieros	\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37

Depreciación y Amortización					
Depreciación	\$ 6.399,23	\$ 6.399,23	\$ 6.399,23	\$ 1.576,35	\$ 1.576,35
Amortización	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Total de Depreciación y Amortización	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35

FLUJO DE CAJA

<u>Detalle/Año</u>	Total Año 0	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Ingresos por Servicios	\$ 120.000,00	\$ 145.800,00	\$ 174.960,00	\$ 188.956,80	\$ 204.073,34	
(-) Costos de operación	\$ 15.078,84	\$ 16.285,15	\$ 17.587,96	\$ 18.995,00	\$ 20.514,60	
Utilidad Bruta	\$ 104.921,16	\$ 129.514,85	\$ 157.372,04	\$ 169.961,80	\$ 183.558,75	
Gastos Operativos	\$ 30.408,73	\$ 31.595,92	\$ 32.836,71	\$ 34.134,01	\$ 35.490,93	
Gastos Administrativos	\$ 47.040,68	\$ 49.779,73	\$ 52.723,11	\$ 55.888,59	\$ 59.295,63	
Gastos de Marketing	\$ 6.630,11	\$ 6.301,72	\$ 6.805,86	\$ 7.350,32	\$ 7.938,35	
Gastos Financieros	\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37	
Depreciación y Amortización	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35	
Utilidad antes de Impuesto	\$ 10.354,83	\$ 31.920,39	\$ 55.727,82	\$ 68.848,94	\$ 77.896,12	
15% de Participación de Trabajadores	\$ 1.553,23	\$ 4.788,06	\$ 8.359,17	\$ 10.327,34	\$ 11.684,42	
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$ 8.801,61	\$ 27.132,33	\$ 47.368,65	\$ 58.521,60	\$ 66.211,70	
22% Impuesto a la Renta	\$ 1.936,35	\$ 5.969,11	\$ 10.421,10	\$ 12.874,75	\$ 14.566,57	
Utilidad Neta	\$ 6.865,26	\$ 21.163,22	\$ 36.947,55	\$ 45.646,85	\$ 51.645,13	
Pago de capital préstamo	\$ 4.714,36	\$ 5.284,07	\$ 5.922,63	\$ 6.638,36	\$ 7.440,57	
Depreciación	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35	
Flujo de Efectivo	\$ (65.672,27)	\$ 9.250,12	\$ 22.978,38	\$ 38.124,15	\$ 41.284,84	\$ 46.480,91
PERIODO DE RETORNO						
Valor Actual	\$ 8.099,82	\$ 17.618,75	\$ 25.596,70	\$ 24.271,82	\$ 23.928,43	
Valor Actual acumulado	\$ 8.099,82	\$ 25.718,58	\$ 51.315,28	\$ 75.587,10	\$ 99.515,53	
Inversión Inicial	\$ (65.672,27)	\$ (57.572,44)	\$ (31.853,87)	\$ 19.461,41	\$ 95.048,51	\$ 194.564,04

Tasa de descuento	14,20%
VAN	\$ 33.843,26
TIR	30%

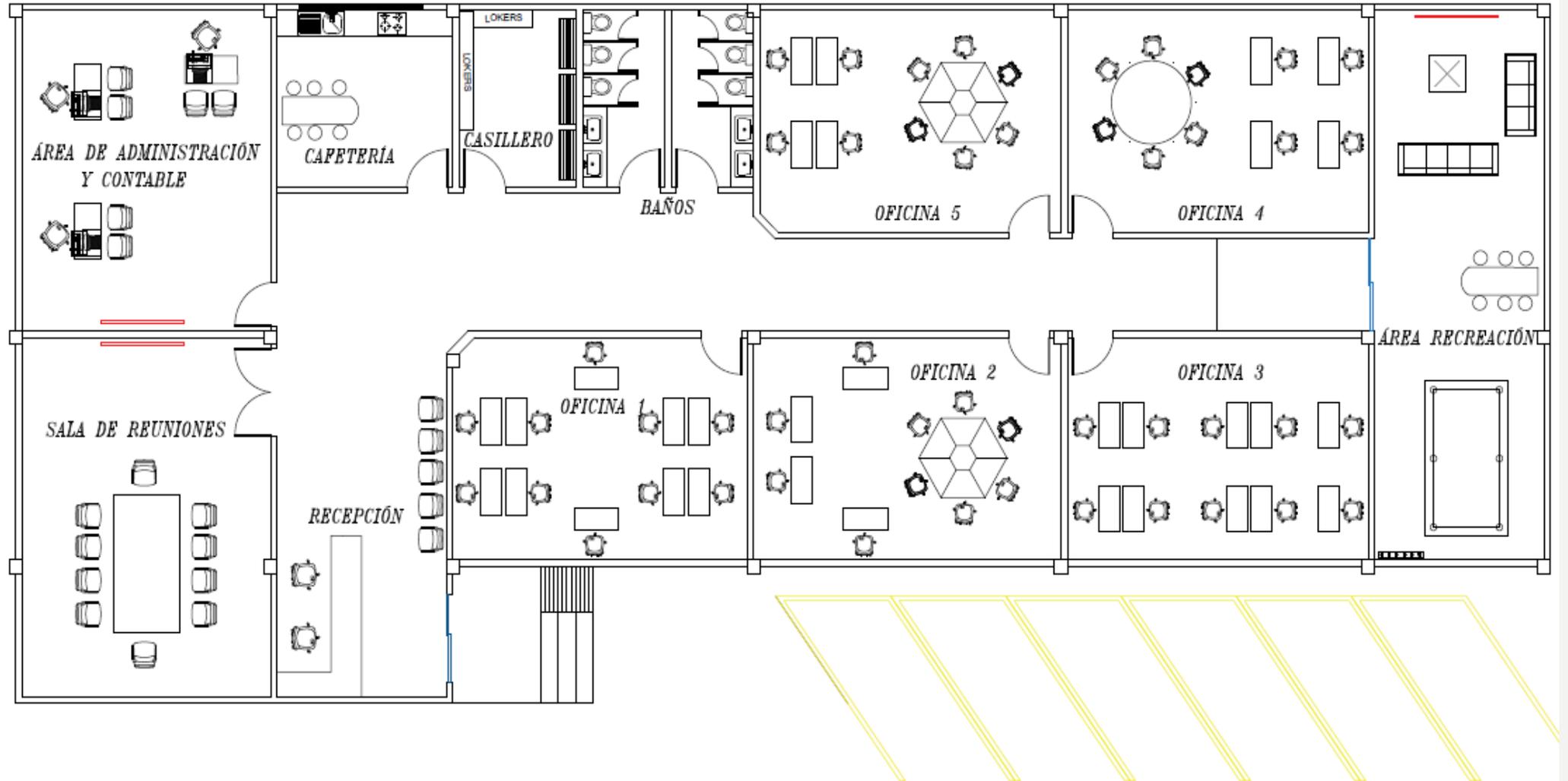


Conclusiones

Las proyecciones del proyecto son altamente redituables por ser un tipo de negocio incipiente en el país, diverso y atrayente por la diversidad de servicios a la que se presta el coworking lo que lo convierte en altamente competitivo y con un futuro muy prometedor, así lo demuestra los índices financieros: el TIR es del 30% y el VAN resulta de \$ 33.843,26.

ANEXOS

CUADRO DE ÁREAS	
SALA DE REUNIONES	44,35 M ²
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN Y CONTABLE CAFETERIA	39,55 M ²
CASILLEROS	10,29 M ²
BAÑOS	15,93 M ²
RECEPCIÓN	22,00 M ²
OFICINA 1	33,00 M ²
OFICINA 2	33,95 M ²
OFICINA 3	33,23 M ²
OFICINA 4	33,23 M ²
OFICINA 5	33,00 M ²
ÁREA DE RECREACIÓN	46,20 M ²
PARQUEO	61,94 M ²
ÁREA TOTAL	422,09 M ²



ÁREA DE PARQUEOS

ANEXOS

Google Forms

¿Tienes problemas para ver o enviar este formulario?

RELLENAR EN FORMULARIOS DE GOOGLE

<https://goo.gl/forms/PREFys8VxL2uPLCf1>

Encuesta de coworking

Orientada a determinar preferencias de los potenciales candidatos a este servicio

Dirección de correo electrónico *

Genero *

- Hombre
- Mujer

ANEXOS

En caso de requerir la oficina todo el mes ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el espacio de coworking? *

- \$ 250
- \$ 300
- \$ 350
- \$ 400 o más

En caso de requerir la oficina por horas ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el espacio de coworking por cada hora? *

- \$6 - \$10
- \$11 - \$15
- \$16 - \$20
- \$21 - \$25
- \$26 - \$30

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 Google Forms

LINK:
<https://goo.gl/forms/PREFys8VxL2uPLCfI>

ANEXOS

La entrevista fue realizada al Msc. Guido Caicedo Rossi, Director del Centro de Desarrollo de Emprendedores de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) y se centrará en el tema de emprendedores y conocimiento de zonas coworking en Guayaquil.

1. En el ambiente académico que ustedes manejan, ¿tiene áreas específicas para emprendedores de diferente orientación académica? ¿Son áreas de trabajo compartido o coworking?

Si se cuenta con áreas específicas de diferente orientación académica, y dichas áreas de trabajo son compartidos también áreas privadas.

2. ¿Desarrolla el centro de emprendimiento, trabajo en conjunto con los emprendedores?

Si trabajan en conjunto con diferentes áreas, fundamentalmente áreas en Tecnología netamente Computación, temas de agricultura y también educación.

3. ¿Dispone el centro de un presupuesto para los emprendedores que egresan de esta institución?

No cuenta con presupuesto para los egresados de la universidad, se cuenta con empresas externas.

4. ¿El emprendimiento es una labor aislada o existen carreras específicas de emprendimiento como Ing. en Emprendimiento, Investigación & Desarrollo?

Para nosotros, el emprendimiento es un tema transversal para todas las carreras en la universidad.

5. ¿Qué rasgos personales considera que son los más se repiten en los emprendedores?

Los rasgos más importantes de los emprendedores: la perseverancia, la flexibilidad, identificación de las oportunidades, el sentido de la urgencia, también la capacidad de reconocer sus propias debilidades y fortalezas para trabajar en ello; además, formación de redes o networking.

6. a) ¿Cómo ve usted el panorama acerca de los emprendedores en la ciudad? ¿Ha crecido?

En términos generales, va dependiendo de a que se llama emprendedor porque puede ser desde una persona que vende caramelos hasta el que maneja empresa, es un tema de moda, tiene cobertura mediática, modelos de roles, aun no es significativo pero hay una pequeña mejora sobre el asunto.

b) También, ¿porque hay personas que emprenden algún negocio o idea desarrollan la idea pero no logran mantenerse por mucho tiempo?

Eso es siempre ha habido, no es algo nuevo. Visto desde emprendimientos grandes, es decir, que hayan crecido a tamaños grandes en el últimos 10 años no hay realmente, pero hay cierta perspectiva, cierto interés mayor en muchos sectores, hay más grupos de alguna forma apoyar pero la actividad es muy baja en términos de alto crecimiento. Los típicos emprendimientos que hay en la ciudad son restaurantes, compra venta de bienes y servicios, Realmente de los otros emprendimientos a diferencia de los típicos, hay cierta actividad mayor pero no es significativa.

