



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**DIRECCIÓN DE POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE TITULACIÓN CON COMPONENTES DE INVESTIGACIÓN
APLICADA Y/O DESARROLLO**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
COWORKING EN LA PROVINCIA BOLÍVAR CANTÓN GUARANDA 2022-2023.**

AUTOR:

ING. MARÍA LUCÍA CASTILLO VILLARES

TUTOR:

MGT. CHRISTOPHER GABRIEL ESPINOSA RUIZ

GUARANDA, 2023

CERTIFICACIÓN DE TUTOR (DOCENTE)

Guaranda, 12 de octubre del 2023

Ing. Espinosa Ruiz Christopher Gabriel, Mg., en calidad de Tutor del proyecto de titulación con componentes de investigación aplicada “**Plan de negocio para la creación de una empresa de coworking en provincia Bolívar, cantón Guaranda, 2022 - 2023**” desarrollado por la señorita **Castillo Villares María Lucía** con cédula de identidad 0201509809, del Programa de Maestría en Administración de Empresas, cohorte I.

CERTIFICA

Que, luego de revisado en su totalidad el Proyecto de titulación con componentes de investigación aplicada, cumple con las exigencias académicas del Programa de Maestría en Administración de Empresas cohorte I, de la Universidad Estatal de Bolívar, por lo tanto, autorizo su presentación y defensa.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:

**CHRISTOPHE
R GABRIEL
ESPINOSA
RUIZ**

Ing. Christopher Gabriel Espinosa
Ruiz, Mg.C.I. 0201885225

TUTOR

CERTIFICADO DE AUTORIA**BIBLIOTECA
GENERAL****DERECHOS DE AUTOR**

Yo/ María Lucía Castillo Villares portadora de la Cédula de Identidad No 0201509809 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COWORKING EN LA PROVINCIA BOLÍVAR CANTÓN GUARANDA 2022-2023**, modalidad **PROYECTO DE TITULACIÓN CON COMPONENTES DE INVESTIGACIÓN APLICADA Y/O DESARROLLO**, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Lucía', is written over a faint, larger version of the signature.

María Lucía Castillo Villares
Autora

DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTENTICIDAD DE AUTORÍA



Factura: 001-001-000166279



20231701045P07702

NOTARIO(A) MARCOS IVAN CAAMAÑO GUERRERO
 NOTARÍA CUADRAGÉSIMA QUINTA DEL CANTÓN QUITO
 EXTRACTO

Escritura N°:		20231701045P07702					
ACTO O CONTRATO:							
DECLARACION JURAMENTADA PERSONA NATURAL							
FECHA DE OTORGAMIENTO:		17 DE NOVIEMBRE DEL 2023, (13:46)					
OTORGANTES							
OTORGADO POR							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo Interviniente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que le representa
Natural	CASTILLO VILLARES MARIA LUCIA	POR SUS PROPIOS DERECHOS	CEDJULA	0201506809	ECUATORIANA	COMPARECIENTE	
A FAVOR DE							
Persona	Nombres/Razón social	Tipo Interviniente	Documento de identidad	No. Identificación	Nacionalidad	Calidad	Persona que representa
UBICACION							
Provincia		Cantón		Parroquia			
PICHINCHÁ		QUITO		QUITUMBE			
DESCRIPCION DOCUMENTO:							
OBJETO/OBSERVACIONES:							
CUANTIA DEL ACTO O CONTRATO:		INDETERMINADA					

Marcos Ivan Caamaño Guerrero
 NOTARIO(A) MARCOS IVAN CAAMAÑO GUERRERO
 NOTARÍA CUADRAGÉSIMA QUINTA DEL CANTÓN QUITO



MSC. MARCOS IVAN CAAMAÑO GUERRERO
NOTARIO CUADRAGÉSIMO QUINTO
CANTÓN QUITO

ESCRITURA No. 2023-17-010-45-P07702

ESCRITURA PÚBLICA DE DECLARACIÓN JURAMENTADA

QUE OTORGA:

MARIA LUCIA CASTILLO VILLARES

CUANTÍA: INDETERMINADA

DI: 2 COPIAS

D.A.

En la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, Capital de la República del Ecuador, hoy día diecisiete de noviembre del dos mil veintitrés, ante mí, Abogado **MARCOS IVÁN CAAMAÑO GUERRERO**, Notario Cuadragésimo Quinto del Cantón Quito, comparece a la celebración de la escritura de declaración juramentada, la señora: **MARIA LUCIA CASTILLO VILLARES**, la compareciente es de nacionalidad ecuatoriana, mayor de edad, con cédula de ciudadanía número cero, dos, cero, uno, cinco, cero, nueve, ocho, cero, guion, nueve (020150980-9), de estado civil casada, domiciliada en la ciudad de San Francisco de Quito, Cantón Quito. Provincia de Pichincha. con correo electrónico: melostinteo1309@gmail.com, con teléfono número cero, nueve, ocho, ocho, ocho, tres, cinco, cuatro, nueve (098883549); hábil y capaz para contratar, a

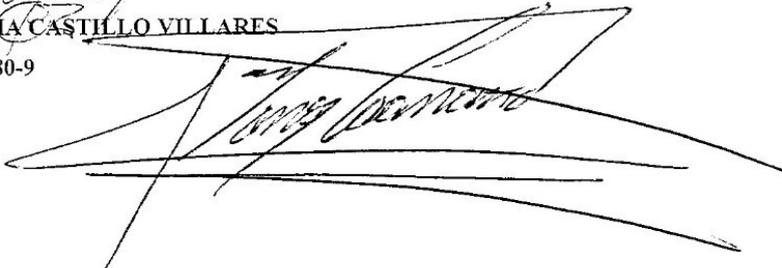
quien de conocer doy fe, ya que me presenta su documento de identidad, cuya fotocopia solicita se agreguen debidamente certificada, y me autoriza de conformidad con el Artículo Setenta y Cinco de la Ley Orgánica de Gestión de La Identidad y Datos Civiles a la obtención de su información en el Registro Personal Único, cuyo custodio es la Dirección General de Registro Civil, Identificación y Cedulación, que se agregan como habilitante. Advertida la compareciente por mí el Notario de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinados que fueron en forma aislada y separada de que comparece al otorgamiento de esta escritura sin coacción, amenazas, temor reverencial o seducción y en aplicación a lo dispuesto en el **numeral veintiséis del artículo dieciocho de la Ley Notarial**, reformada mediante Registro Oficial número Cuatrocientos Seis de veintiocho de noviembre del dos mil seis, con juramento manifiestan en forma expresa, por la presente escritura pública, me solicitan que eleve a escritura pública la siguiente declaración juramentada: “Yo, **MARIA LUCIA CASTILLO VILLARES**, Ingeniera en Finanzas, egresada de la maestría en ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA COHORTE I de la Universidad Estatal de Bolívar, bajo juramento declaro en forma libre y voluntaria que el presente “Proyecto de titulación con componentes de investigación aplicada y/o de desarrollo” con el tema **“PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COWORKING EN LA PROVINCIA BOLÍVAR CANTÓN GUARANDA 2022-2023”**, ha sido realizado por mí persona con la orientación de mi tutor el Ing. Christopher Gabriel Espinosa Ruíz, por lo tanto es de mi autoría, debo dejar constancia que las expresiones vertidas en el desarrollo de esta investigación las he realizado basándome en bibliografías y datos actualizados que ayudaron a redactar este documento, que sirvió de base para exponer posteriormente mis criterios y resultados obtenidos.”. Hasta aquí su declaración que queda elevada a escritura pública, con todo su valor legal. - Para



MSC. MARCOS IVAN CAAMAÑO GUERRERO
NOTARIO CUADRAGESIMO QUINTO
CANTÓN QUITO

celebración y otorgamiento de la presente escritura se observaron los preceptos legales que el caso requiere; y leída que fue por la interviniente el texto de la presente escritura con aceptación de la misma y sin observación alguna, aquella se ratifica y firma conmigo en unidad de acto de todo lo cual doy fe. -


MARIA LUCÍA CASTILLO VILLARES
C.C. 020150980-9


MSc. ABG. MARCOS IVAN CAAMAÑO GUERRERO
NOTARIO CUADRAGESIMO QUINTO
DEL CANTON QUITO

MSC. MARCOS IVAN CAAMAÑO GUERRERO
NOTARIO CUADRAGÉSIMO QUINTO
CANTÓN QUITO

Se otorgó ante mí la presente escritura de DECLARACIÓN JURAMENTADA. Que otorga **MARIA LUCIA CASTILLO VILLARES**, en fin, de ello confiero esta **PRIMERA COPIA CERTIFICADA**, que la firmo y sello en la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano hoy día diecisiete de noviembre del dos mil veintitrés.

EL NOTARIO



ABG. MARCOS IVÁN CAAMAÑO GUERRERO
NOTARIO CUADRAGÉSIMO QUINTO DEL CANTÓN QUITO



DEDICATORIA

Me gustaría dedicar esta tesis a mi madre, una mujer que me llena de orgullo con su esfuerzo, paciencia y amor incondicional. No hay manera de agradecerte lo suficiente por todo lo que haces por mí. Tu constante impulso y apoyo son una fuente inagotable de motivación. También quiero dedicar este logro a mis hijos, Mateo Martín y Luciana, quienes son mi mayor inspiración para seguir preparándome y nunca rendirme. Agradezco a mi esposo por su apoyo incondicional en este camino académico. Por último, quiero agradecer a mi hermano José, quien ha sido mi compañero en esta aventura de la maestría. Gracias por creer en mí y ser un apoyo clave para alcanzar este meta.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi profundo agradecimiento a Dios por estar a mi lado y guiar cada uno de mis pasos. Agradezco también por brindarme la fuerza, sabiduría e inteligencia necesarias para enfrentar los desafíos de la vida. Quiero reconocer especialmente a mi madre por su apoyo incondicional y por impulsarme a seguir creciendo tanto personal como profesionalmente. También quiero agradecer a mi hermano José por ser un excelente compañero y por formar parte de esta maravillosa experiencia. Mi gratitud también se extiende a mi familia, a mis amistades y a mi equipo de trabajo, quienes estuvieron conmigo desde el principio hasta el final. Agradezco cada una de sus palabras de apoyo, las cuales me han demostrado que no hay obstáculo más grande que uno mismo.

Me gustaría expresar mi más sincero agradecimiento a mi tutor, el Ing. Christopher Espinosa, por su inmenso profesionalismo y paciencia durante todo el proceso de desarrollo de mi tesis. Su guía y apoyo fueron fundamentales para alcanzar los objetivos planteados y lograr el éxito en este proyecto académico. Estoy sumamente agradecido por su dedicación y compromiso, y por brindarme la orientación necesaria para superar los desafíos que se presentan en el camino. Gracias, Ing. Christopher Espinosa, por su invaluable contribución a mi formación y crecimiento profesional.

CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO

Guaranda, 12 de octubre del 2023

CERTIFICADO

A petición de la parte interesada:

Que, la posgradista: **Castillo Villares María Lucía** presentó su proyecto de titulación con componentes de investigación aplicada: “**Plan de negocio para la creación de una empresa de coworking en provincia Bolívar, cantón Guaranda, 2022 - 2023**”, para el respectivo análisis TURNITIN, el mismo que refleja un **3%** de similitud que se considera pertinente dentro de los parámetros establecidos en la normativa de la Dirección de Posgrado y Educación Continua de la Universidad Estatal de Bolívar.

Es todo cuanto puedo informar para los fines pertinentes.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:

**CHRISTOPHE
R GABRIEL
ESPINOSA
RUIZ**

Ing. Christopher Gabriel Espinosa
Ruiz, Mg.C.I. 0201885225

TUTOR

TÍTULO

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE COWORKING
EN LA PROVINCIA BOLÍVAR CANTÓN GUARANDA 2022-2023**

ÍNDICE

Certificación de tutor (Docente).....	I
CERTIFICADO DE AUTORIA	II
DECLARACIÓN JURAMENTADA DE AUTENTICIDAD DE AUTORÍA	III
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
CERTIFICACIÓN DE ANTIPLAGIO	V
TÍTULO	VI
ÍNDICE.....	VII
RESUMEN	XI
ABSTRACT.....	XII
INTRODUCCIÓN	XIII
CAPÍTULO I:	1
1. PROBLEMA.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Formulación del problema.....	4
1.3. Justificación.....	5
1.4. Objetivos	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos:.....	6
CAPÍTULO II	7
2. Marco teórico	7
2.1. Antecedentes investigativos	7
2.2. Fundamentación científica.....	9
2.2.1. Concepto de coworking:.....	9
2.2.2. Planes de negocio	11
2.2.2.1. Descripción del negocio:	11
2.2.2.2. Análisis del mercado:	12
2.2.2.3. Plan de productos y servicios:	13
2.2.2.4. Plan de marketing:.....	13
2.2.2.5. Plan operativo:.....	14
2.2.2.6. Plan financiero:.....	15
2.3. Fundamentación legal.....	16
2.4. Idea a defender	19
2.5. Variables	19
CAPÍTULO III.....	24
3. MARCO METODOLÓGICO	24

3.1.	Tipo, nivel y métodos de investigación	24
3.1.1.	<i>Tipo</i>	24
3.1.2.	<i>Nivel de investigación</i>	24
3.1.3.	<i>Método de investigación</i>	25
3.1.4.	Diseño de investigación.....	26
3.2.	Población y muestra	26
3.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de la información	27
3.4.	Procedimiento de recolección de datos.....	27
3.5.	Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos.....	27
CAPÍTULO IV.....		28
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	28
4.1.	Presentación de resultados por objetivos	28
4.1.1.	<i>Resultados del primer objetivo: Realizar un estudio de mercado</i>	28
4.1.2.	<i>Resultados del segundo objetivo: Establecer un plan de marketing para el coworking en el cantón Guaranda</i>	41
	Análisis situacional	41
	Ventajas competitivas	44
	Ciclo de vida	46
	Definición de estrategias para la introducción al mercado	47
	Marketing MIX	49
4.1.3.	<i>Resultados del tercer objetivo: Evaluar la factibilidad financiera del plan de negocio</i> ..	53
	Desarrollo organizacional.....	53
	Organigrama de la empresa	56
	Procesos y procedimientos	57
	Estudio económico	59
CONCLUSIONES		85
RECOMENDACIONES		85
BIBLIOGRAFÍA		87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Análisis de fiabilidad de la escala.....	27
Tabla 2	Edad y ocupación de la población	28
Tabla 3	Conocimiento y utilización de un espacio coworking	29
Tabla 4	Frecuencia de uso y disponibilidad de pago por el servicio del espacio coworking	30
Tabla 5	Servicios más importantes para el espacio coworking.....	31
Tabla 6	Ubicación preferida para el coworking.....	32
Tabla 7	Horario preferido.....	33
Tabla 8	Preferencia por acceso a eventos o capacitaciones	34
Tabla 9	Interés de un espacio coworking para ciertos sectores profesionales	35
Tabla 10	Conocimiento por un coworking ya existente en la ciudad de Guaranda.....	35
Tabla 11	Preferencia por los ambientes en el espacio de coworking	36
Tabla 12	Factor diferenciador de interés para un coworking.....	37
Tabla 13	Datos para la proyección, personas que utilizarían el Coworking	39
Tabla 14	Proyección de la demanda	39
Tabla 15	Análisis PESTEL.....	42
Tabla 16	Perfil de consumidor/usuario.....	48
Tabla 17	Plan de marketing mix.....	52
Tabla 18	Base de datos para estudio económico del Coworking Guaranda.....	59
Tabla 19	Plan de financiamiento	60
Tabla 20	Tabla de amortización	61
Tabla 21	Cálculo de la mano de obra directa.....	63
Tabla 22	Detalle de costo	64
Tabla 23	Proyección de costos a 5 años	65
Tabla 24	Sueldos personal administrativo	66
Tabla 25	Cálculo de la depreciaciones	67
Tabla 26	Detalles de gastos	68
Tabla 27	Proyección de gastos	71
Tabla 28	Cálculo de Ingreso.....	75
Tabla 29	Proyección de ingresos.....	76
Tabla 30	Punto de equilibrio	76
Tabla 31	Flujo de caja	78
Tabla 32	Estado de resultado.....	81
Tabla 33	Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR	82
Tabla 34	Evaluación financiera	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	Árbol de problemas.....	4
Figura 2	Isologo propuesto para identificar la marca	53
Figura 3	Organigrama estructural.....	56
Figura 4	Organigrama funcional	56
Figura 5	Proceso de prestación de servicios en el Coworking Centro de Negocios Guaranda	57
Figura 6	Distribución del espacio físico	58
Figura 7	Punto de equilibrio graficado	77

RESUMEN

El aumento en la popularidad de los espacios de coworking ha generado interés en evaluar la viabilidad de establecer una empresa de coworking en la Provincia Bolívar, específicamente en el Cantón Guaranda, para el período 2022-2023. El objetivo del estudio es el determinar la factibilidad técnica, financiera y operativa de crear un espacio de coworking en Guaranda, atendiendo las necesidades de trabajadores independientes y profesionales locales. El estudio se centró en la Provincia Bolívar y utilizó una combinación de investigaciones aplicadas, documentales y de campo. Se emplearon enfoques tanto cuantitativos como cualitativos, además de técnicas deductivas. La población objetivo consistió en habitantes urbanos de Guaranda de entre 18 y 65 años, con una muestra de 380 personas. Para la recolección de datos, se utilizaron herramientas como Google Forms, y los datos se procesaron mediante estadística descriptiva usando el software IBM SPSS v.25. El análisis mostró un vacío significativo en la oferta de espacios de coworking en Guaranda, identificando una oportunidad de mercado para trabajadores independientes y la población activa laboral. Además, la proyección financiera indicó que el proyecto no sólo es viable, sino que también ofrece retornos atractivos para los inversores. Como conclusión se obtuvo que Guaranda presenta una ventana única para la implementación de un espacio de coworking, dada la demanda evidente y la ausencia de oferta. Con una estrategia de marketing adecuada y una gestión eficiente, el "Coworking Centro de Negocios Guaranda" tiene el potencial de transformar el paisaje laboral y empresarial de la comunidad.

Palabras clave: Coworking, Emprendimiento, Plan de Negocio, Factibilidad, Modelo de Negocio.

ABSTRACT

The rise in popularity of coworking spaces has sparked interest in assessing the viability of establishing a coworking company in Bolívar Province, specifically in Guaranda Canton, for the period 2022-2023. The objective of the study is to determine the technical, financial, and operational feasibility of creating a coworking space in Guaranda, catering to the needs of independent workers and local professionals. The study focused on Bolívar Province and employed a mix of applied, documentary, and field research methods. Both quantitative and qualitative approaches were used, along with deductive techniques. The target population consisted of urban inhabitants of Guaranda aged between 18 and 65, with a sample of 380 individuals. For data collection, tools like Google Forms were used, and the data was processed using descriptive statistics with IBM SPSS v.25 software. The analysis revealed a significant gap in the supply of coworking spaces in Guaranda, identifying a market opportunity for independent workers and the active labor population. Moreover, the financial projection indicated that the project is not only viable but also offers attractive returns for investors. In conclusion, Guaranda presents a unique window for the implementation of a coworking space, given the evident demand and lack of supply. With an appropriate marketing strategy and efficient management, the "Coworking Business Center Guaranda" has the potential to transform the labor and business landscape of the community.

Keywords: Coworking, Entrepreneurship, Business Plan, Feasibility, Business Model.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la dinámica de trabajo ha experimentado transformaciones profundas, impulsadas en parte por los avances tecnológicos, la globalización y la necesidad de entornos más flexibles y colaborativos. Los espacios de coworking emergen como una respuesta adaptativa y visionaria a estas demandas, proporcionando a los profesionales y emprendedores un ambiente que fomenta la interacción, la cooperación y el intercambio de ideas. Más allá de ser simples lugares de trabajo, los espacios de coworking se han convertido en comunidades vibrantes donde se gestan innovaciones y nacen colaboraciones fructíferas.

En el contexto global, ciudades grandes y pequeñas han presenciado un auge en la popularidad y adopción de estos espacios. Sin embargo, lugares como Guaranda, en la provincia de Bolívar, aún no han explorado completamente las posibilidades que estos espacios pueden ofrecer. Esta laguna representa no solo una oportunidad empresarial, sino también la posibilidad de catalizar el crecimiento y desarrollo local.

En este estudio, se aborda la necesidad de crear un espacio de coworking en la provincia de Bolívar, específicamente en el cantón Guaranda, durante el periodo 2022-2023. La investigación desentraña el potencial que un espacio de coworking podría tener en la región, los desafíos y obstáculos a enfrentar, y las posibles soluciones para hacerlo realidad. Con un enfoque basado en datos y evidencia, se presenta un plan de negocio detallado, que busca no solo establecer un espacio de coworking viable y rentable, sino también contribuir significativamente al desarrollo económico y profesional de la región.

Con la visión de transformar la forma en que los profesionales y emprendedores de Guaranda trabajan y colaboran, este estudio se embarca en una exploración pormenorizada de cómo un espacio de coworking podría ser el catalizador que impulse el crecimiento, la innovación y el emprendimiento en el cantón. A través de un análisis detallado y una planificación estratégica, se busca sentar las bases para una nueva era de trabajo colaborativo en Guaranda.

Para la ejecución del estudio se llevaron a cabo los siguientes capítulos:

CAPÍTULO I: Este capítulo sirve como una introducción a la investigación propuesta. Comienza con el apartado "PROBLEMA", donde se define y contextualiza el desafío principal a abordar, relacionado con el establecimiento de un espacio de coworking en Guaranda. A través del "Planteamiento del problema", se ofrece una descripción detallada de la situación problemática, seguido de la "Formulación del problema", que plantea la

pregunta central de la investigación. La "Justificación" detalla las razones y motivos que hacen relevante la investigación, mientras que en "Objetivos", se esbozan las metas generales y específicas que busca alcanzar el estudio.

CAPÍTULO II: Aquí, se sumerge al lector en la base teórica y conceptual del estudio. El "Marco teórico" presenta una revisión exhaustiva de literatura y teorías relacionadas con el tema de coworking. Los "Antecedentes investigativos" muestran investigaciones y proyectos previos relacionados, mientras que la "Fundamentación científica" expone conceptos, teorías y modelos académicos clave, incluidos los detalles sobre el concepto de coworking y los componentes esenciales de un plan de negocio. Adicionalmente, se introduce la "Fundamentación legal", que aborda normativas y legislaciones relevantes para el coworking en Guaranda. La "Idea a defender" destaca la premisa central del estudio, y finalmente, las "Variables" describen los elementos que serán medidos o analizados.

CAPÍTULO III: Este capítulo se centra en detallar la metodología empleada en la investigación. Bajo el título "MARCO METODOLÓGICO", se describen las estrategias y técnicas que guían el estudio. Se abordan aspectos como el tipo, nivel y métodos de investigación que clasifican y describen la naturaleza de la investigación. También se trata la "Población y muestra", proporcionando detalles sobre los sujetos o datos a estudiar. La sección dedicada a las "Técnicas e instrumentos de recolección de la información" explica las herramientas y métodos empleados para obtener los datos, y el "Procedimiento de recolección de datos" especifica los pasos seguidos en el proceso. Por último, las "Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos" ofrecen una visión de las estrategias utilizadas para analizar la información recopilada.

CAPÍTULO IV: Aquí se encuentra el corazón del estudio, donde se presentan y discuten los resultados obtenidos. Bajo el título "ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS", se lleva a cabo una examinación detallada de los datos recolectados, presentando los hallazgos de acuerdo con los objetivos establecidos en el primer capítulo. Este análisis se subdivide en áreas específicas, como el estudio de mercado, la factibilidad financiera y el plan de marketing para el coworking en Guaranda.

Finalizando el estudio, las CONCLUSIONES ofrecen reflexiones finales basadas en los hallazgos, subrayando los descubrimientos y puntos más relevantes de la investigación. Las RECOMENDACIONES proporcionan consejos y sugerencias basadas en los resultados, dirigidos a investigaciones futuras o implementaciones prácticas en el campo del coworking. Por último, la BIBLIOGRAFÍA enumera todas las fuentes de información y referencias consultadas y citadas a lo largo de la investigación.

CAPÍTULO I:

1. PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Desde mediados de la década de 2000, ha surgido un nuevo tipo de espacios de trabajo compartidos en ciudades de todo el mundo que promueven un enfoque colaborativo y basado en la comunidad para la organización de nuevas formas de trabajo independiente, como el trabajo freelance o el trabajo por cuenta propia (Avdikos & Merkel, 2019). A nivel mundial los espacios de coworking se encuentran en auge tanto en áreas urbanas como rurales, gracias a sus facilidades para el crecimiento empresarial y oportunidades para nuevos modelos de negocios de emprendedores y profesionales independientes (Gandini & Cossu, 2019).

