



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

TEMA:

Plan de negocio para la creación de un espacio coworking con diseño ecológico para emprendedores y profesionales en la ciudad de Guayaquil, Ecuador

AUTORA:

Lema Guamán, Joyce Nathaly

**Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de
Licenciatura en emprendimiento e innovación social**

TUTOR:

Ing. Castro Peñarreta, Ángel Aurelio, MBA

Guayaquil, Ecuador

17 de febrero del 2025



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por Lema Guamán Joyce Nathaly, como requerimiento para la obtención del título de Licenciada de Emprendimiento e Innovación Social.

TUTOR

f. _____

Ing. Castro Peñarreta, Ángel, MBA

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela, Mgs.

Guayaquil, a los 17 días del mes de febrero del año 2025



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Lema Guamán Joyce Nathaly**

Declaro que:

El Trabajo de Titulación, **Plan de negocio para la creación de un espacio coworking con diseño de interior ecológico para emprendedores y profesionales en la ciudad de Guayaquil, Ecuador** previo a la obtención del título de **Licenciatura de Emprendimiento e Innovación Social**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 17 días del mes de febrero del año 2025

LA AUTORA

f. _____

Lema Guamán, Joyce Nathaly



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Lema Guamán Joyce Nathaly

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, Plan de negocio para la creación de un espacio coworking con diseño de interior ecológico para emprendedores y profesionales en la ciudad de Guayaquil cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, al 17 de febrero del 2025

LA AUTORA:

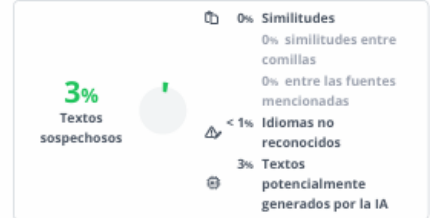
f. _____

Lema Guamán, Joyce Nathaly

Reporte COMPILATIO



Joyce Lema Trabajo Titulacion corregido final 02-feb-2025



Nombre del documento: Joyce Lema Trabajo Titulacion corregido final 02-feb-2025.docx
ID del documento: b9423007764ee425bd576cc1e0bb1dd5bf123b65
Tamaño del documento original: 4,48 MB
Autores: []

Depositante: Ángel Aurelio Castro Peñarreta
Fecha de depósito: 2/2/2025
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 2/2/2025

Número de palabras: 19.499
Número de caracteres: 139.577

Ubicación de las similitudes en el documento:



AGRADECIMIENTO

Estoy agradecida primero con Dios porque si no fuera por él no hubiera llegado hasta en esta etapa universitaria, es la fuente de mi continuidad estudiantil, es lo mejor que me ha pasado en la vida, Dios me encontró en mi peor situación y cada día me permite entender que cada día me da una oportunidad para seguir, me hizo entender que las caídas no son derrota sino una vida de aprendizaje y de ser capaz de levantarse. Estoy agradecida con Dios porque me ha permitido conocer personas que me ayudaron a entender que cada día hay que darle solución.

Estoy agradecida con mi familia porque mi Papá y mi Mamá fueron de apoyo tanto de amor, paciencia y otorgarme la oportunidad de seguir estudiando sino fueran por ellos no hubiera estado en la universidad, la verdad que Dios regala a cada uno padres que necesitábamos en nuestras vidas imperfectos como todos los somos.

Estoy agradecida con la Iglesia porque fueron el medio por el que puede ver a Dios obrar en mi vida, la paciencia, amor y consejos. Este año para mí no fue fácil y a través de ellos puede ver que la vida es Jesús que si seguimos de pie es porque él nos da la fuerza y. Que él es la fuente de vida.

Estoy agradecida con la Pastora Juanita, Hermana María, Hermana María Tambo, Hermana Andrea, Hermano María y los que son parte del ministerio de alabanza, la vida trata de dejarnos en el piso, pero entendí que todos tenemos puntos esenciales que juntos podemos avanzar.

Y estoy agradecida con mi Tutor Ángel Castro por su paciencia y ayuda. En esta etapa de culminación me ha ayudado demasiado y ha mostrado su compromiso y empeño como Profesor.

Joyce Nathaly Lema Guamán

DEDICATORIA

Se lo dedico a mis Padres porque fue Dios quien me dio la dicha de tenerlos como padres y me supieron guiar de la forma correcta en la vida y también a la iglesia porque fue la familia que me hizo entender que la vida es Jesús sin él no hay vida y que nadie puede solo él lo puede.

Joyce Nathaly Lema Guamán



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. _____

Ing. Castro Peñarreta, Angel Aurelio, MBA

TUTOR

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos Gabriela Elizabeth, Mgs.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

(NOMBRES Y APELLIDOS)

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE
GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL**

CALIFICACIÓN

f. _____

**Ing. Castro Peñarreta, Angel Aurelio MBA
TUTOR**

INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	VII
DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.1 Tema.....	4
1.2 Justificación.....	4
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	5
1.4 Planteamiento del problema.....	5
1.5 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio.....	6
1.6 Objetivos de la Investigación.....	7
1.6.1 Objetivo General.....	7
1.6.2 Objetivos Específicos.....	7
1.7 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información	7
1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto.....	8
1.8.2 Marco Teórico.....	11
1.8.3 Marco Conceptual.....	12
Networking.....	12
1.8.4. Marco Legal	14
1.8.4.3 Fundación de la Empresa	14
1.8.4.4 Capital Social, Acciones y Participaciones.....	14
1.9 Formulación de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	15
CAPITULO 2.....	17
2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	17
2.1 Análisis de la Oportunidad.....	17
2.1.1 Descripción de la Idea de negocio: Modelo de Negocio.....	17
2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	19
2.3. Objetivos de la Empresa.....	20
CAPITULO 3.....	22
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA	22

3.1	PEST	22
3.2	Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimiento en la Industria	28
3.3	Análisis del Ciclo de Vida de la Industria.....	29
3.4.	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones	30
3.5.	Análisis del mercado	32
3.5.2.	Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM.....	32
3.5.3	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	33
3.5.4	Segmentación.....	1
3.5.5	Criterio de Segmentación.....	1
3.5.6	Selección de Segmentos.....	1
3.5.7.	Perfiles de los Segmento	1
3.6	Matriz FODA	2
3.7	Investigación de Mercado	2
3.7.2	Diseño de la Investigación	2
3.7.2.2	Tamaño de la Muestra.....	3
3.7.2.4	Análisis de Datos.....	3
	Metodología	3
3.7.2.5.	Conclusiones de la Investigación del Mercado.....	11
4	PLAN DE MARKETING.....	13
4.1	Objetivos: General y Específicos.....	13
4.1.1	Mercado Meta	13
4.3	Estrategias de Marketing Mix	14
4.3.1	Estrategia de Producto o Servicios.....	14
4.3.1.1	Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado.....	15
4.3.1.2	Amplitud y Profundidad de Línea.....	17
	Marcas y Submarcas	17
4.3.2	Estrategia de Precios	18
4.3.3	Estrategia de Plaza	19
4.3.3.1.1	Distribución del Espacio	20

4.3.3.2	Sistema de Distribución Comercial.....	22
4.3.3.2.1	Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes ..	22
4.3.4.1	Mix Promocional.....	22
4.3.4.2	Cronograma y presupuesto promocional	23
CAPITULO 5		26
5	PLAN OPERATIVO.....	26
5.1	Producción.....	26
5.1.1	Proceso Productivo.....	26
5.1.2	Flujogramas de procesos	26
5.1.3.	Ubicación e Infraestructura	26
5.1.4	Mano de Obra.....	26
5.1.5	Capacidad Instalada	27
5.1.6	Presupuesto	27
5.2	Estructura Organizacional.....	27
5.2.1	Cargos y Perfiles del Equipo Gerencial	27
5.2.2	Organigrama.....	28
CAPÍTULO 6.....		31
6	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO	31
6.1	Inversión Inicial	31
6.1.1	Tipo de Inversión	32
6.1.1.2	Diferida	32
6.1.1.3	Inversión Corriente.....	32
6.2	Financiamiento de la inversión	33
6.1.2.2	Tabla de Amortización.....	33
6.2	Análisis de Costos	35
6.2.1	Costos Fijos.....	35
1.1.1 6.2.2	Costos Variables	35
6.3	Capital de Trabajo.....	36
6.3.1	Gastos de Operación	36
6.3.2	Gastos Administrativos	37

6.3.3 Gasto de Ventas.....	37
6.3.4 Gastos Financieros	37
6.4 Análisis de Variables Críticas	38
6.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.	38
6.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas	38
6.4.3 Análisis de Punto de Equilibrio.....	39
6.5 Estados Financieros proyectados	39
6.5.1 Balance General	39
6.5.2 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	40
6.5.2.1 Flujo de Caja Proyectado	40
6.5.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital	41
6.5.2.1.1.1 TMAR	41
6.5.2.1.1.2 VAN	41
6.5.2.1.1.3 TIR	41
6.5.2.1.1.4 PLAYBACK	41
6.6 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples	41
6.6.2 Mitigación del riesgo.....	41
6.7 Razones Financieras.....	41
6.7.2 Gestión	42
6.7.3 Endeudamiento.....	42
6.7.4 Rentabilidad	42
6.8 Conclusiones del Estudio Financiero	43
7 Conclusiones	43
8 Recomendaciones.....	44
9 Referencias Bibliografica.....	45
10 Anexos.....	49
Anexo 2. Cuestionario de entrevista	52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	14
Tabla 2.....	33
Tabla 3.....	33
Tabla 4.....	1
Tabla 5.....	2
Tabla 6.....	19
Tabla 7.....	23
Tabla 8.....	27
Tabla 9.....	31
Tabla 10.....	32
Tabla 11.....	32
Tabla 12.....	33
Tabla 13.....	33
Tabla 14.....	33
Tabla 15.....	35
Tabla 16.....	35
Tabla 17.....	36
Tabla 18.....	36
Tabla 19.....	37
Tabla 20.....	37
Tabla 21.....	37
Tabla 22.....	38
Tabla 23.....	38
Tabla 24.....	39
Tabla 25.....	39
Tabla 26.....	40
Tabla 27.....	41
Tabla 28.....	42
Tabla 29.....	42

Tabla 30.....	42
Tabla 31.....	43

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Figura 1	5
Figura 2	17
Figura 3	18
Figura 4	19
Figura 5	22
Figura 6	23
Figura 7	24
Figura 8	25
Figura 9	25
Figura 10	26
Figura 11	27
Figura 12	28
Figura 13	29
Figura 14	30
Figura 15	32
Figura 16	1
Figura 17	4
Figura 18	4
Figura 19	5
Figura 20	6
Figura 21	6
Figura 22	7
Figura 23	7
Figura 24	8
Figura 25	8
Figura 26	9
Figura 27	9
Figura 28	10
Figura 29	10

Figura 30	10
Figura 31	14
Figura 32	15
Figura 33	16
Figura 34	16
Figura 35	18
Figura 36	18
Figura 37	20
Figura 38	21

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	22
Gráfico 2	26
Gráfico 3	29

RESUMEN

Healthy Work Space es un modelo de negocio que busca fortalecer una comunidad emprendedora promoviendo el crecimiento económico el desarrollo del crecimiento económico del Ecuador y contribuyendo la protección del medio ambiente brindando un servicio de espacios de trabajos de ambiente innovador en el que incluye un mobiliario con recursos tecnológicos, materiales con acabados orgánicos y saludables y una calidad de aire interior. Además, permite encontrar redes de contacto que permita que cada negocio crezca a través de las experiencias laborales y conocimientos adquiridos. El servicio de espacio coworking está dirigido a la población de emprendedores y profesionales que deseen laborar en un espacio de trabajo con una comunidad emprendedora, y que pertenecen al nivel socioeconómico medio. La estructura organizacional de la empresa posee una funcionalidad correcta en las áreas de administrativa, financiera, comercial y operativa permitiendo obtener resultados de desempeño eficaz. En conclusión, el servicio busca ser la solución ante la demanda de desempleos y la baja tasa de empresas establecidas, siendo Healthy Work Space la solución para los servicios que demandan en el lugar de trabajo los emprendedores de Guayaquil.

Palabras clave: modelo de negocio, emprendimiento, orgánico, diseño, investigación, comunidad, tecnología.

ABSTRACT

Healthy Work Space is a business model that seeks to strengthen an entrepreneurial community by uniting the development of the economic growth of the Ecuadorian country and at the same time contributes to the protection of the environment by providing a service of work spaces with an innovative environment that includes furniture with technological resources, materials with organic and healthy finishes and indoor air quality. In addition, it allows you to find contact networks that allow each business to grow through work experiences and acquired knowledge. The coworking space service is aimed at the population of entrepreneurs and professionals who wish to work in a workspace with an entrepreneurial community, and who belong to the mid-level. The organizational structure of the organization has correct functionality in the administrative, financial, commercial and operational areas, allowing for effective performance results. In conclusion, the service seeks to be the solution to the demand for unemployment and the low rate of established companies, with Healthy Work Space being the solution to economic growth in the city of Guayaquil.

Keywords: business model, entrepreneurship, organic, design, research, community, technology.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo evaluar la viabilidad del modelo de negocio de espacio de coworking ecológico para brindar a los emprendedores y profesionales un espacio de trabajo que les permita obtener una alta productividad laboral, oportunidad de socialización y obtener redes de contactos y por último permite ahorrar costos. Por otro lado, el modelo de negocio busca fomentar el cuidado del medio ambiente a través de aplicar diseños y materiales ecológicos, ya que en la ciudad de Guayaquil por su gran tamaño de población existe una gran contaminación ambiental y la falta de reducción de residuos. La presente investigación nace por la falta de cambios ante la situación económica y ambiental del Ecuador.

Para esta investigación, se llevó a cabo una recolección de información exhaustiva dirigida al segmento objetivo, combinando enfoques cuantitativos y cualitativos. Se diseñaron y aplicaron encuestas a través de Google Forms, que se realizaron de manera presencial. Adicional a esto, se llevaron a cabo entrevistas presenciales en profundidad. Esta metodología permitió obtener resultados confiables y aceptables, que proporcionan una visión completa y detallada de la situación estudiada.

La investigación está conformada por 6 capítulos en el que se desarrollará la descripción de la investigación en el primer capítulo, luego la descripción del negocio en el segundo capítulo, en el tercer capítulo se desarrolla el análisis de la industria, posteriormente se plantea el plan de marketing en el cuarto capítulo, luego se desarrolla el plan operativo en el quinto capítulo, y se presenta el estudio económico- financiero – tributario en el sexto capítulo. Finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones y por último referencias bibliográficas.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema

Plan de negocio para la creación de un espacio coworking con diseño ecológico para emprendedores y profesionales en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

1.2 Justificación

El modelo de negocio de coworking brinda la oportunidad a los emprendedores y profesionales en tener alianzas con otros coworkers, ayudándoles en el intercambio de las habilidades, conocimientos y experiencias desarrolladas a lo largo del camino (Ceravolo, 2016).

En Ecuador, la ciudad de Guayaquil cuenta con una tasa menor de 3,8% de desempleo que dificulta al crecimiento económico del país, teniendo un impacto degradante en la generación de ingresos tanto en la economía sectorial como local. La falta de conocimientos, experiencias, redes de contactos y financiamientos en los jóvenes son las claves principales de que exista negocios fracasados.

Por ello, debe ser de gran importancia tanto para los emprendedores como para los profesionales no estar solos en el transcurso del proceso del emprendimiento, ya que su enfoque en la planificación de estrategias les permitirá avanzar hacia el crecimiento, expansión y permanencia en el mercado laboral (GEM, 2023).

Este modelo de negocio “coworking” ofrece servicios rentables y flexibilidad en los horarios a emprendedores y profesionales para acceder a espacios de trabajos creativos con bajos precios, cubriendo las necesidades principales como luz, agua, internet, estaciones de trabajos privadas o compartidas, equipos tecnológicos, salas de reuniones, espacios para eventos, talleres o programas educativos, eventos de networking, mentorías o asesorías y otros, que no se encuentran en la oficina tradicional, cafetería y casa, siendo, enfoque de productividad laboral (Morillas, 2020).

Este negocio proporciona un ambiente saludable con diseños de interior ecológico evitando enfermedades físicas y mentales y contribuyendo con la disminución de la contaminación del medio ambiente, además proporciona asesorías del cuidado del medio ambiente y la responsabilidad social (Palacios, 2021).

1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

El plan de negocio es una herramienta que permite explorar la viabilidad económica, técnica, social y ambiental del negocio donde se presentará el plan de marketing, plan de operaciones, plan de recursos humanos y plan financiero que nos ayuda a establecer objetivos y estrategias que al final permitan implementar el modelo de negocio con seguridad en el presente como en el futuro (Villarán K. W., 2017).

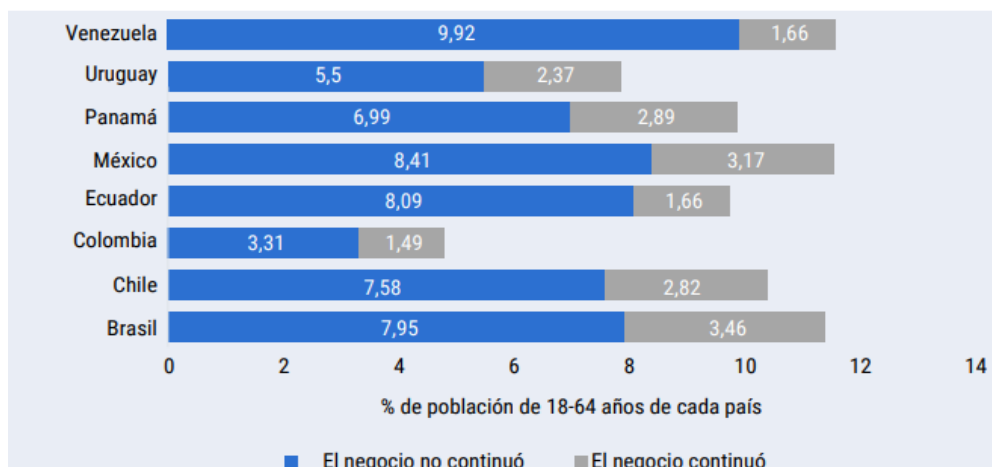
El presente proyecto se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, Ecuador durante el mes de octubre de 2024 hasta el mes de enero del 2025. Se abordará investigaciones tanto nacionales como internacionales acerca de los espacios de Coworking; en el que se utilizará el plan de negocio para desglosar y plasmar el desarrollo del modelo de negocio, presentando la planificación del financiamiento, marketing, ventajas, desafíos, oportunidades, estrategias de diferenciación, diseños que incorporen los principios sostenibles y el fomento a la responsabilidad con el medio ambiente con el fin de cubrir las necesidades de los emprendedores y profesionales tanto en lo económico como en su bienestar.

1.4 Planteamiento del problema

Los emprendimientos nacientes se encuentran con problemas en el crecimiento y la permanencia en el mercado de los consumidores por la falta de rentabilidad al no tener clientes, no conseguir financiamiento por falta de redes contactos con inversionistas o instituciones financieras. Además, por motivos personales debido a los retos y desafíos presentados que no les permite llegar a tener estabilidad en el mercado. Lo cual deja pocas oportunidades de avanzar y así entran al 80% de negocios fracasados no llegando alcanzar el punto de equilibrio (GEM, 2023).

Figura 1

Tasa de la salida de los negocios



Otro de los problemas es la falta de espacios de trabajos que cubren sus necesidades económicas, ya que en la actualidad los alquileres de oficina brindan sus servicios con precios elevados, no tan solo al adquirir este servicio los emprendedores y profesionales deben de cubrir otras necesidades como luz, agua, internet, servicios de limpieza, servicios del personal, servicio de comida para lo cual no es recomendable porque no cuentan con recursos económicos estables (Barzola et al, 2019).

Además, la mayoría de los casos los freelancers realizan sus trabajos en sus casas aislándose de las redes de contactos rehusándose a las oportunidades de conocer personas que los pueden asesorar y ayudar en su viaje emprendedor no tan solo eso, al presentarse dudas y preguntas acerca del emprendimiento del cual no encuentran respuestas como: ¿cuánto debo de cobrar?, ¿dónde puedo conseguir proveedores?, ¿qué estrategias debo de usar para negociar con los proveedores?, ¿dónde puedo reunirme con mis trabajadores, socios y cliente?; por otro lado, cuando se mezclan el trabajo y el hogar se tiende a realizar las tareas domésticas como limpiar, cocinar, lavar, atender a sus hijos y las tareas laborales el cual les impide entregar trabajos completos de alta productividad y al tiempo indicado (Mosso, 2020).

Por otro lado, los daños medio ambientales perjudican al país, según, Mongabay (2022): “En el año 2021 no fue un buen año para el medio ambiente de Ecuador la producción de petróleo y minería ha aumentado y la deforestación continúa arrasando con los bosques amazónicos y andinos”.

1.5 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

En Ecuador existe una alta tasa de desempleo, las personas buscan alternativas ante su situación económica, persiguiendo encontrar una fuente principal de ingresos para el entorno familiar ya sean casados o que vivan con sus padres. La falta de conocimiento técnicos del emprendedor sobre la creación del emprendimiento como en el desarrollo y permanencia del negocio son las bases fundamentales de las consecuencias que afectan al mercado laboral.

El objetivo de desarrollo sostenible (ODS) número ocho denominado trabajo decente y crecimiento económico busca “ Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos”, su meta 8.2 “establece lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre cosas centrándose en los sectores con gran valor añadido y un intensivo de la mano de obra” y el objetivo 15 de la meta 2 “promover la gestión sostenible de todos los tipos de

bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación nivel mundial” por lo cual se explicará dentro del plan de negocio espacio coworking ecológico la contribución con el objetivo planteado cubriendo las necesidades tecnológicas, costos bajos de adquisición, bienestar de la salud y productividad (Unidas, 2021).