ANEXOS

DEUDA		
Porcion de la deuda financiada	45.80%	
COSTO DE DEUDA (Kd)	11.74%	
Impuesto Total	33.70%	33.70%
Impuesto a la renta	22.00%	
Impuesto a trabajadores	15.00%	
CAPITAL		
Porcion de la deuda capital propio	54.20%	
Rf (Tasa de libre riesgo) Bono del Tesoro de 5 años	1.67%	
Rm (Retorno esperado del mercado) Indice Dow Jones	8.50%	
Prima de riesgo (Rm- Rf)	6.83%	
B (Indice de la industria)	1.61	
Riesgo país	6.98%	
CAPM	19.62%	
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL		
Ke (E/V)	10.64%	
Kd (1-t) (D/V)	3.56%	
WACC	14.20%	
CALCULO DEL BETA		
Deuda	45.80%	
Capital	54.20%	
Impuestos	33.70%	
Beta del sector desapalancado	1.03	
D/E (Apalancamiento)	0.85	
BETA APALANCADO	1.61	

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COWORKING PARA EMPRENDEDORES

Autores: Auria Aspiazu Lency Michelle¹

michelleauria24@gmail.com

Llerena Aspiazu Karen Lorena²

karen_llerena@hotmail.com

Lara Fiallos Edwin Humberto³

elaraf@ulvr.edu.ec

Resumen

Para una gran cantidad de profesionales independientes de distintas áreas académicas, emprendedores o microempresarios les surge la necesidad de encontrar un lugar o espacio con lo indispensable donde puedan ejecutar su trabajo con horarios flexibles. En respuesta a ello, surge una nueva tendencia o forma de trabajo llamado Coworking, que consiste en compartir un espacio físico con uno o más personas para el desarrollo de su negocio o idea, a su vez intercambiando conocimiento o alianzas con los miembros de dicha comunidad.

Siendo el trabajo de investigación encaminado al conocimiento de un negocio de servicios se han conjugado en la observación de campo tanto parámetros cualitativos como cuantitativos que abrieron un marco referencial para la factibilidad de la propuesta de la implementación de un coworking para la ciudad de Guayaquil. Las proyecciones del coworking son altamente redituables ya que al ser un tipo de negocio incipiente en el país abre caminos para un mercado grande, diverso y atrayente por la diversidad de servicios a la que se presta el coworking lo que lo convierte en altamente competitivo y con un futuro muy prometedor, así lo demuestra los índices financieros de la propuesta.

Palabras claves: Formación de administradores, educación comercial, administración, planificación, planificación estratégica, organización, dirección, gestión, estructura de mercado, oferta y demanda, pequeña empresa, consumidor, estudio de mercado, inversión, financiación, marketing, sector terciario, coworking.

Abstract

there is a new trend or form of work called Coworking which consists of sharing a physical space With one or more of your business or idea, in turn exchanging knowledge or members of that community. Directed to the knowledge of a service business have combined in the field observation both qualitative and quantitative parameters opened a frame of reference for the feasibility of the proposed implementation of a coworking for the city of Guayaquil. The projections of the coworking are highly profitable since being a type of business incipient in the country opens the way for a large market, diverse and attractive for the diversity of services to which the sowing is rendered what makes it competitive and with a very future promising, as demonstrated by the financial indices of the proposal.

Key words: Management training, business education, administration, planning, strategic planning, organization, management, management, market structure, supply and demand, small business, consumer, market research, investment, financing, marketing, tertiary sector, coworking.

¹ Egresada de Ingeniería Comercial, Universidad Laica Vicente Rocafuerte

² Egresada de Ingeniería Comercial, Universidad Laica Vicente Rocafuerte

³ Docente de Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Ingeniero Comercial, Master en Dirección de Empresas

I. INTRODUCCIÓN

A lo largo de años, muchos profesionales al no contar con los recursos necesarios para montar su oficina o desarrollar su idea, optaron por trabajar desde casa. Por ende, algunos profesionales independientes de distintas áreas académicas, emprendedores o microempresarios les surge la necesidad de encontrar un lugar o espacio con lo indispensable donde puedan ejecutar su trabajo con horarios flexibles. En respuesta a ello, surge una nueva tendencia o forma de trabajo llamado Coworking, que consiste en compartir un espacio físico con uno o más personas para el desarrollo de su negocio o idea, a su vez intercambiando conocimiento o alianzas con los miembros de dicha comunidad.

En Ecuador, se identificó como oportunidad de negocio, el desarrollo de espacios de Coworking que surgen en el año 2014 en la ciudad de Quito, mientras que en la ciudad de Guayaquil al siguiente año. De ahí, esta nueva tendencia ha venido creciendo, contando actualmente con 10 empresas en el mercado. Por ende, la empresa Emprede Coworking S.A. con un porcentaje de aceptación del 80% de los potenciales usuarios, dentro del segmento de trabajadores independientes y emprendedores entrevistados, ofrecen un lugar o puesto de trabajo con los recursos básicos necesarios a un precio asequible, con un valor agregado como es el networking o creación de alianzas estratégicas, aportan el mayor valor para los miembros y buscan apoyar a los emprendedores.

La infraestructura del proyecto se encontrará ubicado en la zona norte de la ciudad de Guayaquil y contará con áreas requeridas por este tipo de servicios tales como: recepción, guardianía, sala de reuniones, servicios básicos, internet, servicio de copiado, impresiones y escáner, telefonía fija, además de contar con tecnologías de comunicación de última generación. Una de las ventajas de pertenecer una comunidad de coworkers es a la gama de profesionales con que estos cuentan desde diseñadores gráficos hasta ingenieros comerciales, quienes brindan apoyo para proyectos o consultorías.

II. METODOLOGÍA

Como aspecto metodológico, este proyecto es descriptivo porque identifica las características del universo de estudio, señala la forma de conductas, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba asociación entre variables.

La metodología a tratarse tiene como propósito señalar el tipo de información que se necesite, así como el nivel de análisis que deberá realizar. La investigación se realizará a través de fuentes tanto primarias como secundarias, bajo herramientas de recolección de datos, tales como: encuestas, entrevistas.

El tipo de investigación establecerá los pasos a seguir en el estudio realizado, las técnicas y métodos que puedan emplear en el mismo, por lo que establece todo el enfoque de la investigación mediando en los instrumentos, y hasta el análisis de los datos recolectados.

Investigación descriptiva

Como se detallaba en el apartado anterior, la investigación descriptiva busca especificar rasgos y características importantes de cualquier suceso que se analice. A su vez, describe predilecciones de una muestra o universo. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 92)

Generalmente este tipo de estudios son utilizados por los antropólogos, psicólogos y científicos sociales para observar comportamientos naturales sin que estos sean afectados de ninguna forma, pero también es empleado por los analistas de mercadeo para evaluar los hábitos de los clientes, o por las empresas que desean juzgar la moral del personal.

Por tanto, la investigación descriptiva busca puntualizar las características de los potenciales clientes, su entorno, preferencias, además de identificar la relación entre dos o más variables que surjan en lo que transcurre la investigación.

Métodos de recolección de datos

Las fuentes son hechos o situaciones como también la documentación o registros que existen en el medio al cual accede el investigador para obtener la información. Además, a esta etapa de la investigación se la conoce como trabajo de campo y documental. Se detalla la clasificación de las fuentes en la metodología de investigación (Bernal, 2010, págs. 191-192):

- **Fuente primaria.** Aquella donde el investigador recoge directamente a través de un contacto directo con su objeto de estudio, por medio de la observación, la entrevista, la encuesta, grupos focales, entre otros.
- **Fuente secundaria.** Aquella donde el investigador recoge información de otras investigaciones realizadas con objetivos diferentes, donde se realizará la revisión de

documentos, publicaciones y archivos físicos o electrónicos que tenga relación con el tema del proyecto “coworking”.

Enfoque de la investigación.

La investigación tendrá un enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo, considerando las características de ambos enfoques.

Para el investigador Roberto Hernández-Sampieri (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 532):

“La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”.

Por tanto, se utilizará el enfoque mixto, en virtud de que ambos se entremezclan en la mayoría de sus etapas, por lo que es conveniente combinarlos para obtener información que permita triangularla. Esta triangulación aparece como alternativa en esta investigación para analizar el grado de conocimiento sobre el tema de estudio.

Determinación de población y muestra

Tomando en cuenta los tres criterios de segmentación (número de habitantes en la ciudad de Guayaquil, grupos de emprendedores según edad y, indicador de escolaridad en la ciudad de Guayaquil), se detalla cuáles serían los valores poblacionales en cada segmento hasta llegar al número final de la población que se considera para determinar la muestra final:

Cantón: Guayaquil (**2'644.891 personas estimadas al año 2017**)

Segmento por edad: 50.24% de la población tiene de 18 a 54 años (**1'328.885 personas**)

Segmentación por escolaridad: 11.21% tiene estudios superiores (**148.936 personas**)

Fuente 1: Censo 2010 del INEC

Fuente 2: Estudio de emprendimiento GEM Ecuador – 2015

Fuente 3: Ministerio de Educación.

Con este tamaño de población, se procede a aplicar la siguiente fórmula para la determinación de la muestra:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$
$$n = \frac{3.84 \times 148.936 \times 0,5 \times 0,5}{0.0049 (148.936 - 1) + 3.84 \times 0,5 \times 0,5}$$
$$n = 196$$

En esta fórmula estos son los datos que se aplican en cada variable:

N= Tamaño de la población (148.936)

Z= Nivel de confianza al 95% = 1.96

p= Probabilidad de éxito = 50%

q= Probabilidad de fracaso = 50%

i= Error máximo admisible = 7%

n= Tamaño de la muestra = 196

III. MARCO REFERENCIAL Y TEÓRICO

Marco referencial

Las referencias de trabajos anteriores forman parte sustancial para el conocimiento del tema a investigarse, ya que ponen a la palestra experiencias de otros trabajos investigados y que analizan desde el punto de vista técnico y académico, las características de los negocios coworking y su impacto en la economía.

- El proyecto presentado a la Unidad de Postgrado de Economía y Negocios de la Universidad de Chile sobre un plan de negocios para espacios de Coworking “CoSpace” (Ceravolo & Ziritt, 2016) se basa en brindar espacios de trabajo acondicionados para la mejora de proyectos y alianzas estratégicas, acompañado de asesoría y coaching personalizado para cada miembro de la comunidad. El reporte financiero proyectado a 5 años arroja un VAN positivo de \$85,931.39 y un TIR de 29%, con una inversión inicial de \$106,140.00. Por dichos resultados, se da por factible el proyecto. En el estudio no se especifica el enfoque o tipo de investigación, pero por lo leído y observado se trata

de una investigación documental y de campo, así mismo, con enfoques cuantitativo y cualitativo.