Los espacios de coworking son establecimientos comerciales que ofrecen entornos de trabajo compartidos gracias al uso de tecnologías digitales. Están destinados a trabajadores independientes, pequeñas empresas, startups y equipos remotos, y suelen contar con diferentes opciones de membresía. En las pequeñas ciudades regionales, los espacios de coworking suelen ser gestionados por emprendedores, quienes actúan como fundadores, administradores de la comunidad o anfitriones (estos términos se utilizarán indistintamente en este documento). A diferencia de los espacios de coworking más conocidos y promocionados por emprendedores, estos espacios regionales se caracterizan por su enfoque local y menos comercial (Ricarda B. Bouncken & Aslam, 2023; Crovara, 2023).

Los espacios de coworking han brindado una solución accesible para aquellos profesionales o trabajadores nómadas que no cuentan con un espacio físico donde realizar sus actividades económicas y brindar sus servicios, por lo que este tipo de espacios le ofrecen comodidad conectividad y un ambiente de calidez que se adapta a sus necesidades laborales y económicas (Lescarret et al., 2022). Además, según lo menciona Bouncken, et al (2020) activan el desarrollo de las comunidades locales a formar vínculos entre profesionales que van más allá de los emocionales y digitales, dándose a lugar en el formato de los espacios de oficina abierta. La sostenibilidad de los espacios de coworking y el intercambio de conocimientos en ellos está influenciada por una comunidad compartida anidada en el entorno local (Ricarda B. Bouncken et al., 2023).

El coworking una alternativa de emprendimiento sostenible, para el desarrollo de la economía en las regiones, dando una alternativa efectiva que permite promover el emprendimiento, y a su vez minimiza los obstáculos que desalientan a quienes asumen el riesgo de tener una actividad empresarial, por lo que se logra con el coworking una

alternativa de emprendimiento con una estrategia colaborativa de profesionales (Sabando-Mendoza & Saltos, 2021).

El Coworking fomenta el desarrollo de una comunidad de profesionales, debido a que en sus espacios se propicia la interacción continua de estos, unidos por el espacio compartido. La nueva forma de trabajo se encuentra en etapa de desarrollo e implementación en diversos países, conceptos como economía y consumo colaborativos son aspectos relevantes en las nuevas formas de actuación del individuo (Defoix, 2019).

Los diferentes gerentes y profesionales pueden visualizar una mejor comprensión del fenómeno y la posible evolución de los lugares de trabajo y las organizaciones, como una mejor comprensión de la medida en que el desarrollo de espacios de coworking podría invocar la evolución en las organizaciones y las prácticas de gestión. Y desarrollo colaborativo dentro de las organizaciones (Leclercq-Vandelannoitte & Isaac, 2016).

Un coworking permite a las personas o empresas compartir ideas, encontrar financiación o clientes, poder estar en una buena ubicación de una gran ciudad, nos lleva al ahorrar de dinero en comparación con una oficina tradicional. Se puede decir que es un ganar ganar de los profesionales (Bouncken et al., 2020).

En los últimos años se ha visualizado el crecimiento con rápidos y de desarrollo de espacios de coworking, que están afectando a los modelos clásicos de trabajo, los orígenes de este fenómeno, el auge de esos espacios no tiene precedentes en su velocidad y escala.

La ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, enfrenta un desafío importante: la falta de un espacio de coworking que pueda satisfacer las necesidades de los profesionales y emprendedores locales. Esta carencia plantea obstáculos significativos para aquellos que desean iniciar o desarrollar sus proyectos empresariales.

En primer lugar, la falta de un espacio físico adecuado dificulta la capacidad de los profesionales y emprendedores de Guaranda para llevar a cabo sus actividades económicas y brindar servicios. Estos individuos carecen de una base de operaciones eficiente desde la cual atender a sus clientes. En segundo lugar, la ausencia de un coworking limita las oportunidades de colaboración y networking entre los profesionales de la ciudad. Estos espacios son fundamentales para el desarrollo de una comunidad de profesionales, ya que fomentan la interacción continua y el intercambio de ideas. Sin un lugar de encuentro compartido, se dificulta la creación de sinergias y alianzas estratégicas entre los emprendedores y profesionales locales.

Además, la creación de un coworking en Guaranda podría contribuir al desarrollo económico de la región. Este modelo de emprendimiento sostenible promueve la economía

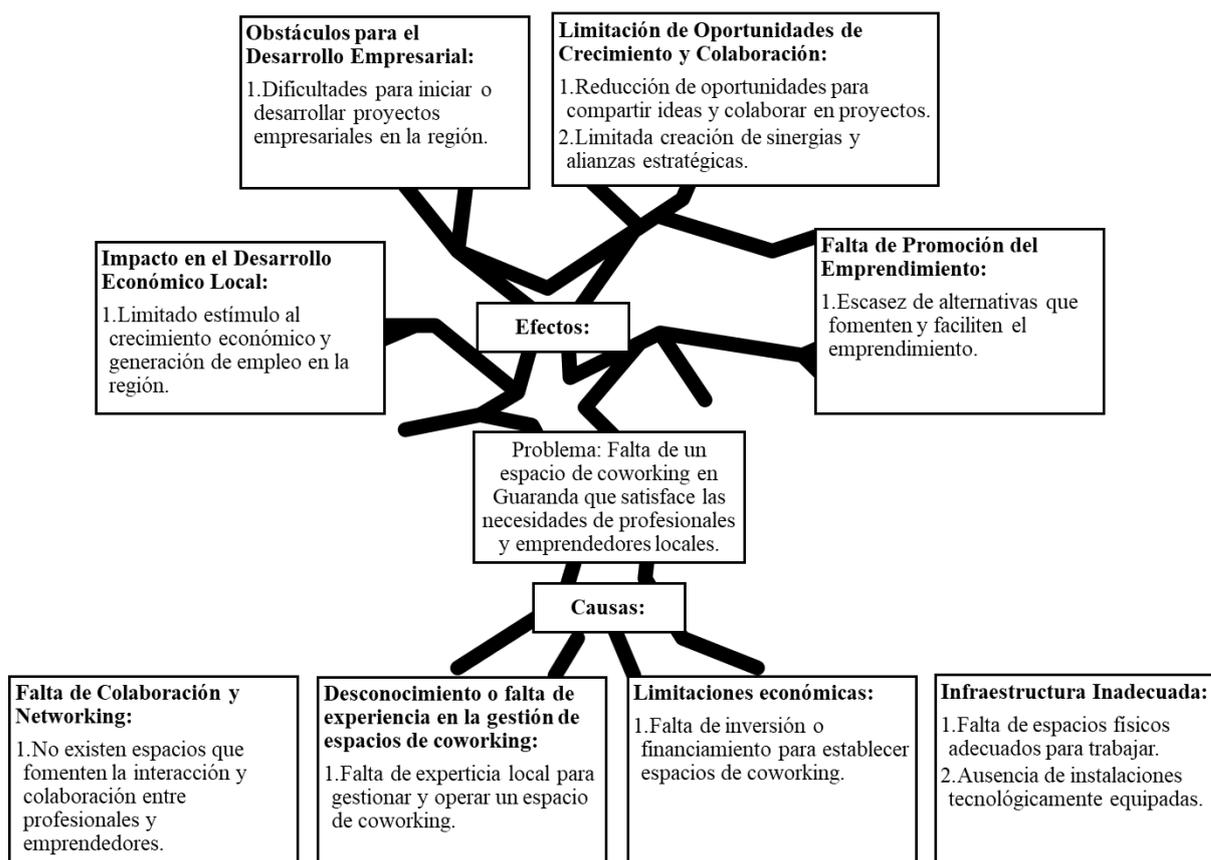
local al ofrecer una estrategia colaborativa para los profesionales, minimizando los obstáculos que desalientan a aquellos que desean iniciar una actividad empresarial. Al proporcionar un entorno de trabajo adecuado, así como acceso a servicios básicos y conectividad, un coworking en Guaranda podría impulsar la creación y el crecimiento de empresas locales, generando empleo y promoviendo el desarrollo económico en la comunidad.

En resumen, la falta de un espacio de coworking en Guaranda representa un problema significativo para los profesionales, emprendedores y pequeñas empresas de la región. Limita su capacidad para desarrollar proyectos empresariales, dificulta la colaboración y el networking, y obstaculiza el desarrollo económico local. Por lo tanto, es crucial establecer un coworking en Guaranda para abordar estos desafíos y proporcionar un entorno propicio para el crecimiento y la prosperidad de los profesionales y emprendedores de la región.

Desde el punto de vista del modelo de negocios, el coworking resulta de interés, ya que independientemente del área donde se encuentre, siempre habrá profesionales que requieran servicios de infraestructura equipados con herramientas y acceso a servicios básicos y conectividad. Por tanto, este trabajo de investigación tiene como objetivo determinar, a través de un estudio de factibilidad técnica y económica, así como la elaboración de un plan de negocios, si la implantación de un coworking en la ciudad de Guaranda, provincia de Bolívar, resulta viable y beneficioso.

Árbol de problemas

Figura 1 Árbol de problemas



Elaborado por: Castillo, M., 2023

La ciudad de Guaranda enfrenta una problemática central caracterizada por la ausencia de espacios de coworking adecuados que respondan a las necesidades de profesionales y emprendedores locales. Esta carencia se manifiesta a través de una infraestructura inadecuada, falta de ambientes propicios para la colaboración y el networking, limitaciones económicas y una escasez de conocimientos especializados para gestionar dichos espacios. Como resultado, se presentan obstáculos significativos para el desarrollo y la prosperidad de iniciativas empresariales en la región, restringiendo las oportunidades de crecimiento, colaboración y desarrollo económico local. Esta situación también limita la promoción efectiva del emprendimiento y la innovación, elementos cruciales para la revitalización y diversificación de la economía de la zona.

1.2. Formulación del problema

¿Cuáles son las características, necesidades y oportunidades del público objetivo en la Provincia Bolívar, cantón Guaranda, que deben considerarse para diseñar e implementar de manera exitosa una empresa de coworking durante el periodo 2022-2023?

1.3. Justificación

Necesidad:

La Provincia Bolívar, específicamente el cantón Guaranda, carece de espacios de coworking, lo que limita las oportunidades de emprendimiento, colaboración y crecimiento empresarial para los profesionales y emprendedores locales. Existe una demanda latente de lugares donde los trabajadores independientes, los startups y las pequeñas empresas puedan reunirse, compartir recursos y establecer conexiones colaborativas. Por lo tanto, es fundamental satisfacer esta necesidad y proporcionar un entorno propicio para fomentar la innovación y el desarrollo empresarial en la zona.

Importancia:

La creación de una empresa de coworking en el cantón Guaranda es crucial debido a su capacidad para impulsar el desarrollo económico y social de la región. Al ofrecer un espacio de trabajo compartido y servicios profesionales, se fomentará la creación de redes empresariales, el intercambio de conocimientos y la generación de sinergias entre los miembros de la comunidad empresarial local. Esto contribuirá al fortalecimiento del tejido empresarial, la generación de empleo y el impulso de la economía local.

Novedad:

La propuesta de establecer una empresa de coworking en la Provincia Bolívar, cantón Guaranda, es novedosa debido a la ausencia de este tipo de espacios en la zona. La implementación de un modelo de negocio de coworking, adaptado a las necesidades y preferencias del público objetivo local, representa una oportunidad innovadora para diversificar la oferta empresarial y promover la adopción de nuevas formas de trabajo colaborativo en la región.

Sustento teórico

La justificación teórica de este proyecto de investigación se fundamenta en las teorías del coworking, la innovación y el emprendimiento, el desarrollo local y la planificación estratégica. Estas teorías respaldan la necesidad de establecer una empresa de coworking en la Provincia Bolívar, cantón Guaranda, como una forma de promover la colaboración empresarial, impulsar el desarrollo económico local, aprovechar los recursos endógenos y fomentar la innovación y el emprendimiento en la región.

Oportunidad:

El estudio de la oferta y la demanda de espacios de coworking en la Provincia Bolívar, cantón Guaranda, revelará oportunidades de crecimiento y consolidación en el mercado local. La identificación de estas oportunidades permitirá establecer un

posicionamiento diferenciado y desarrollar ventajas competitivas para atraer y retener a un público diverso, incluyendo a profesionales independientes, emprendedores, startups y pequeñas empresas que buscan un entorno de trabajo flexible, colaborativo y eficiente.

Factibilidad:

La factibilidad del proyecto se basa en varios factores. En primer lugar, la inexistencia de espacios de coworking en la zona indica un mercado potencial sin explotar. Además, la Provincia Bolívar cuenta con una ubicación estratégica, atrayendo a emprendedores y profesionales de diversas áreas. Asimismo, la disponibilidad de infraestructura adecuada y la accesibilidad a servicios y recursos necesarios respaldan la viabilidad del proyecto. Por último, el desarrollo de un plan financiero detallado permitirá evaluar la rentabilidad y sostenibilidad económica del negocio a largo plazo.

Beneficiarios:

Los beneficiarios directos de este proyecto de negocio de coworking en la Provincia Bolívar, cantón Guaranda, serán los profesionales independientes, emprendedores, startups y pequeñas empresas locales, quienes podrán acceder a un entorno de trabajo colaborativo, infraestructura adecuada, servicios profesionales y oportunidades de networking. Adicionalmente, la comunidad empresarial y la economía local se verán beneficiadas, ya que se fomentará la creación de empleo, la generación de sinergias empresariales y el impulso del desarrollo económico y social en la región.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para una empresa de coworking en el cantón Guaranda. 2022-2023.

1.4.2. Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado
- Establecer un plan de marketing para el coworking en el cantón Guaranda
- Evaluar la factibilidad financiera del plan de negocio

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1. Antecedentes investigativos

Antecedentes Internacionales

En Venezuela (Sabando-Mendoza & Saltos, 2021) se plantearon investigar “Coworking: una alternativa para el emprendimiento sostenible” con el objetivo de “describir el coworking como una alternativa de emprendimiento sostenible”. Desarrollando una investigación cualitativa de enfoque deductivo y diseño no probabilístico, empleado la revisión bibliográfica para recaudar información sobre la creación de empresas coworking. Encontrado que las empresas de coworking están emergiendo como un fenómeno distintivo en el contexto de la economía compartida, fomentando la transferencia de conocimientos, facilitando la innovación y afectando el tejido urbano y socioeconómico, contribuyendo a los procesos de regeneración urbana tanto a escala local como de ciudad. Concluyendo que compartir recursos y conocimientos, los emprendedores pueden minimizar los obstáculos que ponen en riesgo el inicio favorable de su empresa y fomentar la colaboración y el intercambio de ideas. Además, el coworking puede ser una alternativa más sostenible que el alquiler de una oficina tradicional.

En Brasil (Nakano et al., 2023) titularon su investigación “Proximidad e intercambio de conocimientos en espacios de coworking: el caso de São Paulo” considerando que los coworking tienen como objetivo fomentar la colaboración, la creatividad y el intercambio de ideas entre profesionales independientes, emprendedores y pequeñas empresas, se plantearon como objetivo de “estudiar la proximidad y la creación y compartición de conocimiento en los espacios de coworking, actualmente abundantes en las grandes áreas metropolitanas de São Paulo”, para lo cual emplearon como instrumento para recaudar información la encuesta aplicada a 45 usuarios. Obteniendo como resultados que el 53% han utilizado coworking por lo menos por tres años; 34 utilizaron diferentes espacios de trabajo. Conclusión el coworking ofrece un entorno en el que profesionales de diferentes empresas y disciplinas pueden trabajar juntos en un espacio compartido. Por lo que la creación de estos espacios fomenta la interacción, el intercambio de ideas y la colaboración entre personas con diferentes habilidades y conocimientos.

En Alemania, (Gauger et al., 2021) investigaron sobre los “Espacios de coworking y Start-ups: Evidencia empírica desde una perspectiva de competencia en el mercado de productos y ciclo de vida” como empresas comerciales que prestan un servicio a empresas emergentes con pocos recursos, por lo que trazaron como objetivo examinar “el papel que

juegan los espacios de coworking en los ecosistemas empresariales y su relevancia para las nuevas empresas”, realizando para ello una investigación descriptiva y la revisión de documentos de 63 ciudades alemanas con empresas de coworking incipientes. Las conclusiones sugieren que las empresas emergentes maduras tienen más probabilidades de asociarse con espacios de coworking en regiones donde la competencia en el mercado de productos es moderada.

En Reino Unido titularon (Bosworth et al., 2023) su investigación “Coworking rural: Nuevos espacios de networking y nuevas oportunidades para un campo inteligente” teniendo entre sus objetivos “examinar los vínculos que se están desarrollando entre los espacios de coworking y sus economías rurales y regionales más amplias” al considerar que en las zonas rurales y pueblos apartados no gozan de los mismos beneficios de las zonas urbanas por lo que formar empresas de coworking trae benefició tecnológicos, crear nuevos mercados, desarrollar nevos productos, atraer nuevos clientes y compartir conocimientos. En la investigación cuantitativa se entrevistaron a 17 desarrolladores de coworking y 80 personas que realizaban diferentes actividades, además se dictó un taller en línea para estructurar un coworking. Entre las respuestas se destaca la dificultad para tener un área de trabajo apropiada, con conexión a la internet, además la mayoría manifestó estar interesado en un área de trabajo compartido. Conclusión los espacios coworking rurales deben moldearse a los distintos entornos sociales, ambientales y sociales, además brindan una oportunidad para el desarrollo rural inteligente.

En Alemania,(Bouncken et al., 2023) titularon su trabajo investigativo “Nuevo diseño de trabajo para la creación de conocimiento y la sostenibilidad: un estudio empírico de los espacios de coworking” con el propósito de conocer los procesos para creación y sostenibilidad de espacios coworking. Los investigadores desarrollaron una investigación cualitativa y la entrevista para recaudar información. Lo resultados obtenidos indicaron que los espacios de coworking pueden promover la sustentabilidad en las comunidades y en los centros empresariales, al ser espacios físicos en los cuales la transferencia de conocimientos se realiza entre los diversos emprendedores y las empresas. Concluyendo que los espacios coworking son empresas sostenibles que contribuyen a la disminución de los costos de los usuarios, al usar un espacio compartido

Antecedentes Nacionales

En Guayaquil, (Barzola Torres et al., 2019) titularon su trabajo investigativo “*Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios coworking*”, con el objetivo de “Elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa de servicios coworking, para

personas emprendedoras y profesionales independientes ubicados en la Parroquia Urbana Satélite la Aurora del cantón Daule” desarrollaron una investigación descriptiva de enfoque mixto ya aplicaron una encuesta a 104 personas entre propietarios de negocios, profesionales y estudiantes universitarios del cantón Daule. Estableciendo en base a los análisis de resultado que: el 75% trabaja de forma independiente; el 63% no tiene oficina para sus actividades laborales; el 94% de los encuestados indicó que estarían dispuestos a utilizar este espacio; los principales interesados en un coworking tienen entre 23 y 27 años. Concluyendo que existe una población interesada en formar parte de una empresa de servicio coworking, por lo que el proyecto resulta viable.

En Quito, (Millacan, 2020) realizó un “Análisis de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a ofrecer espacios de coworking en la ciudad de Quito año 2019” con 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 de la ciudad de Quito en el año 2019” con la modalidad de investigación de mercado realizó una investigación cuali-cuantitativa de tipo descriptiva. Para recaudar información a la muestra constituida por 384 personas se le aplicó una encuesta, determinando que al 84% le interesaría disponer de un espacio de coworking; el 43% lo utilizaría entre 4 y 6 horas diarias, al calcular la demanda la cantidad de usuarios superaría los 55 mil, lo que indica la factibilidad de crear una empresa de coworking en Quito.

Antecedentes Locales

No se encontraron investigaciones realizadas a nivel local publicadas en revistas científicas, ni realizadas a nivel de postgrado

2.2. Fundamentación científica

2.2.1. Concepto de coworking:

El coworking se define como un modelo de trabajo en el cual profesionales independientes, emprendedores y empresas comparten un espacio de trabajo común, en el cual pueden trabajar de manera individual o colaborativa (Crovara, 2023). Este concepto implica la utilización de un entorno físico compartido, que puede incluir áreas de trabajo abiertas, salas de reuniones, espacios de descanso y servicios compartidos como internet de alta velocidad, impresoras y áreas de cocina (David et al., 2023).

Las características distintivas del coworking incluyen la flexibilidad en términos de horarios y ubicación, la disponibilidad de una comunidad diversa de profesionales, y la promoción de la colaboración, la creatividad y el intercambio de conocimientos (Lescarret et al., 2022). Además, los espacios de coworking suelen ofrecer servicios adicionales como

asesoría empresarial, eventos de networking, programas de formación y acceso a recursos empresariales.

B. Principios y valores del coworking:

El coworking se basa en una serie de principios y valores que guían su funcionamiento. Estos incluyen:

- **Comunidad y colaboración:** El coworking fomenta la creación de una comunidad de profesionales que comparten ideas, experiencias y recursos. Se promueve la colaboración entre los miembros, incentivando el trabajo conjunto y la creación de sinergias (Sánchez, 2020).
- **Accesibilidad y diversidad:** El coworking busca ser accesible para profesionales de diversas industrias y niveles de experiencia. Se valora la diversidad y se busca crear un ambiente inclusivo que fomente la integración y el intercambio de perspectivas (Sánchez, 2020).
- **Sostenibilidad y responsabilidad social:** Los espacios de coworking suelen adoptar prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente. Se promueve el uso eficiente de los recursos y la adopción de políticas empresariales socialmente responsables (Sánchez, 2020).

C. Beneficios y ventajas del coworking para profesionales y empresas:

El coworking ofrece una serie de beneficios y ventajas tanto para profesionales independientes como para empresas, entre ellos se incluyen:

- **Networking y oportunidades de colaboración:** El coworking proporciona un entorno propicio para establecer conexiones profesionales, ampliar la red de contactos y encontrar potenciales colaboradores, socios o clientes (Bouncken & Aslam, 2023; Howell, 2022).
- **Flexibilidad y ahorro de costos:** Los espacios de coworking ofrecen opciones flexibles de alquiler, permitiendo a los profesionales ajustar sus necesidades según sus proyectos. Esto representa un ahorro significativo en comparación con la adquisición o alquiler de una oficina tradicional (Bouncken & Aslam, 2023; Howell, 2022).
- **Ambiente inspirador y motivador:** Los espacios de coworking suelen estar diseñados de manera creativa y estimulante, lo que puede aumentar la productividad y la motivación de los profesionales. Además, la presencia de una comunidad activa puede generar un ambiente de trabajo motivador y

propicio para la generación de ideas (Bouncken & Aslam, 2023; Howell, 2022)..

- Acceso a recursos y servicios compartidos: Los espacios de coworking brindan acceso a recursos y servicios compartidos, como internet de alta velocidad, salas de reuniones equipadas, impresoras, café o té, entre otros. Esto evita la necesidad de invertir en infraestructura y servicios propios (Bouncken & Aslam, 2023; Howell, 2022).
- Desarrollo profesional y aprendizaje continuo: Los espacios de coworking suelen ofrecer programas de formación, talleres y eventos relacionados con el desarrollo profesional. Esto brinda oportunidades de aprendizaje continuo y crecimiento personal (Bouncken & Aslam, 2023; Howell, 2022).

2.2.2. Planes de negocio

2.2.2.1. Descripción del negocio:

Visión y misión del negocio

La visión y la misión son fundamentales para definir la dirección estratégica de cualquier negocio. La visión es una declaración aspiracional que describe lo que la empresa aspira a ser en el futuro, mientras que la misión describe el propósito central de la empresa y cómo planea alcanzar su visión (D'Angelo, 2020).

Naturaleza del negocio y descripción de los servicios ofrecidos

La descripción de la naturaleza del negocio y de los servicios que se ofrecen proporciona una visión detallada de lo que la empresa hace y cómo crea valor para sus clientes. Esto debe incluir una descripción clara y detallada de los productos o servicios de la empresa, así como de cómo estos productos o servicios se ajustan a las necesidades y demandas del mercado (Andía & Pinto, 2013).

Modelo de negocio

Un modelo de negocio se refiere a la forma en que una empresa crea, entrega y captura valor económico. Es la estructura y el enfoque estratégico que una organización utiliza para generar ingresos y obtener beneficios a partir de sus actividades comerciales. Este abarca todos los aspectos clave de cómo opera una empresa, incluyendo la propuesta de valor, los clientes objetivo, las fuentes de ingresos, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, los recursos clave, las actividades clave, las alianzas estratégicas y la estructura de costos (Cuzco et al., 2019).

Un modelo de negocio efectivo se basa en una comprensión profunda del mercado y de los clientes, así como en la capacidad de ofrecer una propuesta de valor única y relevante.

También implica una gestión eficiente de los recursos y una estructura de costos equilibrada que permita obtener beneficios sostenibles (Lozano, L.; Caicedo, J.; Fernández, T.; Onofre, 2019).

Ventajas competitivas y propuesta de valor

Las ventajas competitivas y la propuesta de valor de la empresa describen cómo la empresa se distingue de sus competidores y qué beneficios únicos ofrece a sus clientes. Las ventajas competitivas pueden incluir factores como tecnología superior, costos más bajos, calidad superior, servicio al cliente excepcional o una marca fuerte. La propuesta de valor describe cómo la empresa soluciona los problemas de sus clientes y satisface sus necesidades de una manera que otros competidores no pueden igualar (Sanchiz et al., 2023).