1.6 Objetivos de la Investigación

1.6.1 Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para la creación de un espacio coworking con temática ecológica con el propósito de satisfacer las necesidades emprendedoras, profesionales independientes y pequeñas empresas fomentando la innovación y la comunidad.

1.6.2 Objetivos Específicos

- ❖ Determinar los fundamentos teóricos para la creación del plan de negocio.
- ❖ Evaluar el nivel de aceptación del mercado de la idea de negocio mediante un estudio de mercado.
- ❖ Diseñar estrategias de diferenciación del modelo de negocio
- ❖ Diseñar un plan de marketing que permita dar a conocer al público objetivo la empresa y sus servicios.
- ❖ Calcular la inversión requerida y la rentabilidad del proyecto

1.7 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información.

La presente investigación por su alcance es exploratoria y descriptiva. Según Arias (2019) la investigación exploratoria “desencadena un tema u objeto desconocido o poco indagado mostrando resultados que den a entender una visión futura del objeto”. Por ende, es de utilidad ya que, el tema es poco indagado. Para Sabino (2020) “... la investigación descriptiva es la que se centra en describir sucesos, comportamientos y características esenciales en el que se utilizan criterios sistemáticos brindando información sistemática y comparable con la de otras fuentes” (pág. 4), por lo cual, el tipo de investigación es impredecible para la elaboración del proyecto.

El enfoque de la presente investigación es mixto. En cuanto a la técnica de recogida de la información, la parte cualitativa se hará mediante entrevistas, permitiendo analizar la viabilidad del modelo de negocio de suscripción. La metodología cuantitativa ayuda en la recopilación de datos cuantificables y análisis de datos utilizando procedimientos estadísticos y lógicos mientras

que el método cualitativo se centra en la comunicación dando conocer que juntos permiten al encuestador obtener la información deseada (Monje, 2011).

La técnica utilizada para recoger los datos en el enfoque cuantitativo son las encuestas que se realizarán a los emprendedores y profesionales de Guayaquil, sobre los desafíos, preferencias, gustos, nivel económico y además acerca del diseño interior ecológico (Cortez, 2017).

1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1 Marco Referencial

La investigación desarrollada por Paredes (2021) en Riobamba, se enfocó en:

..... recopilar la información necesaria para conocer la factibilidad de implementación de una empresa enfocada en brindar el servicio de coworking, para lo cual se realizó un análisis minucioso mediante el acercamiento a las empresas con la que contaron con una población de microempresas registradas en el servicio de rentas internas mediante una encuesta con preguntas enfocadas en medir su aceptación entre otros factores de interés, donde han visto como una posibilidad, el implementar este tipo de medios de trabajo por sus beneficios que tiene, a su vez el tipo de planes y precios; se obtuvo la información necesaria del cual dio como resultado el interés que conlleva un proyecto como el presente pero aún hay ese desconocimiento y las ventajas que obtendrían al pertenecer a este tipo de centros sobre el mismo procedieron a estructurar lo obligatorio para poder laborar en Ecuador, de igual manera el estimar los costos en este punto se tomó en cuenta tanto sus fijos, variables y a la estimación de la demanda y con eso se pudo valorar los ingresos como egresos que se tendría para los próximos años y el tiempo para la recuperación de la inversión; finalmente se obtuvo que es viable la construcción de este tipo de servicio para emprendedores, dado al gran interés demostrado por los posibles demandantes, sin embargo recomiendan que es necesario contar con la estrategia de crear medios de comunicación en donde se pueda dar a conocer sus múltiples beneficios por el costo que conlleva de ser posible se debería de colaborar de manera conjunta con entidades públicas de esta manera maximizar el alcance a consumidores potenciales (Paredes, 2021).

En la investigación realizada en Quito por Millacán (2020) tiene el objetivo de:

.....evaluar la factibilidad de crear una empresa dedicada a la actividad de Coworking, como una alternativa de aporte a la generación, crecimiento y fortalecimiento de emprendedores y trabajadores independientes en la ciudad de Quito. Para esto, se llevó a cabo una investigación de tipo descriptiva, cuali-cuantitativa y transversal, mediante la modalidad de investigación de mercado. Se estableció una demanda no satisfecha aproximada de 518.622 trabajadores independientes, de la cual se cubrirá entre el 0,3% y el 0,4% en un período de ejecución del negocio de 5 años. Mediante al análisis de localización estimaron que el mejor sitio para ubicar el proyecto es el centro norte, en el sector de la Mariscal. En el ámbito organizacional el proyecto requiere de un equipo de trabajo compuesto por el gerente general, contador externo, asistentes de atención al cliente, asesor jurídico, asesor técnico-administrativo y personal auxiliar para limpieza, conserjería y mensajería. En el ámbito financiero estimaron una inversión de USD 58,475.88, de la que un 55% que será aportada por los inversionistas. Luego de que estimar los resultados futuros, obtuvieron que el VAN de USD 48,218.45 y una TIR de 53,6%, cifras confirmaron la factibilidad de aplicar el proyecto (Millacán, 2020).

En un estudio realizado en Lima por Bermúdez (2023), con el propósito de:

.....diseñar un centro de negocios coworking de uso mixto comercio y oficinas en el distrito de Chorrillos, como respuesta a la necesidad de desarrollar labores de trabajo actualmente con más independencia, dinamismo y proyección s constó en responder al problema: ¿De qué manera un centro de negocios coworking influye con la inserción laboral Chorrillos-Lima 2023?, la metodología empleada es no experimental, que tiene un enfoque cuantitativo y cualitativo dentro del diseño del espacio coworking, se hizo una revisión previa del contexto, entorno, también análisis de proyectos similares internacionalmente, como Second Home, y nacional Comunal coworking. Se investigó en artículos científicos indexados actualizados. Se proyecto dentro de un marco legal y normas técnicas vigentes y se hizo una reinterpretación conceptual de sinergia, se ha realizado también un análisis funcional creando una óptima distribución espacial con espacios para el trabajo colaborativo muy versátiles. En conclusión, se desarrolló el diseño de un Centro de negocios coworking como una solución significativa, para la inserción laboral y como equipamiento que aporta al desarrollo económico y social del distrito de Chorrillos Lima 2023. Y como modelo de oficinas en el mercado con más tendencia de crecimiento mundial (Bermúdez,

2023).

En un estudio llevado a cabo en Quito por Flores (2019), tuvo como propósito:establecer la intervención interiorista de los espacios de oficinas del Instituto IIGE (Instituto de Investigación Geológico Energético), ubicado entre las calles De Las Malvas E15-142 y De Los Perales. En el que se realizó los trabajos de tipo investigativo; por lo cual, se ha visto la necesidad de un cambio en la estructura de los espacios de trabajo actuales, creando áreas más dinámicas y flexibles acordes a las actividades puesta en marcha; además, el proyecto buscó mejorar la calidad de las oficinas tanto a nivel estético y funcional, como habitable, dando mayor prioridad a cubrir las necesidades de habitabilidad del espacio interior en términos acústicos, de iluminación, térmicos y energéticos para generar un espacio confortable que contribuya a mejorar la calidad de vida y bienestar de los trabajadores. Para ello, utilizaron materiales ecológicos y sistemas de ventilación pasiva mediante la intervención en fachadas para aprovechar al máximo los recursos naturales del entorno y minimizar el uso de aparatos que consumen energía; asimismo, dentro del diseño del espacio incorporaron una nueva ideología conocida como “*Ecosistema de espacios laborales*”, que consiste en la combinación de cinco zonas estratégicas de trabajo, respondiendo a criterios de creatividad, innovación y trabajo en equipo; generando un balance adecuado entre el trabajo colaborativo, privado e individual; al mismo tiempo, implementaron sistemas de trabajo flexibles y mobiliario transformable que permitieron la facilidad de la reconfiguración de los espacios laborales, los cuales, a través de sistemas tecnológicos o domóticos, permiten a los usuarios tener una mayor interacción con el espacio y regular de mejor manera su lugar de trabajo (Flores, 2019).

En la investigación efectuada en Huancayo por Osorio (2022), tiene como objetivo:diseñar un plan de negocio para una empresa, INTER-ECO especializada en consultorías para el diseño de espacios interiores sostenibles eco-friendly en Lima Metropolitana, además plantearon los objetivos específicos: determinar la factibilidad del diseño del plan de negocio en el aspecto de análisis de mercado, determinar la factibilidad del plan de negocio en su aspecto técnico operacional y determinar la factibilidad del plan de negocio en su aspecto económico financiero. Diseñaron el plan de negocio como una propuesta innovadora que busca brindar al cliente alternativas en actividades de las cuales posee poco conocimiento, con el resultado de una idea en la cual se tomen en cuenta sus necesidades y se logre generar un aporte sostenible al

medioambiente y, a su vez, se le garantice la optimización eficiente de los recursos en cuanto a inversión. Para la factibilidad del diseño del plan de negocio en el mercado se tomó en consideración el mercado potencial a través de entrevistas y focus group donde se realizó el pronóstico de ventas inicial tomando en cuenta la teoría de Pareto donde se toma como referencia el 25% del mercado objetivo teniendo un crecimiento anual poblacional proyectado del 3%, en base a dicho análisis consideraron que 730 empresas podrían solicitar los servicios de consultoría. En caso del aspecto técnico operacional realizaron el diseño del servicio, así como el modelamiento y selección de procesos productivos y el análisis de la cadena de valor, además se tomó como instrumento para la estrategia la matriz EFE teniendo como resultado el valor de 3.59 donde nos indica que nos encontramos en condiciones para aprovechar la oportunidad del servicio y el resultado de la matriz EFI fue de 2.83 donde nos encontramos en una posición muy fuerte a nivel interno. La factibilidad económica financiera se realizó con la evaluación de flujo de caja dando como resultado la tasa interna de retorno (TIR) del 107.10%. Cumpliendo todos los objetivos determinaron que el plan de negocio diseñado cumple con todos los aspectos solicitados para el presente trabajo de investigación (Osorio, 2022).

1.8.2 Marco Teórico

Teoría del Emprendimiento

El emprendimiento es el medio de sustento en el que diversas clases sociales lo llevan a cabo para obtener ingresos económicos y una calidad de vida estable. También permite el desarrollo profesional en bases de técnica de aprendizaje y crear experiencia en el mundo empresarial. El emprendimiento se plantea en circunstancia de oportunidad y necesidad, pero en ambas situaciones se concluye en el bienestar de las familias.

Para Casson “la demanda del emprendimiento es por la necesidad de la innovación, y la elaboración de nuevos proyectos; es decir, el emprendimiento lo sincroniza con una organización que le da importancia a la elección de recursos y a la toma de decisiones en las diferentes etapas del proceso emprendedor. El emprendimiento es conocido por evaluar, descubrir, reconocer y explotar oportunidades como también una mirada a la actitud y la motivación al logro del emprendedor” (Terán et al, 2020).

Modelo de Negocio

El modelo de negocio permite describir el producto o servicio que se presentará al mercado como en los ingresos, las actividades que realizan, la propuesta que lo hace diferente a los negocios existente, recursos que necesitan para llevar a cabo el negocio, medios por lo que se llegarán a los clientes. El modelo de negocio también sirve para prevenir o estar listos ante cualquier circunstancia difícil de la empresa dejando al modelo de negocio como una estrategia que tienen que implementar en la empresa (Toniut, 2020).

Teoría de economía Circular

La economía circular es aquella que implica compartir, alquilar, renovar, reparar, restaurar productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido. Así, el ciclo de vida de los productos se extiende. También es considerada como un modelo que protege y mejora la adaptación del desempeño de los recursos, incrementa el capital natural y perfecciona la eficacia del sistema de productividad, llevando consigo los beneficios económicos, sociales y ambientales (Garabiza, 2020).

Sostenibilidad

La sostenibilidad se refiere a la creación de nuevos negocios basados en la contribución del cambio de vida de la sociedad a través de servicios y productos que cooperen con la reducción al daño del medio ambiente (Locatelli, 2021).

Plan de Negocio

Es el desencadenar la idea de negocio a través de procesos que les permite poner en marcha ante los desafíos y competencias para llevar a cabo el negocio con fundamentos sólidos y dando pasos seguros (Caurin, 2023; Villarán, 2017).

1.8.3 Marco Conceptual

Coworking.

Es un espacio de trabajo donde una comunidad de individuos fortalece sus habilidades, actividades, ideas, conocimientos, experiencias obteniendo el fin de llegar a la meta más rápida y con bases sólidas y permite el desarrollo laboral profesional (Gorostiza, 2022).

Networking.

Es una comunidad de profesionales donde mutuamente comparten sus conocimientos y experiencias universitarias y laborales creando vínculos donde llegan a ser clientes o socios llegando a crear productos y servicios que suplen las necesidades de la sociedad (Reyes, 2020).

Innovación

La innovación es la transformación de nuevos productos y servicios permitiendo ser una respuesta continua de circunstancias cambiantes. (Avila, 2021).

Interiorismo

Se trata de crear espacios que den bienestar al personal como al cliente creando un impacto ambiental previniendo daños en la salud de las personas y además transformando la percepción de la importancia del cuidado del medio ambiente. El interiorismo en el diseño como los colores tienen su propia conexión en la comunidad ya que cada uno transmite emociones, sentimientos, sensaciones de formas diversas (Blasquiz, 2021).

Emprendedor

El emprendedor es un trabajador capaz de crear productos y servicios dándoles cambios diferentes a algo existente que generan impacto en lo personal y social; es un individuo que le surgen ideas y tiene flexibilidad de adaptación y tiene la creatividad para encontrar oportunidad en distintos acontecimientos (Formichella, 2004).

“La actividad emprendedora es el manejo de un cambio radical y discontinuo sin importar si esta transformación estratégica se presenta en la parte externa como interna de las empresas existentes y sin importar si otorga la creación de una nueva entidad de negocio” (Kundel, 1991).

Bootstrapping

Es la utilización de recursos propios de la persona que permiten comenzar el negocio como: equipo de computación, celular, materia prima, etc. Además, crea ventajas evitando los préstamos bancarios, inversionistas y capital semilla ante un emprendimiento naciente (Castorina, 2024).

Modelo de suscripción

Es un modelo de contratación en el que el usuario paga una cuota diaria, mensual o anual que permite a los consumidores comprar los productos y servicios de manera transaccional o periódica. La tecnología es un medio en el que los negocios de suscripción incrementan su expansión laboral (Abad, 2008).

1.8.4. Marco Legal

Generalidades (Tipo de Empresa)

Healthy Work Space S.A constituida según lo dispuesto en la Ley de Compañías del Ecuador establecida en sus artículos 143 al 300. Su organismo de control es la Superintendencia de Compañías del Ecuador determinados en los artículos: 431 y 432.

Constitución de la empresa

Healthy Work Space se funda con el propósito de ser una empresa que ofrece un servicio de espacios de trabajo a emprendedores y profesionales con el fin de cubrir las necesidades económicas y encontrar redes de contactos que les permite lograr establecer empresas que perduren a largo plazo.

1.8.4.3 Fundación de la Empresa

La fundación del modelo de negocio será el 25 de febrero del 2025 y será ubicada en Urdesa central en el norte de la ciudad de Guayaquil.

1.8.4.4 Capital Social, Acciones y Participaciones

Healthy Work Space consta de un capital social de \$ 6,000 del cuál será dividido en 6000 acciones con un valor de \$1 cada una; la empresa tendrá un solo accionista.

Tabla 1

Capital Social

Accionistas	Aportaciones	% Porcentaje
Joyce Nathaly Lema	\$6000	100%

Guamán

1.8.4.5 Permisos

La empresa contará con permisos de funcionamiento, permiso de impacto ambiental y con patentes para el registro de marcas y logos de la empresa en el que se procederá realizarlo en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual.

1.9 Formulación de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

¿Cuáles son los principales fundamentos teóricos para la creación del plan de negocio?

¿Como se evaluará el nivel de aceptación del mercado acerca del modelo de negocio?

¿Cuál será el diseño para un plan de marketing que permita dar a conocer al público objetivo el modelo de negocio?

¿Cómo se desarrollará el diseño de estrategias de diferenciación del modelo de negocio?

¿Cuál es la inversión requerida y la rentabilidad de un espacio coworking con diseño de interior ecológico?

CAPITULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPITULO 2

2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Análisis de la Oportunidad

2.1.1 Descripción de la Idea de negocio: Modelo de Negocio

Según Brenner (2020) “El análisis de oportunidades se refiere al proceso de identificar y evaluar áreas potenciales de crecimiento, mejoras dentro del mercado objetivo y las estrategias”.

Se identificó como oportunidad el modelo de negocio espacio Coworking a nivel global, por lo cual en el año 2020 tienen un alcance de 20.000 espacios de trabajo, más para el año 2024 se prevee llegar a los 40000. La industria del coworking ha obtenido un elevado crecimiento y aceptabilidad durante los últimos años (Coworking Global, 2020).

Figura 2

Número de Espacios de Coworking en todo el mundo

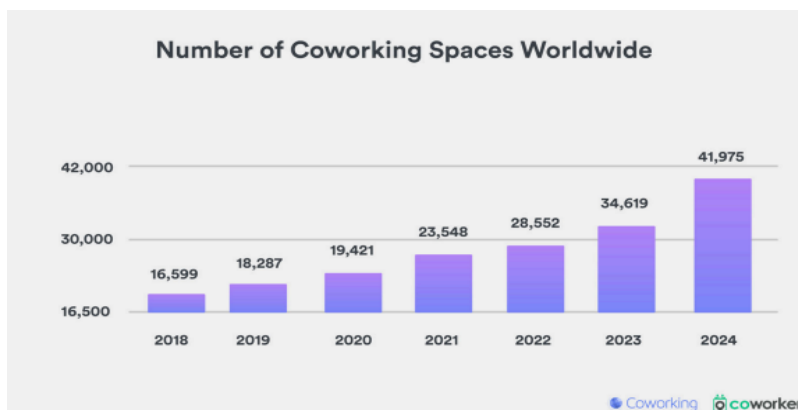
Country	Number of Spaces	World Share
 United States	3,762	18.30%
 India	2,197	10.69%
 United Kingdom	1,044	5.08%
 Spain	939	4.57%
 Germany	791	3.85%
 Canada	617	3.00%
 Australia	590	2.87%
 Mexico	508	2.47%
 Japan	411	2.00%
 Brazil	393	1.91%
 Philippines	368	1.79%
 Malaysia	364	1.77%
 France	339	1.65%
 China	304	1.48%
 Italy	298	1.45%
 Indonesia	290	1.41%
 Colombia	282	1.37%
 Portugal	280	1.36%
 Hong Kong	255	1.24%
 Vietnam	251	1.22%

La industria del coworking tiene popularidad en el continente de Asia con una capacidad de promedio excelente de 114 personas. El continente de Asia y China son ubicadas como el país con mayor capacidad de 282 personas en promedio por espacios de coworking dejando atrás a Estados Unidos con 105 personas. En Estados Unidos los espacios de coworking han obtenido un

crecimiento superior liderando el mercado más amplio con más de 3.700 espacios de coworking en todo el país, siguiendo India con 2.197 espacios y por último Reino Unido con 1.044 espacios de coworking. Acerca del crecimiento anual del año 2020 los mercados más extensos que son Alemania e India de más rapidez de crecimiento, seguido de Canadá y Alemania (Coworking Global, 2020).

Figura 3

Países con más espacios coworking



La industria de los espacios de Coworking en América Norte tiene diversos actores en el mercado. La empresa We Work lidera el mercado con 400000 colaboradores a nivel mundial le sigue Regus y Ucommune. Otros actores esenciales en el mercado son Knotel, IWG, Make Office, Techspace, Industrious Office, Impact Hub (Mordor Intelligence, 2024).

En América Latina la actividad de startups y de organizaciones ha tenido crecimiento de la apertura de negocios y emprendimientos nuevos de diferentes industrias.

Los espacios de coworking brindan servicios de rentabilidad y flexibilidad a los emprendedores y empresas dejándoles sin carga de compromisos tradicionales como los que impone la industria inmobiliaria de alquileres de oficinas. El tamaño del mercado de los espacios de coworking en América Latina tiene un alcance de \$1,66 mil millones en el año 2024 y con una de tasa anual de 10,64% y prevee llegar a tener un alcance de \$1,91 mil millones en 2029 (Mordor Intelligence, 2024).

El modelo de negocio se describe, sobre el servicio del espacio de coworking con diseño de interior ecológico que consiste en brindar al usuario un espacio de trabajo cómodo y saludable cubriendo puntos esenciales en el bienestar del emprendedor y profesional con el fin del

crecimiento empresarial y fomentar la sostenibilidad. A continuación, se muestra el lienzo del modelo de negocio:

Figura 4

Lean Canvas



2.2. Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

Potenciar la productividad y creatividad a través del desarrollo emprendedor y profesional.

Visión

Lograr que a través del espacio coworking se creen emprendimientos de permanencia en el mercado y fomenten la importancia de un medio ambiente sano.

Valores

Empatía. – Creemos que mostrar interés en lo que le pasa al cliente y ser de ayuda ante sus problemas es lo primordial para Healthy Work Space.

Confianza. – Generar confianza en el consumidor y seguridad en nuestros servicios de coworking es lo esencial en nuestros servicios.

Respeto. – Brindar el respeto y comprensión a los clientes es fundamental para Healthy Work Space.

Sostenibilidad. – Creemos que fomentar la sostenibilidad en el servicio de coworking en lo imprescindible..

2.3. Objetivos de la Empresa

2.3.1 Objetivo General

Crear un espacio coworking con diseño de interior ecológico donde se impulse la productividad y el desarrollo del crecimiento profesional laboral contribuyendo en la reducción de la alta tasa de desempleo y en la disminución de daños del medio ambiente en la ciudad de Guayaquil.

2.3.2 Objetivos Específicos

- ❖ Mantener un nivel de ocupación del sitio de Coworking del 80% durante el año.
- ❖ Alcanzar el Pay Back antes del sexto año.
- ❖ Incrementar 10% de las utilidades netas anualmente.
- ❖ Evaluar el nivel de aceptación de los servicios de Healthy Work Space semestralmente.