- En la Universidad Austral de Chile se desarrolló un plan de negocios para un Coworking en la ciudad de Puerto Montt (Álvarez Hernández, 2013), el enfoque utilizado para el proyecto es cualitativo y cuantitativo, recopilando información mediante encuestas e información de estudios de entidades gubernamentales, además del estudio de mercado respectivo, un análisis económico y financiero del proyecto, donde en bases a cálculos realizados, proyectados a 5 años, da como VAN un monto de \$59'415,852 con un TIR de 504%, haciendo viable el proyecto.
- El trabajo “Proyecto de Coworking y Networking para fomentar las relaciones comerciales internacionales de los artesanos peninsulares” desarrollado en la Universidad de Guayaquil (Mosquera Vaca, 2016) analiza la problemática de la baja incursión en el mercado internacional de los artesanos, planteando que se realicen acuerdos comerciales a través del coworking y networking para así incrementar el desarrollo económico del sector mediante un modelo de innovación social. El enfoque de la investigación es mixto, de tipo documental, descriptivo y proyectivo.

Fundamentación teórica

Plan de negocios

El plan de negocios se lo considera como el instrumento primordial para consolidar una idea, se pueden encontrar varias definiciones sobre este tema, en este proyecto se utilizará la definición que le da la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID, 2013, pág. 2), de la cual destacamos lo siguiente:

1. Es un documento que identifica, describe y analiza la oportunidad de negocios.
2. Permite evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera de un negocio o proyecto.
3. Detalla los criterios a tomar en cuenta para el desarrollo del bien o servicio, investigación de mercado; y, los planes de: marketing, operación, administración y financiero.

Como recomendación, el documento redactado no debe ser mayor a 30 páginas, y debe incluir con una sección de anexos donde se encuentre los documentos soporte e información detallada. (USAID, 2013, pág. 2).

El Plan de Negocios tiene como fin colaborar a:

- Delimitar sus objetivos
- Especificar estrategias factibles y posibles alternativas
- Identificar los recursos necesarios para el desarrollo del negocio, ya sean recurso productivos, financieros, humanos, etc.
- Puntualizar su modelo de negocios
- Establecer su plan de operación y la administración del mismo
- Definir sus clientes potenciales
- Identificar a la competencia para buscar las fortalezas y debilidades del negocio
- Proyectar ventas, costos y ganancias bajo ciertos supuestos
- Examinar el riesgo que está asumiendo con el negocio.
- Descubrir las amenazas de su proyecto
- Informar claramente su proyecto a empleados, socios, inversionistas, etc.
- Garantizar las solicitudes de créditos ante entidades financieras bajo dicho proyecto.

La diferencia del plan de negocios y el plan de marketing son los límites de cada uno, mientras que el plan de negocios abarca un panorama amplio con la misión, los objetivos, la estrategia y la asignación de recursos de toda la organización; el plan de marketing tiene una cobertura más limitada.

Planeación estratégica

Según los autores Philip Kotler y Gary Armstrong (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, Decimoprimer Edición, 2013) indicó: *“Toda empresa debe encontrar el plan para la supervivencia y el crecimiento a largo plazo que tenga mayor sentido según su situación, sus oportunidades, sus objetivos y sus recursos específicos.”* (p. 38). El enfoque de la planeación estratégica se centra en desarrollar y mantener un ajuste estratégico entre las metas de la organización, sus capacidades y sus cambiantes oportunidades de marketing.

La planeación estratégica dispone el escenario para el resto de la planeación dentro de la empresa. Generalmente, las compañías elaboran planes: anuales, de largo plazo y estratégicos; para el caso de los planes anuales y de largo plazo, se encargan de mantener los negocios en curso. (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, Decimoprimer Edición, 2013, págs. 38-39).

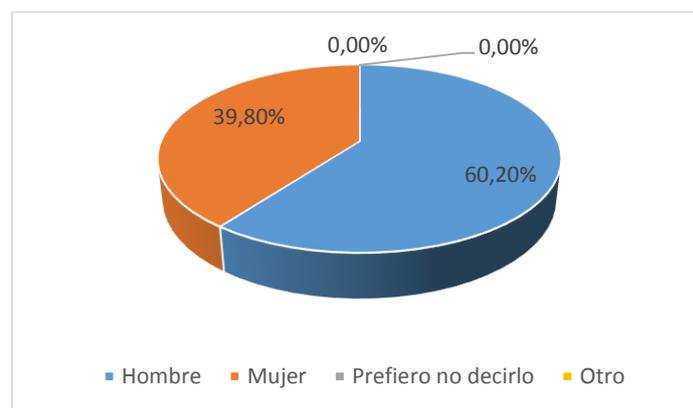
IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Se presentan tabulados los resultados de la encuesta para identificar los gustos o preferencias de los usuarios o clientes potenciales de los servicios de coworking, con la finalidad de plantear estrategias para la implementación de la empresa:

1) Con respecto a las cuatro primeras preguntas (factores demográficos) se puede concluir que del total de encuestados:

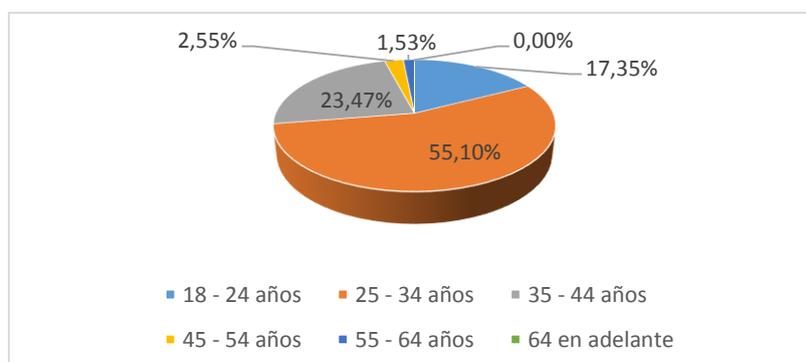
- El 60,20% corresponde a hombres y el 39,80% a mujeres
- El 55,10% corresponde a un rango de edades entre 25 - 34 años y el 23,47% al rango de 35 - 44 años, lo que genera un total de 78,57%.
- El 68,88 % indicaron estar estudiando o haber culminado su carrera de tercer nivel, mientras que el 12,76% cuentan con título de bachiller y el 11,22% con título de maestría.
- El 71,43% están cursando o tienen el título en carreras administrativas o económicas.

Figura 1. Género



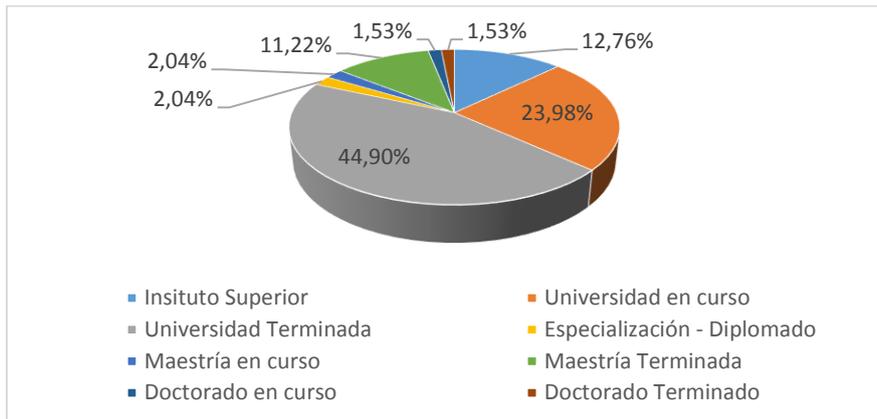
Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Figura 2. Rango de Edad



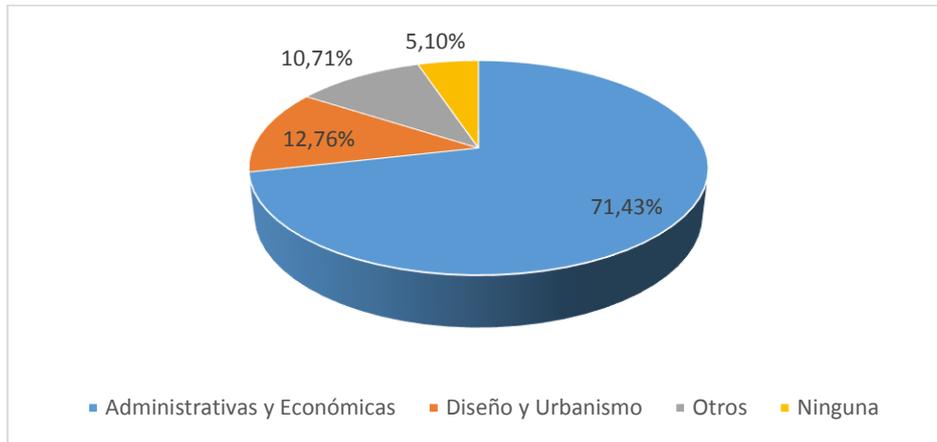
Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Figura 3. Nivel de Estudios



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

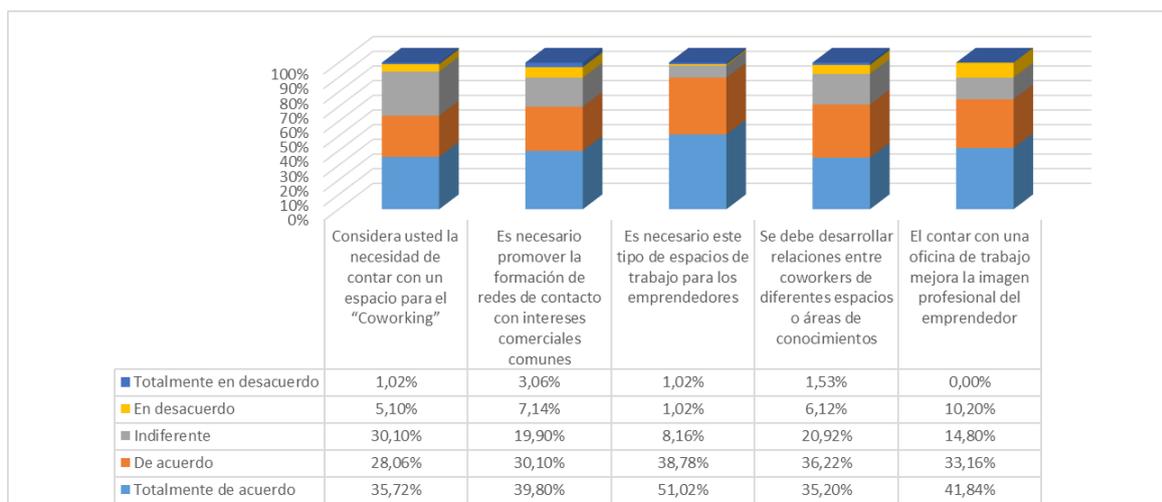
Figura 4. Carrera profesional



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

2) Los encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo con la necesidad de contar con zonas de coworking, como también promover en estos espacios por las redes de contacto, que son necesarios para los emprendedores ya que mejora la imagen profesional del emprendedor. A su vez, estuvieron de acuerdo con que se debe desarrollar las relaciones entre coworkers de diferentes espacios o zonas de conocimientos.