2.2.2.2. Análisis del mercado:

Investigación de mercado: análisis de la industria, tendencias y competencia

La investigación de mercado es un componente esencial de la estrategia empresarial y puede ayudar a una empresa a entender la dinámica de su industria, las tendencias emergentes y la naturaleza de la competencia. Este análisis puede implicar un estudio de la estructura de la industria, la identificación de los principales actores y sus estrategias, y el seguimiento de las tendencias que podrían afectar a la industria en el futuro (Munuera & Rodríguez, 2020).

Perfil del cliente objetivo: características demográficas, necesidades y preferencias

Identificar y entender al cliente objetivo es crucial para cualquier negocio. Esto implica definir claramente quién es el cliente, qué necesita y qué valora. Los datos demográficos (como la edad, el sexo, la ubicación y el nivel de ingresos) pueden ser útiles para segmentar el mercado y definir el perfil del cliente. Sin embargo, es igualmente importante entender las motivaciones, las necesidades y las preferencias del cliente (Blanco et al., 2016).

Estrategia de posicionamiento y diferenciación en el mercado

El posicionamiento se refiere a la forma en que una empresa se distingue en la mente de sus clientes en comparación con sus competidores. Esto implica crear una imagen o identidad única para la empresa o sus productos en el mercado. La diferenciación, por otra parte, se refiere a la forma en que los productos o servicios de una empresa se distinguen de los de sus competidores (Ríos et al., 2021).

2.2.2.3. Plan de productos y servicios:

Descripción detallada de los productos o servicios ofrecidos

La descripción detallada de los productos o servicios debe cubrir todas las características y funcionalidades que los hacen únicos. Esto incluye cualquier tecnología o proceso especial que se utilice en su producción o entrega. La descripción debe ser lo suficientemente detallada para que los lectores puedan entender completamente lo que la empresa está vendiendo y cómo se benefician los clientes (Hernández, L.; López, D.; Salcedo, 2019)

Beneficios y ventajas competitivas de los productos o servicios

Los beneficios de los productos o servicios son las formas en que satisfacen las necesidades o resuelven los problemas de los clientes. Las ventajas competitivas, por otro lado, son las características o atributos de los productos o servicios que los hacen superiores a los de la competencia (Abrego & Mujica, 2022).

Ciclo de vida del producto y estrategias de desarrollo y mejora

El ciclo de vida del producto es el camino que un producto toma desde su introducción en el mercado hasta su eventual retirada. Este ciclo se divide generalmente en cuatro etapas: introducción, crecimiento, madurez y declive. Cada etapa tiene implicaciones específicas para la estrategia de marketing y desarrollo del producto. Las estrategias de desarrollo y mejora del producto pueden incluir la mejora continua de la calidad, la adición de nuevas características o funcionalidades, o la adaptación del producto a las cambiantes necesidades o preferencias del cliente (Diez, 2019).

2.2.2.4. Plan de marketing:

Estrategia de marketing: segmentación, targeting y posicionamiento

La segmentación del mercado es el proceso de dividir a los posibles clientes en grupos o segmentos con características similares. Esto puede basarse en diversas categorías como demografía, comportamiento, geografía o necesidades del cliente (Vega & Guerrero, 2020). Una vez segmentado el mercado, se selecciona uno o más segmentos a los que se dirigirá la empresa, un proceso conocido como targeting. Finalmente, el posicionamiento implica definir cómo se quiere que el mercado objetivo perciba los productos o servicios de la empresa en relación con la competencia. El objetivo del posicionamiento es establecer una identidad única y atractiva para la empresa y sus productos en la mente del consumidor.

Estrategias de promoción y publicidad

La promoción y la publicidad son fundamentales para aumentar la visibilidad de los productos o servicios y para comunicar su valor a los clientes. Las estrategias de promoción

pueden incluir una variedad de técnicas, desde publicidad en medios tradicionales como televisión, radio y prensa, hasta marketing digital, que puede incluir SEO, marketing en redes sociales, marketing por correo electrónico y marketing de contenidos. Es importante seleccionar los canales de promoción y publicidad que sean más efectivos para alcanzar al mercado objetivo y que estén en línea con la estrategia de posicionamiento de la empresa (Vidales et al., 2020).

Plan de ventas y distribución

El plan de ventas y distribución es un componente esencial de la estrategia de marketing. Define cómo la empresa se propone vender sus productos o servicios y cómo se entregarán a los clientes. Esto puede implicar ventas directas, donde la empresa vende directamente a los clientes, o puede implicar la venta a través de intermediarios como minoristas o distribuidores. Además, en el entorno digital actual, las empresas también pueden optar por vender en línea, ya sea a través de su propio sitio web o a través de plataformas de comercio electrónico (Castro et al., 2019).

Estrategia de precios y políticas comerciales

La estrategia de precios es un elemento crítico de la estrategia de marketing y tiene un impacto directo en la rentabilidad de la empresa. Los factores para tener en cuenta al establecer precios pueden incluir los costos de producción, el valor percibido por el cliente, los precios de la competencia y la demanda del mercado. Las políticas comerciales son las reglas y directrices que la empresa establece en relación con aspectos como las condiciones de pago, los descuentos, las garantías y las devoluciones. Es importante que estas políticas sean claras y justas para construir relaciones de confianza con los clientes (Medina et al., 2020).

2.2.2.5. Plan operativo:

Localización y requisitos de infraestructura

La elección del lugar donde se ubicará el negocio es fundamental y debe estar en línea con la estrategia de la empresa. La localización puede ser un factor crítico para determinar la rentabilidad del negocio, ya que puede influir en los costos operativos, la facilidad de acceso a los mercados y la disponibilidad de recursos (Flores et al., 2022). Por otro lado, los requisitos de infraestructura son aquellos relacionados con las instalaciones, maquinaria, tecnología y demás bienes necesarios para que la empresa pueda operar eficientemente.

Procesos operativos y cadena de suministro

Los procesos operativos son los procedimientos y actividades que la empresa realiza para llevar a cabo su negocio. Estos pueden incluir procesos de producción, servicios al cliente, compras, ventas, logística, entre otros. La cadena de suministro se refiere a la red de organizaciones y actividades implicadas en la producción, transformación y entrega de los productos o servicios de la empresa. Una gestión eficiente de los procesos operativos y de la cadena de suministro puede ser un factor clave para la competitividad de la empresa (Santos, 2022).

Recursos humanos: estructura organizativa, perfiles de personal y plan de contratación

La estructura organizativa de una empresa es la forma en que se organizan sus diferentes departamentos, roles y responsabilidades. Por otro lado, los perfiles de personal refieren a las competencias, habilidades y experiencia que los empleados necesitan tener para desempeñar eficazmente sus roles en la empresa. Finalmente, el plan de contratación es la estrategia que la empresa sigue para reclutar y seleccionar a su personal, incluyendo las fuentes de reclutamiento, los métodos de selección y las políticas de compensación y beneficios (Montoya & Boyero, 2016).

Proveedores y alianzas estratégicas

Los proveedores son las empresas que proporcionan los insumos necesarios para que la empresa pueda producir sus productos o prestar sus servicios. La elección y gestión de los proveedores puede tener un impacto significativo en la calidad, los costos y la eficiencia de las operaciones de la empresa. Por otro lado, las alianzas estratégicas son acuerdos de cooperación entre la empresa y otras organizaciones para lograr objetivos mutuamente beneficiosos. Estas alianzas pueden ser una forma eficaz de acceder a nuevos mercados, compartir recursos, reducir riesgos o aumentar la competitividad (Brunet, 2022).

2.2.2.6. Plan financiero:

Estimación de costos iniciales y gastos operativos

En cualquier empresa, es crucial entender y estimar los costos iniciales y gastos operativos. Los costos iniciales son todos aquellos que se deben asumir para iniciar el negocio, incluyendo adquisición o alquiler de infraestructura, compra de equipos, costos de legalización, inversión en inventario inicial, entre otros. Los gastos operativos, por otro lado, son aquellos costos recurrentes que la empresa deberá afrontar para mantener su operación diaria, como salarios, alquileres, servicios, materias primas, mantenimiento, entre otros (Cevallos et al., 2020).

Proyecciones financieras: ingresos, costos y flujo de efectivo

Las proyecciones financieras son estimaciones de cómo se espera que evolucione la situación financiera de la empresa en el futuro. Esto incluye proyecciones de ingresos (a partir de las ventas esperadas), proyecciones de costos (tanto costos variables como fijos), y proyecciones de flujo de efectivo, que muestran cómo se espera que cambien las entradas y salidas de efectivo con el tiempo. Estas proyecciones son esenciales para planificar el crecimiento de la empresa, gestionar su liquidez y evaluar su rentabilidad (Ordoñez-Ordoñez et al., 2021).

Análisis de viabilidad y punto de equilibrio

El análisis de viabilidad financiera evalúa si es probable que el negocio sea rentable. Este análisis implica comparar las proyecciones de ingresos y costos para ver si se espera que los ingresos cubran todos los costos a largo plazo. El punto de equilibrio, por otro lado, es el nivel de ventas en el que los ingresos cubren exactamente los costos, es decir, el nivel de ventas en el que la empresa ni gana ni pierde dinero. El cálculo del punto de equilibrio es útil para entender cuántas ventas necesita hacer la empresa para empezar a ser rentable (Ordoñez-Ordoñez et al., 2021).

Estrategias de financiamiento y fuentes de ingresos

La estrategia de financiamiento se refiere a cómo la empresa planea obtener los fondos que necesita para iniciar y crecer el negocio. Esto puede implicar una variedad de fuentes, incluyendo capital propio, préstamos bancarios, inversión de capital riesgo, financiación colectiva, entre otros. Las fuentes de ingresos, por otro lado, son las diferentes formas en que la empresa genera dinero a partir de sus actividades de negocio, que pueden incluir la venta de productos o servicios, los ingresos por publicidad, las comisiones, las cuotas de suscripción, entre otros (Ordoñez-Ordoñez et al., 2021).

2.3. Fundamentación legal

Ley de Compañías (2017)

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o

industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades

Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

- La compañía en nombre colectivo;
- La compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- La compañía de responsabilidad limitada;

- La compañía anónima; y,
- La compañía de economía mixta.

Para el desarrollo del proyecto se considera que la compañía será constituida bajo la forma de compañía de responsabilidad limitada, por lo que le aplican las consideraciones y mandatos de la ley en cuestión.

Ley Orgánica de emprendimientos e innovación (2020)

Art. 12.- Registro Nacional de Emprendimiento. - El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento -RNE-, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidos en el reglamento de esta Ley. Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigencia de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas.

Art. 14.- Guía Nacional de Emprendimiento.- La Secretaría Técnica del CONEIN generará una guía nacional para emprendedores que provea información al menos en los siguientes aspectos: macro económicos, de mercados internacionales, legales, tributarios, sectoriales, laborales, societarios y financieros del ecosistema emprendedor, además de un directorio de las oficinas comerciales del Ecuador en el mundo, con información para exportar productos y servicios. La Secretaría Técnica, en coordinación con las demás entidades del Estado, actualizará semestralmente la Guía Nacional de Emprendimiento y podrá incluir la información complementaria que crea necesaria.

Art. 44.- Régimen especial de contratación de personal para emprendimientos.- Con el objetivo de incentivar la generación de empleo y la formalización del trabajo en los procesos de emprendimiento, el ente rector en materia de trabajo desarrollará la modalidad o modalidades contractuales a implementarse en el trabajo emprendedor, en donde se incluirá la jornada parcial, así como el tiempo de duración de los contratos, pago de beneficios de ley, remuneración y su forma de cálculo, y demás requisitos y condiciones que deberá cumplir el trabajador/a, de acuerdo a las leyes pertinentes.

Queda expresamente prohibido el desarrollo de emprendimientos que den lugar al trabajo infantil y cualquier forma de explotación contraria a la Constitución y a la legislación internacional.

Art. 45.- Afiliación a la seguridad social.- Una vez que se suscriba el contrato de trabajo emprendedor, el empleador deberá afiliar al trabajador en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y tendrá derecho a sus beneficios desde el primer día de inicio de la relación laboral y su afiliación.

En caso de terminar la relación laboral antes de cumplir el año, el empleador deberá cancelar el monto adeudado hasta la fecha de terminación de la relación laboral, conforme lo determine el Código del Trabajo.

DISPOSICIONES REFORMATARIAS

Primera. - Sustitúyase el artículo 1 de la Ley de Compañías, por el siguiente:

Art. 1.- Contrato de compañía es aquel por el cual una o más personas, dependiendo de la modalidad societaria utilizada, unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles, participar de sus utilidades y de otros beneficios sociales, colectivos y/o ambientales.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil”. Segunda. - Sustituir el artículo 2 de la Ley de Compañías, por el siguiente:

Art. 2.- Hay seis especies de compañías de comercio, a saber:

La compañía en nombre colectivo;

La compañía en comandita simple y dividida por acciones;

La compañía de responsabilidad limitada;

La compañía anónima;

La sociedad por acciones simplificada; y,

La compañía de economía mixta.

Estas seis especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación.

Tercera. - Sustitúyase el artículo 19 de la Ley de Compañías, por el siguiente:

Art. 19.- La inscripción en el Registro Mercantil surtirá los mismos efectos que la matrícula de comercio. Por lo tanto, queda suprimida la obligación de inscribir a las compañías en el libro de matrículas de comercio.

Las sociedades por acciones simplificadas estarán habilitadas para el comercio mediante la inscripción en el registro de las sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; inscripción que deberá ser publicada en la página web de la misma institución.

Cuarta. - Sustitúyase el artículo 92 de la Ley de Compañías, por el siguiente:

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los

términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, tales como: “comercial”, “industrial”, “agrícola”, “constructora”, no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si se trata de una compañía que ha adoptado la categoría de sociedad de beneficio e interés colectivo, podrá agregar a su denominación la expresión “Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo”, o las siglas B.I.C.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445 de la Ley de Compañías. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, la Superintendencia de Compañías y Valores notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

2.4. Idea a defender

La idea a defender se centra en la creación de un espacio de coworking en el cantón Guaranda para abordar la falta de infraestructura adecuada para profesionales y emprendedores locales, promover la colaboración empresarial, impulsar el desarrollo económico y satisfacer una demanda no satisfecha en la región, para ello, se desarrollará un plan de negocio que ayudará a establecer la factibilidad técnico-económica.

2.5. Variables

Variable independiente: Plan de negocio

Variable dependiente: Coworking

Operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Tipo de escala	Técnica e instrumento
Coworking	El coworking se define como un modelo de trabajo en el cual profesionales independientes, emprendedores y empresas comparten un espacio de trabajo común, en el cual pueden trabajar de manera individual o colaborativa (Crovara, 2023). Este concepto implica la utilización de un entorno físico compartido, que puede incluir áreas de trabajo abiertas, salas de	Datos demográficos del público objetivo	Nivel educativo	Ordinal	Encuesta Cuestionario cerrado
			Ocupación actual	Nominal	
		Demanda del servicio de coworking y preferencias del público objetivo	¿Conoce usted que es un Coworking o espacio compartido de trabajo?	Nominal	
			¿Ha utilizado alguna vez un espacio de coworking o está interesado en utilizar uno en el futuro?	Nominal	
			¿Con qué frecuencia necesitaría utilizar un espacio de coworking?	Nominal	
			¿Qué servicios considera más importantes en un espacio de coworking?	Nominal	
			¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un espacio de coworking?	Ordinal	
			¿Cuánto estaría dispuesto a pagar semanal por un espacio de coworking?	Ordinal	
			¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diario por un espacio de coworking?	Ordinal	

reuniones, espacios de descanso y servicios compartidos como internet de alta velocidad, impresoras y áreas de cocina (David et al., 2023).	¿Cuál cree usted que sería la mejor ubicación para un coworking o espacio compartido de trabajo?	Nominal
	¿Qué horario preferiría para el acceso al espacio de coworking?	Nominal
	¿Le gustaría tener acceso a eventos o capacitaciones en el espacio de coworking?	Nominal
	¿Estaría interesado en un espacio de coworking específicamente diseñado para ciertos sectores profesionales?	Nominal
	¿Conoce usted un coworking o espacio de trabajo compartido que actualmente ofrezca servicios en la ciudad de Guaranda?	Nominal
	¿Qué tipo de ambientes prefiere en un espacio de coworking?	Nominal
	En su opinión, ¿qué factor diferenciador debería tener una nueva empresa de coworking para tener éxito en la Provincia Bolívar, cantón Guaranda?	Nominal

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Tipo de escala	Técnica e instrumento
Plan de negocio	Un plan de negocio es un documento estratégico que describe de manera detallada la visión, objetivos, estrategias y operaciones de una empresa o proyecto. Su objetivo principal es proporcionar una guía completa y estructurada para el desarrollo y la gestión de un negocio, y es utilizado tanto por emprendedores que están iniciando una nueva empresa como por empresas	Factibilidad organizativa	Disponibilidad de mano de obra y administrativa necesaria	No aplica	No aplica
		Factibilidad técnica	Disponibilidad de equipos e infraestructura	No aplica	
		Factibilidad de mercado	Grado de demanda y oferta del servicio	No aplica	
		Factibilidad financiera y económica	Valor actual neto Tasa interna de retorno	No aplica	

	establecidas que buscan expandirse o mejorar sus operaciones (Cuzco et al, 2019)				
--	--	--	--	--	--

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

En el contexto del plan de negocio de factibilidad para la creación de una empresa de coworking en la Provincia Bolívar, Cantón Guaranda para el período 2022-2023, se requiere de una metodología sólida que permita abordar de manera eficiente los objetivos establecidos. A continuación, se describe cada punto de la metodología de forma detallada:

El ámbito de estudio fue la Provincia Bolívar, específicamente el Cantón Guaranda. Se llevó a cabo un análisis detallado de las características demográficas, económicas y empresariales de esta área con el fin de comprender el entorno en el que se desarrollaría la empresa de coworking.

3.1. Tipo, nivel y métodos de investigación

3.1.1. *Tipo*

En este estudio, se aplicarán los siguientes tipos de investigación:

Investigación aplicada: Se realizó una investigación aplicada con el objetivo de generar conocimientos prácticos y aplicables para abordar y resolver el problema específico relacionado con la creación de una empresa de coworking en la provincia Bolívar, cantón Guaranda. El enfoque principal fue encontrar soluciones efectivas y viables en el contexto real de la comunidad local.

Investigación documental: Para obtener información relevante sobre el fenómeno del coworking, sus características, tendencias y casos de éxito en otras localidades, se llevó a cabo una investigación documental exhaustiva. Se consultó una amplia variedad de fuentes como libros, revistas, periódicos y documentos relacionados con el tema. Esta investigación permitió adquirir una base sólida de conocimiento teórico y práctico sobre el coworking, así como comprender las mejores prácticas y lecciones aprendidas en otros lugares.

Investigación de campo: Para recolectar datos primarios sobre la demanda y las necesidades de los potenciales usuarios del servicio de coworking en el cantón Guaranda, se llevó a cabo una investigación de campo. Este enfoque implicó realizar entrevistas, encuestas y observaciones en el lugar donde se llevó a cabo el estudio. Mediante estas técnicas de recolección de datos, se obtuvo información directa y actualizada sobre las expectativas, preferencias y requisitos de los profesionales y emprendedores locales en cuanto a un espacio de coworking.

3.1.2. *Nivel de investigación*

En cuanto al alcance de la investigación, se utilizó un enfoque exploratorio y descriptivo:

Alcance exploratorio: Se realizó un estudio exploratorio para familiarizarse con el fenómeno del coworking en la provincia Bolívar, identificar las características del mercado objetivo y comprender las necesidades de los potenciales usuarios del servicio de coworking en el cantón Guaranda.

Alcance descriptivo: Se llevó a cabo un estudio descriptivo para describir las propiedades, características y perfiles de los potenciales usuarios del servicio de coworking en el cantón Guaranda. Se recopilaron datos sobre variables como preferencias, necesidades y características demográficas.

3.1.3. Método de investigación

Enfoque mixto de investigación:

Método de investigación cuantitativo:

El método cuantitativo fue empleado en el estudio de mercado, el análisis económico y financiero, así como en la proyección de ingresos, costos operativos e inversiones requeridas. Se recopilaron datos numéricos y se utilizaron técnicas estadísticas para analizar y presentar la información de manera objetiva y precisa. Por ejemplo, se llevaron a cabo encuestas a potenciales usuarios del servicio de coworking para recopilar datos sobre sus preferencias y necesidades. Además, se utilizaron herramientas financieras para evaluar la viabilidad económica del proyecto.

Método de investigación cualitativo:

El método cualitativo se aplicó en el estudio de mercado y en la identificación de características y preferencias clave del mercado objetivo. Se recopilaron datos cualitativos a través de entrevistas en profundidad, grupos focales o análisis de contenido de documentos relevantes. Estos datos permitieron obtener una comprensión más profunda de las necesidades y motivaciones de los potenciales usuarios del servicio de coworking, así como de las características específicas del mercado local.

Método de investigación deductivo:

El método deductivo fue utilizado para desarrollar los objetivos específicos del proyecto, establecer y generar conclusiones. Se partió de teorías y conocimientos existentes para formular suposiciones iniciales, que posteriormente fueron sometidas a pruebas y análisis empíricos. Por ejemplo, se partió de la teoría de que un espacio de coworking en el cantón Guaranda era factible técnica y económicamente, y se recopilaron datos y evidencias para confirmar o refutar esta afirmación.

3.1.4. Diseño de investigación

El diseño de investigación se estructuró en varias etapas. En primer lugar, se llevó a cabo una investigación documental y revisión de fuentes confiables para recopilar información relevante sobre la industria de los espacios de coworking, las tendencias del mercado y las mejores prácticas en la creación y gestión de este tipo de empresas. Posteriormente, se realizó una investigación de campo que incluyó encuestas y entrevistas a profesionales, emprendedores y empresas en la Provincia Bolívar. Esta etapa permitió obtener datos específicos sobre las necesidades, preferencias y demanda de espacios de coworking en la región. Finalmente, se llevó a cabo un análisis financiero detallado para evaluar la viabilidad económica del proyecto, considerando los costos de inversión, los gastos operativos y las proyecciones de ingresos.

3.2. Población y muestra

Para el desarrollo del estudio, se consideró como universo muestral a la población urbana de la ciudad de Guaranda, que tenía un rango de edad entre los 20 y 65 años. Según la información Censo 2022 (INEC, 2023), se estimó que en la zona urbana dentro del rango de edad en estudio había 34392 habitantes. A continuación, se presenta el cálculo de la muestra utilizando la ecuación para el cálculo muestral para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, utilizando la Ecuación para poblaciones finitas conocidas:

$$n = \frac{p(1-p)k^2N}{p(1-p)k^2 + e^2(N-1)}$$

Donde;

P	Proporción de individuos con un comportamiento diferente al esperado	0,5
K	Nivel de confianza que indica que los resultados del estudio sean ciertos	1,96
E	Error muestral deseado	0,05
N	Población total	34392

Pasos del cálculo

Sustituyendo

$$n = \frac{0.5(1 - 0.5)1.96^2 34392}{0.5(1 - 0.5)1.96^2 + 0.05^2(34392 - 1)} = 379.93 \text{ aproximadamente } 380 \text{ personas}$$

En tal sentido, la muestra a considerar será de 380 personas de Guaranda

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

Para la aplicación de la encuesta se empleó la herramienta de Google Forms, la cual permitió abarcar una mayor población en menos tiempo. Se elaboró un cuestionario cerrado con el propósito de conocer la oferta y demanda de los servicios de Coworking en la ciudad de Guaranda. Este cuestionario fue validado mediante dos metodologías. En primer lugar, se valoró según el juicio de expertos.

Posteriormente, al realizar una prueba piloto con 100 participantes, se determinó que el instrumento era confiable, con un Alfa de Cronbach de 0.708, calculado mediante el software IBM SPSS v.25.

Tabla 1 *Análisis de fiabilidad de la escala*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.708	13

Elaborado por: Castillo, M., 2023

3.4. Procedimiento de recolección de datos

El proceso de recolección de información se llevó a cabo por medio del siguiente proceso:

- Se realizó y se aprobaron los cuestionarios para la recolección de la información.
- Se aprobó y validó el instrumento por medio de juicio de expertos y por Alfa de Cronbach.
- Se utilizó el Google Forms para registrar las encuestas.
- Se tabuló la información y se depuraron para su procesamiento

3.5. Técnicas de procesamiento, análisis e interpretación de datos

Para el procesamiento de la información se siguió la siguiente información:

- Se realizó el procesamiento de la información mediante estadística descriptiva para ello se utilizó el software de IBM SPSS v.25.
- Con base a la información se realizó el análisis de la información

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por objetivos

4.1.1. Resultados del primer objetivo: Realizar un estudio de mercado

Tabla 2 Edad y ocupación de la población

		Frecuencia	Porcentaje
Edad	Entre 18 a 25 años	57	15,00
	Entre 26 a 45 años	183	48,16
	Entre 46 a 55 años	116	30,53
	Más de 55 años	24	6,31
Ocupación actual	Asalariado	92	24,21
	Dependiente	79	20,79
	Estudiante	31	8,16
	Independiente	165	43,42
	Sin ocupación	13	3,42

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda.