CAPITULO 3

ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

CAPITULO 3

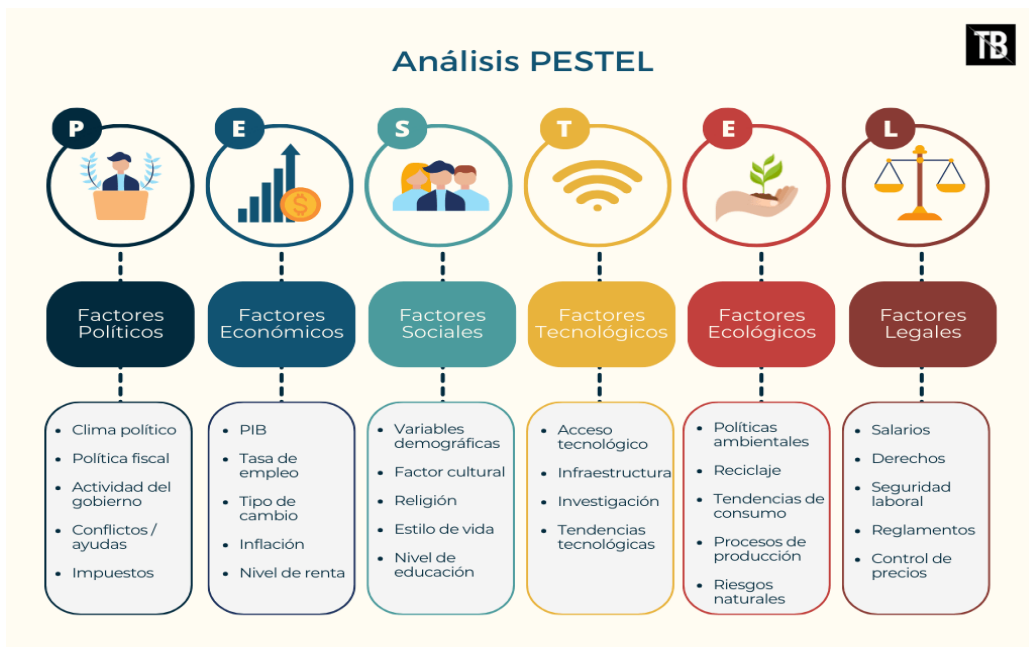
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

3.1 PEST

El análisis PESTEL es una herramienta simple de desarrollar; permite conocer la situación externa del entorno donde se halla la empresa dando resultados valiosos en la toma de decisiones (Amador, 2022)

Figura 5

Análisis PESTEL



Factores Políticos

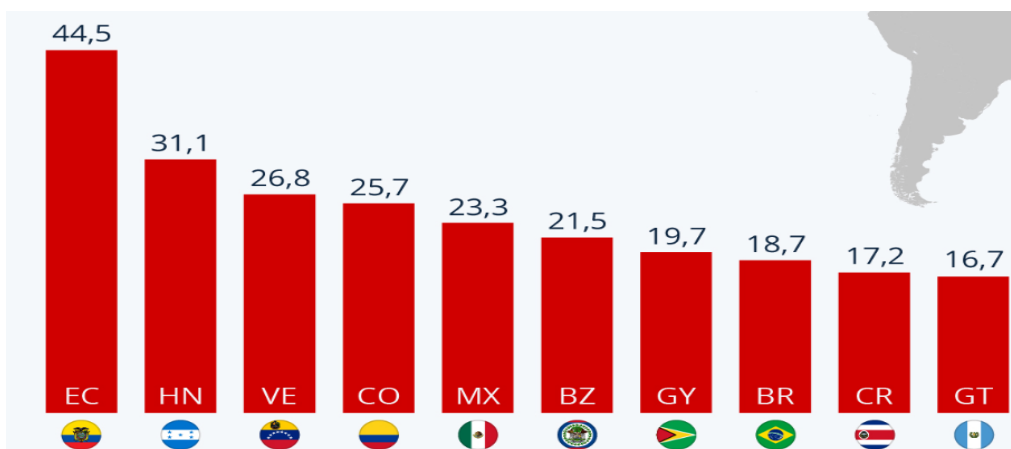
El Gobierno de Daniel Noboa el 19 de diciembre del 2023 implementó la Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo para cambiar la decreciente economía del país que permite lograr la estabilidad del crecimiento económico, llegando a ser una de las alternativas para cambiar las estadísticas finales del año 2023 y obtener resultados positivos para un nuevo comienzo del año 2024 y también ante la crisis de la inseguridad propuso reformar las cárceles e invertir en las tecnologías contra el crimen y poder lograr la regularización de traer paz al Ecuador (Bustamante, 2023). Intenta ser una solución tras lo sucedido en el año 2023 considerando a Ecuador como el país latinoamericano con mayor tasa de inseguridad equivalente a 44,5 asesinatos por cada 100.000 ciudadanos, perjudicando también el crecimiento económico del país por causa

de las bandas narcotraficantes que se registran como los vacunadores que amenazan de secuestro, realizan robos y realizan matanzas por el incumplimiento de sus órdenes dejando a los microemprendimientos, empresas pequeñas, medianas y grandes en situaciones de temor, pérdidas materiales y cierres (Prosegur Research, 2024).

Por otro lado, el cambio presidencial de Guillermo Lasso con Daniel Noboa fue el 23 de noviembre del 2023 con permanencia de un año y seis meses culminando el Gobierno Guillermo Lasso tras el juicio político representado por la Asamblea Nacional a causa de malversación de fondos. El presidente Daniel Noboa ganó ofreciendo empleos y solucionar la inseguridad del país ecuatoriano ya que, para el año 2023 Ecuador fue el país con mayor tasa de inseguridad y con una crisis económica de \$ 5.000 millones de déficit fiscal (Roura, 2023)

Figura 6

Tasa de inseguridades en los países latinoamericanos



Factor Económico

Según el Banco Central del Ecuador (2024), en el año 2022 Ecuador tuvo una variación porcentual del 6,2% de Producto Interno Bruto en comparación con el año 2023 que obtuvo un crecimiento de 2,4% PIB resultado del manejo presidencial por el presidente Daniel Noboa como son en: gastos del Gobierno de 3,7%, exportaciones en 2,3%, formación Bruta de Capital Fijo 0,5% y en consumo de los Hogares en 1,4%.

Ecuador presenta una tasa de variación anual de 1,6% del mes de julio y deudas 62.947 millones de euros equivalente al 57,69% del PIB en el año 2022 y por último una deuda de Per Cápita de \$3.951.59 por cada habitante (Macro, 2024).

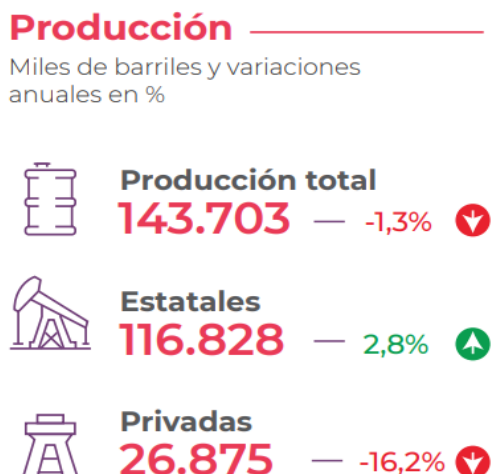
Durante los meses de enero, febrero y marzo del año 2023 Ecuador presentó un decrecimiento por parte de la industria de construcción con 13,6%, explotación de minas y canteras en - 11,2%, arte, entrenamiento y otras actividades de servicios en -8,5%, manufactura de productos no alimenticios con -5,4% y por último en las actividades financieras y de seguras con -4,1% (Ecuador, 2024).

Ecuador presenta una deuda de 7,228 millones de dólares, el exministro de finanzas Marco Flores aclara que una de las alternativas en la salida de la deuda es realizar el pago por cuotas de 900 millones en el año 2024, 1579 millones en el año 2025 y en los siguientes años 1500 millones (Davila, 2024).

En el sector petrolero desde el mes de enero has el mes de octubre 2023 tuvo una producción total de 143.703 equivalente -1,3%, estatales 116.828 equivalente 2,8% y privadas 26.875 con variación de -16,2% (Banco Central, 2024).

Figura 7

Producción de miles de barriles y variaciones anuales en %

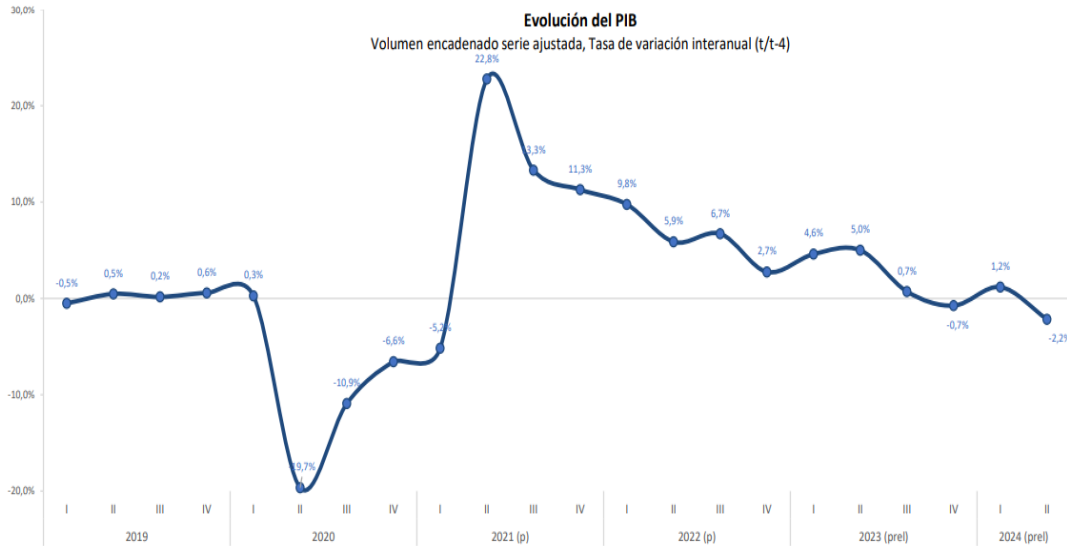


La tasa de inflación del mes de noviembre 2023 se encuentra en 12 divisiones de consumo que son: alimentos y bebidas no alcohólicas 4,58%, bebidas alcohólicas y tabaco 2,19%, prendas de vestir y calzado -3,79%, alojamiento agua, electricidad y otros 0,67%, muebles y artículos para el hogar 1,70% , salud 1,04% , medio de transporte con 4,58%, comunicaciones 2,19%, recreación y cultura -3,79%, educación 0,67%, restaurantes y hoteles, bienes y servicios diversos 1,04%, vehículos 0,99%; es total tiene una variación en el índice de precio de consumo de -0,40% mensual, 1,53% anual, 1,37% acumulada (Ecuador, 2024).

La tasa de inflación anual durante los meses de febrero culminó con una tasa de variación anual de 43%. Ecuador tiene una contracción en el segundo trimestre del año 2024 de 2,2% comparado con el año 2023(Banco Central, 2024).

Figura 8

Evaluación del PIB

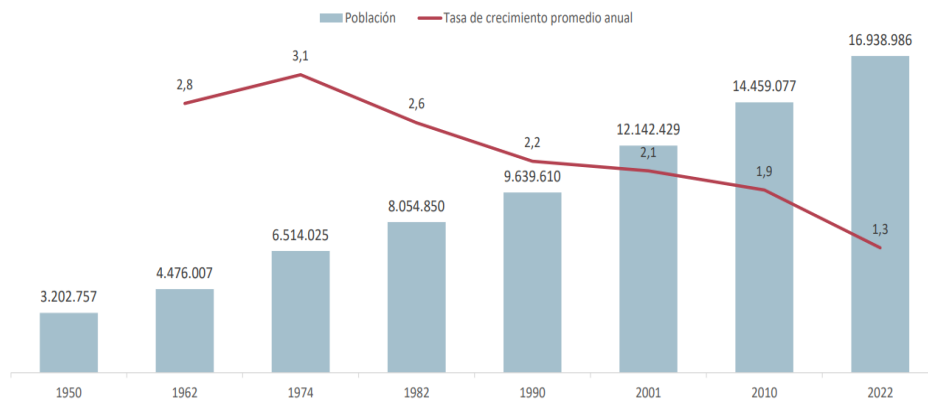


Factor Social

Según INEC cuenta con 16.039.094 ciudadanos ecuatorianos, la provincia del Guayas y Pichincha abarcaron con un 44% de la población total del país, Guayas tiene una población de 4,199,614 con porcentaje de variación 26,18% y Pichincha 2.811.403 con variación de 17,53% (INEC, 2023).

Figura 9

Censo Total



Según los datos del Censo de 2023, la población juvenil en Ecuador presenta una distribución interesante. En el rango de edad de 15 a 19 años, se registra un total de 7.776.151 hombres y 7.757.673 mujeres. En el rango de 20 a 24 años, la población masculina asciende a 733.928, mientras que la femenina es de 761.984. Finalmente, en el rango de 25 a 29 años, se cuentan 642.951 hombres y 704.217 mujeres. Por lo que, Según el Censo de 2023, el 7,7% de la población se identifica como indígena, mientras que el 7,7% se considera montubia y el 4,8% afroecuatoriana (Censo Ecuador, 2023). Ecuador es considerado el país más violento, inseguro con una alta tasa de victimización por la delincuencia del continente. El 90% de los crímenes hechos en Ecuador 2023 se mantienen impune en la espera de un acuerdo (Primicias, 2023).

Más de 500 ecuatorianos son víctimas de la delincuencia cada hora. El 36% de los ecuatorianos fueron víctimas de algún delito durante los 12 meses el cual es equivalente a casi 5 millones de ecuatorianos que fueron por chantaje, fraude, hurto, robo, amenazas o algún tipo de acto delincuencia. Desde el año 2010 hasta el 2023 hubo un crecimiento de entre los 7 a 11% durante los años (Montalvo, 2023).

Figura 10

Porcentual de inseguridad en Ecuador



Factor Tecnológico

La epidemia de salud del COVID 19 afectó todo tipo de negocios, los hospitales tuvieron que cerrar, las personas debieron aislarse por temor al contagio. En ese contexto los negocios para sobrevivir vieron a la tecnología como la oportunidad de comenzar, crecer y expandir los negocios. Gracias a la tecnología muchos emprendimientos nuevos crecieron, los medios de comunicación como: Instagram, Facebook, Whatsapp impulsaron a adolescentes y jóvenes a trabajar, a ofrecer y promocionar sus productos o servicios por estos canales (Aranzamendi, 2020).

La era de la tecnología para muchas empresas eran desafíos que tenía que darles la vuelta a sus formalidades laborales convertir las agendas, hojas en el uso de computadores, celulares, herramientas que tanto para los gerentes y personal de trabajo no tenían conocimiento era cambiar a una cultura diferente y dejaba a la empresa con la opción de capacitarse lo más pronto posible (Aranzamendi, 2020).

El 90% de organizaciones ecuatorianas son microempresas en las que la mayoría implementan las TICs (tecnologías de la información y las comunicaciones) (El Nuevo Ecuador, 2021). En el año 2024 había 17.56 millones de conexiones móviles celulares activas en Ecuador que equivale al 96% de la población total. Según las últimas estadísticas, a principios del 2024, Ecuador contaba con aproximadamente 15.29 millones de usuarios de internet. Esto representa una penetración significativa en la población total del país. En cuanto a la presencia en redes sociales, el 69.2% de la población ecuatoriana, equivalente a 12.66 millones de usuarios, tienen una presencia activa en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, entre otras (Branch, 2024).

Figura 11

Implementación y uso de dispositivos conectados a servicios



3.2 Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimiento en la Industria

En marzo de 2022, el sector inmobiliario, logró obtener préstamos por un valor de \$890 millones, lo que representa el 16,59% del total de préstamos otorgados por el sector bancario. (Superintendencia de Bancos, 2022).

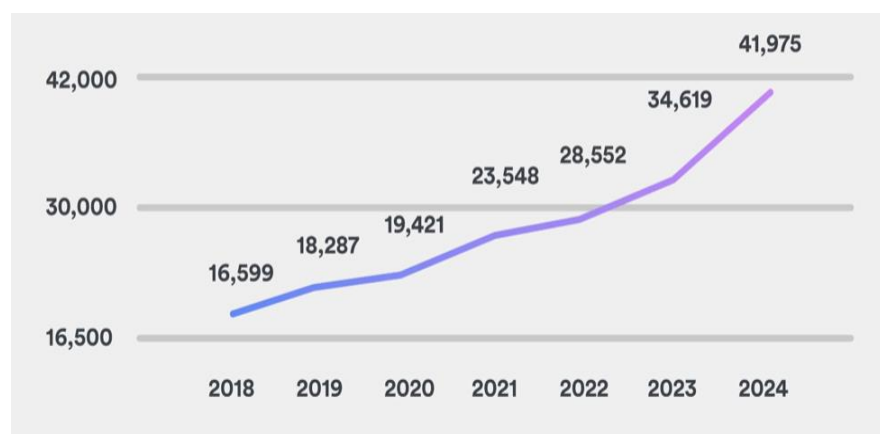
En el año 2015 tiene aproximadamente 331,000 coworkers utilizan los espacios de trabajo compartidos en EE.UU. Más el año 2021 aumentó a 9,993,000 de personas. En el año 2019 el 50% de los afiliados son mujeres. El 20% de estos miembros laboran en IT y el 42% son freelancers. El 82% de los miembros reportan haber expandido su networking. El 89% de los espacios dicen que son más felices en su trabajo después de adquirir el espacio coworking y el 83% se sienten menos solitarios. El 70% de los coworkers laboran en los espacios coworking reportan haber aprendido nuevas destrezas por la comunidad emprendedora, profesionales, pequeñas empresas y medianas. Operar en un espacio de coworking genera desde el 20% y 25% de ahorro en gastos en comparación a una oficina tradicional.

En la ciudad de Guayaquil existe 13 espacios de Coworking. La empresa Panal Coworking es considerada como el número #1 de espacios coworking por ser el mejor lugar desarrollado en el Ecuador. A través del sitio coworker.com la empresa es calificada por 69 miembros considerándose ganadora en los Members Choice Awards de Coworker.com en el año 2018 y 2019 (Panal Coworking, 2024) .

Desde el año 2018 hasta el 2024 ha evolucionada las operadoras de coworking desde 16,599 hasta 41,975 por lo que queda demostrado la validez de crecimiento y aceptabilidad del negocio en el mercado (Coworking La Fábrica, 2024).

Figura 12

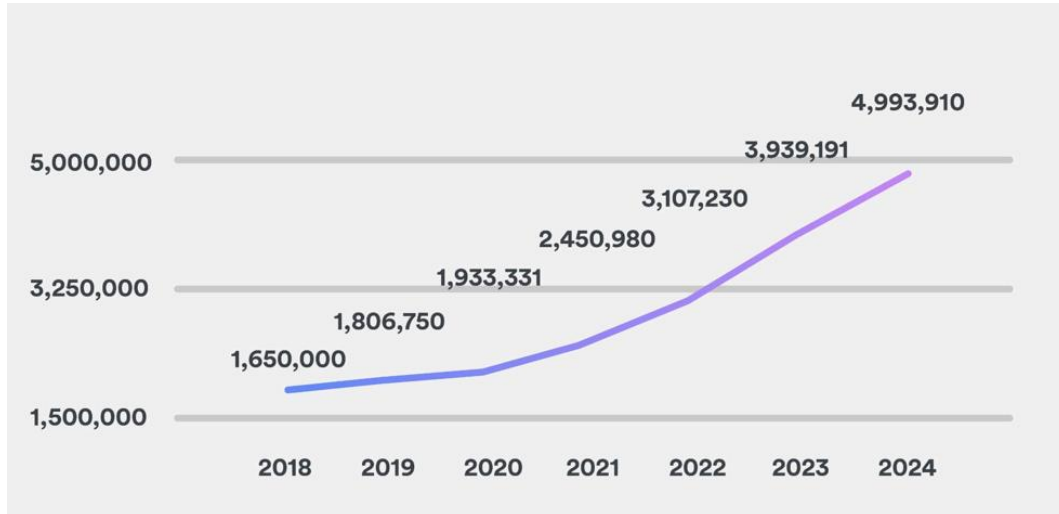
Números de Operadores de Coworking en el mundo



A través del crecimiento de la industria consideramos la parte principal del negocio que es la aceptación de los coworkers. Desde el año 2018 se comenzó con 1.650.000 y terminó en el año 2024 con 4.993.910 de personas (Coworking La Fábrica, 2024).

Figura 13

Números de personas que adquieren el servicio de coworking en todo el mundo



3.3 Análisis del Ciclo de Vida de la Industria

El ciclo de vida de la industria consiste en cuatro etapas que se detalla a continuación:

Introducción.-

En esta etapa el negocio introduce al mercado donde tendrá muchos desafíos para lograr tener rentabilidad y llegar obtener el punto de equilibrio ya que en esta fase existe muchos gastos (Torres, 2018).

Crecimiento

En esta etapa del crecimiento del producto o servicio en el mercado laboral donde se tiene que planificar diferentes estrategias como las promocionales y de marketing dando paso a las redes sociales donde las ventas crecerá como también la competencia (Robayo, 2020).