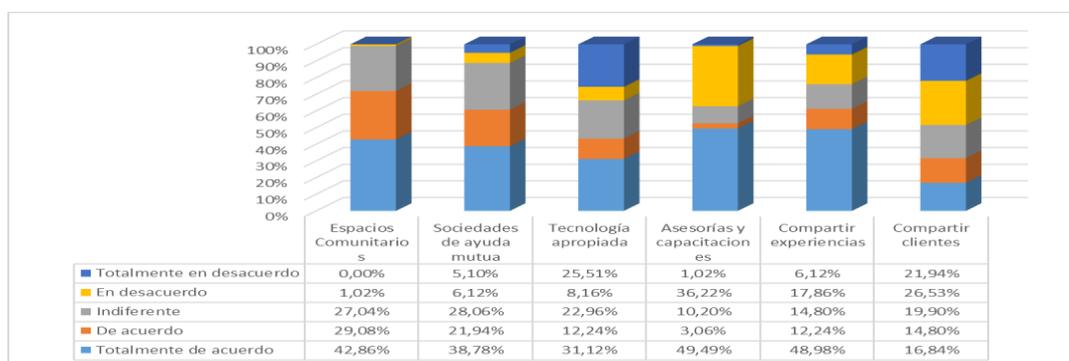
Figura 5. Necesidades de los emprendedores



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

- 3) Entre las necesidades de los espacios de coworking como gestor de estos, los encuestados indicaron estar totalmente de acuerdo con que sean espacios comunitarios, sociedades de ayuda mutua, que cuenten con tecnología apropiada, brinden asesorías y capacitaciones; a su vez, un lugar donde se pueda compartir experiencias; pero indicaron estar en desacuerdo en compartir clientes.

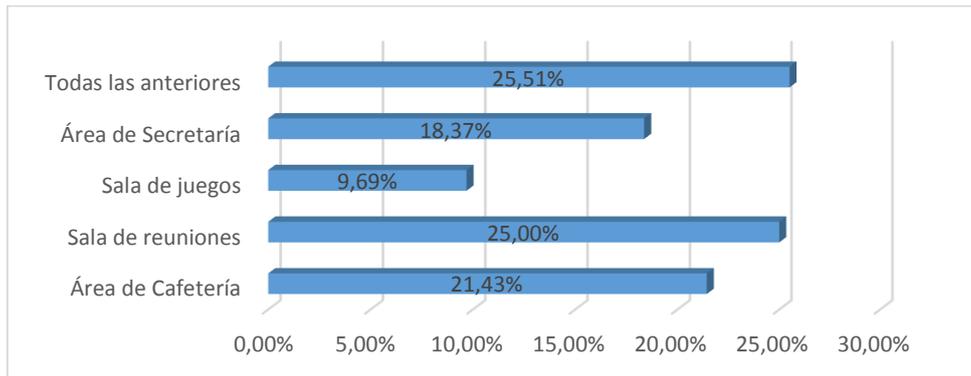
Figura 6. Necesidades de los espacios de coworking



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

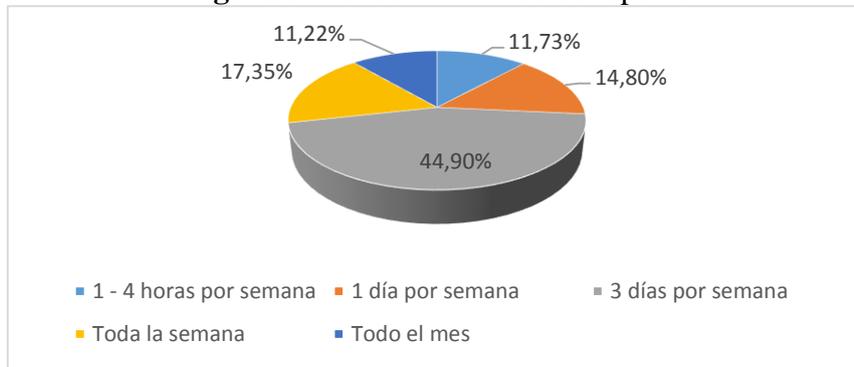
- 4) Con respecto a los gustos de los clientes potenciales sobre las zonas coworking indicaron que desearían que la zona de coworking cuente con áreas de juegos, cafetería, secretaría y sala de reuniones, además un 73,44% manifestó que la frecuencia de uso del espacio o escritorio sería por mes, semana o 3 días a la semana, y un 61,73% estaría de acuerdo de compartir su espacio con cuatro o más personas.

Figura 7. Requerimiento de áreas



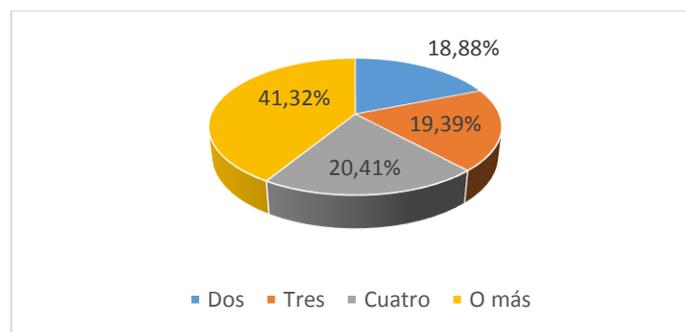
Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Figura 8. Frecuencia de uso de espacio



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

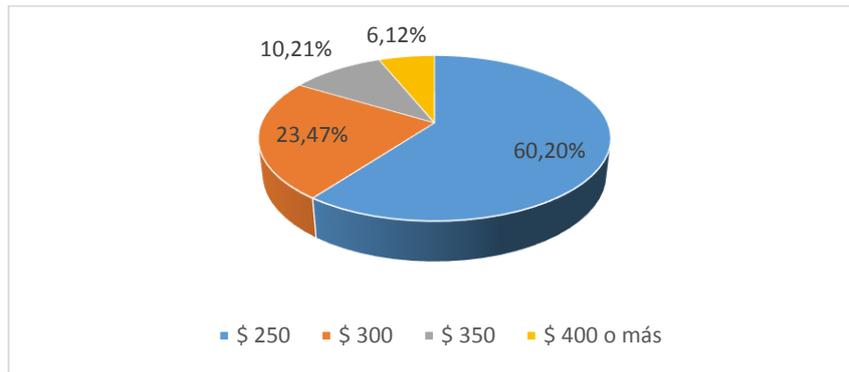
Figura 9. Número de miembros



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

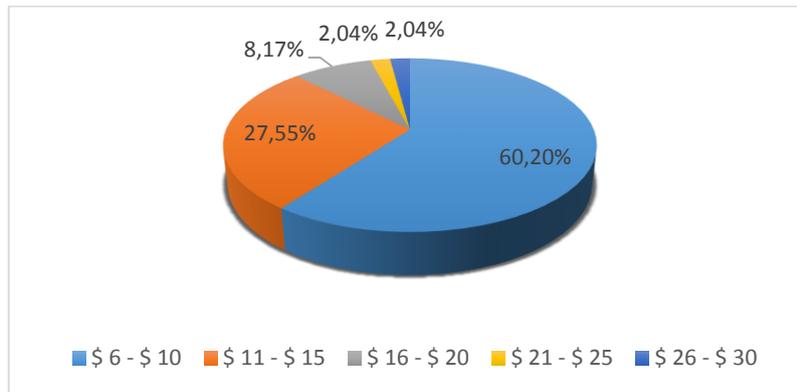
5) En cuanto a lo que estaría dispuesto a pagar el emprendedor por la zona de coworking, el 60,20% de los encuestados cancelarían \$250,00 por mes, mientras que 60,20% indicó \$6,00 a \$10,00.

Figura 10. Disponibilidad a pagar por mes



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Figura 11. Disponibilidad a pagar por hora



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

V. PROPUESTA

La propuesta de este estudio es la creación de una empresa de coworking para emprendedores, que cuente con una buena infraestructura, tecnología, equipos de oficina, seguridad, comodidad y los recursos necesarios para trabajar en ellos, ubicado en una zona estratégica en la ciudad de Guayaquil, con precios y horarios flexibles; donde pueda desarrollar sus ideas o realizar sus proyectos; y, a su vez, conocer a diferentes tipos de profesionales y crear alianzas estratégicas.

Todo bajo los parámetros establecidos para el desarrollo de un plan de negocios tal como: estimaciones de mercado, análisis estratégico, evaluación administrativa y operativa, valoraciones financieras, entre otros.

Análisis estratégico

Para todo negocio es necesario llevar a cabo una investigación interno y externo del entorno para determinar las estrategias a aplicar. Para realizar este análisis estratégico, se procederá a utilizar las siguientes herramientas:

- a) Análisis DAFO o FODA
- b) Análisis de 5 fuerzas de Porter

Análisis FODA

Esta herramienta nos permite conocer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de la empresa y así de acuerdo a estas elegir las estrategias correctas. Por tal motivo, a continuación se presentan el análisis FODA del proyecto:

Tabla 1. Análisis DAFO o FODA

Fortalezas	Oportunidades
Ambiente propicio para la creación de alianzas estratégicas	Creciente interés de los emprendedores por los espacios compartidos o coworking
Reducción de costos vs oficinas tradicionales	Mayor promoción para las actividades en las zonas de coworking
Equipos modernos de buena calidad y sistemas informáticos propicios para desarrollo de emprendedores	Alianzas estratégicas con proveedores en equipos informáticos
Ubicación estratégica de la zona coworking	
Debilidades	Amenazas
Dificultad en las fuentes de promoción de estos tipos de servicios	La inestabilidad en la economía puede dificultar la tendencia por adquirir este servicio
Falta de conocimiento de la marca	La competencia establecida puede bajar los precios por la presencia de nuevos competidores
Los gastos operativos incrementan los precios del servicio	Crecimiento comercial o empresarial hacia otros sectores de la ciudad

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Análisis de cinco fuerzas de Porter

Para evaluar el micro-entorno de la industria del Coworking, que ofrece espacios o puestos de trabajo colaborativo como servicio, con poco tiempo de funcionamiento en el país, se procederá a aplicar el análisis de las 5 fuerzas de Porter, donde se muestra un mercado con un riesgo medio con tendencia al alza:

1.- Poder de Negociación de los Compradores o Clientes: Alta

El poder de negociación de los clientes es alto, porque se disponen de sustitutos accesibles como el domicilio, Cyber Café o Business Center, por ende el servicio a ofrecer debe satisfacer las necesidades del cliente y agregar valor adicional para diferenciarse de la competencia y así crear beneficios para la empresa.

2.- Poder de Negociación de los Proveedores: Baja

Con respecto a la negociación de los proveedores, se centrará en el provisor del servicio más importante como es el del servicio de internet, donde en el país se cuenta con algunas empresas públicas o privadas con diversas opciones de precio y beneficios, creando un poder de negociación manejable de acuerdo a las necesidades.

Con respecto al alquiler del local, existen muchas opciones de lugares ubicados en buenas zonas y diferencias de precios, donde se generan poder de negociación para ambas partes de acuerdo al beneficio de cada uno.