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

La encuesta muestra que la mayor parte de la población encuestada en Guaranda, un 78,69%, tiene entre 26 a 55 años. Este grupo se encuentra en su etapa laboral activa, lo que indica una gran proporción de personas potencialmente interesadas en espacios de trabajo flexibles.

Por otro lado, la categoría ocupacional que destaca es la de trabajadores independientes, que representan un 43,42%. Esto refleja una tendencia hacia el trabajo autónomo en la región. Además, otro 44% combinado de asalariados y dependientes también podría beneficiarse de espacios de coworking para diversas actividades laborales. Aunque el segmento de estudiantes es menor, con un 8,16%, estos jóvenes podrían ver valor en espacios compartidos para estudiar o colaborar en proyectos.

Los datos sugieren que existe un mercado potencial para un espacio de coworking en Guaranda, dada la significativa presencia de trabajadores independientes y personas en su etapa laboral activa.

Tabla 3 *Conocimiento y utilización de un espacio coworking*

Conocimiento de un coworking	Interés en usar un coworking	Frecuencia	Porcentaje
No conoce que es un coworking	No he usado, pero estoy interesado en utilizar uno en el futuro.	162	42,63
	No he usado, y no estoy interesado	11	2,89
Si conoce que es un coworking	No he usado, pero estoy interesado en utilizar uno en el futuro.	116	30,53
	No he usado, y no estoy interesado	4	1,05
	Sí, he utilizado un espacio de coworking.	87	22,89
Total		380	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda.

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

La encuesta revela interesantes datos sobre el nivel de familiaridad y el interés hacia los espacios de coworking entre los residentes de Guaranda. Un 42,63% de la población no tiene conocimiento sobre qué es un espacio de coworking, pero muestra interés en utilizar uno en el futuro. Este dato indica una oportunidad clara para campañas informativas que introduzcan y promuevan los beneficios de estos espacios.

En contraste, hay un pequeño segmento, el 2,89%, que, a pesar de no conocer el concepto, no muestra interés en descubrirlo o aprovecharlo. Este grupo puede no ser el público objetivo principal o simplemente requerir un enfoque de marketing más específico.

Por otro lado, un notable 30,53% ya está familiarizado con el concepto de coworking, pero aún no ha utilizado uno, aunque tiene la intención de hacerlo. Este grupo representa un mercado inmediato para un nuevo espacio de coworking, ya que su interés ya está establecido.

A pesar de que solo el 1,05% conoce los espacios de coworking y no está interesado en ellos, la buena noticia es que un 22,89% de los encuestados ya ha experimentado con este tipo de espacios, lo que indica una aceptación previa en la ciudad. Estos usuarios podrían ser embajadores de marca y ofrecer retroalimentación valiosa para futuros desarrollos.

De los datos se puede obtener que Guaranda presenta un panorama alentador para la introducción o expansión de espacios de coworking. La mayoría de la población muestra curiosidad o interés, lo que sugiere un mercado potencial significativo para un negocio de este tipo en la región.

Tabla 4 Frecuencia de uso y disponibilidad de pago por el servicio del espacio coworking

Tiempo en que usaría un coworking	Disposición de pago por el servicio	Frecuencia	Porcentaje
Diariamente	Menos de \$1	3	0,81
	Entre \$2 y \$5	28	7,59
	Entre \$5 y \$10	22	5,96
Semanalmente	Menos de \$3	5	1,36
	Entre \$4 y \$10	27	7,32
	Entre \$11 y \$20	50	13,55
	Más de \$20	44	11,92
Mensualmente	Menos de \$50	21	5,69
	Entre \$50 y \$100	80	21,68
	Entre \$100 y \$200	15	4,07
	Más de \$200	1	0,27
No estoy seguro	No desea el servicio	73	19,78
Total		369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda.

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

Las respuestas de la encuesta nos dan un panorama detallado de cómo los habitantes de Guaranda perciben y valorarían un espacio de coworking en términos de uso y pago. En cuanto al uso diario del espacio, encontramos que un 0,81% pagaría menos de \$1, un 7,59% estaría dispuesto a invertir entre \$2 y \$5, y un 5,96% consideraría un rango entre \$5 y \$10. Esto sugiere que hay una demanda modesta por parte de individuos que podrían requerir el espacio de forma regular, y están dispuestos a pagar por ello.

Si nos desplazamos al uso semanal, la disposición a pagar parece incrementar: un 1,36% optaría por menos de \$3, un 7,32% entre \$4 y \$10, un 13,55% consideraría un rango entre \$11 y \$20, y un 11,92% estaría dispuesto a desembolsar más de \$20. Estas cifras sugieren que aquellos que prevén un uso semanal valoran la flexibilidad y están dispuestos a invertir una suma mayor.

En cuanto al uso mensual, la mayor concentración, un 21,68%, se encuentra dispuesta a pagar entre \$50 y \$100. Mientras que el 5,69% se inclina por menos de \$50, un 4,07%

optaría por un rango entre \$100 y \$200, y solo un 0,27% consideraría pagar más de \$200. Estos datos indican que la mayoría de los posibles usuarios mensuales están buscando opciones económicas, pero de calidad.

Sin embargo, no podemos pasar por alto el 19,78% de los encuestados que expresaron incertidumbre ante el costo en el servicio de coworking. Este dato es crucial para considerar estrategias de marketing y educación sobre los beneficios del coworking.

La encuesta revela un mercado diversificado en Guaranda con diferentes niveles de necesidad y disposición de pago para espacios de coworking. Si bien existe un interés marcado en ciertos segmentos, es vital considerar estrategias que aborden tanto a los entusiastas como a los indecisos o desinteresados.

Tabla 5 *Servicios más importantes para el espacio coworking*

	Frecuencia	Porcentaje
Cafetería	9	2,44
Conexión a internet de alta velocidad	65	17,62
Espacios privados para reuniones	82	22,22
Mobiliario ergonómico	7	1,90
Todos los anteriores	206	55,83
Total	369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda. Elaborado por: Castillo, M., 2023.

Análisis e interpretación

La encuesta llevada a cabo en Guaranda pone de relieve las características y servicios que la población considera esenciales al momento de optar por un espacio de coworking. En primer lugar, la Conexión a Internet de Alta Velocidad fue resaltada por un 17,62% de los encuestados como un servicio primordial. En el ámbito laboral actual, donde la digitalización y la comunicación en línea son imperativas, no sorprende que este servicio tenga una demanda elevada.

Siguiendo esta línea, los Espacios Privados para Reuniones destacan como una prioridad, con un 22,22% de los encuestados enfatizando su importancia. Este dato nos indica que, a pesar de la naturaleza abierta y colaborativa de los espacios de coworking, sigue existiendo una demanda significativa de privacidad para actividades específicas, como reuniones de negocio o conferencias. Por otro lado, el Mobiliario Ergonómico, a pesar de su relevancia en la productividad y salud de los trabajadores, fue seleccionado por solo un

1,90% de los participantes como el servicio más esencial. Esta baja proporción puede reflejar una falta de conciencia sobre la importancia de la ergonomía o, simplemente, que es visto como una expectativa básica y no un extra.

En cuanto a la Cafetería, el 2,44% que la seleccionó muestra que, si bien puede ser un buen complemento, no es un factor determinante para la mayoría al elegir un espacio de coworking. Interesantemente, el 55.83% de los encuestados manifestó que Todos los Servicios listados son de suma importancia, subrayando la idea de que el mercado en Guaranda busca una experiencia de coworking que sea holística y atienda múltiples necesidades.

Los resultados sugieren que un espacio de coworking en Guaranda debe ofrecer una experiencia integral, balanceando tanto servicios esenciales como la conectividad y la privacidad, junto con comodidades adicionales para garantizar su atractivo y funcionalidad para un amplio espectro de usuarios.

Tabla 6 *Ubicación preferida para el coworking*

	Frecuencia	Porcentaje
A los alrededores de la ciudad	103	27,91
En un lugar céntrico en la ciudad	264	71,54
No muestro interés	2	0,54
Total	369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda. Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

La ubicación de un espacio de coworking es esencial para determinar su éxito, ya que afecta la accesibilidad, la visibilidad y la conveniencia para los usuarios. En este sentido, la encuesta refleja las preferencias claras de los habitantes de Guaranda sobre dónde les gustaría que estuviera situado un espacio de coworking. La mayoría, con un contundente 71,54%, prefiere que el espacio de coworking esté "En un lugar céntrico en la ciudad". Esta preferencia puede estar motivada por la conveniencia de tener fácil acceso al espacio desde diferentes puntos de la ciudad, la cercanía a otros servicios esenciales, como bancos, restaurantes o estaciones de transporte, y la facilidad para clientes o colegas de visitarlos en un punto reconocido y central.

Por otro lado, el 27,91% opta por "A los alrededores de la ciudad". Las razones para esta elección pueden variar: desde buscar un ambiente más tranquilo y alejado del bullicio urbano, hasta la posibilidad de contar con espacios más amplios o con características

específicas que no se encuentren en el centro, como estacionamientos amplios o áreas verdes. Además, puede que este grupo de personas viva cerca de los alrededores y encuentre esta opción más conveniente. Un pequeño porcentaje, el 0.54%, manifestó "No mostrar interés" en la ubicación del coworking. Este grupo, aunque minoritario no tiene una preferencia particular sobre su ubicación.

En resumen, para satisfacer a la mayor parte de la población objetivo en Guaranda, sería ideal considerar un lugar céntrico para establecer el espacio de coworking. Sin embargo, no se debe descartar la idea de explorar opciones en los alrededores, especialmente si estas ofrecen ventajas únicas que puedan atraer a usuarios específicos.

Tabla 7 *Horario preferido*

	Frecuencia	Porcentaje
Horario ampliado (7:00 a.m. a 9:00 p.m.)	185	50,14
Horario comercial (9:00 a.m. a 6:00 p.m.)	183	49,59
No estoy interesado	1	0,27
Total	369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda.

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

El horario de funcionamiento es una variable crucial al considerar la operatividad de un espacio de coworking, ya que puede determinar la flexibilidad y comodidad para los usuarios, así como la demanda y la rentabilidad del negocio. En Guaranda, la encuesta ha arrojado información relevante sobre las preferencias horarias de la población. Una mayoría ligeramente superior, el 50,14% de los encuestados, prefiere un "Horario ampliado (7:00 a.m. a 9:00 p.m.)". Esto indica un deseo de flexibilidad por parte de los usuarios, lo que permite a los profesionales y empresarios tener acceso temprano y prolongado al espacio, adaptándose a diferentes rutinas y demandas laborales. Este horario podría ser especialmente atractivo para aquellos que trabajan con mercados internacionales en diferentes zonas horarias o para quienes tienen horarios laborales atípicos.

Por otro lado, un porcentaje muy cercano, el 49,59%, se inclina por el "Horario comercial (9:00 a.m. a 6:00 p.m.)". Este horario coincide con la jornada laboral estándar de muchas empresas y negocios. Las personas que prefieren este horario podrían tener rutinas más tradicionales o desean separar de forma clara su tiempo laboral del personal. También es posible que sientan que un horario más limitado les proporciona un equilibrio entre trabajo y tiempo libre. Finalmente, un 0.27% manifestó "No estar interesado" en el horario del

coworking, lo que podría indicar una falta de decisión al momento de definir el horaria de uso del espacio en general.

En conclusión, la población de Guaranda está bastante dividida en cuanto a sus preferencias horarias para un espacio de coworking. Por lo tanto, sería beneficioso considerar un horario que combine ambas preferencias, quizás ofreciendo tarifas diferenciadas o promociones para quienes usen el espacio en horarios no pico, garantizando así una cobertura más amplia y satisfaciendo las necesidades de la mayoría.

Tabla 8 *Preferencia por acceso a eventos o capacitaciones*

	Frecuencia	Porcentaje
Sí me gustaría	353	95,66
No me gustaría	13	3,52
No estoy interesado	3	0,81
Total	369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda. Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

Uno de los aspectos que puede enriquecer la experiencia en un espacio de coworking, además del espacio físico para trabajar, es la oferta de eventos y capacitaciones que permiten a los usuarios expandir sus habilidades y redes de contactos. La encuesta en Guaranda arroja luces sobre cómo la población valora esta oferta adicional.

La mayoría, con un 95,66%, indicó que "Sí les gustaría" tener acceso a eventos o capacitaciones en el espacio de coworking. Este dato es muy revelador, pues sugiere que el público en Guaranda no solo ve el coworking como un lugar para trabajar, sino también como un espacio para el desarrollo profesional y personal. Ofrecer talleres, charlas y otros eventos podría ser un diferenciador clave y un atractivo adicional para este mercado.

Por otro lado, un pequeño porcentaje, el 3,52%, mencionó que "No les gustaría" tener este tipo de actividades. Esta respuesta puede originarse en profesionales que prefieren un ambiente de trabajo más tranquilo y sin distracciones, o simplemente no ven valor en las actividades adicionales al espacio físico de trabajo.

Un 0,81% indicó "No estar interesado" en esta oferta. Aunque la diferencia es mínima con el grupo anterior, esta respuesta podría enfocarse en aquellos que, aunque usen el espacio, no tienen una opinión fuerte sobre las actividades adicionales.

Es evidente que la oferta de eventos y capacitaciones sería altamente valorada en un espacio de coworking en Guaranda. Considerar un calendario regular de actividades que

aborden temas relevantes para la comunidad, así como oportunidades de networking, podría ser una estrategia efectiva para atraer y retener a usuarios.

Tabla 9 *Interés de un espacio coworking para ciertos sectores profesionales*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	341	92,41
No	28	7,59
Total	369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda.

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

Un aspecto interesante al considerar la creación de un espacio de coworking es determinar si existe una demanda específica por parte de ciertos sectores profesionales. La tabla arroja luces sobre la percepción de la población de Guaranda respecto a si es relevante que un coworking esté enfocado o tenga adaptaciones especiales para profesiones o industrias particulares.

Una amplia mayoría, el 92,41%, considera que "Sí" sería beneficioso que el espacio de coworking esté diseñado o adaptado para ciertos sectores profesionales. Este resultado sugiere que la población ve valor en espacios especializados que pueden atender de forma óptima las necesidades de determinados profesionales, ofreciendo recursos, herramientas o ambientes específicos que favorezcan su trabajo.

En contraste, un 7,59% considera que "No" es necesario que el coworking tenga una orientación hacia sectores profesionales específicos. Esto podría reflejar la opinión de aquellos que buscan espacios más genéricos, que se adapten a diversas necesidades y que fomenten la interacción entre profesionales de distintas áreas.

Tabla 10 *Conocimiento por un coworking ya existente en la ciudad de Guaranda*

	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	3,25
No	357	96,75
Total	369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda.

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

La existencia previa y el conocimiento sobre espacios de coworking en una localidad pueden influir en la percepción y la adopción de nuevos espacios que se deseen instaurar. Es

importante comprender qué tan familiarizada está la población con el concepto y su presencia en la ciudad para diseñar estrategias efectivas de marketing y posicionamiento.

La tabla muestra que una gran mayoría, el 96,75%, de los encuestados indicó que "No" conoce la existencia de un espacio de coworking en la ciudad de Guaranda. Este alto porcentaje refleja que, o bien no existen muchos espacios de coworking en la ciudad o, si los hay, no han tenido una presencia prominente o marketing efectivo para ser ampliamente reconocidos. Por otro lado, solo un 3.25% de los participantes afirmó "Sí" conocer un coworking ya existente en la ciudad. Estas personas podrían ser usuarios actuales o anteriores, o simplemente estar al tanto debido a sus redes profesionales o intereses personales, también podrían confundir el concepto de coworking.

Estos resultados sugieren que hay una considerable oportunidad de mercado en Guaranda para introducir y promover un espacio de coworking. Dada la falta de familiaridad con los espacios existentes, es esencial que cualquier nuevo espacio invierta en estrategias de marketing y publicidad para generar conciencia y atraer a posibles usuarios. Además, sería beneficioso ofrecer jornadas de puertas abiertas o promociones iniciales para fomentar el interés y permitir que la comunidad conozca de primera mano los beneficios de trabajar en un espacio de coworking.

Tabla 11 *Preferencia por los ambientes en el espacio de coworking*

	Frecuencia	Porcentaje
Ambiente creativo y dinámico	100	27,10
Ambiente orientado a un sector específico	28	7,59
Ambiente profesional y enfocado	67	18,16
Ambiente relajado y social	46	12,47
Todas las anteriores	128	34,69
Total	369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda. Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

La atmósfera o ambiente de un espacio de coworking juega un papel crucial en la experiencia del usuario. Dependiendo del tipo de trabajo, personalidad y preferencias, diferentes personas pueden buscar ambientes distintos que les ayuden a ser más productivos o a sentirse más cómodos.

El 27,1% de los encuestados en Guaranda prefiere un "Ambiente creativo y dinámico". Esto sugiere que hay una demanda significativa de espacios que fomenten la

creatividad, tal vez con un diseño interior inspirador, colores vivos, y espacios para la brainstorming y la colaboración. Solo el 7,59% mostró una inclinación hacia un "Ambiente orientado a un sector específico". Aunque es el menor porcentaje, indica que hay una minoría que valoraría un espacio especializado, quizás orientado a la tecnología, artes, o cualquier otro sector prominente en Guaranda.

Un 18,16% de los participantes prefiere un "Ambiente profesional y enfocado". Estos individuos podrían estar buscando un ambiente más formal y tranquilo, similar al de una oficina tradicional, que permita la concentración y el trabajo serio. El "Ambiente relajado y social" es preferido por el 12,47%. Este grupo podría estar compuesto por freelancers, creativos o personas que buscan oportunidades de networking y socialización mientras trabajan. Por último, un notable 34,69% optó por "Todas las anteriores". Esto indica una demanda por espacios versátiles que combinen diferentes ambientes y ofrezcan variedad a sus usuarios, permitiéndoles elegir según su estado de ánimo o tarea del día.

En conclusión, un espacio de coworking en Guaranda debe considerar la versatilidad en su diseño y servicios. Aunque la tendencia hacia ambientes creativos y dinámicos es clara, la demanda por variedad sugiere que combinar diferentes zonas con distintos ambientes podría ser la clave para satisfacer las necesidades de un público diverso.

Tabla 12 *Factor diferenciador de interés para un coworking*

	Frecuencia	Porcentaje
Enfoque en un nicho de mercado específico	22	5,96
Precios competitivos	54	14,63
Servicios y comodidades únicas	214	57,99
Ubicación estratégica	79	21,41
Total	369	100,00

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda.

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Análisis e interpretación

La identificación de factores diferenciadores es fundamental para que un nuevo negocio se destaque en el mercado. En el caso de los espacios de coworking, estos factores pueden definir el éxito o el fracaso en atraer y retener usuarios.

De la población encuestada en Guaranda, el 5,96 considera que un "Enfoque en un nicho de mercado específico" podría ser un factor diferenciador. Aunque es el porcentaje más bajo, muestra que hay un segmento del mercado que valora la especialización y busca espacios adaptados a ciertas industrias o profesiones. Un 14.63% de los participantes

considera que "Precios competitivos" serían un factor clave. El precio siempre es un elemento por considerar, y ofrecer tarifas atractivas puede ser un imán inicial para muchos usuarios, especialmente aquellos que están empezando sus proyectos o negocios y buscan reducir gastos.

El factor más destacado por los encuestados es la oferta de "Servicios y comodidades únicas", con un 57,99%. Esto sugiere que lo que más valoran los potenciales usuarios no es solo el espacio físico, sino las comodidades y servicios adicionales que este puede ofrecer, como acceso a tecnologías, áreas de descanso, cafetería de calidad, entre otros. Finalmente, el 21,41% ve la "Ubicación estratégica" como un factor diferenciador. La facilidad de acceso, proximidad a zonas de interés y una buena localización son esenciales para muchos profesionales y pueden influir significativamente en la decisión de escoger un coworking sobre otro.

En resumen, mientras que la especialización y el precio son relevantes para algunos, los servicios únicos y la ubicación son claramente prioritarios para la mayoría de los encuestados en Guaranda. Un espacio de coworking que desee posicionarse exitosamente debería considerar invertir en ofrecer servicios de valor añadido y asegurarse de tener una ubicación estratégica en la ciudad.

Estudio de mercado

Demanda

Según el Instituto de Estadísticas y Censo del Ecuador, la tasa de crecimiento poblacional anual es de 1.56%. Tomando dicho dato, y extrapolando el crecimiento anual hasta el 2027, se procedió a realizar los siguientes cálculos, para conocer la proyección de la demanda.

Tabla 13 Datos para la proyección, personas que utilizarían el Coworking

Dato	Valor
Porcentaje de personas que usarían el espacio Coworking en Guaranda	73.16%
Proporción de la muestra	278
Muestra total	380
Población total	43931
Población estimada de personas que usarían el espacio	32139
Tasa de crecimiento poblacional	1.56%

Nota: Información obtenida de las encuestas aplicadas a la población objetivo en la ciudad de Guaranda.

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Tabla 14 Proyección de la demanda

Nº Año	Año	$(1+i)^n$	Demanda proyectada	
	1	2024	$100\%+(1+1.56\%)^1=102\%$	32.640
	2	2025	$100\%+(1+1.56\%)^2=103\%$	33.150
	3	2026	$100\%+(1+1.56\%)^3=105\%$	33.667
	4	2027	$100\%+(1+1.56\%)^4=106\%$	34.192
	5	2028	$100\%+(1+1.56\%)^5=108\%$	34.725
Demanda actual		32139		
Crecimiento poblacional (i)		1,56%		

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Los resultados indican que existe una demanda sostenida en el tiempo que haría factible la instalación y puesta en marcha de un espacio coworking en la ciudad de Guaranda.

Ahora bien, el estudio de mercado mostró que hay una demanda latente y significativa para espacios de coworking en Guaranda, especialmente entre la población laboralmente activa y los trabajadores independientes. Los servicios adicionales, la ubicación y la versatilidad son factores cruciales para atraer a este público. Aunque la mayoría no está familiarizada con el concepto de coworking o no conoce espacios existentes en la ciudad, hay un interés notable en utilizar estos servicios. Esto sugiere una oportunidad

para emprendedores o inversionistas que deseen introducir o expandir la oferta de coworking en Guaranda.

Oferta

Ausencia de Oferta: El análisis del estudio de mercado sobre la oferta de espacios de coworking en Guaranda revela una observación crucial: no hay presencia establecida de espacios de coworking en la ciudad. Esta conclusión se corrobora con la información de la encuesta en la cual un abrumador 93,95% de los encuestados mencionó no tener conocimiento de ningún coworking existente en Guaranda.

Implicaciones y Oportunidades:

1. **Demanda sin Atender:** La falta de oferta en una ciudad donde se identifica una demanda latente representa una oportunidad significativa. La población laboralmente activa, especialmente aquellos entre 26 a 45 años y trabajadores independientes, podría beneficiarse de tales espacios, lo que sugiere un mercado no saturado listo para ser atendido.
2. **Primera Mover Advantage:** La ausencia de competencia directa da una ventaja al primer emprendedor o inversionista que decida establecer un espacio de coworking en Guaranda. Establecerse como el primer y principal espacio coworking puede consolidar una posición dominante en el mercado local, siempre y cuando se atienda adecuadamente a las necesidades y expectativas del público objetivo.
3. **Necesidad de Educación del Mercado:** Si bien hay interés en el uso de coworking, también hay un segmento de la población que no está familiarizado con el concepto. La introducción de un espacio coworking en Guaranda deberá ir acompañada de una campaña educativa para informar y atraer a potenciales usuarios.
4. **Personalización de la Oferta:** Conocer la ausencia de oferta permite diseñar un espacio que refleje directamente las preferencias y necesidades de la población local, desde servicios adicionales hasta precios y ubicación.

El análisis de la oferta indica claramente una brecha en el mercado de Guaranda en cuanto a espacios de coworking. La ausencia de tales espacios, combinada con la demanda identificada, sugiere una oportunidad inmediata para empresarios e inversionistas. Sin embargo, es esencial abordar este vacío de manera estratégica, no solo ofreciendo un espacio físico, sino también construyendo una comunidad y una propuesta de valor que responda a las necesidades y expectativas de los potenciales usuarios.

En resumen, el estudio de mercado en Guaranda demostró una demanda latente y sostenida para espacios de coworking, especialmente entre la población activa laboral y

trabajadores independientes. Con un crecimiento poblacional anual de 1.56%, se proyecta un incremento constante en la demanda, alcanzando 34.725 potenciales usuarios para 2028. Sorprendentemente, a pesar del interés notable en el uso de estos servicios, un 93,95% de los encuestados desconocía la existencia de espacios de coworking en la ciudad, señalando una ausencia total de oferta. Esta disparidad entre demanda y oferta sugiere una oportunidad significativa para emprendedores e inversionistas, especialmente con la ventaja de ser los primeros en establecer dicho servicio en Guaranda. Sin embargo, el reto reside en no sólo proveer un espacio físico sino en informar y educar al público sobre el concepto y beneficios del coworking, adaptando la oferta a las necesidades específicas de la población local. La introducción de un espacio coworking en Guaranda se presenta como una propuesta de valor altamente viable y potencialmente lucrativa.