Madurez

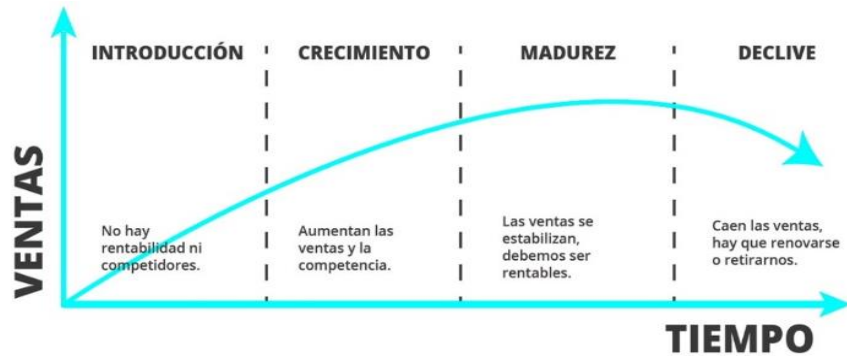
En esta etapa es la fase de la estabilidad donde el negocio se mantiene en el momento de pasar el proceso de los obstáculos, donde tienen menos gastos y se ven las ganancias (Sánchez, 2015).

Declive

En esta etapa los cambios en la empresa o de mercado logran desestabilizar la empresa, por lo que llegan a un cierre no obstante en esta fase puede lograr reinventarse a través de un nuevo plan estratégico para dar continuidad en la competencia del mercado (Sanchis, 2020).

Figura 14

Ciclo de Vida de la Industria



Healthy Work Space está en la etapa de instrucción donde se caracteriza por la puesta en marcha de la empresa y la presentación de sus servicios de coworking a profesionales y emprendedores. En esta fase, se enfoca en crear conciencia sobre la marca y sus beneficios únicos, como espacios de trabajo sostenibles y tecnológicamente avanzados. La empresa invierte en marketing y publicidad para atraer a sus primeros clientes y establecer una presencia en el mercado. Además, se centra en desarrollar una experiencia del cliente excepcional, ofreciendo servicios personalizados y flexibles que se adapten a las necesidades de sus clientes. La meta es generar estrategias de marketing positivas que conecten y atraigan a su comunidad empresarial para establecer una base sólida para el crecimiento futuro.

3.4. Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

Poder de Negociación de los Proveedores: Bajo –(2/5)

El poder de negociación con los proveedores es medio porque en el mercado existen variedad de opciones que da oportunidad a las empresas de poder realizar negociaciones favorables en la compra de materias primas o servicios. En el sector de coworking existen muchas opciones de proveedores en el mercado, por ello los proveedores tienen un bajo poder de negociación. Los productos de los proveedores no son únicos y además hay múltiples productos sustitutos, por lo cual su poder de negociación es bajo.

Poder de Negociación de los clientes: Media – (3/5)

El poder de negociación de los clientes es medio porque, aunque existe variedad de opciones como los servicios de alquileres tradicionales, cafetería o en su hogar disponibles a la elección del cliente, más sin embargo la opción de coworking brinda variedad de servicios de espacios de oficinas que cubre diversidad de servicios siendo la opción beneficiosa para los clientes. Los clientes tienen poco poder de negociación de precios o condiciones especiales.

Rivalidad entre competidores: Media (3/5)

La industria inmobiliaria en el país de Ecuador se encuentra en crecimiento considerando la creación de nuevos competidores en el país, teniendo la flexibilidad de obtener negocios de manera sencilla, por ende, la rivalidad entre competidores tiende a ser media. Actualmente, los espacios de coworking en la ciudad de Guayaquil lo brindan más de 10 empresas, pero la demanda sigue creciendo. Los espacios de coworking se han vuelto una de las opciones de adquirir el servicio para el desarrollo de nuevos emprendimientos y logros en comunidad.

Amenazas de servicios sustitutos: Media (4/5)

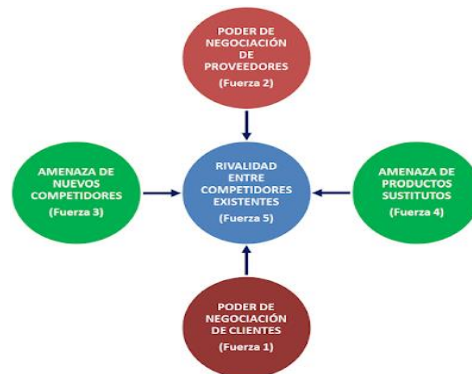
En la actualidad existe servicios de espacios coworking en la ciudad de Guayaquil que brindan los servicios que cubren todos los gastos y brindan a los clientes opciones de elegir, por eso, la amenaza de servicios sustitutos es media. En el mercado, existe opciones como cafetería, alquileres de oficinas y la estadía en su hogar. Las empresas de coworking ofrecen opciones únicas tanto en los precios como en el servicio.

Amenaza de nuevos entrantes: Baja (2/5)

La amenaza de nuevos entrantes en el mercado de coworking es una preocupación significativa para Healty Work Space. Debido a la creciente demanda de espacios de trabajo compartidos y flexibles siendo es probable que nuevas empresas entren en el mercado, lo que podría aumentar la competencia y reducir la participación de mercado de Healty Work Space. Además, la barrera de entrada en este mercado es relativamente baja, ya que solo se requiere una inversión inicial en infraestructura y tecnología. Por lo tanto, es fundamental que Healty Work Space se diferencie de la competencia a través de su enfoque en la sostenibilidad, la innovación y la experiencia del cliente, y que mantenga una estrategia de marketing y ventas efectiva para atraer y retener a clientes. Luego del análisis de las Cinco Fuerzas de Porter se concluyen que el atractivo del sector del Coworking es medio.

Figura 15

Cinco Fuerzas de Porter



3.5. Análisis del mercado

3.5.1 Tipo de Competencia

Competencia Directa

Las empresas de espacios de coworking de: Panal Coworking, Invernadero Coworking son competidores directo.

Competencia Indirecta

La competencia indirecta son las cafeterías Serendipity Dessert Bar, Café Dulces P, CERES Cereal, Tostadas y Café.

3.5.2. Tamaño del mercado: TAM, SAM, SOM

Mediante la Figura 6 el tamaño de mercado de TAM (mercado direccionable total) es de jóvenes emprendedores y profesionales de 20 a 65 años, para SAM (mercado direccionable accesible) que son 5758 emprendedores y profesionales del Centro de emprendimiento de Guayaquil y SOM (mercado adquirible accesible) se pretenderá usar el 10% de un aproximado de personas.

TAM: El total de emprendedores y profesionales aproximados en la ciudad de Guayaquil son: 5.758 emprendedores y profesionales en la ciudad de Guayaquil

SAM: Los emprendedores y profesionales 500 coworkers al mes. Se estima que cada coworkers gaste una cantidad de \$3,600 al año, es decir un promedio mensual de \$300.

SAM: $500 \times \$3600 = \$1,800,000$

SOM: El porcentaje del mercado es de 10% $\times \$1,800,000 = \$180,000$

Tabla 2*Tamaño del mercado*

TAM	5,758 Jóvenes emprendedores y profesionales de 20 a 65 años Nivel socioeconómico medio C
SAM	El SAM es de 500 emprendedores y profesionales dispuestos a contratar servicios de coworking por \$3,600 anuales = \$1,800,000 usd
SOM	SOM = 10% del SAM SOM = \$ 180,000

3.5.3 Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Tabla 3*Características de los Competidores*

Empresa	Liderazgo	Antigüedad	Ubicación	Producto	Precio
Panal	Alto	20 años	Av. Francisco de Orellana	Pase Diario	\$20 por día
			Torre A, Piso 10,	Espacios de Trabajo	\$150 mensual
			Oficina 1001	Oficinas Privadas	\$550 mensual
Coworking				Salas de Reuniones	\$15/hora
Regus	Alto	36 años	Torres del Mall,	Oficinas Privadas	\$365 mensual
			Piso 4, Av.	Oficinas Personalizadas	\$365/ mes
			Juan Tanca Marengo	Espacio Coworking	\$35 por día
				Salas de Reuniones	\$25 por hora

Servcorp	Alto	47 años	Malecón, Edificio	Oficinas Privadas	\$1000/ mes
				Astudillo, Espacio Coworking	\$134/ mes
				Piso 1, Ventanas, Escritorio Propio	\$279.20/ mes
			Los Ríos, Ecuador.	Oficinas Virtuales	\$50 mensual
				Salas de Reuniones	\$20 por hora

Impact Hub	Alto	20 años	Av. República de	Espacio Coworking	\$15 por día
			El Salvador	Oficinas Privadas	\$500/ mes
			N34-349 y Suiza,	Oficinas Virtuales	\$50/ mes
			Edificio		
			Murano Plaza,		
			Piso 8, Quito		

Industrious	Alto	13 años	New york, París	Espacio de Coworking	\$350 por mes
			Irvine, Costa Mesa	Oficinas Privadas	\$900 por mes
				Oficinas Virtuales	\$150 por mes

3.5.4 Segmentación

El segmento de mercado va dirigido específicamente a jóvenes emprendedores y profesionales de 20 a 65 años que tienen diversidad de conocimientos estratégicos de diferentes carreras universitarias y experiencia vividas laboralmente siendo el modelo de negocio de alquiler de espacios de trabajo el servicio adecuado para su crecimiento económico y productivo.

3.5.5 Criterio de Segmentación

Tabla 4

Criterio de segmentación

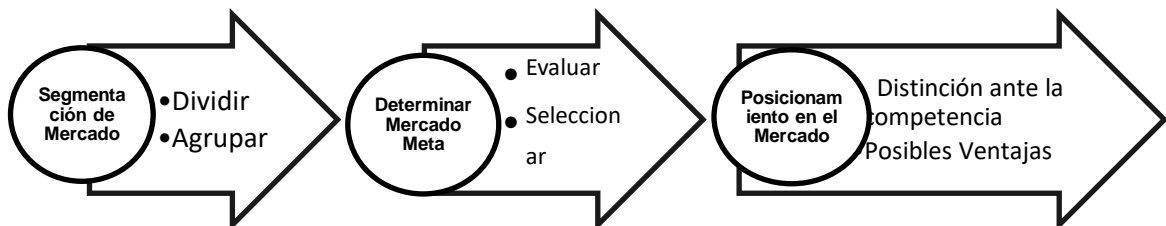
Demográficos	Hombre y mujeres de 20 a 65 años
Geográficos	Guayaquil
Socioeconómico	Clase social media
Psico - gráficos	Jóvenes emprendedores y profesionales de la ciudad de Guayaquil.

3.5.6 Selección de Segmentos

La selección de segmentos es a los jóvenes emprendedores y profesionales de 20 a 65 años con nivel socioeconómico C equivalente a medio.

Figura 16

Mercado Meta



3.5.7. Perfiles de los Segmento

Perfiles de los segmentos: Emprendedores y Profesionales

Edad: 20 a 65 años

Nivel de estudio: Segundo, tercer nivel, técnicos y artesanos

Género: Hombres y Mujeres

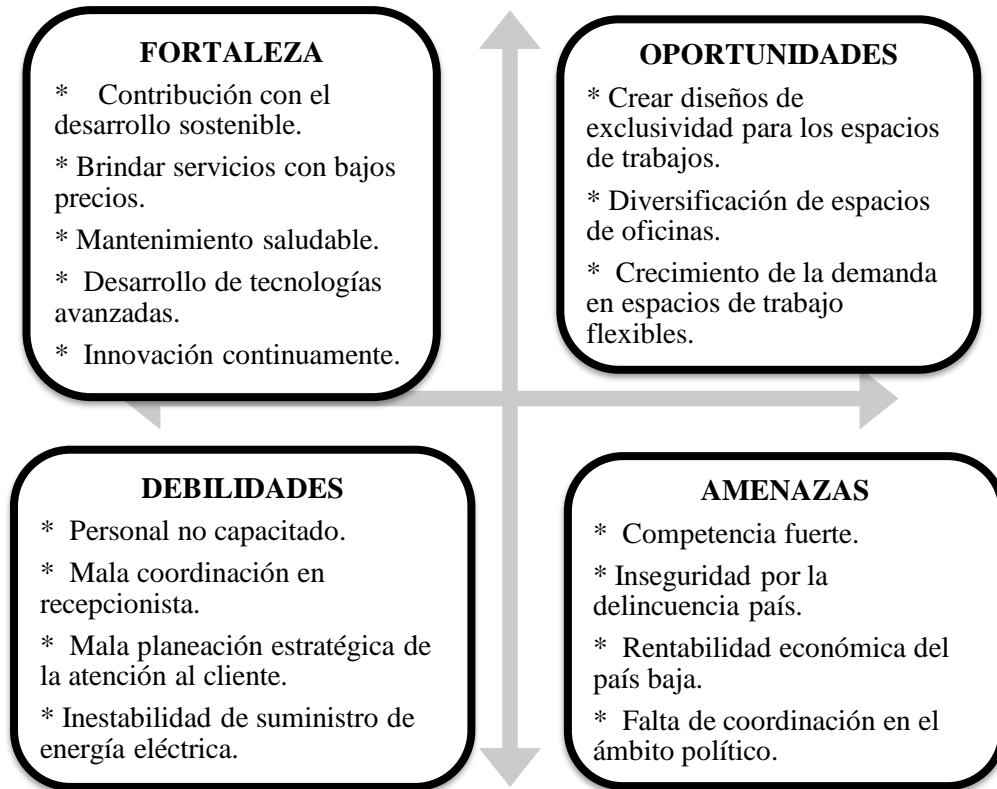
Habilidades: Operativo, administrativo, diseño gráfico, ventas, comunicación, liderazgo y contabilidad y auditoría.

Necesidades: Adquirir espacios flexibles de oficinas en bajos costos y con ambiente sostenible.

3.6 Matriz FODA

Tabla 5

Matriz Foda



3.7 Investigación de Mercado

3.7.1 Método

El enfoque de investigación es mixto. Los datos se recogieron a través de encuestas y entrevistas que permiten conocer la percepción de los potenciales clientes como emprendedores y profesionales.

3.7.2 Diseño de la Investigación

3.7.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos

Objetivo General

Evaluar la viabilidad del modelo de negocio espacio coworking en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- ❖ Conocer la percepción del cliente objetivo
- ❖ Identificar las falencias del modelo de negocio
- ❖ Analizar la situación financiera de los emprendedores y profesionales
- ❖ Identificar los gustos y preferencias de la audiencia
- ❖ Aplicación operativa para llevar a cabo el modelo de negocio

3.7.2.2 Tamaño de la Muestra

3.7.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

La técnica de recogida fue a los emprendedores y profesionales mayores de 18 años que están estudiando carreras universitarias y que trabajan a la vez, esto fue diseñado con el método cualitativo y cuantitativo a través de encuestas y entrevistas.

Las entrevistas se realizarán de manera presencial a 2 coworkers que con frecuencia utiliza los espacios de coworking para realizar su trabajo que por ende se considera el perfil exacto para recolectar respuestas necesarias que será de gran aportación a la investigación.

La encuesta se realizó a través de la herramienta Google Forms con 16 preguntas con opciones múltiples permitiendo al encuestado completar el formulario de manera fácil y rápido. Además, se realizaron encuestas de manera presencial para lograr una mejor tasa de respuestas. Se obtuvo el inconveniente de completar únicamente 300 encuestas, debido a la poca disposición de tiempo por parte de los potenciales encuestados ya que por asuntos del trabajo y por la inseguridad que existe en el país preferían no llenar la encuesta. Asimismo, se implementó la herramienta del código QR para facilitar el acceso a un formulario de encuesta de manera presencial. Sin embargo, para garantizar la seguridad de los datos personales, se requirió el correo electrónico de cada participante. A pesar de los desafíos relacionados con la seguridad de los datos, se obtuvieron respuestas de 200 encuestados.

3.7.2.4 Análisis de Datos

Metodología

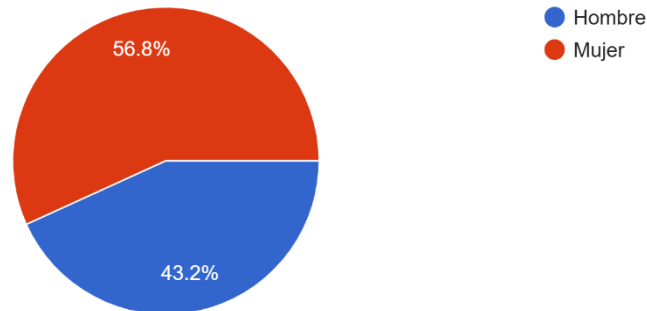
Enfoque Cuantitativo

A través del enfoque cuantitativo permite al proyecto de investigación recopilar datos para comprobar la hipótesis predeterminada (Cadena-Iñiguez, 2017).

A continuación, se mostrarán los resultados de 200 encuestados:

Figura 17

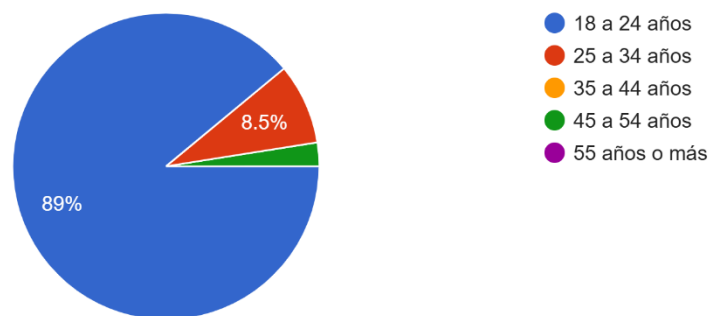
¿Cuál es su género?



El 56,8% de los encuestados son mujeres y 43,2% son hombres de las cuales queda, que el género femenino se encuentra más interesadas del servicio coworking ecológico.

Figura 18

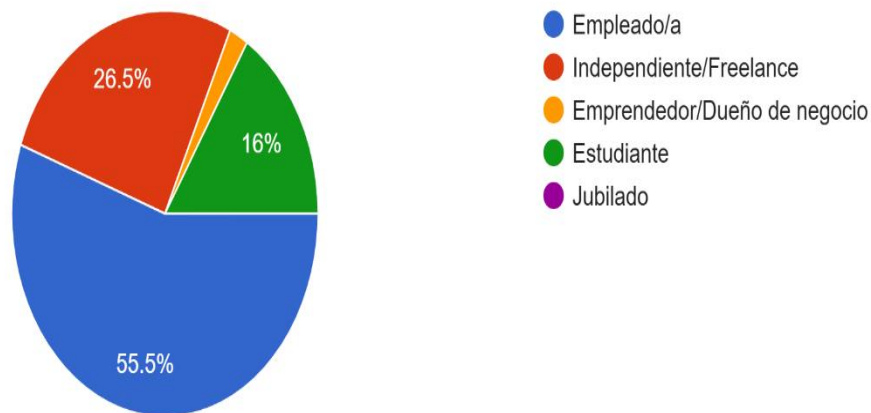
¿Cuál es su rango de edad?



El 89% de los encuestados tiene un rango de edad de 18 a 24 años, el 8,5% tiene entre 25 a 34 años, mientras que en el rango de 35 a 55 años ninguna persona llenó la encuesta.

Figura 20

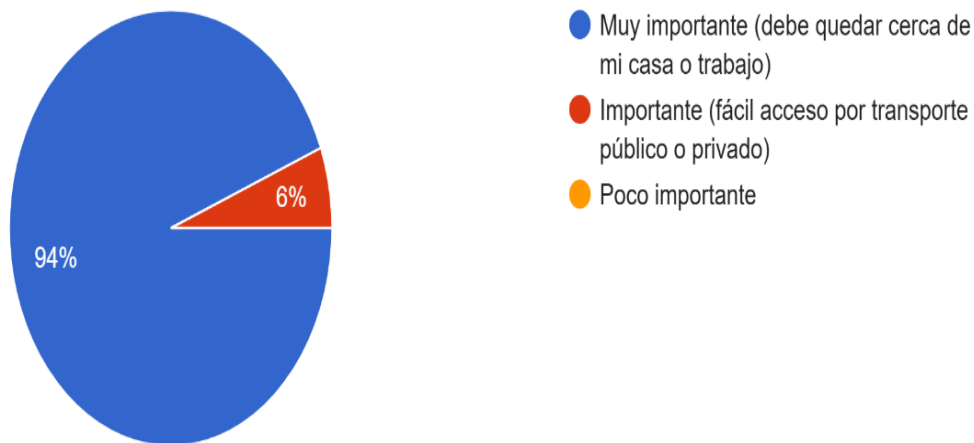
¿Cuál es su ocupación principal?



En cuanto a la ocupación de los entrevistados, el 55,5% son empleados/as, mientras que el 26,5% son independiente/ Freelance y por último el 16% fueron estudiantes.

Figura 19

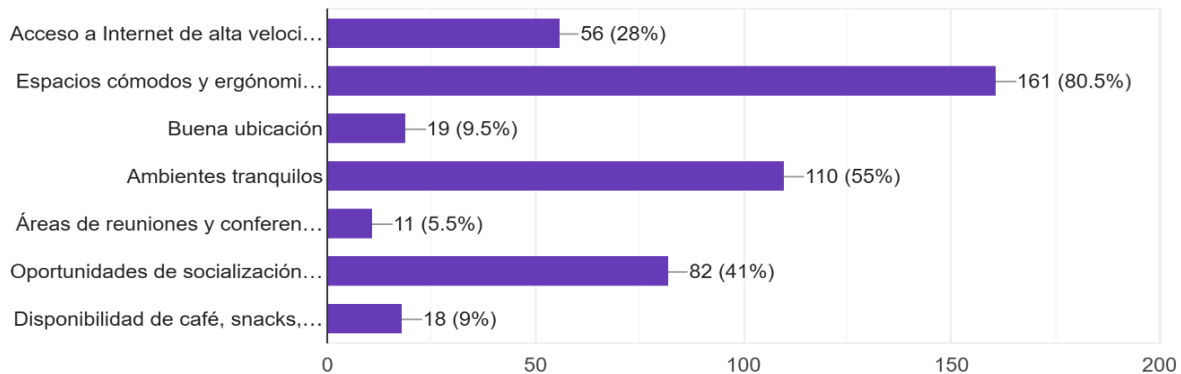
¿Qué tan importante es la ubicación del sitio para trabajar?



El 94% de los encuestados eligieron la opción de muy importante (debe quedar cerca ya sea a su domicilio o trabajo) y solo el 6% seleccionaron la opción de Importante (fácil acceso por transporte público o privado).

Figura 20

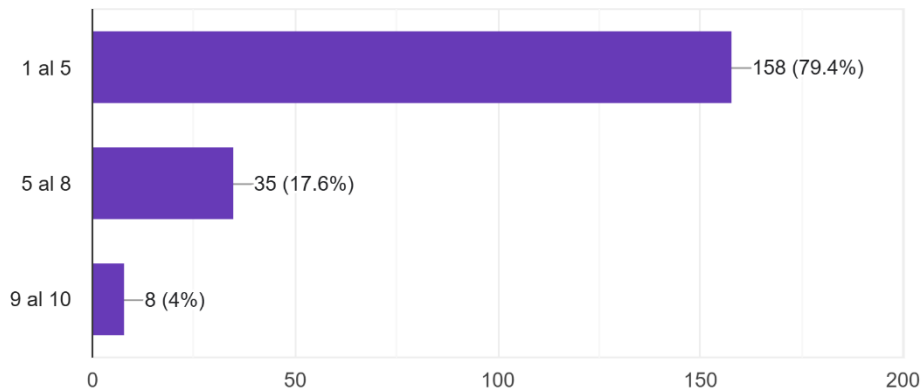
¿Cuáles son las características que más valoras de un sitio de trabajo?



El 80,5% correspondiente a 161 encuestados eligieron los espacios cómodos y ergonómicos, seguido de 55% de los encuestados prefieren los ambientes tranquilos, el 41% eligieron oportunidad de socialización, el 28% eligieron el acceso a internet de alta velocidad, el 9,5% eligieron buena ubicación, el 5,5 eligieron las áreas de reuniones y conferencias y por último el 9% eligieron la disponibilidad de café, snacks y impresiones.

Figura 21

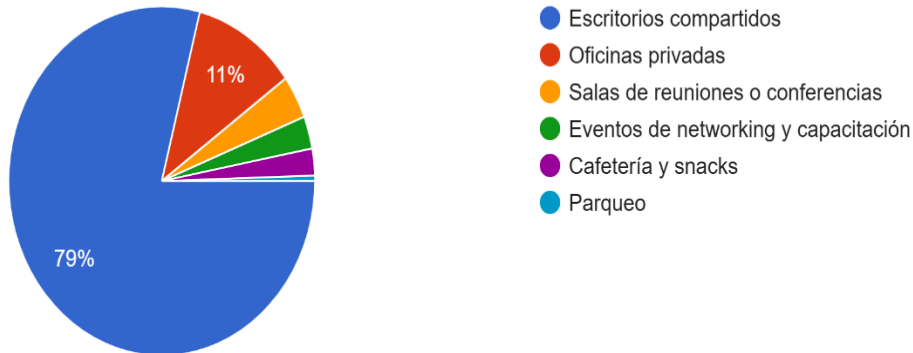
¿De acuerdo con los espacios de coworking que ha usado ¿En cuánto calificarías sus servicios?



El 79,4% eligieron la opción de 1 a 5, el 17,6% dieron con la opción de 5 al 8 y por último el 4% dieron con la opción de 9 al 10. Esto significa que otros sitios de coworking reciben bajas calificaciones por parte de los encuestados.

Figura 22

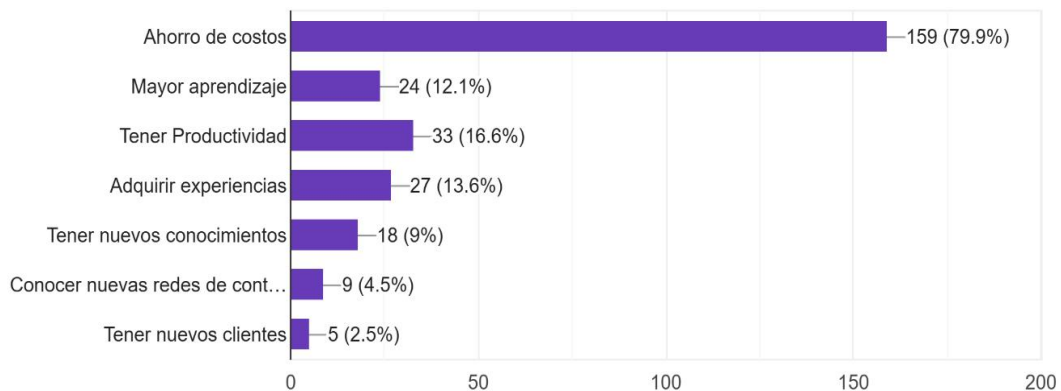
¿Qué servicios consideras esenciales para un servicio de espacio coworking?



El 79% considera esenciales los escritorios compartidos seguido del 11% son oficinas privadas, el 4% salas de reuniones o conferencia, el 3% eventos de networking y capacitación y por último el 2,5% eligieron la cafetería y snacks.

Figura 23

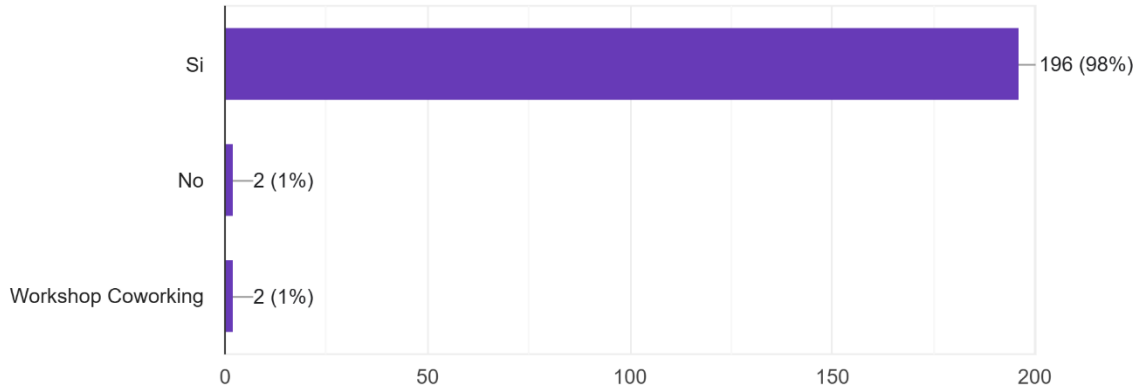
¿Cómo te ha beneficiado el uso de los servicios de espacios Coworking?



El 79,9% de los encuestados percibe que el servicio de espacio de coworking tiene el beneficio de permitir el ahorro de costos, mientras que el 2,5% perciben como beneficio el conseguir nuevos clientes.

Figura 24

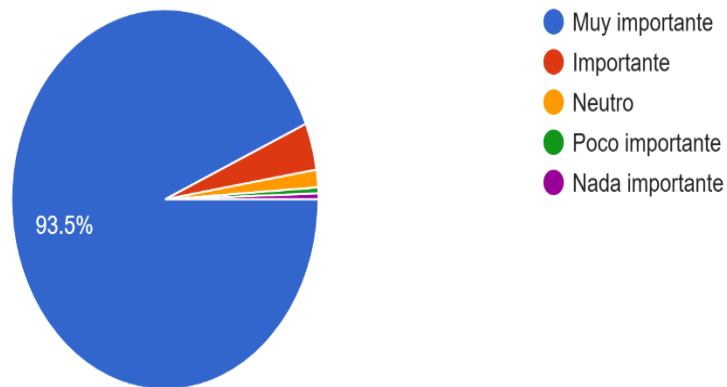
¿Le gustaría que un espacio de trabajo tenga un diseño y arquitectura sostenible?



El 98 % de los encuestados le gustaría un espacio de trabajo con diseño y arquitectura sostenible y solo el 1% dijeron que no.

Figura 25

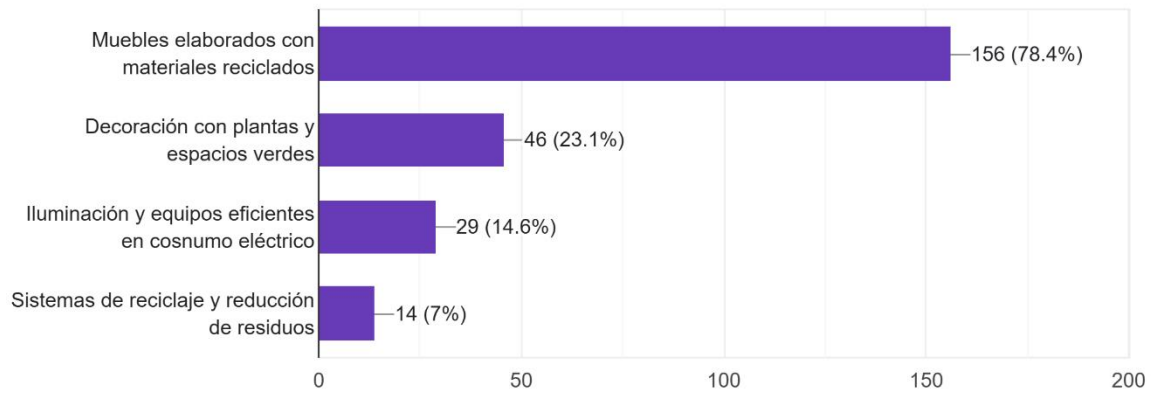
¿Qué tan importante es para usted que un espacio de coworking promueva el cuidado del medio ambiente y utilice materiales ecológicos?



El 93,5% de los encuestados creen que es muy importante un espacio de coworking que promueva el cuidado del medio de ambiente y que utilice materiales ecologicos y el 0,5% sostiene que es nada importante

Figura 26

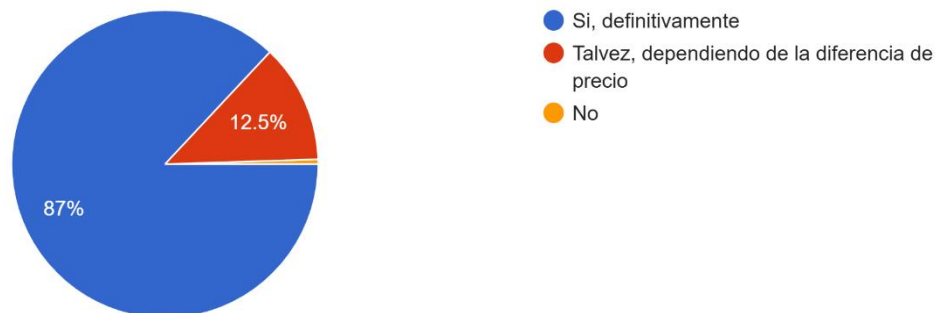
¿Qué elementos sostenibles le gustaría encontrar en el espacio de Trabajo?



El 78,4% le gustaría encontrar muebles elaborados con materiales reciclados más solo al 7% les gustaría sistemas de reciclaje y reducción de residuos.

Figura 27

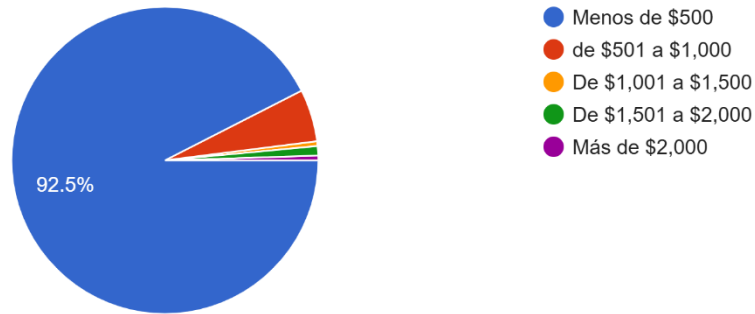
¿Estaría dispuesto a pagar un precio ligeramente superior por disfrutar de un espacio de trabajo sostenible?



El 87% están dispuestos a pagar un precio superior por disfrutar un espacio de trabajo sostenible más el 12,5% eligieron que tal vez, dependiendo de la diferencia de precio

Figura 28

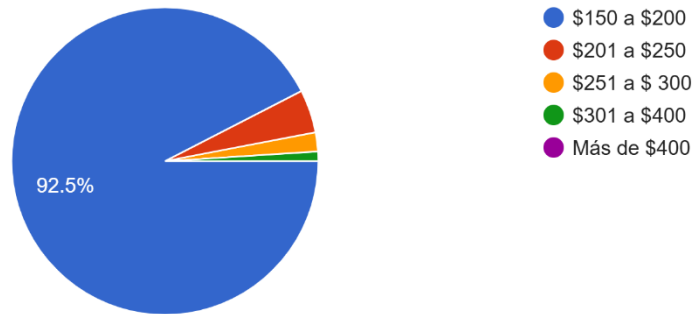
¿Cuál es el nivel aproximado de sus ingresos mensuales?



El 92,5% tiene ingresos mensuales debajo de \$500 más el 5,5% de los encuestados tiene de \$501 a \$1000.

Figura 29

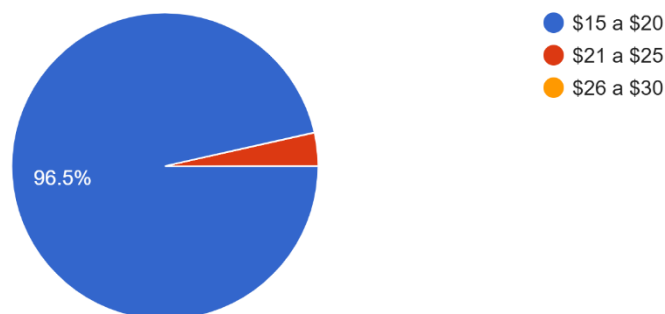
¿Cuánto estaría dispuesto/a pagar al mes por el espacio de trabajo?



El 92,5% de los encuestados está dispuesto en pagar entre \$150 a \$200 y el 4,5% está dispuesto en pagar entre \$201 a \$250.

Figura 30

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de coworking por día?



El 96,5% de los encuestados está dispuesto pagar por cada día de servicio de coworking un valor entre \$ 15 a \$20 y el 3,5% pagaría entre \$21 a \$25.

3.7.2.5. Conclusiones de la Investigación del Mercado

Los resultados de la recolección de datos revelaron que el 56,8% de los encuestados son mujeres y que el 89% se encuentra en el rango de edad de 18 a 24 años. Además, se encontró que el 55,5% de los encuestados son empleados. La ubicación geográfica es un factor crucial para los encuestados, ya que el 94% considera que es muy importante tener una ubicación adecuada que permita un acceso rápido debido a cercanía es esencial para este grupo.

En cuanto a las preferencias laborales, el 80,5% de los encuestados eligió espacios cómodos y ergonómicos para una eficiente ejecución de proyectos laborales. Además, el 79,4% calificó el servicio de los espacios de coworking como excelente. La socialización y el ahorro de costos también son aspectos importantes para los encuestados. El 79% eligió escritorios compartidos que permiten la socialización con diferentes áreas laborales, y el 79,9% considera que los servicios de espacios de coworking son beneficiosos para ahorrar costos.

La sostenibilidad es un tema relevante para los encuestados. El 98% considera que es importante que un espacio de trabajo tenga un diseño y arquitectura sostenible, y el 93,5% opina que es muy importante que el espacio de coworking promueva el medio ambiente y use materiales ecológicos.

En cuanto a la disposición a pagar por un espacio de trabajo sostenible, el 87% de los encuestados estaría dispuesto a pagar un precio superior. Además, el 78,4% eligió muebles elaborados con materiales reciclados. Finalmente, se encontró que el 92,5% de los encuestados tiene un sueldo de menos de \$500, y el 92,5% estaría dispuesto a pagar entre \$150 y \$200 por un espacio de coworking. Además, el 96,5% estaría dispuesto a pagar entre \$15 y \$20 por día.

Para recoger datos mediante el enfoque cualitativo se desarrolló una entrevista a un emprendedor de 45 años que tiene un supermercado. A través de sus respuestas se aprendió sobre las preferencias de los coworkers y el grado de apoyo al cuidado del medio ambiente.

El enfoque cuantitativo permitió recopilar datos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de la investigación y determinar si el espacio de coworking es factible en la ciudad de Guayaquil.

CAPITULO 4

PLAN DE MARKETING

CAPITULO 4

4 PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos: General y Específicos

Objetivo General

Elaborar un plan de marketing para abrir paso en la introducción en el mercado de la ciudad de Guayaquil en menor tiempo posible y recursos económicos flexibles.

Objetivo Especifico

- ❖ Obtener un incremento de venta de un 10% anual a partir del segundo año
- ❖ Conseguir una tasa de ocupación del sitio de coworking de al menos el 60% anual
- ❖ Lograr una satisfacción del cliente de un 80%
- ❖ Tener ingresos en el espacio coworking ecológico de al menos \$100,000 anuales

4.1.1 Mercado Meta

Tipo y Estrategias de Penetración

Mediante la estrategia de penetración se promocionará la marca de la empresa una vez y se buscará captar una participación de mercado que permita ser a la empresa sustentable. Los precios competitivos y la decoración serán un atractiva para conseguir nuevos clientes.

Cobertura

Healthy Works Space tendrá cubrirá la ciudad de Guayaquil, en particular el sector Urdesa Central caracterizado por el comercio y el tráfico vehicular y peatonal y la población de niveles socioeconómico medio típico y medio-alto, de tal manera se espera que el sitio de coworking sea visitado por los emprendedores y profesionales.

Posicionamiento

Para los emprendedores y profesionales que necesitan encontrar un espacio de oficina que le permita ahorrar costos, tener un espacio de trabajo tranquilo y un ambiente sostenible, Healthy Works Space le trae una solución de servicio de espacio coworking ecológico que brinda servicios económicos y con decoración de arquitectura ecológica.

El posicionamiento de un servicio de espacio de coworking ecológico es esencial para resaltar la importancia de trabajar en un lugar cómodo y sostenible desarrollando un servicio que aporte en la productividad, ahorro de costes y mejoras en la salud mental del consumidor.

Se busca transmitir al consumir un lado diferente del servicio de Innovación, Materiales y muebles sostenibles, Energía renovable, Diseño de arquitectura ecológica (Plantas y Jardín), espacios de descanso (reducción para el estrés).

4.3 Estrategias de Marketing Mix

4.3.1 Estrategia de Producto o Servicios

SERVICIOS

La estrategia de servicio básico de la empresa se basa en ofrecer espacios de trabajo innovadores y sostenibles; en el servicio real la empresa brinda: espacios compartidos, oficinas privadas, escritorios asignados, internet de alta velocidad, seguridad, servicio de impresión, y servicio de recepción y por último el servicio aumentado de la organización son los eventos de networking, conferencia de impacto ambiental.

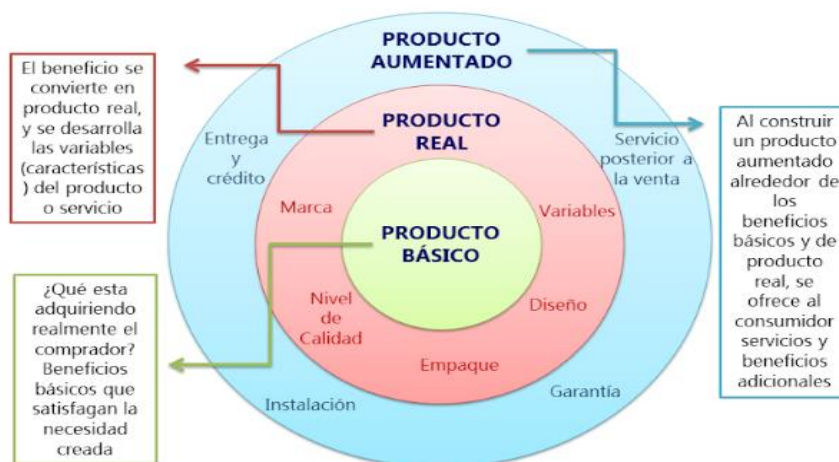
Enfocándose en diseñar espacios de oficina con interiores ecológicos que no solo reducen el impacto ambiental, sino que también promueven la productividad y la creatividad.

Asimismo, la empresa se centra en crear un ambiente de trabajo que fomente la colaboración y la comunidad. Lo que se quiere lograr es que los clientes se sientan cómodos y apoyados en su entorno laboral, lo que les permitirá alcanzar su máximo potencial.

La estrategia central en la empresa es la satisfacción del cliente garantizándoles que nuestros servicios se sientan motivados para recomendarlos a otros. Esto permite construir relaciones a largo plazo con nuestros clientes para seguir creciendo y mejorando nuestros servicios.

Figura 31

Niveles Estratégicos del Servicio



4.3.1.1 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

La empresa Healty Work Space no aplica como tal un empaque y etiquetado. Sin embargo, la empresa refleja la esencia de la marca: innovación, sostenibilidad y comodidad minimizando nuestro impacto en el medio ambiente. Asimismo, se ha diseñado un logotipo distintivo con un diseño minimalista que transmite profesionalismo y modernidad. La propuesta es que, en cada detalle, desde el color hasta la tipografía, se refleja el compromiso con la calidad y la experiencia del cliente.

Figura 32

Salas de reuniones

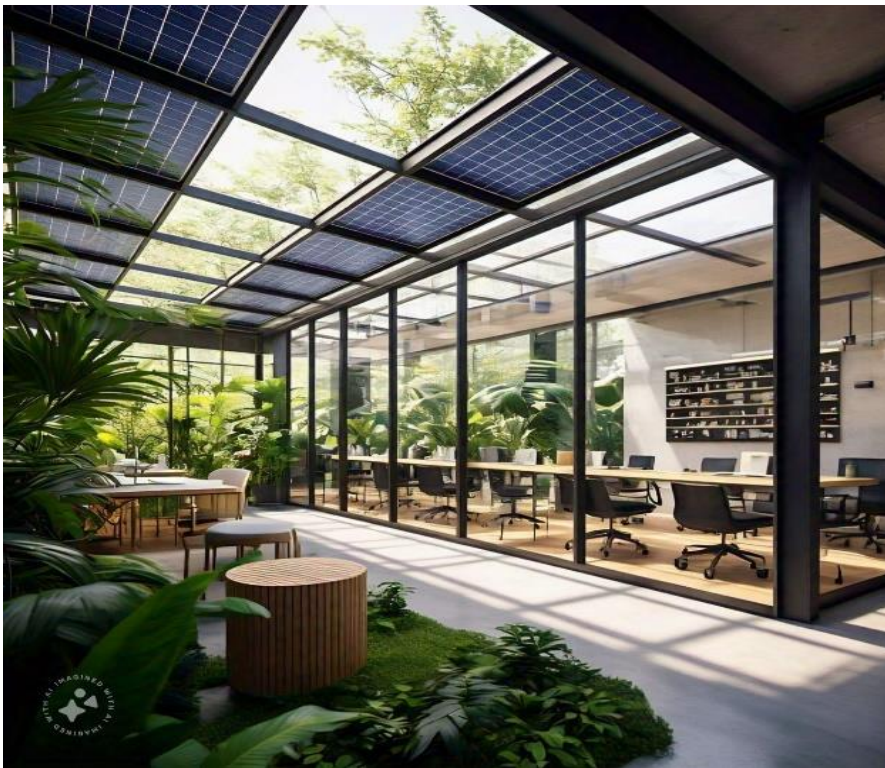


Figura 32

Espacios compartidos



Figura 33

Áreas Comunes de oficinas



Figura 38

Áreas sostenibles de oficinas



4.3.1.2 Amplitud y Profundidad de Línea

La amplitud de la línea de Healthy Works Space será crear un espacio que sea atractivo para una amplia gama de profesionales y empresas, desde freelancers y emprendedores hasta pequeñas y medianas empresas. La profundidad de la línea de será a la calidad y el nivel de servicio que ofrecerán a sus clientes. Siendo uno de sus objetivos el ser un espacio que sea no solo funcional, sino también acogedor y estimulante.

La empresa tiene ventajas Competitivas de Healthy Works Space que son: Ubicación céntrica, Diseño innovador, Equipo experimentado

Marcas y Submarcas

Healthy Works Space es la marca principal del modelo de negocio y la submarca es Coworking Flexispace, se implementará por traer mayor claridad al cliente y brindar al cliente una rápida dirección de encontrar los servicios.

Figura 34

Logo



4.3.2 Estrategia de Precios

Precios de la Competencia

El presente trabajo de investigación cuenta con competidores directos, pero en la ciudad de guayaquil no se ha empleado un servicio de espacio coworking ecológico, por consiguiente, se describirá las marcas junto con sus precios que brindan en el mercado.

Figura 35

Importancia de la Estrategia de Precios



Tabla 6*Precios de los competidores*

Empresa	Precio
Work Q	Espacio de Trabajo \$50 por mes Oficinas privadas \$550 por mes Salas de Reuniones \$20 por hora
Invernadero Coworking	Espacio de trabajo \$50 por mes Oficinas Privadas \$380 por mes Salas de reuniones \$14 por hora Auditorio \$80

Poder Adquisitivo del Mercado Meta

Se brindará los servicios a emprendedores y profesionales de edades de 18 a 25 años con nivel socioeconómico de nivel medio, medio alto y además ya tienen un negocio o desean comenzar uno.

Políticas de Precio

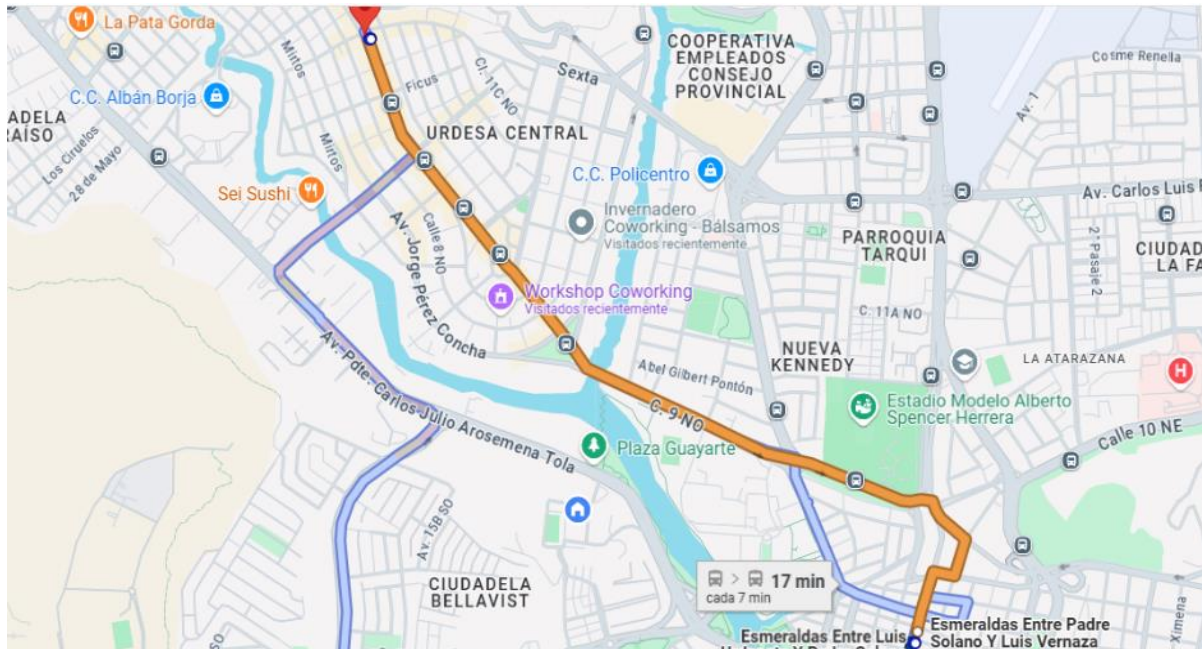
La política de precio en la empresa se desarrollará siendo transparente con el consumidor estableciendo diversificación de precios, se ofrecerá membresía a los consumidores y oferta en la reducción de precios por ser cliente de fidelidad y establecer ofertas en los precios a través de desafíos predispuesto para el cliente.

4.3.3 Estrategia de Plaza**Localización de Puntos de Venta**

El espacio de coworking ecológico contará con un punto de venta físico, ingresando por la calle de Urdesa central de la Avenida Víctor Emilio Estrada hacia el norte, brindando al cliente un servicio de seguridad, comodidad y con diseño sostenible dando al cliente un servicio de satisfacción. En la Figura 43 se muestran los criterios que se han tomado en cuenta para elegir una ubicación óptima.

Figura 36

Localización de Punto de Venta



4.3.3.1.1 Distribución del Espacio

La distribución de los espacios es la estrategia que emplea la empresa para obtener comodidad, sostenibilidad, rentabilidad y bienestar; por otro lado, una buena gestión de espacios crea satisfacción al cliente y mejoras en el rendimiento y colaboración de los trabajadores (IBM, 2023).

Una buena distribución de planta permite reducir el riesgo para la salud y mejora la seguridad de los clientes, eleva la moral y la satisfacción de los coworkers, además aumentar la eficiencia en el servicio al cliente, optimiza el área ocupada, reducción del trabajo administrativo y del trabajo indirecto, disminución del riesgo para el material o su calidad y mayor facilidad de ajuste a los cambios (Avilés, 2019).

Figura 37

Distribución del Espacio



La distribución del espacio está conformada por:

- ❖ Área de Recepcionista
- ❖ Área de Espacios Compartidos
- ❖ Área de Salas de Reuniones
- ❖ Área de Oficinas Privadas
- ❖ Área de Cafetería
- ❖ Área de Descanso
- ❖ Área de Sala de Espera
- ❖ Área Verdes

4.3.3.1.2 Merchandising

En el punto de venta se gestiona estrategias para captar la atención del cliente por ello se empleará la estrategia de street merchadising y se obsequian gorras, agendas, termos para café,

macetas pequeñas, camisas para los trabajadores que llevan la marca y logo de la empresa, así como stands para las ferias.

4.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial

4.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

El canal de distribución de Healthy Work Space cuenta con dos canales de distribución que son directos. El canal directo es el sitio de coworking y además se utiliza a plataforma web para atender virtualmente al cliente. La empresa no cuenta con canales indirectos como minoristas, mayoristas, agentes o depósitos.

Gráfico 1

Canales de Distribución



4.3.4 Estrategias de Promoción

4.3.4.1 Mix Promocional

Promoción de Ventas

Healthy Work Space lanzará una serie de promociones y eventos para fomentar la fidelización y la comunidad emprendedora. Como parte de nuestra estrategia de promoción de ventas, ofreciendo un descuento del 25% en nuestro plan mensual para dos personas que se comprometan a permanecer con nosotros durante al menos seis meses.

Relaciones Publicas

Healty Work Space realizará actividades de relaciones públicas en el que participarán en ferias de emprendimiento en universidades privadas. Además, asistiremos a eventos que promuevan la importancia del cuidado ambiental, ferias de emprendedores, con el objetivo de fomentar la conciencia y la acción sostenible.

Marketing Directo

Healty Work Space se dará a conocer a través de las redes sociales, realizando publicaciones y videos que destacan sus servicios y beneficios. Además, realizarán transmisiones en vivo para premiar a los ganadores de nuestros retos y campañas. También invitarán a sus clientes a compartir sus experiencias y sus servicios en sus redes sociales y como incentivo, realizarán sorteos para obtener un descuento del 35% en un plan mensual.

Además, lanzará campañas de marketing que promuevan la conciencia ambiental y la importancia de la ecología en el consumidor. A través de publicaciones en redes sociales, invitando a sus seguidores a compartir sus pensamientos y comentarios sobre la importancia de la sostenibilidad. Como incentivo, ofrecerá un servicio gratuito de 2 horas por un día a los participantes. Estas campañas les permitirá conectar con su audiencia y promover sus valores de responsabilidad ambiental.

4.3.4.2 Cronograma y presupuesto promocional

Tabla 7

Cronograma promocional

Actividades	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sept	oct	nov	dic
Diseñar 5 Post del servicio cada semana	X		X									
Planificar 4 estrategias de marketing directo					X					X		
Publicar videos sobre la importancia de la sostenibilidad		X	X									
Realizar concursos de sostenibilidad							X					
Publicar cada 1 día a la semana sobre retos ecológicos											X	

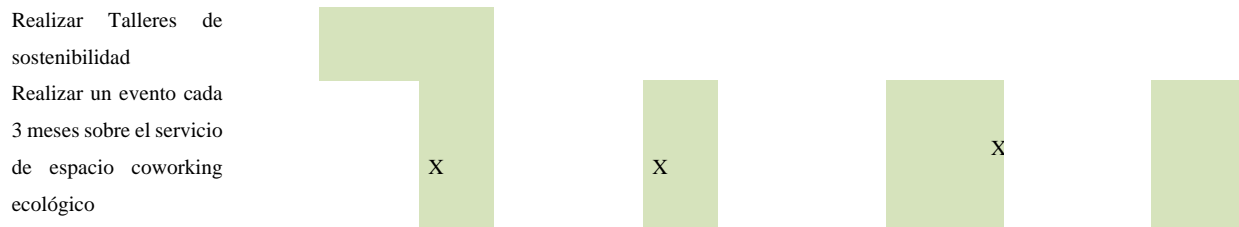


Tabla 8

Presupuesto promocional

Actividades	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sept	oct	nov	dic
Diseñar 5 Post del servicio cada semana	\$200		\$200									
Planificar 4 estrategias de marketing directo					\$500					\$500		
Publicar videos sobre la importancia de la sostenibilidad			\$300	\$400								
Realizar concursos de sostenibilidad							\$100			\$		
Publicar cada 1 día a la semana sobre retos ecológicos		\$400							600			
Realizar Talleres de sostenibilidad		\$500										
Realizar un evento cada 3 meses sobre el servicio de espacio coworking ecológico			\$400							X		
Total		\$900	\$900	\$400	\$500		\$100		\$600		\$500	
Total	\$3.900											

CAPITULO 5

PLAN OPERATIVO

CAPITULO 5

5 PLAN OPERATIVO

5.1 Producción

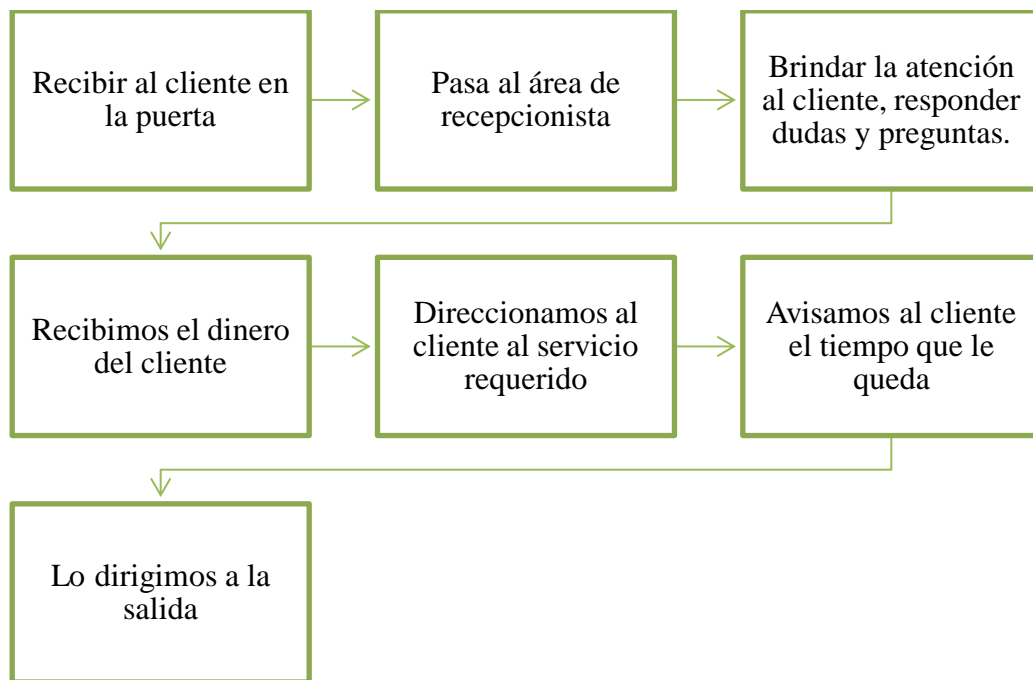
5.1.1 Proceso Productivo

Los procesos de entrega servicio son esenciales en el medio empresarial permitiendo a la empresa visualizar los pasos que tiene que dar un negocio para llegar a implementarlos. Por consiguiente, el servicio de espacio coworking ecológico necesitará de proveedores de inmuebles y personales profesionales para el desarrollo de la arquitectura de la empresa.

5.1.2 Flujogramas de procesos

Gráfico 2

Procesos productivos de venta a través de empresa Física



5.1.3. Ubicación e Infraestructura

El espacio Coworking se encontrará ubicado en la Avenida Víctor Emilio Estrada hacia el norte que es la avenida principal de Urdesa Central.

5.1.4 Mano de Obra

Son aquellas personas que trabajan en la empresa teniendo un cargo superior direccionando a grupos de trabajadores para dar al cumplimiento objetivo de cada personal. A continuación, se presentará el desempeño de los cargos de cada personal.

5.1.5 Capacidad Instalada

La capacidad instalada de un espacio de coworking ecológico contará con 12 oficinas privadas, 18 puestos de espacios compartidos y 10 espacios designados. La tabla 8 presenta los ingresos mensuales de la empresa.

5.1.6 Presupuesto

El presupuesto de un espacio de coworking ecológico obtuvo el total de \$4,550 de ingresos mensuales a través de los servicios de espacios compartidos, oficinas privadas y sala de reuniones. A continuación, se presentará su proceso mediante la siguiente tabla:

Tabla 8

Presupuesto de Ingresos

Servicio	Capacidad (personas)	Precio mensual (USD)	Precio diario (USD)	Ocupación mensual (porcentaje)	Horas mensuales alquiladas (Salas)	Precio por hora (USD)	Ingresos mensuales (USD)
Escritorios compartidos	18	125	10	80%			\$ 1.800,00
Escritorios designados	10	225	20	90%			\$ 2.025,00
Oficinas privadas	12	500	50	100%			\$ 6.000,00
Salas de reuniones	0				150	15	\$ 2.250,00
	40						\$ 12.075,00
						PROMEDIO	\$ 301,88

5.2 Estructura Organizacional

5.2.1 Cargos y Perfiles del Equipo Gerencial

Gerente General

Se encargará de evaluar a corto y largo plazo de la dirección de la organización

Controla el mecanismo de las decisiones para la continuidad de permanencia en el mercado laboral, Aportar ingresos económicos para el desarrollo de los gastos y recursos necesarios para la organización

Supervisor Financiero

Se encargará de planifica el desarrollo financiero de las tareas comerciales, aplica los controles de eficiencia en el manejo de las áreas contables dando el cumplimiento de las metas de la empresa, se encargará de realizar las estrategias de alianza coworking, llevar un control de horarios, personal para que todo funciona de manera adecuada y de orden.

Será responsable de gestionar la contabilidad de la empresa garantizando la estabilidad económica y financiera. Además, supervisará y recibirá informes periódicos de todos los

departamentos sobre los materiales y suministros necesarios, con el fin de asegurar una gestión eficiente y oportuna de los recursos.

Supervisor Operativo

Se encargará de planificar las campañas y actividades de marketing para dar a conocer a la organización a través de las redes sociales y otros canales de comunicación, mantenimiento, mantener los espacios de oficina limpios, mantener todos los recursos en buen estado, llevar un control de lo que necesite y avisar a los supervisores

Supervisor de Seguridad

Se encargará de seguir con el cumplimiento del contrato establecido por la empresa, proteger el área del establecimiento y Llevar un control de las personas que llegan al negocio.

Supervisor de Mantenimiento y Limpieza

Se encargará de formar y capacitar al personal, supervisar el desempeño laboral del trabajador y verificar que el lugar se encuentre limpio y organizado

Supervisor de Sostenibilidad

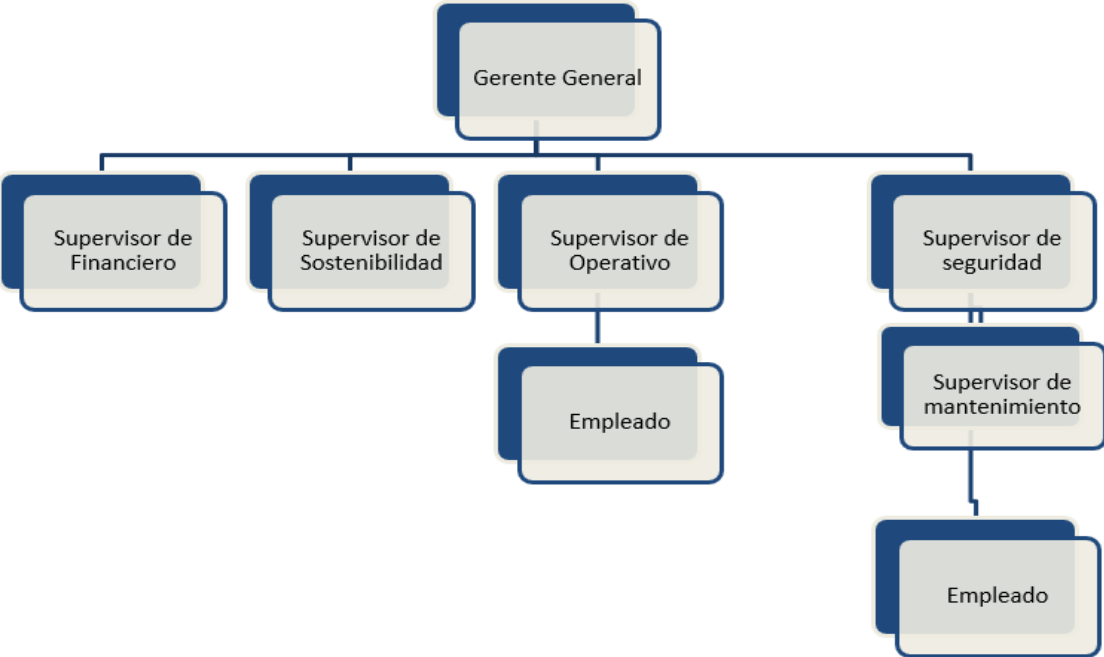
Se encargará de realizar todas las estrategias sostenibles para fomentar el impacto ambiental.

5.2.2 Organigrama

A continuación se presentará como estará dividida los roles y cargos que se desempeñará cada trabajador dentro de la empresa:

Gráfico 3

Organigrama de la empresa



CAPITULO 6

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO-TRIBUTARIO

CAPÍTULO 6

6 ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

6.1 Inversión Inicial

La inversión total del proyecto es de \$49.245,60 con un porcentaje del 100%.

Tabla 9

Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL		
Descripción	Valor	%
Capital de Trabajo	\$ 10.581,60	21,49%
TOTAL, INVERSIÓN CORRIENTE	\$ 10.581,60	21,49%
Muebles y Enseres	\$ 9.120,00	18,52%
Equipos de Oficina	\$ 6.028,00	12,24%
Equipos de Computación	\$ 15.100,00	30,66%
TOTAL, INVERSIÓN FIJA	\$ 30.248,00	61,42%
Consultorías	\$ -	0,00%
Gastos de constitución e instalación	\$ 8.416,00	17,09%
Publicidad y Comunicación	\$ -	0,00%
Seguros	\$ -	0,00%
TOTAL, INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 8.416,00	17,09%
TOTAL, INVERSIÓN INICIAL	\$ 49.245,60	100,00%

6.1.1 Tipo de Inversión

6.1.1.1 Fija

La inversión fija nos dio un total de \$30.248,00 con un porcentaje de 61,42% que se constituye por muebles y enseres, equipo de oficina, Equipos de computación.

Tabla 10

Inversión Fija

Concepto	Valor	Porcentaje
Muebles y Enseres	\$9.120,00	18,52%
Equipos de Oficina	\$6.028,00	12,24%
Equipos de Computación	\$15.100,00	30,66%
TOTAL, INVERSIÓN FIJA	\$30.248,00	61,42%

6.1.1.2 Diferida

La inversión Diferida es de \$8.416,00 y se constituye por consultorías, Gastos de constitución e instalación, Publicidad y Comunicación y Seguros.

Tabla 11

Inversión Diferida

Concepto	Valor	Porcentaje
Consultorías	\$ -	0,00%
Gastos de constitución e instalación	\$ 8.416,00	17,09%
Publicidad y Comunicación	\$ -	0,00%
Seguros	\$ -	0,00%
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 8.416,00	17,09%

6.1.1.3 Inversión Corriente

La inversión Corriente tiene un total de \$7.606,20 y se constituye por capital de trabajo

Tabla 12*Inversión corriente*

Concepto	Valor	Porcentaje
Capital de Trabajo	\$ 7.606,20	27,24%
TOTAL, INVERSIÓN CORRIENTE	\$ 7.606,20	27,24%

6.2 Financiamiento de la inversión

Las fuentes de financiamiento tienen un total \$ 49.245,60 y se constituye por fondos propios (Interna) y Préstamo (Externa).

Tabla 13*Fuentes de Financiamiento*

FUENTES DE FINANCIAMIENTO			
Descripción	Valor	%	
Fondos Propios (Interna)	\$ 24.622,80	50%	
Préstamo (Externa)	\$ 24.622,80	50%	
TOTAL	\$ 49.245,60	100%	

6.1.2.2 Tabla de Amortización

A través de la gráfica nos muestra la tabla de amortización de 60 meses plazo con una tasa de interés del 2%:

Tabla 14*Amortización*

PERIODOS	SALDO DE CAPITAL INICIAL	PAGO	CAPITAL	INTERESES	SALDO DE CAPITAL FINAL
0	\$ 24.622,80				\$ 24.622,80
1	\$ 24.622,80	\$ 541,52	\$ 305,55	\$ 235,97	\$ 24.317,25
2	\$ 24.317,25	\$ 541,52	\$ 308,48	\$ 233,04	\$ 24.008,77
3	\$ 24.008,77	\$ 541,52	\$ 311,44	\$ 230,08	\$ 23.697,33
4	\$ 23.697,33	\$ 541,52	\$ 314,42	\$ 227,10	\$ 23.382,91
5	\$ 23.382,91	\$ 541,52	\$ 317,43	\$ 224,09	\$ 23.065,48
6	\$ 23.065,48	\$ 541,52	\$ 320,48	\$ 221,04	\$ 22.745,01
7	\$ 22.745,01	\$ 541,52	\$ 323,55	\$ 217,97	\$ 22.421,46
8	\$ 22.421,46	\$ 541,52	\$ 326,65	\$ 214,87	\$ 22.094,81
9	\$ 22.094,81	\$ 541,52	\$ 329,78	\$ 211,74	\$ 21.765,03
10	\$ 21.765,03	\$ 541,52	\$ 332,94	\$ 208,58	\$ 21.432,10
11	\$ 21.432,10	\$ 541,52	\$ 336,13	\$ 205,39	\$ 21.095,97
12	\$ 21.095,97	\$ 541,52	\$ 339,35	\$ 202,17	\$ 20.756,62

13	\$	20.756,62	\$ 541,52	\$ 342,60	\$	198,92	\$	20.414,02
14	\$	20.414,02	\$ 541,52	\$ 345,89	\$	195,63	\$	20.068,13
15	\$	20.068,13	\$ 541,52	\$ 349,20	\$	192,32	\$	19.718,93
16	\$	19.718,93	\$ 541,52	\$ 352,55	\$	188,97	\$	19.366,38
17	\$	19.366,38	\$ 541,52	\$ 355,93	\$	185,59	\$	19.010,46
18	\$	19.010,46	\$ 541,52	\$ 359,34	\$	182,18	\$	18.651,12
19	\$	18.651,12	\$ 541,52	\$ 362,78	\$	178,74	\$	18.288,34
20	\$	18.288,34	\$ 541,52	\$ 366,26	\$	175,26	\$	17.922,09
21	\$	17.922,09	\$ 541,52	\$ 369,77	\$	171,75	\$	17.552,32
22	\$	17.552,32	\$ 541,52	\$ 373,31	\$	168,21	\$	17.179,01
23	\$	17.179,01	\$ 541,52	\$ 376,89	\$	164,63	\$	16.802,12
24	\$	16.802,12	\$ 541,52	\$ 380,50	\$	161,02	\$	16.421,62
25	\$	16.421,62	\$ 541,52	\$ 384,15	\$	157,37	\$	16.037,48
26	\$	16.037,48	\$ 541,52	\$ 387,83	\$	153,69	\$	15.649,65
27	\$	15.649,65	\$ 541,52	\$ 391,54	\$	149,98	\$	15.258,11
28	\$	15.258,11	\$ 541,52	\$ 395,30	\$	146,22	\$	14.862,81
29	\$	14.862,81	\$ 541,52	\$ 399,08	\$	142,44	\$	14.463,73
30	\$	14.463,73	\$ 541,52	\$ 402,91	\$	138,61	\$	14.060,82
31	\$	14.060,82	\$ 541,52	\$ 406,77	\$	134,75	\$	13.654,05
32	\$	13.654,05	\$ 541,52	\$ 410,67	\$	130,85	\$	13.243,38
33	\$	13.243,38	\$ 541,52	\$ 414,60	\$	126,92	\$	12.828,78
34	\$	12.828,78	\$ 541,52	\$ 418,58	\$	122,94	\$	12.410,20
35	\$	12.410,20	\$ 541,52	\$ 422,59	\$	118,93	\$	11.987,61
36	\$	11.987,61	\$ 541,52	\$ 426,64	\$	114,88	\$	11.560,97
37	\$	11.560,97	\$ 541,52	\$ 430,73	\$	110,79	\$	11.130,25
38	\$	11.130,25	\$ 541,52	\$ 434,85	\$	106,66	\$	10.695,39
39	\$	10.695,39	\$ 541,52	\$ 439,02	\$	102,50	\$	10.256,37
40	\$	10.256,37	\$ 541,52	\$ 443,23	\$	98,29	\$	9.813,14
41	\$	9.813,14	\$ 541,52	\$ 447,48	\$	94,04	\$	9.365,66
42	\$	9.365,66	\$ 541,52	\$ 451,77	\$	89,75	\$	8.913,90
43	\$	8.913,90	\$ 541,52	\$ 456,09	\$	85,42	\$	8.457,80
44	\$	8.457,80	\$ 541,52	\$ 460,47	\$	81,05	\$	7.997,34
45	\$	7.997,34	\$ 541,52	\$ 464,88	\$	76,64	\$	7.532,46
46	\$	7.532,46	\$ 541,52	\$ 469,33	\$	72,19	\$	7.063,12
47	\$	7.063,12	\$ 541,52	\$ 473,83	\$	67,69	\$	6.589,29
48	\$	6.589,29	\$ 541,52	\$ 478,37	\$	63,15	\$	6.110,92
49	\$	6.110,92	\$ 541,52	\$ 482,96	\$	58,56	\$	5.627,96
50	\$	5.627,96	\$ 541,52	\$ 487,58	\$	53,93	\$	5.140,38
51	\$	5.140,38	\$ 541,52	\$ 492,26	\$	49,26	\$	4.648,12
52	\$	4.648,12	\$ 541,52	\$ 496,98	\$	44,54	\$	4.151,15
53	\$	4.151,15	\$ 541,52	\$ 501,74	\$	39,78	\$	3.649,41
54	\$	3.649,41	\$ 541,52	\$ 506,55	\$	34,97	\$	3.142,86
55	\$	3.142,86	\$ 541,52	\$ 511,40	\$	30,12	\$	2.631,46
56	\$	2.631,46	\$ 541,52	\$ 516,30	\$	25,22	\$	2.115,16
57	\$	2.115,16	\$ 541,52	\$ 521,25	\$	20,27	\$	1.593,91
58	\$	1.593,91	\$ 541,52	\$ 526,24	\$	15,27	\$	1.067,67
59	\$	1.067,67	\$ 541,52	\$ 531,29	\$	10,23	\$	536,38
60	\$	536,38	\$ 541,52	\$ 536,38	\$	5,14	\$	(0,00)

6.2 Análisis de Costos

6.2.1 Costos Fijos

Los gastos administrativos tienen un total mensual de \$2.200 y un total anual \$21.450 y constituye por servicios básicos, donaciones, capacitaciones, mantenimiento web, alquiler de oficina, suministro de oficina, limpieza y inversión en Calidad.

Tabla 15

Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	
	MENSUAL	ANUAL
Servicios básicos	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Donaciones (Social)	\$ 100,00	\$ 100,00
Capacitaciones	\$ 350,00	\$ 350,00
Mantenimiento web	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Alquiler de oficina	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Suministros de oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Limpieza	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Inversión en Calidad	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.200,00	\$ 21.450,00

Tabla 16

Gastos de Publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD	MENSUAL	ANUAL (AÑO 1)
Anuncios en Facebook	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Instagram	\$ 50,00	\$ 600,00
Tik Tok	\$ 75,00	\$ 900,00
Volantes	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL, GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 275,00	\$ 3.300,00

Los gastos de publicidad tienen un total mensual de \$275 y un total anual de \$3.300 y constituye anuncios en Facebook, Instagram, Tik Tok y volantes.

1.1.1 6.2.2 Costos Variables

Los Costos variables son \$47.779,20 el primer año, el segundo año es \$ 68.397,12, el tercer año \$ 73.893,76 y los siguientes dos años se muestra en la tabla 15.

Tabla 17*Costos variables*

COSTOS DE VENTA	Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen de Proveedores 30%	\$43.200,00	\$63.360,00	\$68.451,84	\$73.928,45	\$79.842,73
Comisión tarjeta de crédito	\$ 4.579,20	\$ 5.037,12	\$ 5.441,92	\$ 5.877,31	\$ 6.347,50
TOTAL, COSTOS DE VENTAS	\$47.779,20	\$68.397,12	\$73.893,76	\$79.805,76	\$86.190,23

6.3 Capital de Trabajo**6.3.1 Gastos de Operación**

El Gasto de operación tiene un costo anual de \$46.981,04

Tabla 18*Gastos Operativos*

PROVISIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS AÑO 1									
Cargo	Sueldo	13° Anual	Prov. Mensual	14° Anual	Prov. Mensual	Fondos de Reserva	Aportaciones al IESS	Total Mensual	Total Anual
Supervisor General	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 470,00	\$ 39,17		\$ 66,90	\$ 756,07	\$ 9.072,80
Supervisor financiero	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -
Supervisor operativo	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 50,00	\$ 470,00	\$ 39,17		\$ 66,90	\$ 756,07	\$ 9.072,80
Supervisor de Sostenibilidad y ecología	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 39,17	\$ 470,00	\$ 39,17		\$ 52,41	\$ 600,74	\$ 7.208,86
Supervisor de Seguridad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -
Supervisor de Mantenimiento y limpieza	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 39,17	\$ 470,00	\$ 39,17		\$ 52,41	\$ 600,74	\$ 7.208,86
Empleado (Sueldo Básico)	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 39,17	\$ 470,00	\$ 39,17		\$ 52,41	\$ 600,74	\$ 7.208,86
Empleado (Sueldo Básico)	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 39,17	\$ 470,00	\$ 39,17		\$ 52,41	\$ 600,74	\$ 7.208,86
TOTAL	\$ 3.080,00	\$ 3.080,00	\$ 256,67	\$ 2.820,00	\$ 235,00	\$ -	\$ 343,42	\$ 3.915,09	\$ 46.981,04

6.3.2 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos tienen un total mensual de \$2.200 y un total anual de \$21.450

Tabla 19

Gastos Administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS	AÑO 1	
	MENSUAL	ANUAL
Servicios básicos	\$ 250,00	\$ 3.000,00
Donaciones (Social)	\$ 100,00	\$ 100,00
Capacitaciones	\$ 350,00	\$ 350,00
Mantenimiento web	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Alquiler de oficina	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
Suministros de oficina	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Limpieza	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Inversión en Calidad	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.200,00	\$ 21.450,00

6.3.3 Gasto de Ventas

El gasto de ventas tiene un total mensual de \$275 y un total anual de \$3300

Tabla 20

Gastos de ventas

GASTOS DE PUBLICIDAD	MENSUAL	ANUAL (AÑO 1)
Anuncios en facebook	\$ 125,00	\$ 1.500,00
Instagram	\$ 50,00	\$ 600,00
Tik Tok	\$ 75,00	\$ 900,00
Volantes	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL, GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 275,00	\$ 3.300,00

6.3.4 Gastos Financieros

El Gasto financiero tiene un total de interés en el primer año de \$ 2.632,05 y un capital de \$3.866,18.

Tabla 21

Gastos Financieros

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
interés	\$ 2.632,05	\$ 2.163,24	\$ 1.637,58	\$ 1.048,18	\$ 387,31

capital	\$ 3.866,18	\$ 4.334,99	\$ 4.860,65	\$ 5.450,05	\$ 6.110,92
----------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

6.4 Análisis de Variables Críticas

6.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

El Mark up tiene un margen de utilidad de 66,82% en el primer año, en el segundo año tiene 56,82% de los siguientes años (ver tabla 22)

Tabla 22

Mark up

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 144.000,00	\$158.400,00	\$171.129,60	\$ 184.821,12	\$199.606,83
Costo de venta	\$ 47.779,20	\$ 68.397,12	\$ 73.893,76	\$ 79.805,76	\$ 86.190,23
Costos fijos	\$ 82.593,92	\$ 87.140,83	\$ 90.783,85	\$ 81.475,29	\$ 72.846,79
Mark up	\$ 96.220,80	\$ 90.002,88	\$ 97.235,84	\$ 105.015,36	\$113.416,60
Mark up en unidades	\$200,46	\$ 173,62	\$ 173,68	\$ 173,68	\$ 173,68
Margen de utilidad	66,82%	56,82%	56,82%	56,82%	56,82%
Punto de equilibrio	\$ 248.926,83	\$201.808,31	\$210.245,14	\$ 188.687,56	\$168.704,93
Punto de equilibrio en unidades	412	502	523	469	419
Costos fijos vivos	\$ 74.363,09	\$ 78.910,00	\$ 82.553,02	\$ 78.277,29	\$ 69.648,79
Punto de cierre en unidades	371	455	475	451	401

6.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas

La proyección de costo y ventas cuenta con un ingreso de \$144.000 y un costo de Venta \$47.779,20.

Tabla 23

Proyección de costos y ventas

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 144.000,00	\$ 158.400,00	\$ 171.129,60	\$ 184.821,12	\$ 199.606,83
Costo de ventas	\$ 47.779,20	\$ 68.397,12	\$ 73.893,76	\$ 79.805,76	\$ 86.190,23

6.4.3 Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio tiene \$176.532,67 en el primer año y el punto de equilibrio en unidades es 545 en el primer año.

Tabla 24

Análisis de punto de equilibrio

RUBRO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Punto de equilibrio	\$248.926,83	\$201.808,31	\$210.245,14	\$ 188.687,56	\$168.704,93
Punto de equilibrio en unidades	412	502	523	469	419

6.5

Estados Financieros proyectados

6.5.1 Balance General

A continuación, se presentará en la tabla 23 el Balance General proyectada en 5 años:

Tabla 25

Balance General

Activos Corrientes						
Caja/Bancos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	10.581,60	26.693,38	37.064,98	50.761,32	71.290,33	121.733,26
Total Activos Corrientes	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	10.581,60	26.693,38	37.064,98	50.761,32	71.290,33	121.733,26
Activos Fijos						
Muebles y Enseres	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00	9.120,00
Equipos de Oficina	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	6.028,00	6.028,00	6.028,00	6.028,00	6.028,00	6.028,00
Equipo de computación	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	15.100,00	15.100,00	15.100,00	15.100,00	15.100,00	15.100,00
(-) Depreciación Acumulada	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	(6.547,63)	(13.095,26)	(19.642,89)	(21.157,69)	(22.672,49)
Total, Activos Fijos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	30.248,00	23.700,37	17.152,74	10.605,11	9.090,31	7.575,51
Activos Diferidos						
Gastos Preoperacionales	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8.416,00	8.416,00	8.416,00	8.416,00	8.416,00	8.416,00
(-) Amortización Acumulada	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	(1.683,20)	(3.366,40)	(5.049,60)	(6.732,80)	(8.416,00)
Total, Activos Diferidos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	8.416,00	6.732,80	5.049,60	3.366,40	1.683,20	-
Total, Activos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	49.245,60	57.126,55	59.267,32	64.732,83	82.063,84	129.308,77
Pasivos						
Préstamo Bancario	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	24.622,80	20.756,62	16.421,62	11.560,97	6.110,92	-
Total, de Pasivos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	24.622,80	20.756,62	16.421,62	11.560,97	6.110,92	-
Patrimonio						
Capital Social	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	24.622,80	24.622,80	24.622,80	24.622,80	24.622,80	24.622,80
Utilidad del Ejercicio	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	11.747,13	6.475,76	10.326,17	22.781,06	35.198,74
Utilidades Retenidas	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	11.747,13	18.222,89	28.549,06	51.330,12
(+) Recuperación de Activos						\$
						18.157,11
Total, Patrimonio	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	24.622,80	36.369,93	42.845,69	53.171,86	75.952,92	129.308,77
Total, Pasivo + Patrimonio	\$	\$	\$	\$	\$	\$
	49.245,60	57.126,55	59.267,32	64.732,83	82.063,84	129.308,77

6.5.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

A continuación, se presentará el estado de pérdida y ganancia proyectada en 5 años.

Tabla 24

Estado de pérdidas y ganancias

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades vendidas	480	518	560	605	653
Ingresos por ventas	\$144.000,00	\$158.400,00	\$ 171.129,60	\$ 184.821,12	\$199.606,83
Ingreso por publicidad	\$ 4.800,00	\$ 7.296,00	\$ 9.745,92	\$ 12.194,92	\$14.643,90
Total, Ingresos	\$148.800,00	\$165.696,00	\$ 180.875,52	\$ 197.016,04	\$214.250,73
Costo de venta	\$47.779,20	\$ 68.397,12	\$ 73.893,76	\$ 79.805,76	\$86.190,23
Total, Costos Variables	\$47.779,20	\$ 68.397,12	\$ 73.893,76	\$ 79.805,76	\$86.190,23
Contribución Marginal	\$101.020,80	\$ 97.298,88	\$ 106.981,76	\$ 117.210,28	\$128.060,50
Sueldos y salarios	\$46.981,04	\$ 50.016,76	\$ 52.047,04	\$ 46.051,23	\$35.589,37
Otros gastos administrativos	\$21.450,00	\$ 23.166,00	\$ 25.019,28	\$ 27.020,82	\$29.182,49
Gastos de publicidad	\$ 3.300,00	\$ 3.564,00	\$ 3.849,12	\$ 4.157,05	\$ 4.489,61
Depreciación	\$6.547,63	\$ 6.547,63	\$ 6.547,63	\$ 1.514,80	\$ 1.514,80
Amortización	\$ 1.683,20	\$ 1.683,20	\$ 1.683,20	\$ 1.683,20	\$ 1.683,20
Total Gastos Operativos	\$79.961,87	\$84.977,59	\$ 89.146,27	\$ 80.427,11	\$72.459,47
Utilidad Operativa	\$21.058,93	\$12.321,29	\$ 17.835,49	\$ 36.783,17	\$55.601,03
Gastos Financieros	\$ 2.632,05	\$ 2.163,24	\$ 1.637,58	\$ 1.048,18	\$ 387,31
Utilidad	\$18.426,88	\$ 10.158,05	\$16.197,91	\$ 35.734,99	\$55.213,71
Pago de utilidades a empleados	\$ 2.764,03	\$ 1.523,71	\$ 2.429,69	\$ 5.360,25	\$ 8.282,06
Utilidad antes de impuestos	\$15.662,85	\$8.634,34	\$ 13.768,22	\$ 30.374,74	\$46.931,65
Impuesto a la Renta	\$ 3.915,71	\$ 2.158,59	\$ 3.442,06	\$ 7.593,69	\$11.732,91
Utilidad / Perdida Neta	\$11.747,13	\$ 6.475,76	\$ 10.326,17	\$ 22.781,06	\$35.198,74

6.5.2.1 Flujo de Caja Proyectado

A continuación, se presentará el Flujo de Efectivo proyectado en 5 años (ver tabla 25).

Tabla 26

Flujo de caja

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad / Perdida Neta	\$11.747,13	\$ 6.475,76	\$ 10.326,17	\$22.781,06	\$ 35.198,74
(-) Pago de Capital	\$3.866,18	\$ 4.334,99	\$ 4.860,65	\$ 5.450,05	\$ 6.110,92
(+) Depreciación	\$ 6.547,63	\$ 6.547,63	\$ 6.547,63	\$ 1.514,80	\$ 1.514,80
(+) Amortización	\$ 1.683,20	\$ 1.683,20	\$ 1.683,20	\$ 1.683,20	\$ 1.683,20
(+) Recuperación de Activos					\$ 7.575,51
(+) Recuperación de Capital de Trabajo					\$ 10.581,60
Flujo Final	\$16.111,78	\$ 10.371,59	\$ 13.696,34	\$ 20.529,00	\$ 50.442,93

6.5.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

A continuación, se presentará los indicadores de rentabilidad

Tabla 27

Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

TMAR	12,82%
VAN	\$ 22.986,21
TIR	27%
Payback	5 años

6.5.2.1.1.1 TMAR

La tasa media anual de retorno es de 12,82%

6.5.2.1.1.2 VAN

El valor actual neto es de \$ 22.986,21

6.5.2.1.1.3 TIR

La tasa interna de retorno es de 27%

6.5.2.1.1.4 PLAYBACK

El Play Back es de 5 años

6.6 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

6.6.1 Principales riesgos

Los principales riesgos internos en la empresa son: falta capacidad organización, falta de compromiso con los proveedores, baja calidad de seguridad, elevación de sueldos y salarios después de los 3 años y riesgo en la toma de decisiones en el país ecuatoriano.

6.6.2 Mitigación del riesgo

Capacitar al personal de la organización para llevar un control eficaz en el procedimiento de la organización y en la resolución de problemas inmediatamente, tener un plan estratégico para el cliente para estar atentos ante cualquier problemas o inconformidad del cliente.

6.7 Razones Financieras

6.7.1 Liquidez

La liquidez tiene un total promedio de \$39.278,32 del capital Neto de Trabajo

Tabla 28*Liquidez*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Promedio
<u>Liquidez</u>						
Capital Neto de Trabajo	\$ 10.581,60	\$ 26.693,38	\$ 37.064,98	\$ 50.761,32	\$ 71.290,33	\$ 39.278,32

6.7.2 Gestión

La gestión total tiene un Rotación del activo fijo con 12,92, Rotación del activo total 2,93 y una Rotación de Capital de Trabajo de 17,14

Tabla 29*Gestión*

<u>Gestión</u>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
Rotación del Activo Fijo	4,92	6,99	10,54	18,58	23,57	12,92
Rotación del Activo Total	3,02	2,90	3,05	3,04	2,61	2,93
Rotación de Capital de Trabajo	14,06	15,66	17,09	18,62	20,25	17,14

6.7.3 Endeudamiento

El endeudamiento tiene un total promedio de 0,28

Tabla 30*Endeudamiento*

<u>Apalancamiento</u>	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
Endeudamiento	0,50	0,36	0,28	0,18	0,07	0,28
Apalancamiento Interno	1,00	1,75	2,61	4,60	12,43	4,48
Apalancamiento Externo	1,00	0,57	0,38	0,22	0,08	0,45
Autonomía	0,50	0,64	0,72	0,82	0,93	0,72

6.7.4 Rentabilidad

La rentabilidad de la empresa tiene una utilidad bruta de 67,89% y la utilidad operativa en el segundo año tiene 7,44%. Los siguientes datos (ver tabla 30)

Tabla 31*Rentabilidad*

Rentabilidad	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Porcentaje
Margen de Utilidad Bruta	67,89%	58,72%	59,15%	59,49%	59,77%	61,00%
Margen de Utilidad Operativa		7,44%	9,86%	18,67%	25,95%	15,48%
Margen de UAI		5,21%	7,61%	15,42%	21,91%	12,54%
Margen de Utilidad Neta		3,91%	5,71%	11,56%	16,43%	9,40%
ROA		11,34%	17,42%	35,19%	42,89%	26,71%
ROE		17,81%	24,10%	42,84%	46,34%	32,77%
Rendimiento sobre CT		61,20%	97,59%	215,29%	332,64%	176,68%

6.8 Conclusiones del Estudio Financiero

A continuación se detallarán las conclusiones del estado financiero que son: la inversión inicial del proyecto es de \$ 49.245,60 tenemos una inversión fija de \$ 30.248,00, una inversión diferida de 8.416,00, una fuente de financiamiento de \$49.245,60. También se realizó una amortización proyectada a 60 meses con tasa de 2%; los gastos operativos totales es de. Se desarrollo los gastos financieros en donde el interés se obtuvo un \$ 2.632,05 y un capital de \$3.866,18. El balance general del proyecto del primer año es de \$ 57.126,55, el segundo es de \$ 59.267,32, el tercero es de \$ 64.732,83, el cuarto año es de \$ 82.063,84 y por último \$ 129.308,77; La empresa tiene un Mark up de 61,82% en el primer año y en el segundo año tiene 56,82%, El TMAR del proyecto es de 12,82%, un VAN del proyecto de \$ 22.986,21, una TIR del proyecto es de 27% y por último un pay back de 5 años.

7 Conclusiones

En conclusión la implementación de este proyecto requiere una planificación y ejecución efectiva que vaya de la mano con el compromiso de la sostenibilidad e la innovación. Sin embargo, los beneficios potenciales son significativos, incluyendo la creación de un espacio de trabajo inspirador y productivo, la fomentación de la colaboración, la innovación entre emprendedores y profesionales para lograr una contribución al desarrollo sostenible de la ciudad.

Los fundamentos teoricos que se utilizaron fueron estudios de referencias de trabajos de similitud, en el que fue de utilidad para abordar el plan de negocio para la crecaión de espacio coworking. |Se realizó también un estudio d emercado en que que nos permitió dar a conocer la aceptación del mercado objetivo.

Se llevo acabo el diseño de estrategias de diferenciación en el que se permitió dar a conocer las ventajas competitivas ante otros espacios de coworking existentes. También se diseño un plan de marketing donde se dio conocer las estrategias de penetración, estrategias de marketing mix, estrategia de promoción y cronograma e presupuesto promocional.

Por último se llegó a cumplir con el objetivo de desarrollar un plan financiero en el que se permitió mostrar la rentabilidad de negocio.

8 Recomendaciones

Se recomienda a las personas interesadas en los espacio de coworking ecológico. Se les recomienda realizar mas estudios tecnicos acerca del servicio de espacio de coworking en guayaquil incluyendo acceso a financiamiento, mentoría de expertos y oportunidades de networking con inversores y empresarios. Además, se también se puede crear un espacio de "maker" que proporcione acceso a herramientas y tecnologías de fabricación digital, como impresoras 3D y cortadoras láser, para que los clientes puedan prototipar y desarrollar sus ideas de manera rápida y eficiente

9 Referencias Bibliografica

- Alvarez , H. (2020). *USMP DIGITAL*. Retrieved 2024, from administracion.usmp.edu.pe:
<https://www.administracion.usmp.edu.pe/revista-digital/numero-4/el-rol-de-la-tecnologia-en-el-nuevo-contexto-de-covid-19/>
- Avila, E. (2021). La evolucion del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación&Negocios*, 14(23), 17. Retrieved 2024, from http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2521-27372021000100032&script=sci_arttext
- Avilés, E. (2019). *Diseño y distribución en planta para la empresa Reencavi Compañía Anónima*. Retrieved 2024, from dspace.ups.edu.ec:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/18295/1/UPS-CT008668.pdf>
- BCE. (28 de 03 de 2024). *La economía ecuatoriana registró un crecimiento de 2,4% en 2023*. Retrieved 2024, from [bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec): [https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-de-2-4-en-2023-1616#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana%20registr%C3%B3%20un%20crecimiento%20de%202%2C4%25%20en%202023,-Jueves%2C%2028%20Marzo&text=En%](https://www.bce.fin.ec/boletines-de-prensa-archivo/la-economia-ecuatoriana-registro-un-crecimiento-de-2-4-en-2023-1616#:~:text=La%20econom%C3%ADa%20ecuatoriana%20registr%C3%B3%20un%20crecimiento%20de%202%2C4%25%20en%202023,-Jueves%2C%2028%20Marzo&text=En%20)
- Bermudez, C. (2023). *Centro de negocios coworking en la inserción laboral Chorrillos-Lima 2023*. Retrieved 2024, from repositorio.ucv.edu.pe:
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/114882>
- Branch. (5 de 06 de 2024). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2024*. Retrieved 2024, from branch.com.co: <https://branch.com.co/marketing-digital/situacion-digital-de-ecuador-en-2024/>
- Bustos , R., Palacios, P., & Pesántez , M. (2021). *La economía circular como herramienta del diseño de espacios compartidos de trabajo para la Universidad del Azuay*. Retrieved 2024, from dspace.uazuay.edu.ec: <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/10982>
- Cadena, P., Rendón, R., Salinas, E., de la Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Inifap*, 8(7), 7. Retrieved 2024.
- Caurin, J. (2023). *Estructura de un plan de negocio*. Retrieved 2024, from emprendepyme.net:
<https://emprendepyme.net/estructura-de-un-plan-de-negocio.html>

- Censo Ecuador . (2023). *Contamos 16,938,986 personas en Ecuador*. Retrieved 2024, from censoecuador.gob.ec: www.censoecuador.gob.ec
- Cerón, K. (2021). “*Plan de negocio bio-ecológico de servicio de limpieza en la empresa Kl Caruzo Eirl, Tingo María*”. Retrieved 2024, from repositorio.uap.edu.pe: https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/10488/Tesis_Negocio_Bio-Ecol%20c3%b3gico_Servicio.Limpieza_Empresa_KL%20Caruzo%20EIRL_Tingo%20Mar%20c3%ada.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Coworking La Fábrica. (2024). *Pronóstico del Coworking 2020/2021*. Retrieved 2024, from coworkinglafabrica.es: <https://coworkinglafabrica.es/pronostico-del-coworking-2020-2021/>
- Davila, D. (6 de 04 de 2024). *Deuda de Ecuador llegará a USD 90 000 millones a finales de 2024*. Retrieved 2024, from radiopichincha.com: <https://www.radiopichincha.com/deuda-de-ecuador-llegara-a-usd-90-000-millones-a-finales-de-2024/#:~:text=Flores%20explic%C3%B3%20que%20en%20la,1%20579%20millones%20en%202025>
- Design, C. B. (2021). *Biointeriorismo*. Retrieved 2024, from crisblasquiz.com: <https://www.crisblasquiz.com/biointeriorismo>
- Guevara , G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Recimundo*, 4(3), 4. Retrieved 2024.
- IBM. (21 de 12 de 2023). *¿Qué es la gestión del espacio?* Retrieved 2024, from ibm.com: <https://www.ibm.com/es-es/topics/space-management>
- INEC. (2024). *ENEMDU, I trimestre 2024*.
- Loaiza, J. (2018). Del ciclo de vida del producto al ciclo de vida del cliente: Una aproximación hacia una construcción teórica del ciclo de vida del cliente. *Scielo*, 11(18), 11. Retrieved 2024.
- Macro, D. (2024). *Ecuador: Economía y Demografía 2024*. Ecuador.
- Michelena, A., Muñoz , J., Puente, G., & Ribadeneira, C. (2021). *Agenda Digital del Ecuador*. Retrieved 2024, from telecomunicaciones.gob.ec: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Agenda-Digital-del-Ecuador-2021-2022-222-comprimido.pdf>

- Millacán, M. (2020). *Análisis de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a ofrecer espacios de coworking en la ciudad de Quito año 2019*. Retrieved 2024, from dspace.ups.edu.ec: <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/19263>
- Montalvo, D. (2023). *Ecuador registra los niveles más altos de crimen, inseguridad y delincuencia del continente*. Retrieved 2024, from participacionciudadana.org: <https://www.participacionciudadana.org/web/wp-content/uploads/2024/02/A1-Ecuador-registra-los-niveles-mas-altos-de-crimen.pdf>
- Montaño, D. (2022). *Los desafíos ambientales de Ecuador en 2022: una verdadera transición ecológica, implementar Escazú y mayores recursos para las áreas protegidas*. Retrieved 2024, from es.mongabay.com: <https://es.mongabay.com/2022/01/desafios-ambientales-de-ecuador-en-2022/>
- Mordor Intelligence. (2024). *Mercado de espacios de coworking en América del Norte Análisis de tamaño y participación tendencias de crecimiento y pronósticos (2024-2029)*. Retrieved 2024, from mordorintelligence.com: <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/coworking-spaces-in-north-america>
- Mosso, M. (2020). *Plan de negocio " Espacio de Coworking"*. Retrieved 2024, from bdigital.uncu.edu.ar: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15796/mossoplandenegocioespacio-decoworking.pdf
- Panal Coworking. (2024). *Panal Coworking destaca entre su género en el País*. Retrieved 2024, from panalcoworking.com: <https://panalcoworking.com/blog/panal-coworking-destaca-entre-su-genero-en-el-pais/>
- PBP. (20 de 12 de 2023). *Se publica en el Registro Oficial la Ley Orgánica de Eficiencia Económica y Generación de Empleo*. Retrieved 2024, from pbplaw.com: <https://www.pbplaw.com/publicaciones/se-publica-en-el-registro-oficial-la-ley-organica-de-eficiencia-economica-y-generacion-de-empleo/>
- Primicias. (31 de Mayo de 2023). <https://www.primicias.ec/noticias/seguridad/ecuador-pais-mas-violento-america-latina/>
- Prosegur Research. (11 de 01 de 2024). *Amenazas a la seguridad del Estado en Ecuador*. Retrieved 2024, from prosegurresearch.com: <https://www.prosegurresearch.com/blog/insights/amenazas-seguridad->

10 Anexos

Anexo 1.

Cuestionario de Encuesta

Espacio de Coworking

Hola bienvenidos emprendedores y profesionales de Épico. Soy estudiante de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Su participación nos ayudará a entender mejor las necesidades y preferencias de los posibles clientes. Sus respuestas serán confidenciales y no le tomará más de 5 minutos. ¡Gracias por su tiempo y participación!

¿Qué tan importante es la ubicación del sitio para trabajar?

Muy importante (debe quedar cerca de mi casa o trabajo)

Importante (fácil acceso por transporte público o privado)

Poco importante

¿Cuáles son las características que más valoras de un sitio de trabajo? Seleccione hasta

3

Acceso a Internet de alta velocidad

Espacios cómodos y ergonómicos

Buena ubicación

Ambientes tranquilos

Áreas de reuniones y conferencias

Oportunidades de socialización y networking

Disponibilidad de café, snacks, impresiones

Otros:

¿De acuerdo a los espacios de coworking que ha usado ¿En cuánto calificarías sus servicios?

1 al 5

5 al 8

9 al 10

¿Con qué regularidad usas los Espacios de Coworking actualmente?

1 a 3 horas por semana

3 a 6 horas por semana

3 hora por día

5 horas por día

Opción 6

¿Qué servicios consideras esenciales para un servicio de espacio coworking?

Escritorios compartidos

Oficinas privadas

Salas de reuniones o conferencias

Eventos de networking y capacitación

Cafetería y snacks

Parqueo

¿Cómo te ha beneficiado el uso de los servicios de espacios Coworking?

Ahorro de costos

Mayor aprendizaje

Tener Productividad

Adquirir experiencias

Tener nuevos conocimientos

Conocer nuevas redes de contacto

Tener nuevos clientes

¿Le gustaría que un espacio de trabajo tenga un diseño y arquitectura sostenible?

Si

No

¿Qué tan importante es para usted que un espacio de coworking promueva el cuidado del medio ambiente y utilice materiales ecológicos?

Muy importante

Importante

Neutro

Poco importante

Nada importante

¿Qué elementos sostenibles le gustaría encontrar en el espacio de Trabajo?

- Muebles elaborados con materiales reciclados
- Decoración con plantas y espacios verdes
- Iluminación y equipos eficientes en consumo eléctrico
- Sistemas de reciclaje y reducción de residuos

¿Estaría dispuesto a pagar un precio ligeramente superior por disfrutar de un espacio de trabajo sostenible?

- Si, definitivamente
- Talvez, dependiendo de la diferencia de precio
- No

¿Cuál es su género?

- Hombre
- Mujer

¿Cuál es su rango de edad?

- 18 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- 45 a 54 año
- 55 años o más

¿Cuál es su ocupación principal?

- Empleado/a
- Independiente/Freelance
- Emprendedor/Dueño de negocio
- Estudiante
- Jubilado

¿Cuál es el nivel aproximado de sus ingresos mensuales?

- Menos de \$500
- de \$501 a \$1,000
- De \$1,001 a \$1,500
- De \$1,501 a \$2,000
- Más de \$2,000

¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar al mes por el espacio de trabajo?

\$150 a \$200

\$201 a \$250

\$251 a \$ 300

\$301 a \$400

Más de \$400

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio de coworking por día?

\$15 a \$20

\$21 a \$25

\$26 a \$30

Anexo 2. Cuestionario de entrevista

Entrevista 1

Nombre: Calixto Guamán Gualán

Edad: 45 años

Profesión: Ingeniero Comercial

¿Qué servicios de espacio coworking te gustaría que te ofrecieran?

Me gustaría un espacio tranquilo y que tenga acceso limitado de café

¿Cuán importante es para ti la seguridad y privacidad en el espacio coworking?

Para mí es muy importante ya que en la ciudad de Guayaquil se ha incrementado mucho la inseguridad con los robos y muchos engaños para robar la privacidad.

¿Cuán importante es para ti la sostenibilidad en un espacio de coworking?

Es muy importante ya que a través de una empresa de este tipo de servicio llegue a que la gente pueda tener conciencia en el cuidado ambiental y puedan ver que lo sostenible también puede ser atractivo dándole la ubicación necesaria.

¿Qué características son imprescindibles para ti en un espacio de coworking?

Para mí, son un buen acceso a internet, áreas de descanso y una buena atracción en la decoración interior del espacio.

¿Te gustaría conocer redes de contactos para tu crecimiento laboral y a la vez ser tu quien comparta sus conocimientos y experiencias que has tenido en tu caminar emprendedor?

Claro que sí, me gustaría mucho ya que así podré llevar mi negocio a otro nivel y también poder ayudar a otros coworkers.

Entrevista 2

Nombre: Karen Moreira

Edad: 28 años

Profesión: Licenciada en Contabilidad y Auditoría

¿Qué servicios de espacio coworking te gustaría que te ofrecieran?

Me encantaría que tuviera salas de reuniones con diseño de interior ecológico y tener un espacio físico de networking

¿Cuán importante es para ti la seguridad y privacidad en el espacio coworking?

Es esencial, ya que realizo trabajos de confidencialidad de la empresa donde trabajo y necesito espacios seguros y casilleros personales.

¿Cuán importante es para ti la sostenibilidad en un espacio de coworking?

Muy importante. Me gusta la idea de realizar mis trabajos en un lugar donde se prioriza la ecología, como usar materiales ecológicos.

¿Qué características son imprescindibles para ti en un espacio de coworking?

Lo esencial para mí son los espacios amplios, áreas donde pueda realizar reuniones con mis clientes y que tenga luz natural.

¿Te gustaría conocer redes de contactos para tu crecimiento laboral y a la vez ser tu quien comparta sus conocimientos y experiencias que has tenido en tu caminar emprendedor?

Claro que sí, me gusta mucho participar en eventos de networking, porque así es donde aprendo de otros y puedo compartir mis experiencias en el mundo tecnológico que es el área donde me desenvuelvo.

Entrevista 3

Nombre: Víctor Arguello

Edad: 26 años

Profesión: Licenciado en administración de empresas

¿Qué servicios de espacio coworking te gustaría que te ofrecieran?

Me gustaría tener servicios de espacio de coworking que cuenten con oficinas privadas y con internet ultrarrápido.

¿Cuán importante es para ti la seguridad y privacidad en el espacio coworking?

Muy importante, ya que específicamente son por temas de reuniones privadas y por el manejo de información sensible.

¿Cuán importante es para ti la sostenibilidad en un espacio de coworking?

Muy importante. Sería perfecto para mí si un coworking es equilibrado donde promueva prácticas ecológicas y no afecte la productividad y la comodidad.

¿Qué características son imprescindibles para ti en un espacio de coworking?

Contar con un lugar físico donde tenga flexibilidad horaria y contar con un espacio con ambiente sostenible.

¿Te gustaría conocer redes de contactos para tu crecimiento laboral y a la vez ser tu quien comparta sus conocimientos y experiencias que has tenido en tu caminar emprendedor?

Si me gustaría, porque crea oportunidades para crecer en mi empresa.



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Lema Guamán Joyce Nathaly**, con C.C: # **0956378186** autora del trabajo de titulación: **Plan de negocio para la creación de un espacio coworking con diseño ecológico para emprendedores y profesionales en la ciudad de Guayaquil, Ecuador** previo a la obtención del título de **Licenciatura en Emprendimiento e Innovación Social** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 17 de febrero de 2025

f.

Joyce Nathaly Lema Guamán

C.C: 0956378186



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN		
TEMA Y SUBTEMA:	Plan de negocio para la creación de un espacio coworking con diseño ecológico para emprendedores y profesionales en la ciudad de Guayaquil, Ecuador	
AUTORA	Joyce Nathaly Lema Guamán	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Castro Peñarreta, Angel Aurelio, MBA	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
FACULTAD:	Facultad de Economía y Empresa	
CARRERA:	Emprendimiento e Innovación Social	
TITULO OBTENIDO:	Licenciada en Emprendimiento e Innovación Social	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	17 de febrero de 2025	No. DE PÁGINAS: 104
ÁREAS TEMÁTICAS:	Innovación, Economía, Sostenibilidad	
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	modelo de negocio, emprendimiento, orgánico, diseño, investigación, comunidad, tecnología	
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Healthy Work Space es un modelo de negocio que busca fortalecer una comunidad emprendedora promoviendo el crecimiento económico el desarrollo del crecimiento económico del Ecuador y contribuyendo la protección del medio ambiente brindando un servicio de espacios de trabajos de ambiente innovador en el que incluye un mobiliario con recursos tecnológicos, materiales con acabados orgánicos y saludables y una calidad de aire interior. Además, permite encontrar redes de contacto que permita que cada negocio crezca a través de las experiencias laborales y conocimientos adquiridos. El servicio de espacio coworking está dirigido a la población de emprendedores y profesionales que deseen laborar en un espacio de trabajo con una comunidad emprendedora, y que pertenecen al nivel socioeconómico medio. La estructura organizacional de la empresa posee una funcionalidad correcta en las áreas de administrativa, financiera, comercial y operativa permitiendo obtener resultados de desempeño eficaz. En conclusión, el servicio busca ser la solución ante la demanda de desempleos y la baja tasa de empresas establecidas, siendo Healthy Work Space la solución para los servicios que demandan en el lugar de trabajo los emprendedores de Guayaquil.</p>	
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-0989735892	E-mail: joyce.lema@cu.ucsg.edu.ec
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Ángel Aurelio Castro Peñarreta	
	Teléfono: +593- 0993989123	
	E-mail: ángel.castro@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		