3.- Amenaza de nuevos competidores entrantes: Media

Actualmente, recién en el país se está ingresando esta nueva tendencia por ende el mercado se lo considera nuevo aún, por ende la empresa a implementar debe diferenciarse del resto de la competencia para ser preferido entre los clientes emprendedores, donde la amenaza dependerá el monto de la inversión (media a alta) y los servicios a ofrecer, además de la red de contactos y flexibilidad de la empresa. Tener en cuenta que estas empresas deberán cumplir con los principios de coworking para que sea considerada una empresa de este tipo, que se centra en crear una comunidad.

4.- Amenaza de servicios sustitutos: Alta

Se encuentra diversidad de oficinas tradicionales o equipadas para el desarrollo de un negocio, además de centros de apoyo o emprendimiento que están surgiendo en las universidades. En cuanto a la oferta de oficina tradicional, se puede encontrar a través de páginas web como www.olx.com.ec o www.plusvalia.com donde se manejan diferentes franjas de precios de acuerdo a los sectores de la ciudad, como por ejemplo: en olx, una oficina en el TradeBuiding Center se ofrece en alquiler por \$850 sin amueblar; mientras que, para la segunda opción, el alquiler de una oficina amueblada por el sector del Hilton Colón, tiene un precio de alquiler promedio de \$1.500 dólares.

También, se puede citar como ejemplo al grupo inmobiliario PRONOBIS, por el target que apunta y por su ubicación, el cual está estructurado en cuatro diferentes empresas: Centro Empresarial Colón, TradeBuilding Center, The Point y Professional Center, las mismas que tienen una particularidad en común, ya que se dedican a la venta y alquiler de oficinas aunque su mercado está direccionado a empresas medianas y por la ubicación estratégica, ya que la zona en cuestión es de gran movimiento comercial.

5.- Rivalidad entre los competidores: Media - Alta

Si existe rivalidad entre los competidores donde la diferencia se centra en el catálogo de servicios de estos, la mayoría se centra en el apoyo a los emprendedores para el desarrollo de sus ideas o la mejora a los microempresarios, contando con que algunos tienen sus clientes ya establecidos y tiene un poder de mercado mucho más representativo que el resto de las empresas de coworking, tal es el caso de la empresa Invernadero, la más importante de este tipo de servicios en Guayaquil, reconociéndolo como un fuerte rival.

A continuación, se presentan una tabla con cuatro empresas de coworking en Guayaquil, según la investigación de campo realizada y la percepción de las investigadoras, con los factores más importantes para los emprendedores con respecto al número de estaciones de trabajo, horarios, precios y servicios que brindan, inclusive los beneficios adicionales que aportan, que en la mayoría se centra en el uso de la sala de reuniones por un tiempo determinado según el paquete de servicio pagado:

Tabla 2. Servicios de Espacios de Coworking

No.	EMPRESA	No. de estaciones de trabajo	COSTOS	HORARIOS	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	BENEFICIOS ADICIONALES
1	Invernadero	50	\$94 al mes por Club Invernadero	50 horas de Coworking	6 horas de Salas de Reuniones Café, Té, Frutas Gratis Acceso a Red Invernadero	Indican que más de \$120.000 en beneficios adicionales no especificados
			\$194 al mes por tu escritorio	Acceso 9:30 - 20:30, Lun - Vie	Internet Ilimitado Café, Té, Frutas Gratis 12 horas de Salas de Reuniones Acceso a Red Invernadero	
			\$ flex al mes por tu grupo	Acceso Ilimitado	Internet Ilimitado Café, Té, Frutas Gratis Términos Flexibles Acceso a Red Invernadero	
2	Plataforma	50	\$180 al mes Flex space	Lunes a Viernes: 09h00 a 17h00	Un escritorio (o más) permanente en un área privada, reservado 24/7. Servicio de impresión, alquiler de equipo informático Mac, recepción y conserjería.	Café Gratuito, Wifi, 2 horas de sala de reuniones
			\$235 al mes Fixed Space	Acceso las 24 horas		Acceso a Mac y software, Free Wifi, 6 horas de sala de reuniones
3	Panal Coworking	50	\$15 por Day pass	No especifican	Internet, instalaciones seguras, Impresora y copiadora, servicio de limpieza, bebidas y snacks, estacionamiento, casilleros recepción, phone booth, Sala de reuniones	Sala de reuniones por \$ 10 por hora
			\$100 por In panal			Incluye 2 horas de salas de reuniones
			\$250 por Mi Desk			Incluye 4 horas de salas de reuniones
			\$500 por Mi Office			Incluye 6 horas de salas de reuniones
4	Innobis	50	\$19 al mes por Conexión	10 horas de Coworking	Acceso a áreas lúdicas, internet de alta velocidad, impresiones, agua y café gratis	Sala de reuniones por \$ 19, alquiler externo
			\$59 al mes por Básico	40 horas de Coworking	Acceso a áreas lúdicas, 1 hora de sala de reuniones, internet de alta velocidad, impresiones, agua y café gratis, opción de locker \$5, recepción, 10% descuento en eventos Innobis	
			\$99 al mes por Premium	Ilimitado	Acceso a áreas lúdicas, 2 horas de sala de reuniones, internet de alta velocidad, impresiones, agua y café gratis, opción de lockers \$5, recepción, 15% descuento en eventos Innobis	
			\$149 al mes por Ilimitado	Ilimitado	Acceso a áreas lúdicas, 4 horas de sala de reuniones, internet de alta velocidad, impresiones, agua y café gratis, locker incluido, recepción, 25% descuento en eventos Innobis, extensión telefónica	

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Planteamiento de estrategias

El marketing provee de una serie de elementos técnicos para que las unidades de negocios puedan determinar el atractivo que tendría la implementación de un negocio Coworking para emprendedores en el mercado de profesionales independientes y de apertura corporativa. De acuerdo a la información proporcionada por los emprendedores por medio de la encuesta, donde indican que se necesitan más centros o zonas, éstos deben contar con diversas áreas y necesidades propias de los emprendedores, por ende el planteamiento de estrategias que perseguirá la empresa es de:

- a) **La diferenciación:** Se centrará en el precio y la calidad del servicio a ofrecer, sirviendo de apoyo a los emprendedores profesionales y microempresarios que no cuentan con recursos y red de contactos para el desarrollo de su empresa. Con referencia el precio, en el monto estaría incluido el acceso ilimitado a todas las áreas y recursos de la empresa, más detallado en el plan de marketing, mientras que la calidad del servicio a través de una infraestructura adecuada y con la tecnología apropiada para este tipo de servicios a la comunidad de coworkers.
- b) **Penetración de mercado:** Por medio de la matriz de Ansoff, se llegará a determinar la dirección estratégica de crecimiento de la empresa de coworking, vista desde el punto de vista del producto – mercado, por ende al ser un producto actual por ya estar en el mercado actual, nos encontramos en la estrategia de penetración del mercado, donde para ganar mercado, el servicio a ofertar debe tener un valor agregado al de la competencia y un plan de mercadeo acorde a las necesidades de la empresa.

Figura 12. Matriz de Ansoff



Fuente: Roberto Espinosa (www. robertoespinosa.es)

- c) **Posicionamiento:** La estrategia de posicionamiento se basará en: el servicio, contando con una excelente infraestructura y recursos; los beneficios, por pertenecer a la comunidad de coworkers; y, a los usuarios, es decir, a quien va direccionado el proyecto, en este caso: los emprendedores profesionales o microempresarios. Se utilizará la Matriz Atractivo del Mercado – Posición Competitiva, para evaluar el servicio de coworking de la empresa con relación a sus fortalezas. A continuación, se muestran las tablas de valoración y la matriz:

Tabla 3. Tabla de valoración para la dimensión atractivo del mercado

FACTORES	Peso	Calificación	Valor
<i>Tamaño</i>	0,20	4	0,80
<i>Crecimiento</i>	0,40	4	1,60
<i>Intensidad de la competencia</i>	0,40	4	1,60
TOTAL	1		4,00

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Tabla 4. Tabla de valoración para la dimensión posición competitiva

FACTORES	Peso	Calificación	Valor
<i>Canales de distribución</i>	0,10	2	0,2
<i>Calidad del Servicio</i>	0,40	5	2
<i>Imagen</i>	0,20	4	0,8
<i>Nivel Tecnológico</i>	0,30	4	1,2
TOTAL	1		4,20

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Esta matriz con nueve cuadrantes que están esquematizados en alta, media y baja; se lo realiza con la finalidad de comprender como esta nueva empresa puede confrontar a la competencia.

Estrategias y tácticas de marketing

Estrategia de segmentación

La estrategia de segmentación a utilizar será la geográfica: a la población de emprendedores de la ciudad de Guayaquil, en edades comprendidas entre 18 a 54 años de edad indiferente del sexo, cuyos ingresos se obtienen para el desarrollo de sus trabajos como microempresarios o independientes. Además de segmentación psicográfico, ya que se apunta a emprendedores profesionales independientes o microempresarios de carreras administrativas, financieras, de sistemas o de diseño, quienes buscan horarios flexibles para el uso de las oficinas con estructuras de costos adaptados a los ingresos que perciben por su negocio, la posibilidad de ampliar la red de contactos y beneficios adicionales.

Estrategia del servicio

Con la razón social o nombre de la empresa: Emprende Coworking S.A. se pretende ofrecer espacios, zonas o puestos de trabajo compartido, por horas o tiempo determinado, oficinas acondicionados a las necesidades de los emprendedores, sean estos independientes o microempresarios, para la para la administración de sus cuentas, clientes y otros. Dentro de la estrategia de servicio, uno de los factores más importantes a considerar será la calidad del servicio a ofrecer, basada en una cultura de servicio para ser reconocidos por los diferentes usuarios con la que contará la empresa.

La propuesta de valor de la empresa está enfocada a ofrecer zonas o puestos de trabajo compartido para el desarrollo de los negocios, creando asociaciones estratégicas y red de contactos.

Emprende Coworking S.A. tienen como objetivo posicionarse como la zona de trabajo ideal para el desarrollo de emprendimientos, conjuntamente con la colaboración de los miembros de la comunidad de coworkers.

Descripción del servicio de alquiler de oficinas

Con respecto a la descripción del servicio de oficinas compartidas o zonas contará con:

- Áreas Comunes y Equipo Empresarial.- Recepción y secretaría, acceso a equipos como: impresoras y fotocopiadoras, además de una cafetería.
- Salas de Reuniones.- Salas de formación, reuniones y charlas completamente equipadas disponibles para los emprendedores.

Además de una de las características básicas se centrará en:

- Flexibilidad: Grupos de hasta 10 personas a jornada completa (Lunes a Viernes de 8:00 a 19:00). Todas las áreas de trabajo designadas son de forma profesional y segura.

Logotipo: Imagen del Logotipo a utilizar

Figura 13. Logotipo



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Eslogan: Frase con que se identificará frente a la competencia

Figura 14. Eslogan

“Tu idea, tu espacio”

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Estrategia del precio

La estrategia del precio está basado en la pregunta No. 14 y No. 15 donde los encuestados indicaron que están dispuestos a pagar como mínimo por el servicio de alquiler de oficina o zona de trabajo, \$250 por mes y un intervalo de \$6 - \$10 por hora, dichos valores propuestos en la encuesta fueron tomados de los precios ya establecidos por la competencia. El precio establecido estará basado en el valor percibido por los emprendedores encuestados separadamente de la finalidad de la empresa por cubrir sus costos. Por ende, se ha determinado que el precio por mes será de \$250 para los usuarios.

La importancia en la fijación de precios se debe a los objetivos de marketing a alcanzar, por tanto el precio podrá ajustarse a partir del segundo año (un estimado de aumento del precio en un 8%), teniendo en cuenta que la empresa buscará factores innovadores que agreguen valor al servicio ofertado. Así mismo, se debe indicar que este valor estimado es por el espacio o puesto de trabajo, que incluye el acceso a cafetería, internet, wifi, etc, recalcando que es un servicio

ilimitado para los coworkers. Por tanto, a continuación se presentan el detalle de lo que incluirá el servicio:

Tabla 5. Precio del Servicio

Emprende Coworking S.A.	Plan total	Servicio
	\$ 250	Ilimitado
	(Por mes)	
Servicios:		
Internet y Wifi	X	X
Copias – Impresiones	X	X
Scanner	X	X
Café - Té – Agua	X	X
Casillero	X	X
Sala de Reuniones	X	X
Sala de Juegos	X	X
Networking	X	X
Eventos - Talleres	X	X
Recepción y Mensajería	X	X
Acceso a Telefonía fija	X	X
Guardianía	X	X

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

No están siendo considerados promociones y descuentos por contratación del servicio, debido a todo lo que incluye, por ende serán pagos anticipados por uso del espacio, ya que por ser nuevos en el mercado lo que se pretende es aprovechar el auge de este tipo de servicios para obtener rentabilidad o beneficios. A continuación, una tabla comparativa de los precios de la competencia vs. el presente proyecto:

Tabla 6. Emprende Coworking vs. Competencia

Detalle / Empresa	Emprende Coworking S.A.	Invernadero	Plataforma
Precios	\$235 al mes	\$194 al mes por tu escritorio ó <i>flex</i> por grupo	\$235 al mes Fixed Space
Servicios	Ilimitado: Internet, Café, Té, Agua, Salas de Reuniones casilleros, impresiones, talleres, eventos acceso a teléfono, networking, recepción y mensajería	Internet Ilimitado Café, Té, Frutas Gratis 12 horas de Salas de Reuniones Acceso a Red Invernadero	Un escritorio (o más) permanente en un área privada, reservado 24/7. Servicio de impresión, alquiler de equipo informático Mac, recepción y conserjería.

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Estrategia de distribución

La estrategia de distribución será por medio de la venta directa empresa-cliente (Ver Figura No. 15), siendo el más utilizado en el mercado de servicios, por ende el administrador o empleado de la empresa proporcionará la información debida a los potenciales clientes o interesados en acceder al servicio, además el administrador es quién se encargará de buscar los contactos con los emprendedores de diferentes áreas para las redes de contactos.

Otro de los canales a utilizar a través de la Página web y redes sociales (LinkedIn, Snapchat, Facebook, Twitter e Instagram), la persona que maneje estas cuentas, será el encargado también de brindar información de la empresa a los interesados sobre los precios y beneficios del mismo (Ver Figura No. 16).

Los canales antes mencionados serán mantenidos a largo de la vida útil del proyecto y se buscará otros de acuerdo a las necesidades de la empresa, siempre con la finalidad de abarcar la mayoría de emprendedores o coworkers.

Figura 15. Venta Directa



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Figura 16. Redes Sociales



Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Estrategia de publicidad

La estrategia de publicidad se centrará en el diseño y mantenimiento anual de una página web de la empresa, cuentas en redes sociales tales como: LinkedIn, Snapchat, Facebook, Twitter e Instagram; y, publicidad escrita a través de anuncios mensuales en La Revista (Diario El Universo), una de mayor circulación a nivel nacional. (Ver Tabla No. 7)

También, la estrategia se centrará en un marketing relacional y de contenido. En el marketing relacional por medio de eventos y charlas para proporcionar información a los potenciales clientes; mientras que, el marketing de contenido a través de publicaciones con temas de interés para los emprendedores profesionales a través de las redes sociales antes detalladas y página web, para así lograr la captación de usuarios de este tipo de centros.

Además, información relacionada a las diferentes actividades que desarrollan los emprendedores asociados a la empresa a través del blogs o cuentas electrónicas, para así llegar a más emprendedores.

Inclusive, el contacto directo con la comunidad de coworkers por medio de entrega de información a potenciales clientes en puntos de interés, en lugares como: universidades, charlas o eventos de las cámaras de comercio, entre otros, dando a conocer la empresa, las ventajas y desventajas de este tipo de espacios para los emprendedores, profesionales independientes o microempresarios en busca de reducción de gastos.

Tabla 7. Medios Publicitarios

DESCRIPCION	NUMERO DE VECES	COSTO UNITARIO
A. PUBLICIDAD ESCRITA		
ANUNCIOS EN REVISTAS (LA REVISTA)	12	371
SUMAN		
B. PUBLICIDAD EN MEDIOS ELECTRONICOS		
DISEÑO DE PAG WEB*	1	700
MANTENIMIENTO DE PAGINA WEB***	12	100
UTILIZACION DEL HOSTING**	1	85

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Estimación de ingresos

Inversión total

En la Tabla No. 8, se detalla la inversión total de la empresa que consiste en un monto de \$ 65.672. Dicha inversión será: 83,90% para Inversión Fija y el restante 16,10% para el capital de operaciones. La inversión se obtendrá por dos vías: recursos propios (dos accionistas en montos iguales por \$ 17.836) que representa un 54,32% siendo un monto de \$39.451; mientras que el 45,68% será para un préstamo a la banca privada por \$30.000 pagaderos en 5 años.

Tabla 8. Resumen de Inversiones

DESCRIPCION	VALOR (en dólares)	PARTICIPACION (%)
a. INVERSION FIJA	55.097	83,90
b. CAPITAL DE OPERACION	10.575	16,10
TOTAL	65.672	100,00
c. FINANCIAMIENTO		
* RECURSOS PROPIOS	35.672	54,32
Inversionista 1	17.836	
Inversionista 2	17.836	
* PRÉSTAMO	30.000	45,68
TOTAL	65.672	100,00

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

a) Inversión Fija

En lo referente a inversión fija, esta cuenta estaría comprendida en equipos y muebles de oficina y otros activos diferidos a invertir dando un total de 55.097 dólares. Para equipos y muebles de oficina es un monto de \$ 42.345 lo que representa un 76,86% de la inversión fija; mientras que, en otros activos el monto rodea los \$11.147 lo que significa un 20,23%. En la inversión fija, incluye un rubro por imprevistos del 3% de 1.605 dólares.

Tabla 9. Inversión Fija

DESCRIPCION	VALOR (dólares)	PORCENTAJE (%)
i) EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA	42.345	76,86
ii) OTROS ACTIVOS	11.147	20,23
SUMAN	53.492	
IMPREVISTOS DE INV. FIJA (Aprox. 3% de rubros anteriores)	1.605	2,91
TOTAL	55.097	100,00

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

i) Equipos y accesorios

En cuanto a los equipos y accesorios para la operación de las diferentes áreas de la empresa da un total de \$ 42.345. Los montos requeridos para el área administrativa son de \$ 7.945; mientras que para las oficinas de coworking se requiere un total de \$ 27.865, para las sala de reunión se necesita un valor de \$ 1.500 aproximadamente, tal como se presenta en la Tabla No.10.

Mientras que para el área de cafetería, casilleros y sala de juegos se necesitan montos de \$2.002 y \$1.800, respectivamente, tal como muestra la Tabla No. 11. Cabe destacar que incluye un rubro de 3% por gastos de montaje e instalación de dichos equipos.

Tabla 10. Equipos y accesorios (Primera Parte)

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	V.Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
OFICINA ADMINISTRATIVA			
Aire acondicionado (24.000 BTU) - Split Inverter	1	1.094	1.094
Aire acondicionado (18.000 BTU) - Inverter	2	814	1.628
Fax Contestadora Digital	1	102	102
Impresora Epson Ecotank L220	2	350	700
Computadoras de escritorios	3	450	1.350
Sumadora Casio Dr-140tm (14 dígitos)	1	75	75
Escritorio de oficina	3	170	510
Sillas ejecutivas	3	90	270
Sillas de espera Tripersonal Tandém	1	200	200
Archivador Metálico 4 cajones	2	125	250
Repisas Colgantes para libros y documentos	3	22	66
Pizarras de pared 160x120	1	60	60
Televisor Led 32"	1	350	350
Router Wireless Wifi 450	1	35	35
Divisiones de ambientes mamparas	3	150	450
Central Telefónica	1	550	550
Teléfonos inalámbricos	3	85	255
SUMAN			7.945
OFICINAS COWORKING			
Mesa individuales	50	70	3.500
Mesa de reunión de 6 puestos	5	500	2.500
Sillas giratorias sin brazos	50	35	1.750
Estanterias para libros	5	40	200
Laptop Samsung NP900X3D 13.3" Intel I5 4Gb	30	639	19.170
Router Wireless Wifi 450	2	35	70
Impresora Samsung M2675FN	1	375	375
Pizarra de pared 160 x 120	5	60	300
SUMAN			27.865
SALA DE REUNIÓN			
Televisor Led 32"	1	350	350
Proyectores Infocus	1	150	150
Pantalla proyección eléctrica	1	75	75
Pizarras de pared 160x120	1	60	60
Captador de Wifi Usb Inalambrico	1	25	25
Portafolletero	1	40	40
Sillas Censa para oficina	10	25	250
Mesa de reunión de 10 puestos	1	550	550
SUMAN			1.500

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Tabla 11. Equipos y accesorios (Segunda Parte)

DESCRIPCION	CANTIDAD (Unidad)	V.Unitario (dólares)	V. Total (dólares)
CAFETERÍA Y CASILLEROS			
Mueble Mostrador de Cocina con porcelanato	1	180	180
Juego de Cafetería (Mesas y 4 Sillas)	4	148	592
Juego de casilleros por 3 columnas	2	300	600
Dispensador y Purificador de Agua	1	135	135
Cafetera Hamilton Beach (Expresso-Capuccino)	1	145	145
Silla Desayunador para Cafetería	5	70	350
SUMAN			2.002
ÁREA DE JUEGOS			
Televisor Led 32"	2	350	700
Play Sattion 4	2	325	650
Juego de Sala	1	450	450
SUMAN			1.800
SUBTOTAL			41.112
3% de gastos de instalación y montaje			1.233
TOTAL			42.345

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

ii) Otros activos

En la Tabla No. 12, se observan los otros activos en lo que se debe invertir, rubros tales como: gastos de estudio del proyecto, licencias de software, gastos de constitución y permisos, gastos de puesta en marcha del proyecto y todas la instalaciones necesarias para su operación de la empresa, que dan un total de 11.147 dólares.

Tabla 12. Otros Activos

DENOMINACION	VALOR (dólares)
Gastos de estudio del Proyecto	1.000
Licencias de software	2.500
Gastos de Constitución y Permisos	2.000
Gastos de puesta en marcha (Aprox. 2% de Equipos y accesorios)	847
Instalaciones generales	1.200
Instalaciones eléctricas	1.200
Instalaciones telefónicas	1.200
Instalaciones red computación	1.200
TOTALES	11.147

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Presupuesto de ingreso

Como se había establecido en los objetivos del plan de marketing donde la empresa pretende para el primer año de operaciones, tener un 80% de ocupación de los puestos de trabajo, debido a la economía cambiante del país y al grupo enfocado. Por ende, en la siguiente tabla, se presenta el presupuesto de ingreso para el primer año de operaciones de la empresa de Coworking, donde se estiman montos de \$120.000; para el segundo año, se estima que el porcentaje de ocupación anual de las oficinas de alquiler estaría en un 90% lo que representaría ingresos por \$145.800. Para el tercer año de operaciones, se estima la totalidad de ocupación, por ende los ingresos bordearían en los \$174.960 hasta llegar al quinto año con unos ingresos estimados por \$204.073, tal como muestra la Tabla No. 13.

Cabe señalar que los precios, a partir del segundo año hasta su vida útil, aumentarían a un promedio del 8%, según pactado por las accionistas, debido a todo lo consiste en servicio brindado. Solo considerando un aproximado de 1,22% de la demanda insatisfecha.

Tabla 13. Proyección de Ingresos Anuales por Servicios

DESCRIPCIÓN DE ESTACIONES	OFICINAS (SALAS) A INSTALARSE	No. de PUESTOS DE TRABAJO x SALA	No. MESES	COSTO UNITARIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS TOTALES
Primer año						
Porcentaje de Ocupación	80%					
Espacios Coworking	5	10	12	250	10.000	120.000
TOTAL						120.000
Segundo año						
Porcentaje de Ocupación	90%					
Espacios Coworking	5	10	12	270	12.150	145.800
TOTAL						145.800
Tercer año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	292	14.580	174.960
TOTAL						174.960
Cuarto año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	315	15.746	188.957
TOTAL						188.957
Quinto año						
Porcentaje de Ocupación	100%					
Espacios Coworking	5	10	12	340	17.006	204.073
TOTAL						204.073

Nota: El número de oficinas se mantendrán a lo largo del proyecto, lo que aumentará es el precio al 8% a partir del segundo año

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

a) Capital de operación

En la tabla No. 14, se muestra el capital de operación requerido por la empresa, el cual bordearía el monto de \$ 10.575,23 para su primer año. Dicho monto estaría representado por insumos y materiales básicos, considerándose 3 meses; mientras que para sueldos y salarios, gastos operativos, administrativos y de publicidad, un mes ha sido considerado para el cálculo respectivo. Cabe indicar que en el monto de la carga operacional no se valora el rubro de depreciación ni amortización.

Tabla 14. Capital de Operación

DESCRIPCIÓN	TIEMPO (Meses)	Valor (dólares)
i) Insumos y materiales	3	3.769,71
ii) Sueldos y Salarios directos	1	693,64
iii) Gastos de Operación*	1	1.775,11
iv) Gastos de Administración	1	3.800,36
v) Gastos de Marketing	1	536,42
TOTAL		10.575,23

* Sin depreciación ni amortización

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

i) Insumos Básicos

En la Tabla No. 15, se muestra la proyección anual de Insumos y Suministros Básicos requeridos para el año 1 hasta el año 5, considerándose una tasa de crecimiento a partir del segundo año del 8%. Mientras que en la tabla No. 48, se presentan cuáles son los servicios y necesarios para el primer año de operaciones de la empresa, también están siendo considerados los insumos para cafetería y artículos de limpieza, lo que determina un monto de \$15.079.

Tabla 15. Proyección Anual de Insumos Básicos

DENOMINACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Insumos y Materiales Directos	15.079	16.285	17.588	18.995	20.515

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Tabla 16. Insumos y Suministros Básicos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V.UNIT (dólares)	VALOR MENSUAL (dólares)	VALOR ANUAL (dólares)
<u>SERVICIOS</u>				
Luz (Kw/hora)	2650	0,09	239	2.862
Agua	235	0,98	230	2.764
Internet Corporativo (CNT)	1	149,50	150	1.794
Línea Telefónica	2	35,00	70	840
Televisión Pagada Directv Bronce HD	3	45,09	135	1.623
<u>SUMINISTROS</u>				
Block de hojas INEN A4	15	4,50	68	810
Toner de impresora	2	86,00	172	2.064
Carpetas Normales	100	0,10	10	120
Carpetas Membretadas	100	0,15	15	180
Hojas Membretadas (resma)	1	8,50	9	102
Otros suministros de oficina	1	50,00	50	600
<u>Insumos para Cafetería</u>	1	60,00	60	720
<u>Insumos para Limpieza</u>	1	50,00	50	600
TOTAL			1.257	15.079

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

En la tabla No. 17, se puede observar los gastos administrativos de la empresa para el primer año de operaciones donde se consideran los rubros, tales como: sueldos y salarios del personal del departamento (considerándose todos los beneficios de ley) por un monto de \$28.051,56; más alquiler de oficina de \$1.200 mensuales, depreciación, amortización, seguros (8%) y mantenimiento (5%) de muebles y equipos de oficina, representando una cantidad total anual de 49.317,03 dólares. Cabe mencionar que en el monto total, se incluye el rubro de imprevistos del 3%.

Tabla 17. Presupuesto de Gastos Administrativos

A. SUELDOS Y SALARIOS DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO								
DENOMINACIÓN	No.	SUELDO MENSUAL	13ro	14to	SUELDO ANUAL	Vacación	Patronal 9,45%	TOTAL
ADMINISTRADOR	1	1.000	1.000	375	12.000	500	1.134	15.009,00
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	1	420	420	375	5.040	210	476	6.521,28
ASISTENTE CONTABLE	1	420	420	375	5.040	210	476	6.521,28
SUMAN								28.051,56
B. ALQUILER DE OFICINA								
		COSTO MENSUAL (dólares)						
Alquiler		1.200						14.400,00
SUMAN								14.400,00
C. DEPRECIACIÓN								
DENOMINACIÓN		COSTOS (dólares)		VIDA UTIL (Años)				
Muebles y equipos de oficina		17.515		10				1.576,35
SUMAN								1.576,35
D. AMORTIZACIÓN								
DENOMINACIÓN		COSTOS (dólares)		VIDA UTIL (Años)				
Gastos de estudio del proyecto		1.000		5				200,00
Licencias de software		2.500		5				500,00
SUMAN								700,00
E. REPARACIÓN Y MANT.								
DENOMINACION		VALOR		%				
Muebles y equipos de oficina		17.515		5				1.752
SUMAN								1.752
F. SEGUROS								
DENOMINACION		VALOR		%				
Muebles y equipos de oficina		17.515		8				1.401
SUMAN								1.401
SUBTOTAL								47.880,61
IMPREVISTOS (3% Rubros anteriores)								1.436,42
TOTAL								49.317,03

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Presupuestos de Gastos

En la tabla No. 18, se presenta la proyección de gastos de la empresa para el año 1 hasta el año 5, donde los rubros de sueldos y salarios aumentarán, a partir del segundo año, a una tasa de 3,32%, el alquiler de oficina a un 10% y los demás rubros que componen los gastos operativos, gastos administrativos y gastos de marketing aumentarán en un 8%. Aparte, también están siendo considerados la proyección de gastos financieros y depreciación y amortización para los

cinco años de vida útil del proyecto. En el rubro de gastos operativos se está incluyendo sueldos y salarios del asistente de sistema para el desarrollo de estados financieros.

Tabla 18. Presupuesto de gastos

	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Gastos operativos					
Sueldos y Salarios asistente de sistemas	\$ 8.323,70	\$ 8.600,23	\$ 8.885,94	\$ 9.181,15	\$ 9.486,16
Sueldos y Salarios personal auxiliar	\$ 18.301,95	\$ 18.909,97	\$ 19.538,19	\$ 20.187,28	\$ 20.857,94
Luz	\$ 108,00	\$ 116,64	\$ 125,97	\$ 136,05	\$ 146,93
Telefono	\$ 84,00	\$ 90,72	\$ 97,98	\$ 105,82	\$ 114,28
Reparación y Mantenimiento	\$ 1.079,75	\$ 1.166,13	\$ 1.259,42	\$ 1.360,17	\$ 1.468,99
Seguros	\$ 1.727,60	\$ 1.865,81	\$ 2.015,07	\$ 2.176,28	\$ 2.350,38
Imprevistos 3% carga operacional	\$ 783,73	\$ 846,42	\$ 914,14	\$ 987,27	\$ 1.066,25
Egresos de Gastos Operativos	\$ 30.408,73	\$ 31.595,92	\$ 32.836,71	\$ 34.134,01	\$ 35.490,93
Nota: Insumos básicos, Luz, Telefono, Reparacion y Mante, Seguros aumentan a una tasa del 8%; mientras que Sueldos directos e indirectos aumenta un 3,32%					
Gastos administrativos					
Sueldos de personal administrativo	\$ 28.051,56	\$ 28.983,48	\$ 29.946,36	\$ 30.941,23	\$ 31.969,14
Reparación y Mantenimiento	\$ 1.751,50	\$ 1.891,62	\$ 2.042,95	\$ 2.206,39	\$ 2.382,90
Seguros	\$ 1.401,20	\$ 1.513,30	\$ 1.634,36	\$ 1.765,11	\$ 1.906,32
Alquiler de Oficina	\$ 14.400,00	\$ 15.840,00	\$ 17.424,00	\$ 19.166,40	\$ 21.083,04
Imprevistos 3% en gastos administrativos	\$ 1.436,42	\$ 1.551,33	\$ 1.675,44	\$ 1.809,47	\$ 1.954,23
Egresos de Gastos Administrativos	\$ 47.040,68	\$ 49.779,73	\$ 52.723,11	\$ 55.888,59	\$ 59.295,63
Nota: Reparacion y Mante, Seguros aumentan a una tasa del 8%; mientras que Sueldos aumenta un 3,32%, Alquiler aumenta un 10%					
Gastos de Marketing					
Publicidad Escrita	\$ 4.452,00	\$ 4.808,16	\$ 5.192,81	\$ 5.608,24	\$ 6.056,90
Página Web	\$ 1.985,00	\$ 1.285,00	\$ 1.387,80	\$ 1.498,82	\$ 1.618,73
Imprevistos 3% en gastos de mkt	\$ 193,11	\$ 208,56	\$ 225,24	\$ 243,26	\$ 262,72
Egresos de Gastos de Marketing	\$ 6.630,11	\$ 6.301,72	\$ 6.805,86	\$ 7.350,32	\$ 7.938,35
Nota: Gastos aumenta en un 8% a partir del segundo año y no incluye el monto del sieño solo mantenimiento de la página web					
Gastos financieros					
Gastos de Interes de prestamo	\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37
Total de Gastos Financieros	\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37
Depreciación y Amortización					
Depreciación	\$ 6.399,23	\$ 6.399,23	\$ 6.399,23	\$ 1.576,35	\$ 1.576,35
Amortización	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
Total de Depreciación y Amortización	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

a) Financiamiento

Los Gastos financieros anuales correspondiente al préstamo realizado a la banca privada, por un monto de \$30.000, a una tasa de 11,74% (Según tasas referenciales del Banco Central del Ecuador), se presentan a continuación:

Tabla 19. Gastos Financieros

AÑOS OPERACIÓN	INTERES ANUAL	AMORTIZACION ANUAL
1	3.388	4.714
2	2.818	5.284
3	2.179	5.923
4	1.464	6.638
5	661	7.441

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

La tabla de amortización del préstamo se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 20. Amortización del Préstamo

AÑOS	SEMESTRES	CAPITAL	INTERES	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO DE CAPITAL
1	1	30.000	1.761	2.290	4.051	27.710
	2	27.710	1.627	2.424	4.051	25.286
	3	25.286	1.484	2.567	4.051	22.719
2	4	22.719	1.334	2.717	4.051	20.002
	5	20.002	1.174	2.877	4.051	17.125
3	6	17.125	1.005	3.046	4.051	14.079
	7	14.079	826	3.225	4.051	10.854
4	8	10.854	637	3.414	4.051	7.441
	9	7.441	437	3.614	4.051	3.826
5	10	3.826	225	3.826	4.051	0

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Costo de Capital Promedio Ponderado (WACC)

Según Meneses (2016), el costo de Capital Promedio Ponderado también llamado CCPP o WACC (Weighted Average Cost of Capital), es una tasa de descuento que mide el costo promedio que tienen los activos operativos, de acuerdo a la forma de financiamiento, ya sea capital propio o préstamo bancario, siendo una tasa anual, donde considera la estructura de capital de la empresa y los ajustes pertinentes de las tasas impositivas vigentes.

Para el cálculo del WACC se debe considerar primero deducir el monto de CAPM, (Capital Asset Pricing Model) donde se considera la tasa libre de riesgo (Bono del Tesoro de 5 años), el retorno esperado del mercado (Índice Dow Jones), el beta del sector desapalancado y la tasa de riesgo país (Ver tabla No. 21).

Establecido la tasa CAPM se procederá al cálculo respectivo mediante la siguiente fórmula:

$$CCPP = K_e E/(E+D) + K_d (1-T) D/(E+D).$$

Donde:

Ke: Rentabilidad exigida por los accionistas

Kd: Coste de la deuda financiera

E: Capital Propio / accionistas

D: Deuda financiera

V: (E+D)

T: Impuestos pagados sobre las ganancias

Tabla 21. Costo de Capital Promedio Ponderado

DEUDA	
Porcion de la deuda financiada	45,80%
COSTO DE DEUDA (Kd)	11,74%
Impuesto Total	33,70%
Impuesto a la renta	22,00%
Impuesto a trabajadores	15,00%

CAPITAL	
Porcion de la deuda capital propio	54,20%
Rf (Tasa de libre riesgo) Bono del Tesoro de 5 años	1,67%
Rm (Retorno esperado del mercado) Indice Dow Jones	8,50%
Prima de riesgo (Rm- Rf)	6,83%
B (Indice de la industria)	1,61
Riesgo país	6,98%
CAPM	19,62%

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL	
Ke (E/V)	10,64%
Kd (1-t) (D/V)	3,56%
WACC	14,20%

CALCULO DEL BETA	
Deuda	45,80%
Capital	54,20%
Impuestos	33,70%
Beta del sector desapalancado	1,03
D/E (Apalancamiento)	0,85
BETA APALANCADO	1,61

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

a) Estados financieros

En la Tabla No. 22, se presenta el flujo de caja operacional y la utilidad neta de la empresa a implementarse para la proyección de 5 años de vida útil del proyecto, donde todos los saldos son positivos.

Teniendo una utilidad neta para el primer año de \$6.865,26 y para el año 5 se tendrá un monto de \$51.645,13.

El flujo de efectivo para el primer año, se tiene una cantidad de \$ 9.250,12 mientras que para el último año estimado será de \$ 46.480,91.

Tabla 22. Flujo de Caja

Detalle/Año	Total Año 0	Total Año 1	Total Año 2	Total Año 3	Total Año 4	Total Año 5
Ingresos por Servicios	\$ 120.000,00	\$ 145.800,00	\$ 174.960,00	\$ 188.956,80	\$ 204.073,34	
(-) Costos de operación	\$ 15.078,84	\$ 16.285,15	\$ 17.587,96	\$ 18.995,00	\$ 20.514,60	
Utilidad Bruta	\$ 104.921,16	\$ 129.514,85	\$ 157.372,04	\$ 169.961,80	\$ 183.558,75	
Gastos Operativos	\$ 30.408,73	\$ 31.595,92	\$ 32.836,71	\$ 34.134,01	\$ 35.490,93	
Gastos Administrativos	\$ 47.040,68	\$ 49.779,73	\$ 52.723,11	\$ 55.888,59	\$ 59.295,63	
Gastos de Marketing	\$ 6.630,11	\$ 6.301,72	\$ 6.805,86	\$ 7.350,32	\$ 7.938,35	
Gastos Financieros	\$ 3.387,58	\$ 2.817,87	\$ 2.179,31	\$ 1.463,59	\$ 661,37	
Depreciación y Amortización	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35	
Utilidad antes de Impuesto	\$ 10.354,83	\$ 31.920,39	\$ 55.727,82	\$ 68.848,94	\$ 77.896,12	
15% de Participación de Trabajadores	\$ 1.553,23	\$ 4.788,06	\$ 8.359,17	\$ 10.327,34	\$ 11.684,42	
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	\$ 8.801,61	\$ 27.132,33	\$ 47.368,65	\$ 58.521,60	\$ 66.211,70	
22% Impuesto a la Renta	\$ 1.936,35	\$ 5.969,11	\$ 10.421,10	\$ 12.874,75	\$ 14.566,57	
Utilidad Neta	\$ 6.865,26	\$ 21.163,22	\$ 36.947,55	\$ 45.646,85	\$ 51.645,13	
Pago de capital préstamo	\$ 4.714,36	\$ 5.284,07	\$ 5.922,63	\$ 6.638,36	\$ 7.440,57	
Depreciación	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 7.099,23	\$ 2.276,35	\$ 2.276,35	
Flujo de Efectivo	\$ (65.672,27)	\$ 9.250,12	\$ 22.978,38	\$ 38.124,15	\$ 41.284,84	\$ 46.480,91
PERIODO DE RETORNO						
Valor Actual	\$ 8.099,82	\$ 17.618,75	\$ 25.596,70	\$ 24.271,82	\$ 23.928,43	
Valor Actual acumulado	\$ 8.099,82	\$ 25.718,58	\$ 51.315,28	\$ 75.587,10	\$ 99.515,53	
Inversion Inicial	\$ (65.672,27)	\$ (57.572,44)	\$ (31.853,87)	\$ 19.461,41	\$ 95.048,51	\$ 194.564,04

Tasa de descuento	14,20%
VAN	\$ 33.843,26
TIR	30%

Elaborado por: Auria, L.; Llerena, K.

Evaluación integral del proyecto

a) Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN) ayuda a la toma de decisiones: primero, comprobando si el negocio es ejecutable; y segundo, contrastando información entre qué inversión es mejor que otro en términos absolutos; por tanto, por este medio se determinará si es factible o no realizar

el proyecto. También, se establece que es la cantidad en valor actual de una propuesta de inversión que está constituida por el valor presente semejante de sus entradas menos el valor del gasto.

En el caso de la instalación de la empresa, el VAN del proyecto nos da \$ 33.843,26 como saldo positivo (Ver Tabla No. 22), por lo cual se recomienda su instalación.

b) Tasa interna de retorno (TIR)

La TIR es un indicador que es mejor utilizado para valorar un rendimiento de una propuesta. Para el presente proyecto, la tasa interna de retorno es de 30%, (Ver tabla No. 22) que comparado con la tasa de descuento del 14,20%, el valor TIR da un valor superior, con lo cual se justifican las inversiones en la instalación de la empresa

c) Recuperación de Capital

La recuperación de capital se realiza al tercer año de operaciones de la empresa. (Ver tabla No. 22).

Conclusiones

Siendo el trabajo de investigación encaminado al conocimiento de un negocio de servicios se han conjugado en la observación de campo tanto parámetros cualitativos (estrategias, penetración y competidores) así como eslabones cuantitativos (determinación de oferta demanda y un análisis económico – financiero) que abrieron un marco referencial para la factibilidad de la propuesta de la implementación de un coworking para la ciudad de Guayaquil.

En los aspectos de demanda se tomó a consideración a que grupo objetivo estaría encaminada la propuesta en donde se reconoció que son los emprendedores preferentemente dentro de las áreas de servicios, sean estos comerciales o profesionales, los que intervienen en los procesos de negocios asociativos con la finalidad de optimizar recursos materiales pero sobre todo el compartimiento de ideas que viabilicen y racionalicen los servicios que prestan.

Por otro lado la oferta, que aunque ya es existente en la ciudad de Guayaquil (10 empresas instaladas); forman parte del referente de que estos negocios ya son parte estratégica del marketing moderno y de cómo asociarse a profesionales de la misma área con el único objetivo de entregar un mejor servicio.

La penetración toma en cuenta a negocios preferentemente estén dentro de los ámbitos de servicios publicistas, contadores, diseñadores gráficos, ejecutivos de cuenta, profesionales de la arquitectura, entre otros, que no necesitan estar anclados tantas horas en un lugar de trabajo pues deben alternar sus espacios laborales con visitas a clientes, entrevistas, visitas de obras, trámites institucionales que lo hacen compartir espacios y soluciones técnicas académicas en conjunto, por supuesto eso hace un elemento diferenciador entre otro tipo de negocios.

Bibliografía

- Álvarez Hernández, D. O. (2013). *Sistema de Bibliotecas UACH*. Obtenido de <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2013/bpmfcia473d/doc/bpmfcia473d.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Pearson.
- Ceravolo, Á., & Ziritt, N. (Abril de 2016). *Repositorio Académico de la Universidad de Chile*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/140873>
- CreceNegocios. (2016). *www.crecenegocios.com*. Obtenido de www.crecenegocios.com/estructura-y-modelo-de-un-plan-de-negocios
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta Edición*. México D.F.: McGraw Hill - Interamericana Editores S.A.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing, Decimoprimer Edición*. México: Pearson.
- Mosquera Vaca, C. J. (agosto de 2016). *Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:fFxNJELiNyQJ:repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/15709+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec>
- USAID. (2013). *Manual para la Elaboración de Plan de*. Republica Dominicana.



El Dr. D. Juan Carlos Martínez Coll, director del grupo EUMED.NET (SEJ 309), como editor de la revista electrónica “Observatorio de la Economía Latinoamericana”, (ISSN 1696-8352), indexada en IDEAS-RePEc, LATINDEX y alojada en <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec>

ACREDITA QUE:

el artículo “**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COWORKING PARA EMPRENDEDORES**”, que consta de 36 páginas en formato PDF, cuyos autores son **Auria Aspiazu Lency Michelle, Llerena Aspiazu Karen Lorena y Lara Fiallos Edwin Humberto**, ha sido aceptado y publicado en el número de septiembre 2017:

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/creacion-empresa-emprendedores.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec17creacion-empresa-emprendedores>

Lo que se hace constar en Málaga a 26 de septiembre de 2017.


El director

Fdo.: Juan Carlos Martínez Coll