4.1.2. Resultados del segundo objetivo: Establecer un plan de marketing para el coworking en el cantón Guaranda

Análisis situacional

Análisis FODA

Fortalezas:

1. **Exclusividad:** Dado que actualmente no hay otros espacios de coworking en Guaranda, el Coworking "Centro de negocios Guaranda" sería pionero en ofrecer este servicio en la ciudad.
2. **Ubicación:** Planeando establecer el coworking en un lugar céntrico, facilitaría el acceso y lo haría atractivo para residentes y visitantes.
3. **Diversidad de servicios:** La oferta de diferentes ambientes y espacios de trabajo (creativos, profesionales, sectorizados) proporciona opciones para diferentes tipos de profesionales y necesidades.

Debilidades:

1. **Falta de reconocimiento:** Siendo una nueva marca en el mercado, la empresa deberá trabajar en construir reconocimiento y confianza.
2. **Desconocimiento del concepto:** Un porcentaje de la población no está familiarizado con el concepto de coworking, lo que podría dificultar la adopción inicial.
3. **Limitaciones de inversión:** Establecer un espacio de coworking con todas las comodidades y tecnologías puede requerir una inversión inicial significativa.

Oportunidades:

1. **Demanda no satisfecha:** La falta de espacios de coworking en Guaranda y el interés mostrado en las encuestas indica una oportunidad de mercado no satisfecha.

2. **Alianzas estratégicas:** Establecer colaboraciones con empresas locales, instituciones educativas y otros stakeholders puede ampliar la oferta de servicios y fortalecer la propuesta de valor.
3. **Tendencias de trabajo flexible:** La creciente tendencia hacia el trabajo remoto y la flexibilidad laboral pueden aumentar la demanda de espacios como el coworking.

Amenazas:

1. **Entrada de competidores:** Si el concepto de coworking demuestra ser exitoso en Guaranda, otros inversores pueden abrir espacios similares, aumentando la competencia.
2. **Cambios económicos:** Fluctuaciones económicas o crisis pueden afectar la capacidad de las personas y empresas de pagar por espacios de coworking.
3. **Adaptación cultural:** Aunque el interés está presente, puede haber reticencia cultural o falta de costumbre en compartir espacios de trabajo, lo que podría ralentizar la adopción del servicio.

Tabla 15 *Análisis PESTEL*

Factor	Detalle	Plazo			Impacto
		Corto plazo (1 mes o menos)	Mediano plazo (de 1 a 3 años)	Largo plazo (más de 3 años)	
Político	Interés en lo político	X			Positivo
	Plan Creación de Oportunidades 2021-2025	X			Positivo
	Crecimiento del cantón Guaranda a nivel empresarial, nuevos emprendimientos y profesionales		X		Positivo

Económico	PIB	Estancamiento del PIB en el Ecuador, por efecto de la pandemia, por lo que hay interés en activar la economía por medio del surgimiento de la pequeña y mediana empresa	X	Positivo
	Impuestos	En la actualidad existen facilidades para la pequeña y mediana empresa, que permite en los años de inicio contar con baja cuota de impuesto a la renta.	X	Positivo
Social	Mercado inicial	En la actualidad existe un alto costo por el arrendamiento de espacios que sirvan a los profesionales independientes y emprendedores de puntos de anclaje a la prestación de sus servicios. En tal sentido, la propuesta del coworking, ofrece nuevos servicios en la zona a bajo costo y solo por el tiempo que dichos usuarios lo requieran	X	Positivo
	Capacidad de pago	El público objetivo se trata de profesionales y emprendedores que se encuentran laborando y requieren de espacios por tiempo específico para complementar sus servicios, por lo que cuentan con la disponibilidad de pago	X	Positivo
Tecnológico	Acceso a tecnologías para el diseño de los espacios	El espacio requerirá de conectividad a internet a alta velocidad, además de servicios como proyección y televisores. Los equipos computacionales son traídos al lugar por los profesionales. Por lo tanto se afirma que se cuenta en el área con las necesidades tecnológicas para su operación	X	Positivo

Ambiental	Impacto de las operaciones	En el lugar no se realizarán operaciones productivas. Solo se brindará servicios de habitáculos y oficinas. Los residuos y desechos generados serán principalmente papelería de los usuarios, para lo cual se contará en el sitio con tachos para la clasificación de los desechos aminorando el impacto ambiental del lugar.	X	Positivo
Legal	Requisitos para la conformación	Los requisitos esenciales para su desarrollo y constitución de la empresa serían: Registro único de contribuyente, Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos, Permiso del Ministerio de Salud Pública y Registro en patente municipal	X	Positivo

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Productos y servicios

El servicio principal consta del alquiler por hora de los servicios de espacios para la realización de trabajos de oficina. Descritos a continuación:

4. Habitáculos dotados de conexión de alta velocidad y banda ancha, espacio ergonómico para las actividades administrativas.
5. Oficinas para la recepción de clientes, dotados de conexión de alta velocidad y banda ancha, espacio ergonómico para las actividades administrativas. Además de tener la capacidad de estadía de 3 personas.
6. Oficinas para la realización de reuniones con capacidad de hasta 5 personas dotados de conexión de alta velocidad y banda ancha, espacio ergonómico para las actividades administrativas

Ventajas competitivas

Análisis de Ventaja Competitiva del Proyecto "Coworking 'Centro de Negocios Guaranda'" basado en la Estrategia del Océano Azul

1. Crear un mercado único:

- **Diagnóstico:** El proyecto propone ofrecer espacios de coworking especializados que incluyen habitáculos individuales, oficinas para recibir

clientes y salas para reuniones. Estos espacios, sumados a las características como la alta velocidad de internet y diseño ergonómico, pueden ser escasos o no existir aún en Guaranda.

- **Ventaja:** Al ofrecer un servicio especializado en una región donde tal oferta podría ser limitada, se crea un mercado único, reduciendo el riesgo de saturación y competencia directa.

2. **Torna irrelevante a la competencia:**

- **Diagnóstico:** Si otros espacios de coworking en la región no ofrecen las mismas comodidades o capacidades, el "Centro de Negocios Guaranda" podría establecer un nuevo estándar.
- **Ventaja:** Al elevar el estándar de lo que se espera de un espacio de coworking en términos de tecnología y comodidad, cualquier competencia existente que no se adapte rápidamente se volverá irrelevante.

3. **Crea y atrapa una nueva demanda:**

- **Diagnóstico:** Al reconocer las necesidades de los profesionales y emprendedores modernos, como espacios para reuniones y alta velocidad de internet, el centro podría atraer a aquellos que previamente no consideraban el coworking como una opción viable.
- **Ventaja:** La creación de este nuevo segmento de mercado no solo aumenta la base de clientes potenciales, sino que también garantiza una lealtad temprana de aquellos que se benefician de estos servicios.

4. **Rompe con la regla de relación costo-valor:**

- **Diagnóstico:** El proyecto podría ofrecer espacios de alta calidad y tecnología a precios competitivos, desafiando la noción tradicional de que "lo mejor cuesta más".
- **Ventaja:** Al hacerlo, atraerá a quienes buscan calidad, pero también son conscientes de los costos, expandiendo aún más su base de clientes.

5. **Alinea al resto de la organización con su elección estratégica; diferenciación y bajo costo:**

- **Diagnóstico:** Para que esta estrategia del Océano Azul funcione, toda la organización, desde la administración hasta los empleados de primera línea, debe comprender y estar alineada con la visión de ofrecer un servicio diferenciado a un costo competitivo.

- **Ventaja:** Cuando toda la organización trabaja hacia un objetivo común, se mejora la eficiencia operativa, se garantiza una mejor experiencia del cliente y se solidifica la posición del centro en el mercado.

Con base en este análisis, el "Coworking 'Centro de Negocios Guaranda'" tiene el potencial de revolucionar el mercado local de espacios de trabajo compartido. Al ofrecer servicios diferenciados y alinear toda la organización con esta visión, puede establecerse firmemente en un mercado que podría haber estado desatendido o saturado con ofertas menos innovadoras.

Ciclo de vida

Proyección del Ciclo de Vida para el Proyecto "Coworking 'Centro de Negocios Guaranda'"

1. Etapa de Desarrollo:

- *Definición:* Fase de concepción, diseño y planificación del proyecto.
- *Actividades Principales:*
 - Investigación de mercado para identificar las necesidades de los potenciales usuarios.
 - Diseño del espacio físico: habitáculos, oficinas para clientes y salas de reuniones.
 - Establecimiento de asociaciones con proveedores (por ejemplo, proveedores de internet).
 - Obtención de permisos y licencias necesarios.
 - Preparación de un plan de marketing y estrategia de lanzamiento.

2. Introducción:

- *Definición:* Momento en que el proyecto se presenta al mercado y comienza a operar.
- *Actividades Principales:*
 - Inauguración oficial y eventos de lanzamiento para dar a conocer el espacio.
 - Establecimiento de precios promocionales u ofertas para atraer a los primeros usuarios.
 - Obtención de feedback de los primeros clientes para realizar ajustes necesarios.
 - Intensificación de campañas publicitarias y de relaciones públicas para generar conciencia de marca.

3. Crecimiento:

- *Definición:* Fase en la que el proyecto experimenta una rápida adopción y se incrementa el número de usuarios.
- *Actividades Principales:*
 - Expansión del espacio o incorporación de más servicios en función de la demanda.
 - Establecimiento de programas de lealtad para retener a los usuarios actuales.
 - Refuerzo de la presencia online y offline mediante marketing y promociones.
 - Establecimiento de alianzas con otras empresas o emprendimientos para ofrecer servicios adicionales o paquetes conjuntos.

4. Madurez:

- *Definición:* El proyecto alcanza su máxima popularidad y estabilidad en el mercado.
- *Actividades Principales:*
 - Optimización de costos operativos y de gestión.
 - Mantenimiento y renovación regular de las instalaciones para mantener la relevancia y atractivo.
 - Implementación de encuestas de satisfacción para identificar áreas de mejora.
 - Diversificación de servicios o expansión a otras áreas geográficas para mantener el crecimiento.

Para que este proyecto de coworking en Guaranda tenga éxito, es crucial adaptar y evolucionar la oferta y las operaciones en función de las necesidades cambiantes del mercado y de los comentarios de los usuarios a lo largo de las diferentes etapas del ciclo de vida.

Definición de estrategias para la introducción al mercado

Estudio de micro localización

- País: Ecuador
- Provincia: Bolívar
- Cantón: Guaranda
- Lugar de establecimiento del proyecto: Casco urbano de la ciudad de Guaranda

*Segmentación de mercado**Público objetivo***Tabla 16** *Perfil de consumidor/usuario***PLANTILLA PERFIL DE CONSUMIDOR/USUARIO**

VARIABLES GEOGRÁFICA	
Región del mundo	Latinoamérica
País	Ecuador
Provincia	Bolívar
Cantón	Guaranda
Tamaño de la zona	Casco Urbano
Estimación poblacional	25.000
Clima	Sierra-Frío
VARIABLES DEMOGRÁFICAS	
Edad	Mayor de 18 años
Género	Indistinto
Tamaño de la familia	Indistinto
Ciclo de vida familiar	Indistinto
Ingresos	Indistinto
Ocupación	Con ingreso económico
Nivel de Instrucción	Secundaria
Religión	Indistinto
Raza	Indistinto
Generación	Indistinto
Nacionalidad	Indistinto
VARIABLES PSICOGRÁFICOS	
Clase social	Baja- Media-Alta
Estilo de vida	Moderno/ Progresistas /Adaptados
Personalidad	Consumidor activo
VARIABLES CONDUCTUALES	
Ocasiones	Laboral
Beneficios	Comodidad, confort, costo, calidad, ajustable a las necesidades

Estatus del usuario	Nuevo consumidor
Frecuencia de uso	Frecuentemente
Situación de lealtad	Alta
Etapas de preparación	Indistinta
Actitud hacia el producto	Positiva

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Marketing MIX

Estrategia de Marketing Mix para "Coworking Centro de negocios Guaranda: Tu espacio a Tu tiempo"

1. Producto: *Oferta y características del producto o servicio*

- **Coworking Centro de Negocios Guaranda:** Se ofrecen espacios de coworking versátiles adaptados para diversos usuarios: habitáculos individuales, oficinas de recepción para clientes y oficinas para reuniones de hasta cinco personas.
- **Atributos Adicionales:** Cada espacio cuenta con conectividad de alta velocidad, diseño ergonómico y la infraestructura necesaria para tareas administrativas y de negocio.

Estrategia basada en el producto:

- Enfocar el marketing en la versatilidad y adaptabilidad del espacio. Resaltar la alta calidad del ambiente de trabajo proporcionado y la facilidad de acceso a la tecnología.

2. Precio: *La cantidad de dinero que los clientes deben pagar para obtener el producto*

- **Estructura de Precios Flexible:** Tarifas por hora, con descuentos para reservas de larga duración o paquetes mensuales. También podría haber tarifas con descuento para estudiantes o emprendedores en fases iniciales.

3. Plaza (Distribución): *El lugar donde el cliente obtiene el producto*

- **Ubicación Estratégica:** En el Casco Urbano de Guaranda, facilitando el acceso a profesionales y emprendedores de la región.

4. Promoción: *Actividades que comunican las características y beneficios del producto y persuaden a los clientes a comprarlo*

- **Publicidad Local:** En medios locales, estaciones de radio y redes sociales centradas en Guaranda.

- **Eventos y Workshops:** Organizar eventos que atraigan al público objetivo y promuevan la cultura del coworking.
- **Promociones de Lanzamiento:** Descuentos iniciales para atraer a los primeros usuarios.

Estrategia de posicionamiento basada en los atributos:

- Posicionar el espacio como el coworking más tecnológicamente avanzado y ergonómico de Guaranda. Hay que destacar la alta velocidad de internet y el ambiente propicio para la productividad.

Estrategia de posicionamiento basada en los usuarios:

- Centrar el mensaje en los profesionales modernos, emprendedores y estudiantes que buscan un espacio versátil y adaptado a sus necesidades. Utilizar testimonios y casos de éxito de usuarios para reforzar el mensaje.

El enfoque del "Coworking Centro de negocios Guaranda" será ofrecer un espacio de trabajo versátil y de alta calidad en el corazón de Guaranda, acomodando las necesidades de diversos profesionales y empresarios. La promoción se centrará en destacar la tecnología, la ergonomía y la adaptabilidad del espacio, buscando atraer y retener a un público diverso que valora la productividad y el confort.

En resumen, el "Coworking Centro de Negocios Guaranda" se destaca por su versatilidad y adaptabilidad, ofreciendo un espacio de trabajo con alta conectividad y diseño ergonómico. Esta oferta se complementa con una estructura de precios flexible, con tarifas ajustadas al tiempo de uso y descuentos especiales para estudiantes y emprendedores, buscando acomodar a un amplio espectro de usuarios.

La ubicación estratégica en el Casco Urbano de Guaranda garantiza fácil acceso y alta visibilidad, siendo un factor determinante para atraer a profesionales y emprendedores de la región. En cuanto a promoción, se prevé una combinación de publicidad local, eventos y workshops para fomentar la cultura del coworking y posicionar el espacio como un núcleo de innovación y colaboración.

Las estrategias de posicionamiento se enfocarán en resaltar las características únicas del espacio, como la tecnología avanzada y ergonomía, así como en los beneficios que brinda a profesionales y emprendedores modernos. Las promociones de lanzamiento jugarán un papel crucial en atraer a los primeros usuarios y en iniciar un efecto de boca a boca positivo.

En esencia, el plan de marketing propuesto para el "Coworking Centro de Negocios Guaranda" tiene el potencial de consolidarlo como el principal espacio de coworking en

Guaranda, atendiendo las necesidades actuales y proyectadas de la población laboral activa de la ciudad.

Plan de Marketing: "Coworking Centro de Negocios Guaranda: Tu espacio a Tu tiempo"

Objetivo

Potenciar el "Coworking Centro de Negocios Guaranda" como el espacio de coworking principal en Guaranda, mediante estrategias digitales efectivas que optimicen el presupuesto disponible.

Presupuesto: 1450 USD

- Google Ads: 300 USD
- Facebook Ads: 900 USD
- Página Web: 250 USD

Tabla 17 Plan de marketing mix

Objetivo	Estrategia	Tácticas	Tiempo de Ejecución	Presupuesto	Responsable	Evaluación	
Potenciar el coworking como principal espacio en Guaranda	Producto	Fortalecimiento de características del espacio (versatilidad, conectividad, diseño)	Comunicación efectiva de características del espacio	Mes 1-2	Incluido en sueldos y salarios 0.00	Administrador	Monitoreo y feedback
Ofrecer estructuras de precios flexibles	Precio	Diferenciación de tarifas y descuentos	Publicitar tarifas y descuentos variados	Mes 1-3	Incluido en sueldos y salarios 0.00	Administrador	Análisis de la respuesta del cliente
Resaltar ubicación estratégica	Plaza	Promoción de ubicación central	Promoción de la accesibilidad del espacio	Continuo	Incluido en sueldos y salarios 0.00	Administrador	Feedback de clientes y análisis de accesibilidad
Aumentar visibilidad online		Campañas digitales, diseño web	Campañas en Google Ads y Facebook Ads, diseño de página web	Mes 1-12	Google Ads 300.00 Facebook Ads 900.00 Página Web	Administrador	Monitoreo constante, ajuste de campañas y seguimiento a métricas
Mejorar ranking en motores de búsqueda	Promoción	Mejora de contenido y estructura web	Optimización SEO de la página web	Mes 1-2, revisión continua	Incluido en coste página web 250.00	Administrador	Análisis de tráfico web
Mejorar continuamente los servicios		Recolección de opiniones y experiencias	Recopilación de testimonios y feedback de clientes	Mes 3-12	- 0.00	Administrador	Revisión continua del feedback
Promover la cultura de coworking		Organización de actividades comunitarias	Organización de eventos y workshops	Mes 7-12	Incluido en sueldos y salarios 0.00	Administrador	Evaluación de asistencia y feedback
				TOTAL	1450.00		

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

4.1.3. Resultados del tercer objetivo: Evaluar la factibilidad financiera del plan de negocio

Desarrollo organizacional

Figura 2 Isologo propuesto para identificar la marca



Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Nombre: Coworking “Centro de negocios Guaranda”

Eslogan: Tu espacio a tu tiempo

Razón social “Centro de negocios Guaranda Ltda”

Este nombre evoca una sensación de centralidad y pertenencia a Guaranda. Indica que no es solo un espacio para trabajar, sino un núcleo de actividad comercial y profesional. Se alinea con la demanda identificada, especialmente de aquellos profesionales independientes y asalariados que buscan un espacio para conducir y expandir sus negocios. La referencia a "centro" también sugiere una ubicación estratégica, lo que se alinea con la preferencia de la encuesta hacia espacios en lugares céntricos de la ciudad.

Eslogan: "Tu espacio a tu tiempo"

El eslogan refuerza dos ideas claves identificadas en el estudio de mercado:

- Personalización y Flexibilidad: "Tu espacio" implica que los usuarios pueden personalizar su experiencia, un valor agregado importante para los espacios de coworking. Esta personalización puede referirse a espacios privados para reuniones, elección de ambientes, o simplemente la libertad de elegir dónde y cómo trabajar dentro del coworking.

- **Flexibilidad Horaria:** "a tu tiempo" sugiere que el coworking ofrecerá flexibilidad en términos de horarios, lo que es crucial para profesionales independientes y aquellos que valoran la autonomía. Esta idea se conecta directamente con la casi igual preferencia de los encuestados entre horarios ampliados y horarios comerciales.

Misión

"Ofrecer un espacio dinámico y adaptable en Guaranda donde profesionales y emprendedores puedan crecer, conectar y prosperar. Estamos comprometidos con brindar las herramientas, el ambiente y la flexibilidad que nuestros miembros necesitan para trabajar a su ritmo, impulsando la innovación y el desarrollo económico de nuestra comunidad."

Visión

"Ser el epicentro de innovación y colaboración en Guaranda, estableciendo estándares de excelencia en espacios de trabajo compartidos. Visionamos un futuro donde cada profesional en Guaranda reconoce y valora nuestro espacio como una plataforma esencial para su éxito, crecimiento y conexión con una comunidad vibrante y diversa."

Objetivo

1. Crecimiento y Alcance:

- **Objetivo 1.1:** Alcanzar una ocupación del 80% de las instalaciones en el primer año de operación.
- **Objetivo 1.2:** Incrementar la base de miembros en un 20% anual durante los primeros tres años.

2. Calidad y Servicio:

- **Objetivo 2.1:** Lograr una tasa de satisfacción del cliente superior al 90% en las encuestas trimestrales.
- **Objetivo 2.2:** Implementar al menos tres nuevos servicios o mejoras basadas en las sugerencias de los miembros cada año.

3. Innovación y Tecnología:

- **Objetivo 3.1:** Incorporar tecnologías de vanguardia para mejorar la experiencia del usuario, como sistemas de reservas inteligentes o soluciones de automatización, en el primer año.
- **Objetivo 3.2:** Establecer al menos dos alianzas estratégicas anuales con startups o empresas tecnológicas para ofrecer herramientas o capacitaciones exclusivas a nuestros miembros.

4. **Comunidad y Red:**

- **Objetivo 4.1:** Organizar un mínimo de doce eventos anuales (uno por mes) que fomenten la colaboración, el networking y la educación entre miembros.
- **Objetivo 4.2:** Crear un programa de mentoría o asesoramiento para emprendedores y startups en el segundo año de operaciones.

5. **Sostenibilidad y Responsabilidad:**

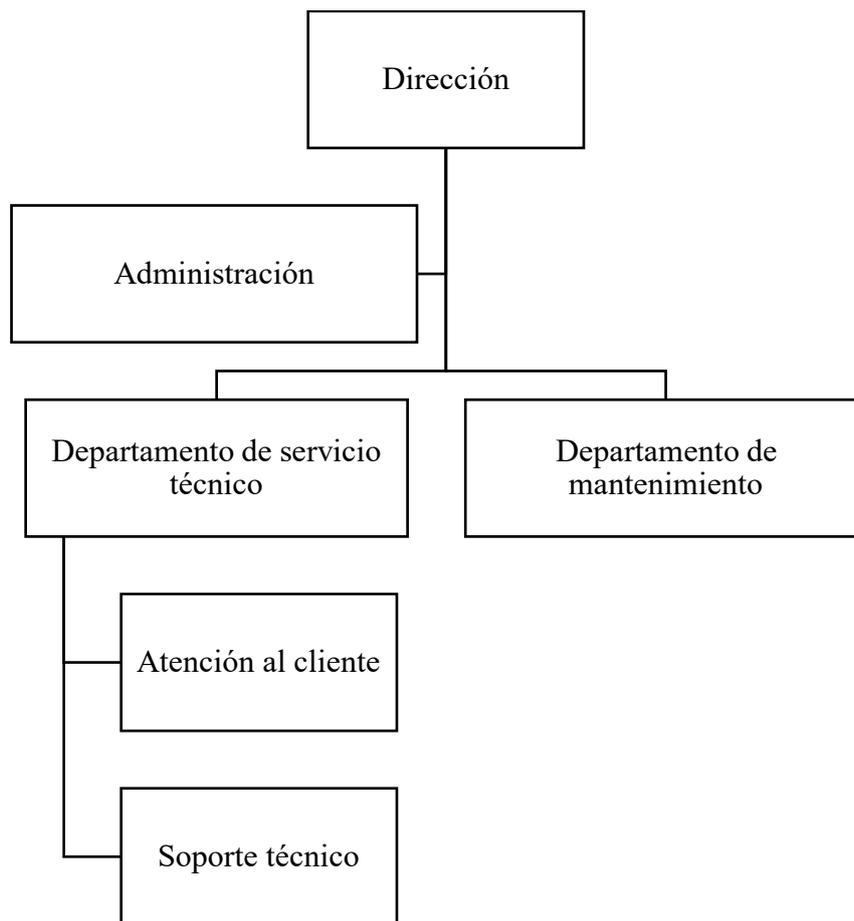
- **Objetivo 5.1:** Implementar prácticas sostenibles en las operaciones diarias, reduciendo la huella de carbono en un 15% en el segundo año.
- **Objetivo 5.2:** Establecer alianzas con al menos dos organizaciones locales para apoyar iniciativas comunitarias o sociales en Guaranda.

Valores

1. **Colaboración:** Creemos que la suma de talentos y experiencias enriquece. Promovemos la interacción y el trabajo conjunto como fuente de innovación y soluciones disruptivas.
2. **Excelencia:** Nos esforzamos por superar expectativas en todo lo que hacemos, desde la calidad de nuestros espacios hasta los servicios que ofrecemos a nuestros miembros.
3. **Adaptabilidad:** En un mundo en constante cambio, valoramos la capacidad de adaptarse y reinventarse. Estamos comprometidos con la evolución y el aprendizaje continuo.
4. **Integridad:** Actuamos con honestidad, transparencia y ética en todas nuestras interacciones, construyendo una base de confianza con nuestros miembros y partners.
5. **Diversidad e Inclusión:** Celebramos y acogemos la diversidad de ideas, culturas y perspectivas. Creemos que un ambiente inclusivo potencia la creatividad y el bienestar.
6. **Sostenibilidad:** Reconocemos nuestra responsabilidad con el entorno y la comunidad. Estamos comprometidos con prácticas que minimicen nuestro impacto ambiental y generen un impacto positivo en Guaranda.
7. **Comunidad:** Más que un espacio de trabajo, somos una comunidad. Valoramos las relaciones y el sentido de pertenencia, y trabajamos para fortalecer los lazos entre nuestros miembros.

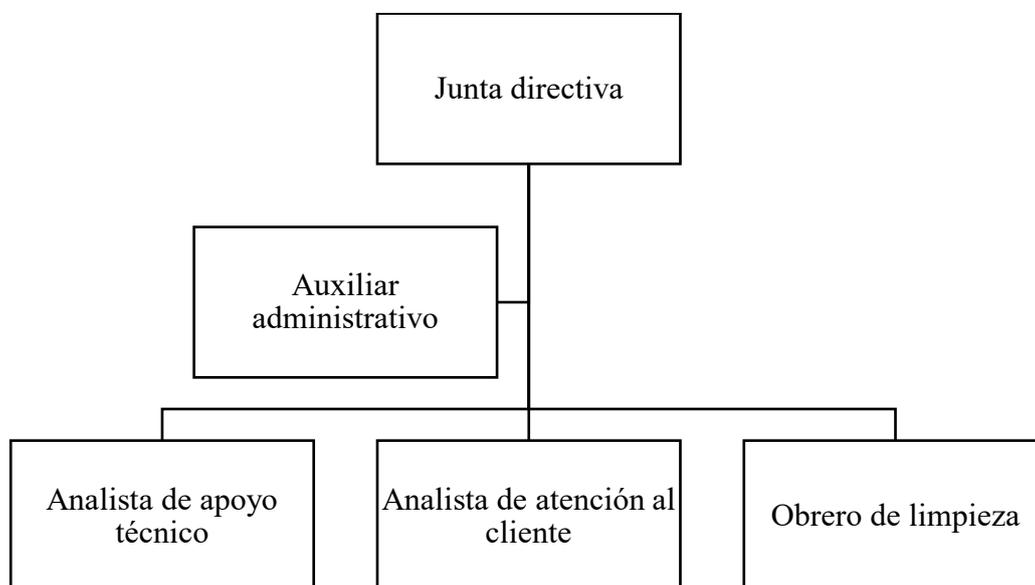
Organigrama de la empresa

Figura 3 *Organigrama estructural*



Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

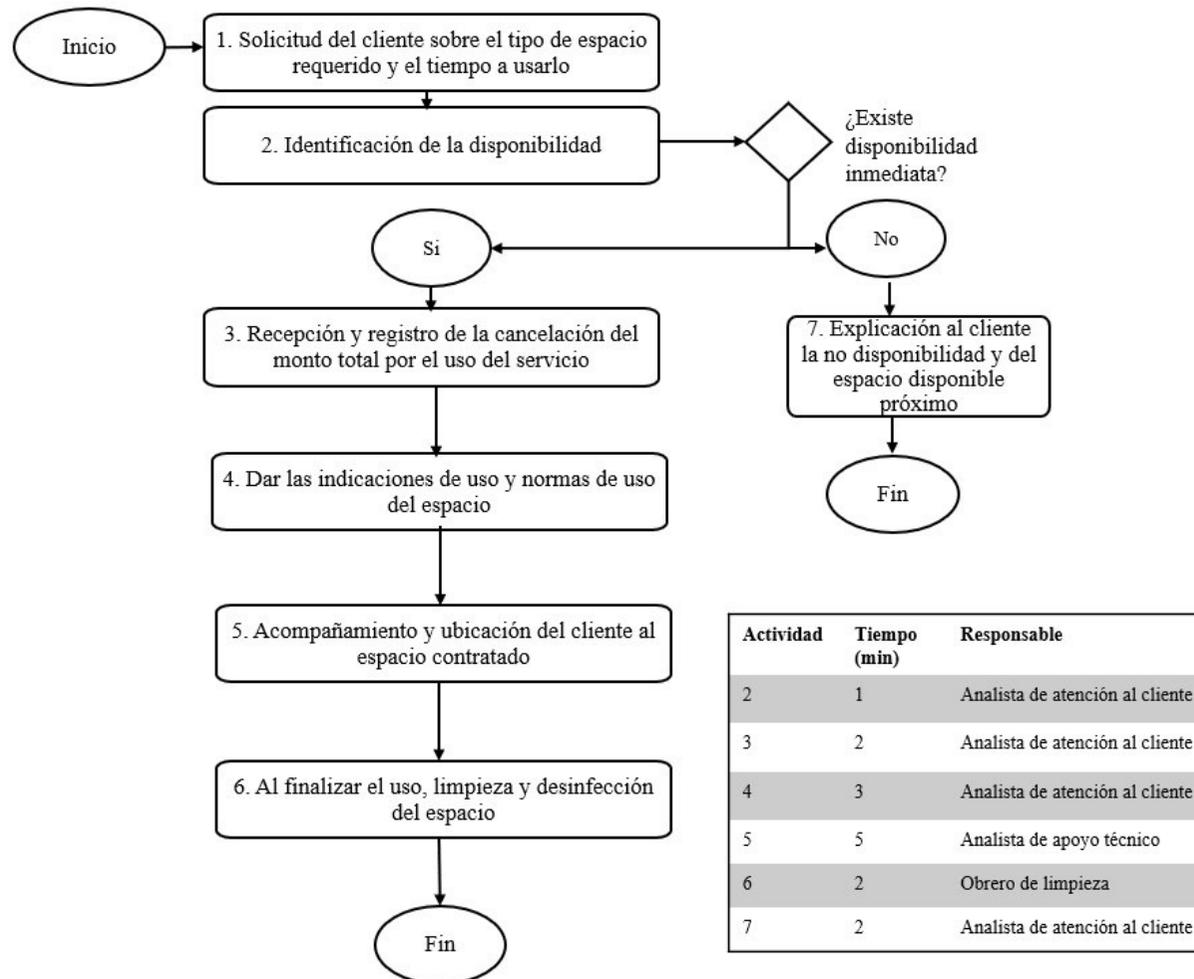
Figura 4 *Organigrama funcional*



Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

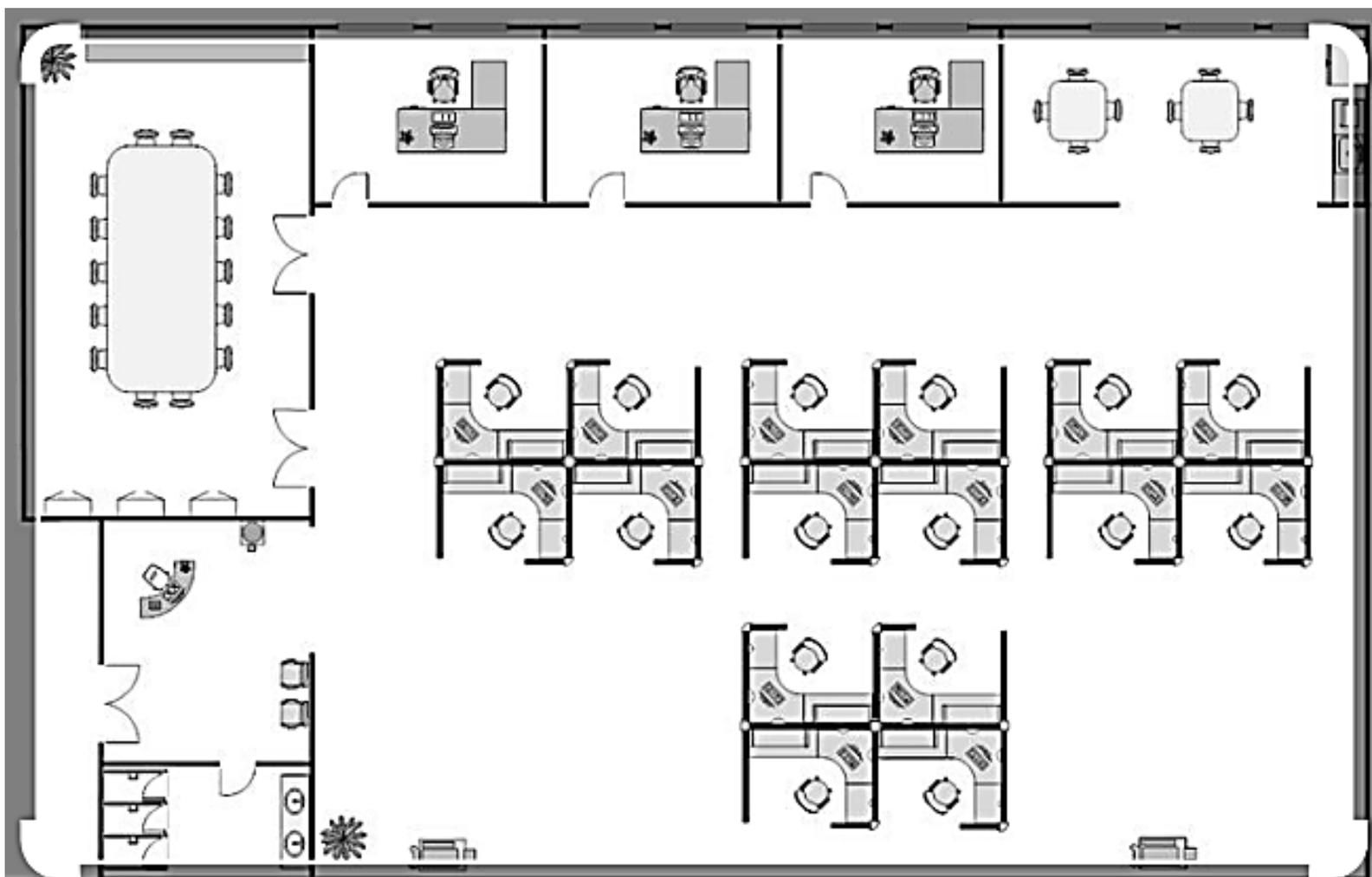
Procesos y procedimientos

Figura 5 Proceso de prestación de servicios en el Coworking Centro de Negocios Guaranda



Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Figura 6 *Distribución del espacio físico*



Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Estudio económico

Inversión

Para el estudio económico se estimó la siguiente base de datos:

Tabla 18 Base de datos para estudio económico del Coworking Guaranda

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Total USD
Local			25.000,00
1	Compra de casa en el centro de la ciudad (media edificación)	20.000,00	20.000,00
1	Detalle de local adecuación edificaciones	5.000,00	5.000,00
Instalaciones			1.290,00
1	Instalaciones eléctricas	600,00	600,00
1	Instalaciones de Agua Potable	400,00	400,00
1	Instalaciones Sanitarias	120,00	120,00
1	Instalaciones telefónicas	60,00	60,00
1	Instalaciones de internet	110,00	110,00
Muebles y Enseres			4.140,00
15	Escritorios	120,00	1.800,00
20	Sillas	80,00	1.600,00
4	Sillas ejecutivas	100,00	400,00
4	Archivadores	85,00	340,00
	Vitrinas	110,00	-
	Estanterías de almacenamiento	60,00	-
Maquinaria y equipo			960,00
2	Dispensadores de Agua	90,00	180,00
1	Cafetera	40,00	40,00
1	microondas	120,00	120,00
1	Vajilla	120,00	120,00
1	Cocina empotrada	500,00	500,00
Equipo de computación			10.650,00
2	Computadores portátiles de alta gama	1.200,00	2.400,00
10	Computadores portátiles de media gama	600,00	6.000,00
5	Impresoras	250,00	1.250,00

2	Televisores	500,00	1.000,00
2	Proyectores Epson	750,00	1.500,00
	Inventarios		200,00
1	Materiales de oficina	200,00	200,00
	Costos de constitución		508,00
1	Patente	50,00	50,00
1	Permisos de funcionamiento	200,00	200,00
1	Permisos de Bomberos	50,00	50,00
1	Registro e inscripción de marca	208,00	208,00
	Total		42.748,00

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Con base a la información se estipuló el siguiente plan de financiamiento

Tabla 19 Plan de financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos propios	5.000,00	100,00%	10,47%
Efectivo	5.000,00	100,00%	10,47%
Bienes	-	0,00%	0,00%
Recursos de terceros	42.748,00	100,00%	89,53%
Préstamo privado	5.808,00	13,59%	12,16%
Préstamo bancario	36.940,00	86,41%	77,36%
Total	47.748,00		100,00%

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

El proyecto Coworking Guaranda requiere una inversión inicial de USD 42.748,00, destacando gastos significativos en la compra de una propiedad central y en tecnología de punta. Para financiar este emprendimiento, se ha proyectado destinar USD 5.000,00 de recursos propios, que representa el 10,47% de la inversión total, y buscará financiamiento externo para el restante 89,53%, dividido entre un préstamo privado y uno bancario. Es crucial que este espacio de coworking, con su ubicación estratégica y equipos avanzados, se posicione eficientemente en el mercado de Guaranda para asegurar la recuperación de la inversión y el servicio de los préstamos.

Tabla 20 Tabla de amortización

N.º	Saldo inicial	Cuota	Intereses	Capital	Cap.+int.	Saldo final	Int.anual	Cap. Anual
0						\$ 36.940,00		
1	\$ 36.940,00	\$ 948,11	\$ 569,49	\$ 378,62	\$ 948,11	\$ 36.561,38		
2	\$ 36.561,38	\$ 948,11	\$ 563,65	\$ 384,46	\$ 948,11	\$ 36.176,93		
3	\$ 36.176,93	\$ 948,11	\$ 557,73	\$ 390,38	\$ 948,11	\$ 35.786,54		
4	\$ 35.786,54	\$ 948,11	\$ 551,71	\$ 396,40	\$ 948,11	\$ 35.390,14		
5	\$ 35.390,14	\$ 948,11	\$ 545,60	\$ 402,51	\$ 948,11	\$ 34.987,63		
6	\$ 34.987,63	\$ 948,11	\$ 539,39	\$ 408,72	\$ 948,11	\$ 34.578,92		
7	\$ 34.578,92	\$ 948,11	\$ 533,09	\$ 415,02	\$ 948,11	\$ 34.163,90		
8	\$ 34.163,90	\$ 948,11	\$ 526,69	\$ 421,42	\$ 948,11	\$ 33.742,48		
9	\$ 33.742,48	\$ 948,11	\$ 520,20	\$ 427,91	\$ 948,11	\$ 33.314,57		
10	\$ 33.314,57	\$ 948,11	\$ 513,60	\$ 434,51	\$ 948,11	\$ 32.880,06		
11	\$ 32.880,06	\$ 948,11	\$ 506,90	\$ 441,21	\$ 948,11	\$ 32.438,85		
12	\$ 32.438,85	\$ 948,11	\$ 500,10	\$ 448,01	\$ 948,11	\$ 31.990,84	\$ 6.428,15	\$ 4.949,16
13	\$ 31.990,84	\$ 948,11	\$ 493,19	\$ 454,92	\$ 948,11	\$ 31.535,92		
14	\$ 31.535,92	\$ 948,11	\$ 486,18	\$ 461,93	\$ 948,11	\$ 31.073,99		
15	\$ 31.073,99	\$ 948,11	\$ 479,06	\$ 469,05	\$ 948,11	\$ 30.604,94		
16	\$ 30.604,94	\$ 948,11	\$ 471,83	\$ 476,28	\$ 948,11	\$ 30.128,65		
17	\$ 30.128,65	\$ 948,11	\$ 464,48	\$ 483,63	\$ 948,11	\$ 29.645,03		
18	\$ 29.645,03	\$ 948,11	\$ 457,03	\$ 491,08	\$ 948,11	\$ 29.153,94		
19	\$ 29.153,94	\$ 948,11	\$ 449,46	\$ 498,65	\$ 948,11	\$ 28.655,29		
20	\$ 28.655,29	\$ 948,11	\$ 441,77	\$ 506,34	\$ 948,11	\$ 28.148,95		
21	\$ 28.148,95	\$ 948,11	\$ 433,96	\$ 514,15	\$ 948,11	\$ 27.634,80		
22	\$ 27.634,80	\$ 948,11	\$ 426,04	\$ 522,07	\$ 948,11	\$ 27.112,73		
23	\$ 27.112,73	\$ 948,11	\$ 417,99	\$ 530,12	\$ 948,11	\$ 26.582,61		
24	\$ 26.582,61	\$ 948,11	\$ 409,82	\$ 538,29	\$ 948,11	\$ 26.044,31	\$ 5.430,79	\$ 5.946,52

25	\$ 26.044,31	\$ 948,11	\$ 401,52	\$ 546,59	\$ 948,11	\$ 25.497,72		
26	\$ 25.497,72	\$ 948,11	\$ 393,09	\$ 555,02	\$ 948,11	\$ 24.942,70		
27	\$ 24.942,70	\$ 948,11	\$ 384,53	\$ 563,58	\$ 948,11	\$ 24.379,12		
28	\$ 24.379,12	\$ 948,11	\$ 375,84	\$ 572,26	\$ 948,11	\$ 23.806,86		
29	\$ 23.806,86	\$ 948,11	\$ 367,02	\$ 581,09	\$ 948,11	\$ 23.225,77		
30	\$ 23.225,77	\$ 948,11	\$ 358,06	\$ 590,05	\$ 948,11	\$ 22.635,73		
31	\$ 22.635,73	\$ 948,11	\$ 348,97	\$ 599,14	\$ 948,11	\$ 22.036,58		
32	\$ 22.036,58	\$ 948,11	\$ 339,73	\$ 608,38	\$ 948,11	\$ 21.428,20		
33	\$ 21.428,20	\$ 948,11	\$ 330,35	\$ 617,76	\$ 948,11	\$ 20.810,45		
34	\$ 20.810,45	\$ 948,11	\$ 320,83	\$ 627,28	\$ 948,11	\$ 20.183,16		
35	\$ 20.183,16	\$ 948,11	\$ 311,16	\$ 636,95	\$ 948,11	\$ 19.546,21		
36	\$ 19.546,21	\$ 948,11	\$ 301,34	\$ 646,77	\$ 948,11	\$ 18.899,44	\$ 4.232,44	\$ 7.144,87
37	\$ 18.899,44	\$ 948,11	\$ 291,37	\$ 656,74	\$ 948,11	\$ 18.242,70		
38	\$ 18.242,70	\$ 948,11	\$ 281,24	\$ 666,87	\$ 948,11	\$ 17.575,83		
39	\$ 17.575,83	\$ 948,11	\$ 270,96	\$ 677,15	\$ 948,11	\$ 16.898,68		
40	\$ 16.898,68	\$ 948,11	\$ 260,52	\$ 687,59	\$ 948,11	\$ 16.211,09		
41	\$ 16.211,09	\$ 948,11	\$ 249,92	\$ 698,19	\$ 948,11	\$ 15.512,90		
42	\$ 15.512,90	\$ 948,11	\$ 239,16	\$ 708,95	\$ 948,11	\$ 14.803,95		
43	\$ 14.803,95	\$ 948,11	\$ 228,23	\$ 719,88	\$ 948,11	\$ 14.084,07		
44	\$ 14.084,07	\$ 948,11	\$ 217,13	\$ 730,98	\$ 948,11	\$ 13.353,09		
45	\$ 13.353,09	\$ 948,11	\$ 205,86	\$ 742,25	\$ 948,11	\$ 12.610,84		
46	\$ 12.610,84	\$ 948,11	\$ 194,42	\$ 753,69	\$ 948,11	\$ 11.857,14		
47	\$ 11.857,14	\$ 948,11	\$ 182,80	\$ 765,31	\$ 948,11	\$ 11.091,83		
48	\$ 11.091,83	\$ 948,11	\$ 171,00	\$ 777,11	\$ 948,11	\$ 10.314,72	\$ 2.792,60	\$ 8.584,72
49	\$ 10.314,72	\$ 948,11	\$ 159,02	\$ 789,09	\$ 948,11	\$ 9.525,63		
50	\$ 9.525,63	\$ 948,11	\$ 146,85	\$ 801,26	\$ 948,11	\$ 8.724,37		
51	\$ 8.724,37	\$ 948,11	\$ 134,50	\$ 813,61	\$ 948,11	\$ 7.910,76		
52	\$ 7.910,76	\$ 948,11	\$ 121,96	\$ 826,15	\$ 948,11	\$ 7.084,61		
53	\$ 7.084,61	\$ 948,11	\$ 109,22	\$ 838,89	\$ 948,11	\$ 6.245,72		

54	\$ 6.245,72	\$ 948,11	\$ 96,29	\$ 851,82	\$ 948,11	\$ 5.393,90		
55	\$ 5.393,90	\$ 948,11	\$ 83,16	\$ 864,95	\$ 948,11	\$ 4.528,95		
56	\$ 4.528,95	\$ 948,11	\$ 69,82	\$ 878,29	\$ 948,11	\$ 3.650,66		
57	\$ 3.650,66	\$ 948,11	\$ 56,28	\$ 891,83	\$ 948,11	\$ 2.758,83		
58	\$ 2.758,83	\$ 948,11	\$ 42,53	\$ 905,58	\$ 948,11	\$ 1.853,25		
59	\$ 1.853,25	\$ 948,11	\$ 28,57	\$ 919,54	\$ 948,11	\$ 933,71		
60	\$ 933,71	\$ 948,11	\$ 14,39	\$ 933,71	\$ 948,11	\$ 0,00	\$ 1.062,60	\$ 10.314,72

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Costos

Ahora bien, se estableció la siguiente protección para la mano de obra:

Tabla 21 Cálculo de la mano de obra directa

Cargo	Código	Ingresos			Descuentos			Valor a pagar
		SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
Analista servicio de apoyo técnico		750	0	750		70,88	70,88	679,13
Obrero de limpieza		450	0	450		42,53	42,53	407,48
Totales		1200,00	0,00	1200,00	0,00	113,40	113,40	1086,60
	Patronal	XIII	XIV	Fondo	Vacaciones	Total de	Costo de Mano	
	12,15%			reserva		provisiones	de Obra	
	91,13	62,50	62,50	0	31,25	247,38	926,50	
	54,68	37,50	37,50	0	18,75	148,43	555,90	
	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00	
Totales	145,92	100,00		100,00	0,00	395,80	1482,40	
Fondo de reserva, a partir del segundo año								

XIII	100,00
XIV	100,00
Total mensual	200,00
Total anual	2.400,00

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Obteniendo como base el siguiente detalle de costo

Tabla 22 *Detalle de costo*

Detalles de costos					
Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad Mensual requerida	Costo unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Comercialización					
Servicio de arriendo por hora de espacio de trabajo (oficina)					
Mano de Obra		2,00		1.482,40	17.788,80
Analista servicio de apoyo técnico	Unidad de medida	1,00	926,50	926,50	11.118,00
Obrero de limpieza	Unidad de medida	1,00	555,90	555,90	6.670,80
Costo Indirecto		700,00	2,97	147,00	1.764,00
Energía eléctrica	kW	700,00	0,11	77,00	924,00
Internet	MBps	1,00	2,86	70,00	840,00
Total				1.629,40	19.552,80

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

El costo de la mano de obra es el principal gasto mensual, ascendiendo a un total de USD 1.482,40. De este monto, el Analista de servicio de apoyo técnico tiene un costo mensual de USD 926,50, lo que anualmente se traduce en USD 11.118,00. Mientras que, el Obrero de limpieza tiene un costo mensual de USD 555,90, sumando anualmente USD 6.670,80.

Los costos indirectos, que incluyen el consumo de energía eléctrica e internet, representan un monto mensual de USD 147,00. Desglosando este monto, el costo mensual de energía eléctrica, basado en un consumo de 700 kW, es de USD 77,00, equivalente a USD 924,00 anuales. Por otro lado, el gasto en internet, basado en 1 MBps, es de USD 70,00 al mes, lo que anualmente sería USD 840,00.

El costo total mensual estimado para operar el espacio Coworking Guaranda es de USD 1.629,40, lo que representa un desembolso anual de USD 19.552,80. Es esencial considerar estos costos recurrentes al establecer las tarifas de arrendamiento y al planificar las estrategias de comercialización para asegurar la sostenibilidad y rentabilidad del negocio.

Según los resultados de los detalles de costos se estimó una proyección de 5 años, considerando una inflación de 2.1%

Tabla 23 *Proyección de costos a 5 años*

Descripción	Costo mensual	Costos		Total Año 1	Costos		Total Año 2	Costos		Total Año 3	Costos		Total Año 4	Costos		Total Año 5
		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables				
Servicio de arriendo por hora de espacio de trabajo (oficina)																
Costo de compra de producto	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mano de Obra	1.482,40	17.788,80		17.788,80	20.612,76	-	20.612,76	21.045,63	-	21.045,63	21.487,59	-	21.487,59	21.938,83	-	21.938,83
Costos Indirectos	147,00		1.764,00	1.764,00	-	1.801,04	1.801,04	-	1.838,87	1.838,87	-	1.877,48	1.877,48	-	1.916,91	1.916,91
					-	-		-	-		-	-		-	-	
Totales	1.629,40	17.788,80	1.764,00	19.552,80	20.612,76	1.801,04	22.413,81	21.045,63	1.838,87	22.884,50	21.487,59	1.877,48	23.365,07	21.938,83	1.916,91	23.855,74

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

La proyección de costos muestra que, con una inflación del 2.1%, la Mano de Obra empieza con un costo mensual de USD 1.482,40 en el primer año, ascendiendo a USD 21.938,83 en el quinto año. Los Costos Indirectos comienzan en USD 1.764,00 anuales, llegando a USD 1.916,91 en el quinto año. Estos aumentos llevan a un total combinado de USD 19.552,80 en el primer año, que se incrementa a USD 23.855,74 al final del quinto año.

Gastos

Tabla 24 *Sueldos personal administrativo*

Cargo	Código	Ingresos			Descuentos		Valor a pagar	
		SBU	Otros	Total	Varios	9,45%		Total
Contador		450		450		42,53	42,53	407,48
Auxiliar administrativo		700		700		66,15	66,15	633,85
Representante de atención al cliente		450		450		42,53	42,53	407,48
Totales		1600,00	0,00	1600,00	0,00	151,20	151,20	1448,80
	Patronal							
	12,15%	XIII	XIV	Fondo reserva	Vacaciones	Total de provisiones	Costo de Mano de Obra	
	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00	
	54,68	37,50	37,50	0	18,75	148,43	555,90	
	85,05	58,33	58,33	0	29,17	230,88	864,73	
	54,68	37,50	37,50	0	18,75	148,43	555,90	
	0,00	0,00	0,00	0	0,00	0,00	0,00	

Totales	194,40	133,33		133,33	0,00	66,67	527,73	1976,53
Fondo de reserva, a partir del segundo año								
XIII		133,33						
XIV		133,33						
Total mensual		266,67						
Total anual		3200						

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Tabla 25 *Cálculo de la depreciaciones*

CÁLCULO DE LA DEPRECIACIONES				
Detalle del bien	Vida Útil	Valor	Porcentaje de Depreciación	Depreciación anual
Maquinaria y equipos	10	960,00	10%	96,00
Muebles y enseres	10	4.140,00	10%	414,00
Equipos de computación	3	10.650,00	33%	3.514,50
Vehículos	5	-	20%	-
Edificio	20	25.000,00	5%	1.250,00
Total		40.750,00		5.274,50

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Tabla 26 *Detalles de gastos*

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia		Valor anual
			mensual de gasto	Valor mensual	
Sueldo de personal administrativo	USD	1976,53	1	1976,53	23.718,40
Suministros de oficina				9,8	117,60
Esferos	Unidad	0,4	1	0,4	4,80
Clips	Unidad	0,6	1	0,6	7,20
Grapas	Caja	0,75	1	0,75	9,00
Hojas de papel Bond	Resma	4	1	4	48,00
Perforadora	Unidad	3	0,08	0,24	2,88
Grapadora	Unidad	3	0,08	0,24	2,88
Facturero	Unidad	6	0,17	1,02	12,24
Tintas para impresoras	Unidad	15	0,17	2,55	30,60
Suministros de limpieza				0,96	151,02
Escoba	Unidad	3	0,08	0,24	2,88
Pala	Unidad	3	0,08	0,24	2,88
Desinfectante	Unidad (galón)	4	0,08	0,32	3,84
Trapeador	Unidad	2	0,08	0,16	1,92
Tachos	Unidad	5,25	0,5	2,625	31,50
Equipo de limpieza de baños	Unidad	2	0,5	1	12,00

Guantes	Pares	1,75	2	3,5	42,00
Fundas de basura	Paquetes (10unidades)	1,5	3	4,5	54,00
Depreciaciones				439,54	5.274,50
Servicios Básicos				182	2.184,00
Agua	Litros	0,05	200	10	120,00
Luz	kW	0,11	200	22	264,00
Internet		150	1	150	1.800,00
Total de Gastos administrativos					31.445,52

GASTOS DE VENTAS

Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual de gasto	Valor mensual	Valor anual
Google Ads	Unidad	25	1	250	300,00
Facebook Ads	Unidad	75	1	75	900,00
Página Web	Unidad	250	0,083	20,83	250,00
Total de Gastos de ventas		350	2,08	120,83	1450,00

GASTOS FINANCIEROS

Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual de gasto	Valor mensual	Valor anual
Pago de intereses				0	6.428,15
Tarjeta de débito	Unidad	2	1	2	24,00
Total de Gastos financieros				2	6.452,15

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Los gastos administrativos suman USD 31.445,52 anuales, incorporando sueldos, suministros de oficina y de limpieza, depreciaciones y servicios básicos. En cuanto a los gastos de ventas, la inversión en publicidad y mantenimiento de la página web alcanza los USD 1.450,00 al año. Por último, los gastos financieros, que incluyen pagos de intereses y tarjeta de débito, totalizan USD 6.452,15 anualmente.

Tabla 27 Proyección de gastos

DESCRIPCIÓN	GASTO MENSU AL	GASTOS		TOTA	GASTOS		TOTAL	GASTOS		TOTA	GASTOS		TOTA	GASTOS		TOTA
		Fijos	Variab les	L AÑO 1	Fijos	Variab les	AÑO 2	Fijos	Variab les	L AÑO 3	Fijos	Variab les	L AÑO 4	Fijos	Variab les	L AÑO 5
Sueldos del personal	1.976,53	40	23.718,	23.718,	27.483,	27.483,6	28.060,	28.060,	28.650,	28.650,	29.251,	29.251,	29.251,	77	77	29.251
Suministros de oficina	9,80	-	117,60	117,60	-	120,07	117,60	-	122,59	122,59	-	125,17	125,17	-	127,79	127,79
Esferos	0,40		4,80	4,80		4,90	4,80		5,00	5,00		5,11	5,11		5,22	5,22
Clips	0,60		7,20	7,20		7,35	7,20		7,51	7,51		7,66	7,66		7,82	7,82
Grapas	0,75		9,00	9,00		9,19	9,00		9,38	9,38		9,58	9,58		9,78	9,78
Hojas de papel Bond	4,00		48,00	48,00		49,01	48,00		50,04	50,04		51,09	51,09		52,16	52,16
Perforadora	0,24		2,88	2,88		2,94	2,88		3,00	3,00		3,07	3,07		3,13	3,13
Grapadora	0,24		2,88	2,88		2,94	2,88		3,00	3,00		3,07	3,07		3,13	3,13
Facturero	1,02		12,24	12,24		12,50	12,24		12,76	12,76		13,03	13,03		13,30	13,30
Tintas para impresoras	2,55		30,60	30,60		31,24	30,60		31,90	31,90		32,57	32,57		33,25	33,25
Suministros de limpieza	15,29	-	97,02	97,02	-	99,06	97,02	-	101,14	101,14	-	103,26	103,26	-	105,43	105,43
Escoba	0,24		2,88	2,88		2,94	2,88		3,00	3,00		3,07	3,07		3,13	3,13
Pala	0,24		2,88	2,88		2,94	2,88		3,00	3,00		3,07	3,07		3,13	3,13
Desinfectante	0,32		3,84	3,84		3,92	3,84		4,00	4,00		4,09	4,09		4,17	4,17
Trapeador	0,16		1,92	1,92		1,96	1,92		2,00	2,00		2,04	2,04		2,09	2,09

Tachos	2,63	31,50	31,50	32,16	31,50	32,84	32,84	33,53	33,53	34,23	34,23				
Equipo de limpieza de baños	1,00	12,00	12,00	12,25	12,00	12,51	12,51	12,77	12,77	13,04	13,04				
Guantes	3,50	42,00	42,00	42,88	42,00	43,78	43,78	44,70	44,70	45,64	45,64				
fúndas de basura	7,20	86,40													
Depreciaciones	439,54	5.274,5 0	5.274,5 0	-	5.385,2 6	5.274,50 -	5.498,3 6	5.498,3 6	-	5.613,8 2	5.613,8 2	-	5.731,7 1	5.731, 71	
Servicios Básicos	182,00	2.184,0 0	2.184,0 0	1.862,3 0	2.184,00 0	1.901,4 1	1.901,4 1	1.941,3 4	1.941,3 4	1.982,1 1	1.982, 11				
Agua	10,00	120,00	120,00	122,52	120,00	125,09	125,09	127,72	127,72	130,40	130,40				
Luz	22,00	264,00	264,00	269,54	264,00	275,20	275,20	280,98	280,98	286,88	286,88				
Internet	120,00	1.440,0 0	1.440,0 0	1.470,2 4	1.440,00	1.501,1 2	1.501,1 2	1.532,6 4	1.532,6 4	1.564,8 2	1.564, 82				
Total de Gastos administrativos	23.718, 2.623,16	7.673,1 40	31.391, 52	27.483, 69	7.466,7 0	35.156,8 1	28.060, 84	7.623,5 0	35.684, 34	28.650, 12	7.783,5 9	36.433, 71	29.251, 77	7.947,0 4	37.198 ,82

GASTOS DE VENTAS																						
DESCRIPCIÓN	GASTO MENSU AL	GASTOS		TOTAL L AÑO 1		GASTOS		TOTAL L AÑO 2		GASTOS		TOTAL L AÑO 3		GASTOS		TOTAL L AÑO 4		GASTOS		TOTAL L AÑO 5		
		Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	Fijos	Variab les	
Hojas volantes	5,10		61,20	61,20		62,49	62,49		63,80	63,80		65,14	65,14		66,51	66,51						
Google Ads	25,00		300,00	300,00		6,30	306,30		312,73	312,73		319,30	319,30		326,00	326,00						
Facebook Ads	75,00		900,00	900,00		918,90	918,90		938,20	938,20		957,90	957,90		978,01	978,01						
Página Web	7,08		84,96	84,96		86,74	86,74		88,57	88,57		90,43	90,43		92,32	92,32						
Trípticos	8,50		102,00	102,00		104,14	104,14		106,33	106,33		108,56	108,56		110,84	110,84						
			-																			
Total de Gastos de ventas	112,18		1.346,16	1.346,16		1.374,43	1.374,43		1.403,29	1.403,29		1.432,76	1.432,76		1.462,85	1.462,85						

GASTOS FINANCIEROS																
DESCRIPCIÓN	GASTO MENSUAL	GASTOS		TOTAL AÑO 1	GASTOS		TOTAL AÑO 2	GASTOS		TOTAL AÑO 3	GASTOS		TOTAL AÑO 4	GASTOS		TOTAL AÑO 5
		Fijos	Variab les		Fijos	Variab les		Fijos	Variab les		Fijos	Variab les		Fijos	Variab les	
Pago de intereses		6428,15		6.428,15	5430,79		5.430,79	4232,44		4.232,44	2792,60		2.792,60	1062,60		1.062,60
Tarjeta de débito	2,00		24,00	24,00	24,50		24,50	25,02		25,02	25,54		25,54	26,08		26,08
Total de Gastos financieros	2,00	24,00	5	6.452,15	24,50	5.455,30	25,02	6	4.257,44	25,54	4	2.818,10	26,08	68	1.088,68	
TOTAL DE GASTOS	2.737,34	40	8	83	69	3	3	84	1	09	12	0	62	77	7	,34

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

En el primer año, los gastos administrativos suman USD 31.391,52, con el sueldo del personal como el mayor gasto fijo. Los gastos de ventas para el año 1 alcanzan un total de USD 1.346,16, con Google Ads y Facebook Ads como los principales gastos. Finalmente, los gastos financieros del año 1 totalizan USD 6.452,15, principalmente debido al pago de intereses. En general, el total de gastos para el primer año asciende a USD 39.189,83. Se observa un aumento en los gastos cada año, con una tendencia de crecimiento en ciertas áreas, mientras que en los gastos financieros hay una reducción significativa en el pago de intereses a lo largo de los años.

Ingresos

Tabla 28 *Cálculo de Ingreso*

Proyectado a captar	Horas laborales diarias estimadas	Duración de los servicios (min)	Duración de los servicios hora	Capacidad diaria de producción	Días productivos al año	Capacidad anual	
Servicio de espacio de espacio por hora	15	8	60	1	120	313	37560

Cálculo de ingresos

Productos	Unidad de Medida	Costo Mensual	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Unidades de productos	Precio de Venta
			%	\$			
Servicios de espacio de coworking por hora	servicios contratados	4.364,74	30%	1.309,42	5.674,16	3.130,00	1,81

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

El negocio de coworking proyecta captar 15 clientes diariamente durante 8 horas laborables, con una capacidad anual de 37,560 clientes. A un costo mensual de \$4,364.74 por el servicio de espacio y con un margen de utilidad del 30%, el ingreso adicional esperado es de \$1,309.42 mensuales. Se estima un precio de venta de \$1.81 por hora.

Proyección de ingresos

Con una proyección de crecimiento del mercado del 4% anual

Tabla 29 *Proyección de ingresos*

Productos	Cant.	Precio	Total año 1	Cant.	Precio	Total año 2	Cant.	Precio	Total año 3	Cant.
Servicios de espacio de coworking por hora	37.560,00	1,81	68.089,94	39.062,40	1,85	72.300,63	40.624,90	1,89	76.771,70	42.249,89

Tabla 30 *Punto de equilibrio*

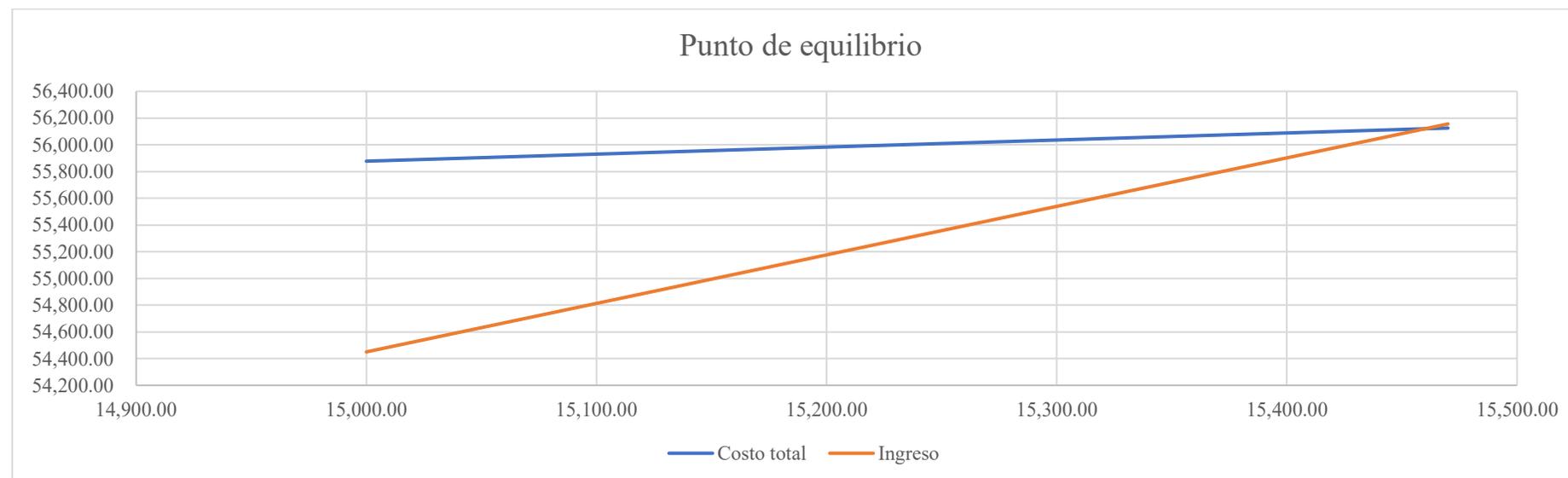
Descripción	Año 1	Costo Fijo (CF)	Costo Variable (CV)	Costo Total
Costo de Fabricación		17.788,80	1.764,00	19.552,80
Gastos Administrativos		23.718,40	7.673,12	31.391,52
Gasto de ventas		-	1.346,16	1.346,16
Gasto Financiero		6.452,15	9.043,28	15.495,43
TOTAL		47.959,35	19.826,56	67.785,91
Ingresos Totales				68.089,94
Número Unidades				37.560,00
Precio Unitario de Venta (PV)				3,63
Costo Variable Unitario=CV/Total de unidades	0,53			

$$\text{Punto de Equilibrio Unidades} = \text{CF}/(\text{PV}-\text{CVU}) \quad 15.460,10$$

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

El costo total, que incluye costos de fabricación, administrativos, de ventas y financieros, asciende a \$67,785.91. Los ingresos proyectados para ese año son de \$68,089.94, generados de la venta de 37,560 unidades a un precio unitario de \$3.63. El costo variable unitario se determinó en \$0.53. Para alcanzar el punto de equilibrio, donde los costos y los ingresos se equilibran, se requiere la venta de 15,460 unidades.

Figura 7 Punto de equilibrio graficado



Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Tabla 31 *Flujo de caja*

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO3	AÑO 4	AÑO 5
A INGRESOS OPERACIONALES	47.748,00	68.089,94	72.300,63	76.771,70	81.519,26	86.560,41
Recursos Propios	5.000,00					
Recursos de Terceros	42.748,00					
Ingresos por Ventas	0	68.089,94	72.300,63	76.771,70	81.519,26	86.560,41
B EGRESOS OPERACIONALES	0	89787,98	53695,0486	54498,7946	55643,2693	56811,778
Pago a proveedores (costos)		19.552,80	22.413,81	22.884,50	23.365,07	23.855,74
Gastos Administrativos		26.117,02	29.882,31	30.185,98	30.819,89	31.467,11
Gastos de Ventas		1.346,16	1.374,43	1.403,29	1.432,76	1.462,85
Gastos Financieros		24,00	24,50	25,02	25,54	26,08
Local		25.000,00				
Instalaciones y remodelaciones		1.290,00				
Muebles y Enceres		4.140,00				
Maquinaria y Equipo		960,00				
Materiales		-				
Vehículos		-				
Equipo de computación		10.650,00				
Inventarios		200,00				
Costos de Constitución		508,00				
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)	47.748,00	-21.698,04	18.605,58	22.272,90	25.875,99	29.748,63

D	INGRESOS NO OPERACIONALES	0	0	0	0	0	0
	Créditos por contratarse a corto plazo						
	Créditos por contraerse a largo plazo						
	Aportes de Capital						
	Aportes para futura Capitalización						
	Recuperación de inversiones temporales						
E	EGRESOS NO OPERACIONALES	0	12779,41	12562,36	13258,63	14154,11	15455,89
	Pago de capital de préstamo		4949,16	5946,52	7144,87	8584,72	10314,72
	Pago de intereses de préstamo		6428,15	5430,79	4232,44	2792,60	1062,60
	Pago de anticipación de utilidades 15%		1402,10	1185,04	1881,32	2620,44	3443,15
	Pago de impuestos		0,00	0	0	156,356719	635,421143
F	FLUJO NO OPERACIONAL(D-E)	0	-12779,4136	-12562,3598	-13258,6329	-14154,1094	-15455,8871
G	FLUJO NETOS GENERADO (C-F)	47.748,00	-8.918,62	31.167,94	35.531,54	40.030,10	45.204,52

H	SALDO INICIAL DE CAJA	47.748,00	38.829,38	69.997,31	105.528,85	145.558,95
I	SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	47.748,00	38.829,38	69.997,31	105.528,85	145.558,95

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

A partir del Año 1, la principal fuente de ingreso es la venta, alcanzando \$86.560,41 en el Año 5. Los egresos operacionales aumentan durante el Año 1 debido a diferentes inversiones y costos, generando un flujo operacional negativo de \$21.698,04. Sin embargo, este valor se vuelve positivo y crece constantemente en los años siguientes. Por otro lado, los egresos no operacionales representan principalmente pagos de préstamos, intereses y otros gastos financieros. Aunque estos egresos no operacionales también aumentan con el tiempo, el flujo neto generado sigue siendo positivo y creciente, con el saldo final de caja alcanzando \$190.763,47 al final del Año 5. Esencialmente, después de un comienzo con inversiones significativas, el proyecto muestra una tendencia positiva y rentable en los años subsiguientes.

Tabla 32 Estado de resultado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	68.089,94	72.300,63	76.771,70	81.519,26	86.560,41
Costo de Ventas	19.552,80	22.413,81	22.884,50	23.365,07	23.855,74
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	48.537,14	49.886,82	53.887,20	58.154,19	62.704,67
Gastos de Ventas	1.346,16	1.374,43	1.403,29	1.432,76	1.462,85
UTILIDAD NETA EN VENTAS	47.190,98	48.512,39	52.483,91	56.721,42	61.241,82
Gastos Administrativos	31.391,52	35.156,81	35.684,34	36.433,71	37.198,82
UTILIDAD OPERACIONAL	15.799,46	13.355,58	16.799,57	20.287,71	24.043,00
Gastos Financieros	6.452,15	5.455,30	4.257,46	2.818,14	1.088,68
Otros Ingresos					
Otros Egresos					
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	9.347,31	7.900,28	12.542,10	17.469,57	22.954,32
15% Participación Trabajadores	1402,10	1185,04	1881,32	2620,44	3443,15
UTILIDADES ANTES DE IMPUESTOS	7.945,21	6.715,24	10.660,79	14.849,13	19.511,18
Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	156,36	635,42
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	7945,21	6715,24	10660,79	14692,78	18875,76

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

En términos generales, el ingreso por ventas muestra un crecimiento sostenido a lo largo de los años, empezando con \$68.089,94 en el Año 1 y finalizando con \$86.560,41 en el Año 5. Tras deducir el costo de ventas, la utilidad bruta en ventas aumenta cada año, evidenciando un manejo eficiente de costos.

Sin embargo, los gastos de ventas y administrativos también se incrementan, aunque a un ritmo menor que el ingreso. La utilidad operacional refleja una gestión efectiva, presentando una tendencia al alza y alcanzando su punto más alto en el Año 5 con \$24.043,00.

Los gastos financieros disminuyen año tras año, lo que podría indicar una reducción en las deudas o un mejor manejo financiero. La participación del 15% para trabajadores es un costo que aumenta con el tiempo debido al aumento en la utilidad antes de participaciones.

A pesar de las deducciones, la utilidad antes de impuestos también crece cada año, aunque es relevante señalar que solo se percibe un impuesto a la renta en los Años 4 y 5. Finalmente, la utilidad o pérdida del ejercicio muestra un crecimiento saludable y continuo, destacando la rentabilidad proyectada del negocio en el tiempo.

Indicadores de la evaluación económica del proyecto

Tabla 33 Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR

TMAR	Valor	Estructura	Costo	Ponderación
Capital Propio	5.000,00	10%	6,1	0,64
Capital Financiado	42.748,00	90%	10,25	9,18
TOTAL DE LA INVERSIÓN	47.748,00	100%	16,35	9,82

Elaborado por: Castillo, M., 2023

Tabla 34 Evaluación financiera

F FLUJO NO OPERACIONAL(D-E)	0	-12779,4136	-12562,3598	-13258,6329	-14154,1094	-15455,8871
G FLUJO NETOS GENERADO (C-F)	-47748,00	-8918,62	31167,94	35531,54	40030,10	45204,52

H SALDO INICIAL DE CAJA	0	47748	38829,3776	69997,315	105528,85	145558,949
I SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	47748	38829,3776	69997,315	105528,85	145558,949	190763,467
TMAR		9,82				
VAN		52636,52				
TIR		34%				

Nota: Elaborado por: Castillo, M., 2023

Según los cálculos, el Valor Actual Neto (VAN) es de 52,636.52 y la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 34%. Estos indicadores sugieren que el proyecto tiene un rendimiento superior a la TMAR, lo que indica que es una inversión financiera atractiva.

En resumen, Tras el análisis de los datos financieros presentados, la factibilidad financiera del proyecto de establecer un espacio de coworking en Guaranda es favorable. Primero, es fundamental destacar la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), que se sitúa en el 9,82%. Esto establece una expectativa de rendimiento financiero mínimo que cualquier inversión en el proyecto debería superar.

El Valor Actual Neto (VAN) del proyecto es de 52.636,52, lo que indica que se espera generar un valor adicional a la inversión inicial, incluso después de descontar los flujos de efectivo futuros al valor presente utilizando la TMAR. Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) se sitúa en un impresionante 34%, superando con creces la TMAR, lo que implica que el proyecto ofrece un retorno financiero significativamente más alto que el mínimo aceptable.

Los flujos netos generados muestran una recuperación rápida de la inversión inicial, con flujos positivos a partir del segundo año. Es notable que, después del desembolso inicial, el proyecto empieza a generar beneficios significativos, alcanzando un flujo neto generativo de 45.204,52 en el quinto año.

En resumen, la evaluación financiera del plan de negocio indica que el proyecto de establecer un espacio de coworking en Guaranda no solo es financieramente viable, sino también altamente rentable. La rápida recuperación de la inversión y los retornos superiores a la tasa de descuento hacen que esta inversión sea atractiva para emprendedores e inversionistas. Sin embargo, es esencial considerar otros factores externos y riesgos potenciales que podrían afectar estos resultados, y planificar en consecuencia.

CONCLUSIONES

- El análisis del mercado de Guaranda ha revelado un nicho de oportunidad significativo en el ámbito del coworking. Con una población creciente y una demanda latente evidente, existe un vacío en la oferta de espacios de coworking. Esta situación representa una ventana única para potenciales inversores que buscan capitalizar sobre las necesidades no satisfechas de trabajadores independientes y de la población activa laboral en general. Es esencial no solo satisfacer esta demanda, sino también promover la cultura de coworking para maximizar la adopción y el impacto en la comunidad.
- El éxito de cualquier negocio no solo depende de la demanda o de la viabilidad financiera, sino también de cómo se presenta y promociona. El plan de marketing delineado para el "Coworking Centro de Negocios Guaranda" busca no solo llenar un vacío existente en el mercado sino también transformar y moldear la percepción del público sobre el coworking. Las estrategias propuestas, desde la elección de ubicación hasta las tácticas promocionales en el marketing, están diseñadas para catapultar este proyecto a la vanguardia del espacio de coworking en Guaranda, creando un impacto duradero en la comunidad.
- La proyección financiera para la implementación del espacio de coworking en Guaranda es prometedora. Los indicadores clave, como el VAN y la TIR, muestran que el proyecto no solo promete ser viable sino que también es probable que genere retornos atractivos para los inversores. A pesar de estos resultados alentadores, la prudencia dicta que se debe proceder con un plan sólido de gestión de riesgos para mitigar cualquier eventualidad o factor externo que pueda afectar la rentabilidad.

RECOMENDACIONES

- Establecer programas educativos sobre el concepto y beneficios del coworking y complementarlos con eventos de networking. Esta combinación no solo familiarizará a la comunidad con el coworking sino que también fomentará un ambiente de colaboración y pertenencia entre los usuarios.
- Realizar encuestas periódicas para adaptar servicios y espacios a las necesidades cambiantes de los usuarios. Además, revisar anualmente la

estructura financiera y las estrategias de marketing para asegurar que el negocio se mantiene relevante y rentable.

- Fortalecer la presencia digital del "Coworking Centro de Negocios Guaranda" y diversificar las fuentes de ingresos. Esto puede incluir servicios adicionales, como formación o eventos, y una estrategia online robusta que atraiga a un público más amplio y variado.
- Se recomienda realizar una investigación futura tras la implementación del proyecto con el fin de conocer la satisfacción de los clientes y las necesidades no resultas que pueden permitir calar en el mercado y tener un crecimiento sostenido.

BIBLIOGRAFÍA

- Abrego, A., & Mujica, N. (2022). Estrategias de marketing digital y de e-commerce para potenciar las ventajas competitivas en los entornos virtuales de las empresas de servicios de la ciudad de Panamá en tiempos de Covid-19. *Faecosapiens*, 5(1). https://revistas.up.ac.pa/index.php/faeco_sapiens/article/view/2675
- Andía, W., & Pinto, P. (2013). Los planes de negocio y los proyectos de inversión: similitudes y diferencias. *Industrial Data2*, 16(1), 80-84.
- Barzola Torres, N. L., Vernaza Zambrano, N. A., & Gallegos Erazo, F. A. (2019). Plan de negocio para la creación de una empresa de servicios coworking. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, junio.
- Blanco, A., Prado, A., & Mercado, C. (2016). *Introducción al marketing y la comunicación en la empresa*. ESIC. <https://books.google.es/books?id=LNkxDQAAQBAJ&dq=Análisis+del+mercado+objetivo+y+su+demand+El+análisis+del+mercado+objetivo+es+esencial+para+entender+a+quién+está+destinado+el+producto+o+servicio+de+la+empresa+y+cuáles+son+las+necesidades+y+expectativas>
- Bosworth, G., Whalley, J., Fuzi, A., Merrell, I., Chapman, P., & Russell, E. (2023). Rural co-working: New network spaces and new opportunities for a smart countryside. *Journal of Rural Studies*, 97, 550-559. <https://doi.org/10.1016/J.JRURSTUD.2023.01.003>
- Bouncken, R. B., & Aslam, M. M. (2023). Bringing the design perspective to coworking-spaces: Constitutive entanglement of actors and artifacts. *European Management Journal*, 41(1), 101-113. <https://doi.org/10.1016/J.EMJ.2021.10.008>
- Bouncken, R. B., Aslam, M. M., Gantert, T. M., & Kallmuenzer, A. (2023). New work design for knowledge creation and sustainability: An empirical study of coworking-spaces. *Journal of Business Research*, 154, 113337. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2022.113337>
- Brunet, I. (2022). *Creación de empresas. Emprendimiento e innovación*. Ediciones de la U. https://www.google.com.ec/books/edition/Creación_de_empresas/qNRdEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=0
- Castro, D., Hoyos, G., & Leiva, Y. (2019). Trade marketing y estrategia digital en el canal de distribución y comercialización de pulpas de frutas en negocios de Girardot. *Revista Innova ITFIP*, 4(1), 21-31. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7964686>
- Cevallos, V., Montilla, A., Biler, S., & Cevallos, L. (2020). Planeación Financiera

- Empresarial, Aproximación a su Estudio desde una Revisión Bibliográfica. *Revista Ciencias Sociales y Económicas*, 4(2).
- Crovara, E. (2023). Working with care: embodying feminist care ethics in regional coworking spaces. *Geoforum*, 140, 103702. <https://doi.org/10.1016/J.GEOFORUM.2023.103702>
- Cuzco, E. ., Erazo, J., Narváez, C., & Andrade, G. (2019). El modelo Canvas como fundamento del plan de negocios para empresas de servicios de software de la ciudad de Cuenca. *Cienciamatria*, 5(1). <https://doi.org/10.35381/cm.v5i1.319>
- D'Angelo, J. (2020). Vista de El valor estratégico del “propósito” en las empresas y emprendimientos, ante la crisis de la pandemia de covid-19 / The strategic value of «purpose» in companies and enterprises, in the face of the covid-19 pandemic crisis. *Revista Argentina de Investigación en Negocios*. <http://rain.ean.edu.ar:8085/rain/index.php/RAIN/article/view/108/170>
- David, E. M., Johnson, L. U., & Perry, S. J. (2023). Lean on me: A daily-diary study of the effects of receiving help in coworking spaces. *Journal of Vocational Behavior*, 141, 103841. <https://doi.org/10.1016/J.JVB.2023.103841>
- Diez, V. (2019). El modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos: vigencia, críticas y adaptaciones al modelo Butler. *Revista Realidad, tendencias y desafíos en turismo*, 17(1), 19-34. <https://revele.uncoma.edu.ar/index.php/condet/article/view/2294/58943>
- Flores, M., Guerrero, C., & González, F. (2022). Localización de empresas usando lógica difusa: estrategia para su posicionamiento. *Contaduría y administración*, 65(2), 1-22. [https://com-mendeley-prod-publicsharing-pdfstore.s3.eu-west-1.amazonaws.com/f8bc-CC-BY-2/10.22201/fca.24488410e.2019.1924.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEOn%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCWV1LXdlc3QtMSJHMEUCIQD64%2BjEW0IBDvdaI6zH6Had4H7PT4StVA](https://com-mendeley-prod-publicsharing-pdfstore.s3.eu-west-1.amazonaws.com/f8bc-CC-BY-2/10.22201/fca.24488410e.2019.1924.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEOn%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCWV1LXdlc3QtMSJHMEUCIQD64%2BjEW0IBDvdaI6zH6Had4H7PT4StVA)
- Gauger, F., Pfnür, A., & Strych, J. O. (2021). Coworking spaces and Start-ups: Empirical evidence from a product market competition and life cycle perspective. *Journal of Business Research*, 132, 67-78. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2021.04.008>
- Hernández, L.; López, D.; Salcedo, O. (2019). Diseño del proceso de Marketing para estructurar un plan de negocio interno dirigido a PYMEs en Colombia. *Espacios*, 40(13). <https://www.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p03.pdf>
- Howell, T. (2022). Coworking spaces: An overview and research agenda. *Research Policy*, 51(2), 104447. <https://doi.org/10.1016/J.RESPOL.2021.104447>

- INEC. (2023). *Ceno Ecuador Cuenta Comido*.
- Lescarret, C., Lemerrier, C., & Le Floch, V. (2022). Les espaces de coworking, une alternative crédible au domicile comme lieu de télétravail ? Premiers éléments issus d'une enquête exploratoire par entretiens. *Psychologie du Travail et des Organisations*, 28(3), 167-181. <https://doi.org/10.1016/J.PTO.2022.06.001>
- Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación, Pub. L. No. R.O. 151 (2020). https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf
- Lozano, L.; Caicedo, J.; Fernández, T.; Onofre, R. (2019). El modelo de negocio: metodología Canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Journal of Science and Research*, 4(CIEIS2019), 87-99. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.3594015>
- Medina, F., Quijano, R., & Patrón, R. (2020). Marketing proactivo como estrategia en Mipymes del sector restaurantero para afrontar Mercados en crisis por la pandemia covid-19. *Revista electrónica sobre cuerpos académicos y grupos de investigación*, 7(14). <http://mail.cagi.org.mx/index.php/CAGI/article/view/216/428>
- Millacan, M. (2020). *Análisis de factibilidad para la creación una empresa dedicada a ofrecer espacios de coworking en la Ciudad de Quito Año 2019* [Universidad Politécnica Salesiana]. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19263/1/UPS-MSQ040.pdf>
- Montoya, C., & Boyero, M. (2016). El Recurso Humano como elemento Fundamental para la gestión de calidad y la Competitividad Organizacional. *Visión de futuro*, 20(2). http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082016000200001
- Munuera, A., & Rodríguez, A. (2020). *Estrategias de marketing. Un enfoque basado en el proceso de dirección* (Primera). ESIC. <https://books.google.es/books?id=tgneDwAAQBAJ&dq=Análisis+del+mercado+objetivo+y+su+demanda+El+análisis+del+mercado+objetivo+es+esencial+para+entender+a+quién+está+destinado+el+producto+o+servicio+de+la+empresa+y+cuáles+son+las+necesidades+y+expectativas>
- Nakano, D., Gomes dos Santos, E., Mota Lima, E., & Virani, T. (2023). Proximity and knowledge sharing in coworking spaces: The case of São Paulo. *Geoforum*, 144, 103789. <https://doi.org/10.1016/J.GEOFORUM.2023.103789>
- Ordoñez-Ordoñez, J., Noles-Aguilar, D., & Soto, C. (2021). La planificación financiera

- como herramienta sustancial para medir la rentabilidad empresarial. Caso Dekautopartes S.A ciudad de Machala. *Digital Publisher*, 6(6), 169-180. <https://doi.org/https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6.754>
- Ríos, G., Medina, E., & Romero, D. (2021). Posicionamiento estratégico de la Federación Deportiva de Tungurahua, Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95), 962-977. <https://doi.org/https://doi.org/10.19052/rvgluz.27.95.31>
- Sabando-Mendoza, E., & Saltos, J. (2021). Una alternativa para el emprendimiento sostenible. *Journal Business Science*, 13(21). https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science/article/view/119/185
- Sánchez, J. (2020). Plataformas Coworking. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, LIII, 325-352. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7450120.pdf>
- Sanchiz, C. R. M., González-Esteban, J. L., Carvajal, M., & Valero-Pastor, J. M. (2023). La propuesta de valor como elemento clave para innovar en el modelo de negocio del periodismo deportivo: comparativa de estudios de caso en España. *Universitas*, 38, 41-62. <https://doi.org/10.17163/UNI.N38.2023.02>
- Santos, B. (2022). Gestión del conocimiento y sostenibilidad en la gestión de la cadena de suministro: revisión de literatura. *Telos*, 24(3). <http://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/3861>
- Vega, T., & Guerrero, L. (2020). Plan de negocios y plan de marketing en las micro, pequeñas y medianas empresas: análisis bibliométrico. *Espacios*, 41(45), 247-260. <https://doi.org/10.48082/espacios-a20v41n45p20>
- Vidales, A., Almada, C., Núñez, I., & Clark, Y. (2020). Plan de mercadotecnia para empresas turísticas de Sonora, México. *Publicando*, 7(23), 72-84. <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/1660>

ANEXOS

Anexo 1: Aceptación de tema

De: Dirección de Posgrado <dposgrado@ueb.edu.ec>

Fecha: jue, 15 Jun 2023 a las 9:26

Subject: Fwd: Resolución adoptada por el Comité Académico de Posgrado de la Universidad Estatal de Bolívar, en sesión ordinaria realizada el 05 de mayo de 2023.

To: María Lucía Castillo Villares <maria.castillo@ueb.edu.ec>, CHRISTOPHER GABRIEL ESPINOSA RUIZ <cespinosa@ueb.edu.ec>

Para su conocimiento y atención, remito la Resolución adoptada por el Comité Académico de Posgrado de la Universidad Estatal de Bolívar, en sesión ordinaria realizada el 05 de mayo de 2023.

TERCER PUNTO.- Análisis, aprobación y sugerencias de posibles Tutores de los temas denunciados por los Estudiantes de la Maestría en Administración de Empresas, I Cohorte

3.4. El Comité Académico de Posgrado Resuelve: solicitar que las denuncias del trabajo de titulación modalidad Proyectos de Titulación con Componente de Investigación Aplicada y/o Desarrollo, denominado: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DE COWORKING EN LA PROVINCIA BOLIVAR CANTON GUARANDA 2022-2023, presentado por la Maestrante Castillo María, se APRUEBA con las siguientes observaciones.

1	Castillo Villares María Lucía	02015000109	05-may	Proyecto de titulación con componentes de investigación aplicada y/o de desarrollo	Plan de negocio para la creación de una empresa de coworking en la Provincia Bolívar cantón Guaranda 2022-2023.	Elaborar un plan de negocio para una empresa de coworking en el cantón Guaranda. 2022-2023	1. Identificar la demanda potencial que tendría un servicio de coworking en la ciudad de Guaranda. 2. Establecer los recursos y procesos necesarios para el funcionamiento del proyecto de coworking mediante un estudio de factibilidad técnico económico 3. Desarrollar un plan de negocio donde se establezca la factibilidad de empresa de coworking en la ciudad de Guaranda	Reorganización: 1. Realizar el Estudio de mercado 2. Elaborar un estudio técnico 3. Establecer el estudio de producción y servicios. 4. Determinar el estudio económico y financiero	Aprobado	ESPINOSA RUIZ CHRISTOPHER GABRIEL
---	----------------------------------	-------------	--------	--	---	--	---	--	----------	--

PATRICIA LARA
Asistente de Gestión Administrativa

Anexo 2: Valoración de instrumento

Valoración primer experto



DIRECCIÓN DE POSGRADO
Y EDUCACIÓN CONTINUA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: Plan de negocio para la creación de una empresa de coworking en la Provincia Bolívar cantón Guaranda 2022-2023.

Autora: Lucía Castillo

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

INSTRUCCIONES PARA LA VALIDACIÓN DE

CONTENIDO DEL INSTRUMENTO.

Lea detenidamente los objetivos, la matriz de operacionalización de variables y el cuestionario de opinión.

1. Concluir acerca de la pertinencia entre objetivos, variables, e indicadores con los ítems del instrumento.
2. Determinar la calidad técnica de cada ítem, así como la adecuación de estos al nivel cultural, social y educativo de la población a la que está dirigido el instrumento.
3. Consignar las observaciones en el espacio correspondiente.
4. Realizar la misma actividad para cada uno de los ítems, utilizando las siguientes categorías:

- (A) Correspondencia de las preguntas del Instrumento con los objetivos, variables, e indicadores

P	PERTINENCIA O
NP	NO PERTINENCIA

En caso de marcar NP pase al espacio de observaciones y justifique su opinión.

- (B) Calidad técnica y representatividad

Marque en la casilla correspondiente:

O	ÓPTIMA
D	DEFICIENTE
B	BUENA
R	REGULAR

En caso de marcar R o D, por favor justifique su opinión en el espacio de observaciones.

- (C) Lenguaje

Marque en la casilla correspondiente:

A	ADECUADO
I	INADECUADO

En caso de marcar I justifique su opinión en el espacio de observaciones.

PLANILLA DE VALORACION

ITEM	Correspondencia de las preguntas del Instrumento con los objetivos	Calidad técnica y representatividad	Lenguaje
1	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
2	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
3	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
4	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
5	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
6	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
7	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
8	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
9	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
10	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
11	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I

12	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> R <input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
13	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
14	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
15	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I

Observación: Para la aplicación de este instrumento se sugiere dividir por secciones o bloques en el formulario de Google.

Valido para aplicar

Si

No

Nombre y apellido
Profesión/Título

Patricia de Lourdes León Monar
Ingeniera en Marketing, Magister en Gestión
de Marketing y Servicio al Cliente.

Firma



Fecha

17 de julio del 2023

Valoración segundo experto



UNIVERSIDAD
ESTATAL
DE BOLÍVAR

DIRECCIÓN DE POSGRADO
Y EDUCACIÓN CONTINUA

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: Plan de negocio para la creación de una empresa de coworking en la Provincia Bolívar cantón Guaranda 2022-2023.
Autora: Lucía Castillo

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

**INSTRUCCIONES PARA LA VALIDACIÓN DE
CONTENIDO DEL INSTRUMENTO.**

Lea detenidamente los objetivos, la matriz de operacionalización de variables y el cuestionario de opinión.

1. Concluir acerca de la pertinencia entre objetivos, variables, e indicadores con los ítems del instrumento.
2. Determinar la calidad técnica de cada ítem, así como la adecuación de estos al nivel cultural, social y educativo de la población a la que está dirigido el instrumento.
3. Consignar las observaciones en el espacio correspondiente.
4. Realizar la misma actividad para cada uno de los ítems, utilizando las siguientes categorías:

- (A) Correspondencia de las preguntas del Instrumento con los objetivos, variables, e indicadores

P	PERTINENCIA O
NP	NO PERTINENCIA

En caso de marcar NP pase al espacio de observaciones y justifique su opinión.

- (B) Calidad técnica y representatividad

Marque en la casilla correspondiente:

O	ÓPTIMA
D	DEFICIENTE
B	BUENA
R	REGULAR

En caso de marcar R o D, por favor justifique su opinión en el espacio de observaciones.

- (C) Lenguaje

Marque en la casilla correspondiente:

A	ADECUADO
I	INADECUADO

En caso de marcar I justifique su opinión en el espacio de observaciones.

PLANILLA DE VALORACION

ITEM	Correspondencia de las preguntas del Instrumento con los objetivos:	Calidad técnica y representatividad	Lenguaje
1	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
2	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
3	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
4	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
5	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
6	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
7	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
8	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
9	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
10	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
11	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I

	<input type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> R <input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
12	<input type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
13	<input type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
14	<input type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
15	<input type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I

Observación: _____

Valido para aplicar

-
- Si
-
-
- No

 Nombre y apellido
 Profesión / Título
 Firma

Ing. Paola Estefanía Alban Trujillo, Mg
Magister en Gestión de Proyectos


Fecha

10 Julio 2023

Validación del tercer experto

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
DIRECCIÓN DE POSGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: Plan de negocio para la creación de una empresa de coworking en la Provincia Bolívar cantón Guaranda 2022-2023.

Autora: Lucía Castillo

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

INSTRUCCIONES PARA LA VALIDACIÓN DE

CONTENIDO DEL INSTRUMENTO.

Lea detenidamente los objetivos, la matriz de operacionalización de variables y el cuestionario de opinión.

1. Concluir acerca de la pertinencia entre objetivos, variables, e indicadores con los ítems del instrumento.
2. Determinar la calidad técnica de cada ítem, así como la adecuación de éstos al nivel cultural, social y educativo de la población a la que está dirigido el instrumento.
3. Consignar las observaciones en el espacio correspondiente.
4. Realizar la misma actividad para cada uno de los ítems, utilizando las siguientes categorías:

- (A) Correspondencia de las preguntas del Instrumento con los objetivos, variables, e indicadores:

P	PERTINENCIA O
NP	NO PERTINENCIA

En caso de marcar NP pase al espacio de observaciones y justifique su opinión.

- (B) Calidad técnica y representatividad

Marque en la casilla correspondiente:

O	ÓPTIMA
D	DEFICIENTE
B	BUENA
R	REGULAR

En caso de marcar R o D, por favor justifique su opinión en el espacio de observaciones.

- (C) Lenguaje

Marque en la casilla correspondiente:

A	ADECUADO
I	INADECUADO

En caso de marcar I justifique su opinión en el espacio de observaciones.

PLANILLA DE VALORACION

ITEM	Correspondencia de las preguntas del Instrumento con los objetivos:	Calidad técnica y representatividad	Lenguaje
1	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
2	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
3	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
4	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
5	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
6	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
7	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
8	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
9	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
10	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
11	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> B	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I

12	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input type="checkbox"/> R <input type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input checked="" type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
13	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
14	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I
15	<input checked="" type="checkbox"/> P <input type="checkbox"/> NP	<input checked="" type="checkbox"/> O <input type="checkbox"/> D <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> R	<input checked="" type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> I

Observación: Sugiero revisar la opción de respuesta, que se asocie más a la pregunta determinada, por ejemplo, en la pregunta que consulta sobre aspectos de espacio.

Valido para aplicar

Si

No

Nombre y apellido
Profesión/Título
Firma

Charles Paul Viscarra Armijos
Docente Universitario / Ing. Marketing

Fecha

13 de Julio del 2023

Anexo 3: Instrumento definitivo**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

Título del trabajo: Plan de negocio para la creación de una empresa de coworking en la Provincia Bolívar cantón Guaranda 2022-2023.

Objetivo general: Elaborar un plan de negocios para una empresa de coworking en el cantón Guaranda. 2022-2023

CUESTIONARIO BASE PARA ESTUDIO DE MERCADO**Parte 1: Datos demográficos**

Edad: _____

Nivel educativo:

- Ninguno
- Primer nivel
- Segundo nivel
- Tercer nivel
- Cuarto nivel

Ocupación actual:

- Independiente
- Asalariado
- Sin ocupación
- Estudiante
- Dependiente

Parte 2: Demanda del servicio de coworking y preferencias del público objetivo

¿Conoce usted que es un Coworking o espacio compartido de trabajo?

- Sí
- No

A la respuesta que no: *Un coworking es un modelo de trabajo compartido en el cual diversas personas o profesionales independientes utilizan un espacio común para llevar a cabo sus actividades laborales. En un coworking, los individuos comparten el entorno físico y los recursos, como escritorios, salas de reuniones, conexiones a Internet y áreas comunes, mientras mantienen su autonomía y proyectos profesionales individuales.*

¿Ha utilizado alguna vez un espacio de coworking o está interesado en utilizar uno en el futuro?

Sí, he utilizado un espacio de coworking.

No, pero estoy interesado en utilizar uno en el futuro.

No, y no estoy interesado

¿Con qué frecuencia necesitaría utilizar un espacio de coworking?

- Diariamente
- Semanalmente
- Mensualmente
- Ocasionalmente
- No estoy seguro

¿Qué servicios considera más importantes en un espacio de coworking?

Conexión a internet de alta velocidad

Espacios privados para reuniones

Mobiliario ergonómico

Cafetería

Todos los anteriores

Ninguna de las anteriores

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un espacio de coworking?

Menos de \$50

Entre \$50 y \$100

Entre \$100 y \$200

Más de \$200

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar semanal por un espacio de coworking?

Menos de \$3

Entre \$4 y \$10

Entre \$11 y \$20

Más de \$20

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diario por un espacio de coworking?

Menos de \$1

Entre \$2 y \$5

Entre \$5 y \$10

Más de \$10

¿Cuál cree usted que sería la mejor ubicación para un coworking o espacio compartido de trabajo?

En un lugar céntrico en la ciudad

A los alrededores de la ciudad

No nuestro interés

¿Qué horario preferiría para el acceso al espacio de coworking?

Horario comercial (9:00 a.m. a 6:00 p.m.)

Horario ampliado (7:00 a.m. a 9:00 p.m.)

No estoy interesado

¿Le gustaría tener acceso a eventos o capacitaciones en el espacio de coworking?

Sí me gustaría

No me gustaría

No estoy interesada

¿Estaría interesado en un espacio de coworking específicamente diseñado para ciertos sectores profesionales?

Sí

No

¿Conoce usted un coworking o espacio de trabajo compartido que actualmente ofrezca servicios en la ciudad de Guaranda?

- Si
- No
- Desconozco

¿Qué tipo de ambientes prefiere en un espacio de coworking?

- Ambiente profesional y enfocado
- Ambiente creativo y dinámico
- Ambiente relajado y social
- Ambiente orientado a un sector específico
- Todas las anteriores

En su opinión, ¿qué factor diferenciador debería tener una nueva empresa de coworking para tener éxito en la Provincia Bolívar, cantón Guaranda?

- Precios competitivos
- Servicios y comodidades únicas
- Ubicación estratégica
- Enfoque en un nicho de mercado específico

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN