



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TEMA:

**Análisis de factibilidad para la creación de un ambiente
coworking para comercio exterior en la ciudad de Guayaquil**

AUTORAS:

**Chica Ezeta, Alison Anaid
Freire Rosero, Mayra Alejandra**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

TUTOR:

Ulloa Armijos, Ana del Rosario, MAE.

Guayaquil, Ecuador

20 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Chica Ezeta, Alison Anaid y Freire Rosero, Mayra Alejandra** como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTORA

f. _____
Ulloa Armijos, Ana del Rosario, MAE.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Knezevich Pilay, Teresa Susana, MAE.

Guayaquil, 20 de marzo del 2019



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, **Chica Ezeta, Alison Anaid y Freire Rosero, Mayra
Alejandra**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Análisis de factibilidad para la creación de un ambiente *coworking* para comercio exterior en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, 20 de marzo del 2019

LAS AUTORAS

f. _____
Chica Ezeta, Alison Anaid

f. _____
Freire Rosero, Mayra Alejandra



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **Chica Ezeta, Alison Anaid y Freire Rosero, Mayra
Alejandra**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Análisis de factibilidad para la creación de un ambiente coworking para comercio exterior en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

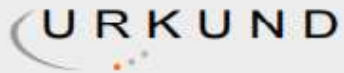
Guayaquil, 20 de marzo del 2019

LAS AUTORAS:

f. _____
Chica Ezeta, Alison Anaid

f. _____
Freire Rosero, Mayra Alejandra

REPORTE URKUND



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Chica Anaid y Freire Mayra Tesis.docx (D48147166)
Submitted: 2/20/2019 10:44:00 PM
Submitted By: anaid.chica18@gmail.com
Significance: 1 %

Sources included in the report:

50% PAVON NICOLE.docxTESIS.docx (D46602524)
<https://www.impulsapopular.com/finanzas/que-es-la-economia-colaborativa-o-sharing-economy/>
<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/coworking-nuevos-emprendedores.html>
<https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/viewFile/CUTS9192110201A/8572>

Instances where selected sources appear:

5

A handwritten signature in blue ink, consisting of a stylized, cursive script that is difficult to decipher.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios por todas las oportunidades que me ha dado en toda mi vida, por siempre guiarme a cumplir las metas que me he propuesto, por mantenerme con fe de que puedo lograr lo que me proponga, por ser mi apoyo en momentos de intranquilidad y llenarme de mucha paz.

A mis padres Mildred Ezeta y Miguel Chica por siempre ser el bloque más fuerte de mi vida que siempre han estado apoyándome y alentándome en cada decisión que tomo, por ser un ejemplo de trabajo constante demostrando que la perseverancia da frutos, por demostrarme que los sueños pueden cumplirse si te lo propones.

A mis hermanos que han palpado conmigo la lucha constante entre mis estudios y mi trabajo, a veces dejando de lado compromisos por la responsabilidad que amerita, gracias por entenderme y tener su fe puesta en mí.

A mis mejores amigas Hillary Suarez y Annelys Flores que siempre tuvieron la predisposición de ayudarme y darme las fuerzas que necesitaba para seguir adelante, gracias por su leal y sincera amistad. Así mismo, a mis grandes amigas Karlita Lucas y Valeria Monge por escucharme y estar ahí en todo momento.

A mi mejor amigo Guido Bayas porque con sus retadas me mantuvieron de pie para lograr lo que me proponía y porque siempre ha estado para mí.

A mi compañera de tesis Mayra Freire, por haberme dado la fuerza que algún momento necesité para culminar con mis responsabilidades, por enseñarme una amistad pura y por la confianza que tuvo para realizar juntas este trabajo de titulación.

A mi tutora de tesis MAE. Ana Ulloa por todo el tiempo brindado, por las horas de su tiempo dedicadas a la excelencia del trabajo y por el cariño con el que siempre nos recibía en su oficina.

Me faltaron muchas personas a mencionar para agradecer por todo lo que han vivido conmigo durante mi etapa universitaria, gracias por su tiempo, amistad, cariño, apoyo y los miles de abrazos que me dieron para no rendirme. Los tengo muy presentes, muchas gracias por siempre estar y nunca faltar, son mi más grande bendición.

Alison Anaid Chica Ezeta

AGRADECIMIENTO

Con el presente trabajo de investigación primero quiero agradecer a Dios por llenarme de bendiciones a lo largo de mi vida, darme fortaleza en mis momentos de angustia y desesperación y por brindarme sabiduría y felicidad.

Le doy gracias a mis padres Fabian Freire y Paola Rosero por ser mis pilares fundamentales, por todos los valores y principios que me han inculcado, por haberme permitido hacer realidad mi sueño tan anhelado de ser una profesional y principalmente por ser un ejemplo de vida a seguir.

A mi abuelita Ines Rosero por todos los consejos que me han ayudado para guiarme por el camino del bien, por estar siempre ahí para escucharme y por darme esa esperanza para continuar en este arduo camino.

A mi hermano Christopher Freire por estar continuamente a mi lado, por ponerle siempre una pizca de locura a mi vida y por recordarme que siempre habrá una esperanza para poder seguir adelante.

A mi nana María Álava gracias por el cariño que me supo entregar y por todos los alientos que me ha brindado a lo largo de mi vida.

A Anaid Chica por ser una gran amiga y compañera de tesis, por todos los momentos que pasamos juntas, por haber sido paciente conmigo y por motivarme a seguir adelante.

Le doy gracias a Lisbeth Benítez por ser parte significativa de mi vida, por estar a mi lado en todos los momentos ya sean buenos o malos y sobre todo gracias por brindarme su amistad.

A MAE. Ana Ulloa le agradezco por su apoyo, cariño, tiempo y conocimientos entregados para poder culminar con esta etapa de mi carrera universitaria

A la secretaria Emma Veliz doy las gracias por estar pendiente de mí y por darme siempre ánimos para seguir adelante.

Son demasiadas las personas que han formado parte de mi vida universitaria a las que me encantaría agradecerles su amistad, apoyo, alientos, consejos, ánimo y compañía en los momentos en los que más los necesite. Algunas están aquí junto a mí y otras se encuentran en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias infinitas por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

A todos gracias infinitas.

Mayra Alejandra Freire Rosero.

DEDICATORIA

El trabajo presente es dedicado primordialmente a Dios porque sin él nada en mi vida fuera posible, por darme los ánimos para terminar mi etapa universitaria.

También le dedico mi trabajo de titulación a mi familia, a mis padres, hermanos, abuelos, tíos y primos porque son lo más importante en mi vida, son el pilar más fuerte que tengo a mi lado, que con el tiempo he aprendido a valorar.

A todas las personas que creyeron plenamente en mí, que realmente son muchas, a todos ellos les dedico el presente trabajo, no sin antes decirles que no existen imposibles y que todo se puede lograr.

Finalmente, se lo dedico a mi persona especial que aguantó conmigo los últimos dos meses de mi tesis, apoyándome, alentándome y entendiéndome.

Alison Anaid Chica Ezeta.

DEDICATORIA

Le dedicó mi trabajo de tesis principalmente a Dios porque sin su bendición no habría sido posible cumplirlo y por toda la sabiduría que me entregó para poder aprovecharla.

A si mismo se la dedico a toda mi familia por ser mi inspiración y motivación en las circunstancias de adversidad, por ser mis pilares fundamentales al momento de perseguir mis sueños, por estar siempre pendiente de mí y por ser el más claro ejemplo de perseverancia, porque como dicen el que persevera alcanza.

También se la dedicó a mis amigos por ser quienes me dieron sus más sinceros anhelos para continuar y luchar contra los momentos más difíciles.

Para ellos es está dedicatoria, pues es a ellos a los que les debo por su apoyo incondicional.

Mayra Alejandra Freire Rosero.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

MAE. TERESA KNEZEVICH PILAR
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

EC. DAVID COELLO CAZAR
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

EC. FELIPE ÁLVAREZ ORDOÑEZ, MGS
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES**

CALIFICACIÓN

f. _____

**Ulloa Armijos, Ana del Rosario, MAE.
TUTORA**

ÍNDICE

CAPÍTULO I: GENERALIDADES DE LA INVESTIGACIÓN	3
ANTECEDENTES	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
JUSTIFICACIÓN	6
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	7
OBJETIVOS	7
<i>Objetivo General</i>	7
<i>Objetivos Específicos</i>	8
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
<i>Diseño no experimental – transaccional</i>	8
<i>Enfoque cuantitativo y cualitativo</i>	8
INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	9
<i>Encuesta</i>	9
<i>Entrevista</i>	9
DELIMITACIÓN	9
LIMITACIONES.....	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL.....	11
MARCO TEÓRICO	11
<i>Clima Organizacional</i>	11
<i>Teoría de las Necesidades Humanas</i>	12
<i>Teoría de Administración por Objetivos</i>	14
<i>Teoría del Diseño de Oficinas Abiertas</i>	14
MARCO CONCEPTUAL.....	15
<i>Coworking</i>	15
PYMES	15
<i>Freelance</i>	16
<i>Economía colaborativa</i>	16
<i>Incoterms</i>	16
<i>Comercio internacional</i>	17
<i>Estudio de factibilidad</i>	17

MARCO REFERENCIAL	18
<i>Comercio Exterior en Ecuador</i>	18
<i>Empresas de Comercio Exterior y su método tradicional</i>	19
<i>Coworking en el mundo y en Ecuador</i>	21
<i>Reglamentos de espacios</i>	27
CAPÍTULO III: METODOLÓGICO	28
ESTUDIO DE MERCADO	28
<i>Objetivo General</i>	28
<i>Objetivos Específicos</i>	28
<i>Análisis de Mercado</i>	28
<i>Áreas de servicios dirigidos a</i>	28
➤ Agentes de comercio exterior en Guayaquil	28
➤ Usuarios de Coworking	29
ANÁLISIS SITUACIONAL.....	29
<i>Cinco fuerzas de Porter</i>	29
➤ Poder de negociación de los compradores o clientes	29
➤ Poder de negociación de los proveedores o vendedores	29
➤ Amenaza de nuevos competidores entrantes	30
➤ Amenaza de productos sustitutos	30
➤ Rivalidad entre los competidores	30
<i>Análisis Externo- PESTAL</i>	30
A) Política	31
B) Económica	31
C) Tecnológico.....	32
D) Socio – Cultura	33
E) Ambiental	34
F) Legal	34
<i>Análisis FODA</i>	35
Fortalezas.....	35
Debilidades.....	35
Oportunidades	36
Amenazas.....	36
DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA	36

<i>Población</i>	36
<i>Tamaño de la muestra</i>	36
Muestra de agentes de comercio exterior	37
Encuestas	37
Resultados de las encuestas	38
Cruce de variables	44
Muestra de usuarios de coworking:	46
Encuestas	46
Resultados de las encuestas	47
Cruce de variables	54
ENTREVISTA.....	56
CAPÍTULO IV: PROPOSITIVO	57
INTRODUCCIÓN.....	57
REQUISITOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	57
PLAN ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA ALIANZA COWORKING S. A.....	57
<i>Misión</i>	57
<i>Visión</i>	57
<i>Valores de la Empresa</i>	58
<i>Filosofía de la Empresa</i>	58
<i>Objetivo General de la Empresa Alianza Coworking S. A.</i>	58
<i>Objetivos Específicos de la Empresa Alianza Coworking S. A.</i>	58
<i>Logo de Alianza Coworking</i>	59
<i>Slogan de Alianza Coworking</i>	59
<i>Estudio técnico</i>	59
Tamaño del proyecto	59
Localización de Alianza Coworking	61
Determinación de la organización humana	62
Funciones de las áreas	63
Gerente General	63
Gerente Financiero	63
Administrador.....	63
Mantenimiento	63
Seguridad.....	63

<i>Políticas de la empresa</i>	63
Políticas de Alquiler	63
Políticas en el establecimiento	64
Políticas de Cobro	64
<i>Planes de alquiler para coworkers</i>	64
Horarios de atención	64
Beneficios	64
Áreas de trabajo	64
Áreas de recreación	65
Otras áreas.....	65
Extras	66
<i>Estrategia de Marketing</i>	66
Propuesta de Valor.....	67
Análisis 4Ps de Alianza Coworking	67
1. Producto o Servicio.....	68
2. Precio	68
3. Plaza.....	68
4. Promoción	68
<i>Análisis financiero</i>	68
Activos	69
Gastos	71
Depreciaciones.....	71
Valor de desecho.....	73
Calendario de Reinversión	73
Sueldos y Salarios.....	74
Capital de Trabajo	77
Plan de Inversiones	77
Repartición de Acciones	78
Costos	80
Evolución del precio	82
Proyección de Ventas Mensual y Anual	83
Índices Financieros.....	86
Razón Circulante.....	86
ROE	86

ROA	86
Análisis TIR	87
Análisis TMAR y VAN.....	87
Análisis de sensibilidad	89
Escenarios	90
Escenario Negativo.....	90
Escenario Positivo	93
<i>Presupuesto de Marketing</i>	96
Redes Sociales.....	96
Folletos.....	96
Estrategia de Fidelización	96
<i>Distribución Arquitectónica de la Empresa</i>	98
Diseño de Alianza Coworking.....	98
Ergonomía Laboral.....	98
Psicología del color.....	98
Diseño biofílico.....	99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
CONCLUSIONES.....	100
RECOMENDACIONES	101
BIBLIOGRAFÍA	103
ANEXOS	111
ANEXO A. VARIABLES DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	111
ANEXO B. CORREO PARA SUPERCIAS.....	112
ANEXO C. MODELO DE ENCUESTA PARA AGENTES DE COMERCIO EXTERIOR	113
ANEXO D. MODELO DE ENCUESTA PARA USUARIOS DE COWORKING	115
ANEXO E. ENTREVISTA A VALERIA BRAVO-ASISTENTE DE COWORKING DE INNOVIS	118
ANEXO F. ENTREVISTA A CRISTINA FLORIDO – MARKETING DE PANAL	120
ANEXO G. PAQUETES MENSUALES DE ALIANZA COWORKING.....	121
ANEXO H. PAQUETES DIARIOS DE ALIANZA COWORKING	122
ANEXO I. COSTOS DE LOS PAQUETES	123
ANEXO J. RIESGO PAÍS	125

ANEXO K. TASA PASIVA.....	125
ANEXO L. DISEÑO ARQUITECTÓNICO- 3D	126

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 TABLA DE CONTINGENCIA DE SEXO, EDAD Y OCUPACIÓN	45
TABLA 2 TABLA DE CONTINGENCIA DE TIPO Y VARIABLES	45
TABLA 3 TABLA DE CONTINGENCIA DE RED Y COMPARTIR	46
TABLA 4 TABLA DE CONTINGENCIA DE EDAD, SEXO Y OCUPACIÓN	55
TABLA 5 TABLA DE CONTINGENCIA DE MODELO Y COMPARTIR.....	55
TABLA 6 EQUIPOS DE OFICINA	69
TABLA 7 MUEBLES DE OFICINA.....	69
TABLA 8 EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	70
TABLA 9 SUMINISTRO DE OFICINA	70
TABLA 10 GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PRE- OPERACIÓN	71
TABLA 11 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.....	72
TABLA 12 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	72
TABLA 13 REINVERSIÓN DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	73
TABLA 14 VALOR DE DESECHO	73
TABLA 15 CALENDARIO DE REINVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	73
TABLA 16 SUELDOS Y SALARIOS	74
TABLA 17 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	75
TABLA 18 GASTOS DE MARKETING	76
TABLA 19 CAPITAL DE TRABAJO	77
TABLA 20 PLAN DE INVERSIONES	78
TABLA 21 PROPIEDAD ACCIONARIA	78
TABLA 22 FUENTES DE INVERSIÓN	79
TABLA 23 FINANCIAMIENTO.....	79
TABLA 24 AMORTIZACIÓN	79
TABLA 25 COSTOS DE LOS PLANES	80
TABLA 26 PROYECCIÓN DE COSTO UNITARIO.....	81
TABLA 27 PROYECCIÓN DE PRECIOS	82
TABLA 28 PROYECCIÓN DE VENTAS EN USD DÓLARES.....	83
TABLA 29 FLUJO DE CAJA.....	84
TABLA 30 ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS.....	85
TABLA 31 RAZÓN CORRIENTE	86
TABLA 32 ROE.....	86
TABLA 33 ROA.....	87

TABLA 34 TMAR	87
TABLA 35 TMAR, TIR Y VAN.....	88
TABLA 36 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	89
TABLA 37 ESCENARIO DE PAQUETES.....	90
TABLA 38 ESCENARIO NEGATIVO	91
TABLA 39 RESUMEN DE ESCENARIO NEGATIVO	92
TABLA 40 ESCENARIO DE PAQUETE.....	93
TABLA 41 ESCENARIO POSITIVO	94
TABLA 42 RESUMEN DE ESCENSARIO POSITIVO	95
TABLA 43 PRESUPUESTO DE MARKETING	96
TABLA 44 CALENDARIO DE ACTIVIDADES DE ALIANZA COWORKING S. A.	97

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. MAPA GEOGRÁFICO DEL CENTRO DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. TOMADO DE: GOOGLE MAPS	10
FIGURA 2. CLIMA ORGANIZACIONAL. TOMADO DE: “DIMENSIONES DEL CLIMA ORGANIZACIONAL,” POR GONCALVEZ, 2018.....	11
FIGURA 3 PIRÁMIDE DE LAS NECESIDADES, MASLOW, 1954.....	13
FIGURA 4. EDAD DE LOS ENCUESTADOS.....	38
FIGURA 5. ESTADO CIVIL DE LOS ENCUESTADOS	38
FIGURA 6. OCUPACIÓN DE LOS ENCUESTADOS	39
FIGURA 7. SEXO DE LOS ENCUESTADOS.....	39
FIGURA 8. ÁREA DEL COMERCIO EXTERIOR AL QUE PERTENECE EL ENCUESTADO.....	40
FIGURA 9. TIPO DE MODELO DE TRABAJO EN EL QUE SE DESEMPEÑA EL ENCUESTADO	40
FIGURA 10. AMBIENTE COWORKING QUE PERMITE AHORRAR COSTOS, REDUCIR GASTOS Y COMPARTIR RECURSOS	41
FIGURA 11. VARIABLES PRINCIPALES PARA ARRENDAR UN LUGAR DE TRABAJO.....	42
FIGURA 12. AMPLIAR RED DE NEGOCIOS	42
FIGURA 13. PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR UN ESPACIO DE COWORKING	43
FIGURA 14. DISPOSICIÓN PARA COMPARTIR CON OTROS PROFESIONALES DE COMERCIO EXTERIOR	43
FIGURA 15. VARIABLES IMPORTANTES PARA TRABAJAR DE FORMA EFICIENTE EN UN AMBIENTE COWORKING	44
FIGURA 16. EDAD DE LOS USUARIOS DE COWORKING	47
FIGURA 17. ESTADO CIVIL DE LOS COWORKERS.....	48
FIGURA 18. OCUPACIÓN DE LOS USUARIOS DE COWORKING.....	48
FIGURA 19. SEXO DE LOS USUARIOS DE COWORKING	49
FIGURA 20. MOTIVOS DE IMPORTANCIA DEL MODELO DE TRABAJO COWORKING	49
FIGURA 21. PRODUCTIVIDAD EN AMBIENTE COWORKING	50
FIGURA 22. MOTIVOS DE ALQUILER DE UN ESPACIO DE COWORKING.....	50
FIGURA 23. REGLAS DE UN COWORKING	51
FIGURA 24. VARIABLES IMPORTANTES PARA UN COWORKING.....	51
FIGURA 25. TIPO DE NEGOCIO O INDUSTRIA A LA QUE SE DEDICA EL USUARIO DE COWORKING.....	52
FIGURA 26. TRABAJO EN OTROS MODELOS DE TRABAJO	52

FIGURA 27. GASTOS COMPARTIDOS	53
FIGURA 28. ESPACIO DEL ÁREA LABORAL.....	53
FIGURA 29. RED DE NEGOCIOS	54
FIGURA 30. LOGO DE ALIANZA COWORKING S. A.	59
FIGURA 31. DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS – PRIMER PISO... 60	
FIGURA 32. DISEÑO ARQUITECTÓNICO DE DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS – SEGUNDO PISO.	61
FIGURA 33. MAPA GEOGRÁFICO DEL CENTRO DE LA CIUDAD. TOMADO DE: GOOGLE MAPS.....	62
FIGURA 34. ORGANIGRAMA DE ALIANZA COWORKING S. A.....	62

RESUMEN

El presente trabajo de titulación tiene como objetivo principal evaluar y demostrar la factibilidad técnica económica del proyecto de creación de un ambiente *coworking*, orientado al alquiler de espacios de trabajo para emprendedores y/o pymes que sean agentes de comercio exterior de la ciudad de Guayaquil. Para el diseño de la empresa se analiza el criterio de ergonomía laboral, que optimiza los recursos y el espacio en los que se desarrollaran las actividades de los usuarios. El diseño se inspira en los cuatro elementos naturales, el agua, fuego, aire y madera, predominando la madera en toda la empresa; debido a lo que estos elementos estimulan en las personas y sus actividades laborales. Los espacios fueron diseñados siguiendo las especificaciones definidas en el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, Decreto Ejecutivo 2393. La metodología de investigación es de tipo no experimental - transversal, debido a que se basa en la búsqueda de la información y el detalle de las situaciones externas e internas que afectan al proyecto. El enfoque es mixto, dadas las encuestas y entrevistas realizadas a distintos agentes de comercio exterior y a usuarios de *coworkings*. Se determinó si el proyecto es factible o no para su creación. Para ello se elaboró un flujo de caja proyectado a cinco años, donde se mide la tasa interna de retorno, la liquidez de la empresa y que tan viable es en cifras.

Palabras claves: trabajo compartido, servicios, alquiler, economía compartida, ergonomía, redes de trabajo.

ABSTRACT

The primary objective of this titling work is to evaluate and demonstrate the technical and economic feasibility of the project to create a coworkings environment, focusing on the rental of work spaces for entrepreneurs and / or SMEs that are foreign trade agents of the city of Guayaquil. For the progress of the company, the criteria of work ergonomics is analyzed, which optimizes the resources and the space in which the activities of the users will be developed. The design is inspired by the four natural elements, water, fire, air and wood, predominating wood throughout the company; due to what these elements stimulate in people and their work activities. The spaces were designed following the specifications defined in the Regulation of Health and Safety of Workers and Improvement of the Work Environment, Executive Decree 2393. The research methodology is non-experimental - transversal, because it is based on the search of the information and the detail of the external and internal situations that affect the project. The approach is mixed, given the surveys and interviews conducted with different foreign trade agents and users of coworkings. It was determined if the project is feasible or not for its creation. For this, a cash flow projected to five years was elaborated, which measures the internal rate of return, the liquidity of the company and how viable it is in figures.

Keywords: coworking, services, rent, shared economy, ergonomics, networking.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación analiza la factibilidad para la creación de una empresa de alquiler de espacios de trabajo, tipo *coworking* para el sector de comercio exterior de Guayaquil, Ecuador. La proyección del trabajo de investigación es de cinco años, puesto que es un modelo de negocio poco conocido en el país. La introducción de este nuevo modelo de negocio al mercado supone un cambio de paradigmas en la forma de trabajo tradicional, desde una perspectiva de espacio de trabajo físico. Por tanto, se desarrollará un análisis financiero que muestre la rentabilidad del proyecto. Considerando la utilización de todo el establecimiento, los servicios que ofrece, los ingresos por alquiler, las seguridades del lugar de trabajo, entre otros.

El *coworking* es un modelo de trabajo que actualmente son usadas por grandes y pequeñas cadenas de negocios para crear oportunidades con otras empresas, así mismo el *coworking* busca satisfacer las necesidades de los seres humanos que laboran dentro de este modelo, con el diseño recreativo que disminuya el estrés e incremente la operatividad.

En Guayaquil, existen *coworkings*, que, aunque sean pocos, viralizan la filosofía del *coworking* para que más personas se interesen en ahorrar costos, para obtener mejor rentabilidad y logrando crear mejores redes de negocios. La demanda local ha sido poca, debido al desconocimiento del tema.

Para lo cual el presente análisis de factibilidad para la creación de un ambiente *coworking* en la zona céntrica de la ciudad de Guayaquil para dar servicio de alquiler de espacios físicos a empresas dedicadas a las operaciones del comercio exterior, seleccionando a las compañías dedicadas a las importaciones, exportaciones, transporte, que funcionen como agentes aduaneros y aseguradoras, logrando cubrir otro nicho de mercado aun no explotado en nuestro país.

El enfoque metodológico que tiene esta investigación es cuantitativa y cualitativa descriptiva. El diseño de investigación es no experimental-transaccional. Cuya población tiene un aproximado de 19.228 según datos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (SUPERCIAS, 2015).

Capítulo I: Generalidades de la investigación

Antecedentes

Durante los últimos años debido a los diferentes cambios en el ámbito laboral y sus modelos, se han desarrollado nuevos conceptos como el *coworking* que según DeGuzman y Tang (2011). “no existe una definición concreta” (p.22). El *coworking* es un espacio de trabajo creado con la finalidad de mejorar el costo beneficio para empresas que no requieren grandes espacios como área de trabajo para brindar sus servicios, de esta manera los empresarios ahorran costos administrativos como arriendos, mantenimiento y personal operativo, creando así la economía compartida¹. En estos espacios de trabajo compartidos se encuentran profesionales de distintas áreas y diferentes empresas, los mismos que al interactuar pueden crear conexiones, vínculos, asociaciones o grandes negociaciones (Bueno, 2016).

En 1995 el termino *coworking* era conocido como “*hackerspaces*”, denominado así en la ciudad de Berlín, la cual fue la primera ciudad del mundo en tener un espacio de *coworking*, el mismo que era un espacio físico donde las personas realizaban su trabajo en grupo y a su vez se iban conociendo y haciendo sus redes de negocio (Plasencia & Rodríguez, 2016).

El término “*coworking*” fue utilizado por primera vez por DeKoven en 1999, quien quiso enfatizar que en los negocios no se trabaja como iguales, sino que existen jerarquías ya sea por la posición laboral o por el sueldo, fomentándose así la competitividad y a su vez se utilizó este término para describir el trabajo colaborativo que se realizaba por medio de los ordenadores (Plasencia & Rodríguez, 2016).

Luego en el año 2005, Neuberg impulsó esta definición como parte de una filosofía en Estados Unidos, donde buscaba promulgar la “estructura que ofrece una oficina y la libertad que otorga el *freelance*” (Plasencia & Rodríguez, 2016, p. 4).

El *coworking* fue creado para generar un ambiente dinámico para todos quienes decidan trabajar en este tipo de espacios. *El coworking* se desarrolló

¹ Facilita el intercambio directo de bienes y servicios entre los particulares.

para aumentar la creatividad, productividad, eficiencia y compañerismo, creando así un ambiente positivo para el mejor desempeño de los empleados, ya que aumenta la comunicación entre ellos y se incentiva la producción de nuevas ideas en un tiempo menor que al trabajar en ambientes tradicionales.

Alrededor de todo el mundo existen más de 10 mil espacios de *coworking* y esta cantidad sigue creciendo día a día, lo que lo ha transformado en una verdadera tendencia global. A pesar del gran aumento de los espacios de *coworking*, se estima que su demanda aún es mayor a la oferta de estos negocios. Según Foertsch y Cagnol (2013) en el año 2006 sólo existían 30 centros en el mundo, para luego en el año 2012 incrementar el número hasta 2000, donde se identificó que los principales usuarios son las personas que cuentan con título universitario y de una edad promedio de 34 años.

Según *Global Coworking Unconference Conference* (GCUC) (citado por Gutiérrez, 2018), que es la red de conferencias más grande del mundo enfocado en el *coworking*, se prevé que para el 2025 existan más de 30.000 espacios *coworking* y 5 millones de miembros en total. Los emprendimientos son los principales seguidores de este movimiento porque les brinda una amplia flexibilidad.

Risco (citado por Gorostiza, 2014) quien dice que, los países en los que el *coworking* es más utilizado, son aquellos que han sufrido de crisis económicas, como lo es el caso de España o en aquellos que quieren seguir tendencias de Estados Unidos o Alemania.

En el Ecuador, se fomenta la participación activa de pequeñas y medianas empresas para que continúen en el mercado, y que éstas se desarrollen de una manera evolutiva que se mantengan en el largo plazo, siendo precisamente el caso en empresas de comercio exterior, es por ello que se realiza el siguiente estudio para ver la factibilidad que tendría un *coworking* para esta área y como repercutiría en el comercio exterior.

Planteamiento del Problema

A nivel mundial se ha podido observar que la principal problemática que se vive en los ambientes tradicionales de trabajo son: la falta de creatividad, estrés laboral, monotonía, principalmente en áreas de servicios existentes y los

excesos de gastos/costos por parte del área administrativa que hacen aumentar el precio de un servicio y/o producto a un cliente final, como ejemplo se alquilan oficinas muy amplias, en las cuales no ocupan sus espacios en totalidad, produciendo así que la empresa no tenga rentabilidad, ni sostenibilidad.

De acuerdo a López (2007), esto se debe a que las personas pasan la mayor parte del día en un ambiente laboral tradicional, donde pasan más de 6 horas sentados frente al computador, con luz artificial y sin un espacio para desarrollo integral.

De ahí que Mayo (2014) afirma que, el ambiente laboral donde un empleado se desarrolla es muy importante, ya que, es un factor muy relevante en el desempeño y la productividad del mismo, dando como resultado actitudes que influyen en las actividades y el desempeño dentro de la organización. Por esta razón, el ambiente laboral influye en la manera de como los empleados se relacionan con las demás personas, sea interno o externo de la organización.

Debido a esto, Suarez (2014) indica que, un ambiente *coworking* es ideal para cambiar el ambiente laboral tradicional, ya que es un espacio donde no solo se va a compartir con sus compañeros sino estará rodeado de profesionales con diferentes habilidades, experticia, intereses, gustos y redes de contactos. Siendo como compañeros, en vez de pertenecer a la misma empresa, está trabajando con un grupo de personas de otras empresas.

Por otra parte, Zea (2013) indica que, si el empleador cambia el ambiente laboral, logra una reducción de estrés y monotonía, alcanzando que el personal sienta un espacio propio, sin interferencias, con más relaciones, mejores redes, dando como resultado, un ambiente proactivo para la creación de ideas en los empleados, de la misma forma, el *coworking* ayuda al mejoramiento de los trabajadores a nivel de grupo ya que se basa en la participación activa como comunidad donde se fomenta el compañerismo y se mejora la generación de ideas.

En el caso específico de Ecuador no se ha visto un creciente cambio en cuanto a los ambientes laborales, haciendo que los ambientes tradicionales sean los más usados en el Ecuador. Según Bedoya (2012), se ha visto que estos ambientes tradicionales de trabajo, fomentan que los empleados tengan un bajo

desempeño laboral, debido a que se enfrentan a altas cargas de estrés sin tener un espacio donde se puedan recrear.

Por ejemplo, el departamento de comercio exterior es un área donde se suele realizar trabajos repetitivos y monótonos, creando un ambiente poco proactivo y cansado para el trabajo diario, dando como resultado, un lugar poco propicio para el desarrollo integral del empleado y su desempeño en la empresa.

En Guayaquil hay un alto número de empresas que se dedican al comercio exterior, donde muchas veces no existe un ambiente propicio para la creación de ideas y proactividad. Debido a que no se cuenta con el espacio adecuado para el mejor rendimiento de los empleados en la empresa.

De Mier (citado por Oliver, 2016), quien dice que el área donde se trabaja debe contribuir en la satisfacción de los empleados y motivar la creación de nuevas ideas que aceleren la productividad de las empresas.

Justificación

El análisis de factibilidad para la creación de un *coworking* en la ciudad de Guayaquil, busca mediante información primaria y secundaria, conceptos actuales teóricos, demostrar si la propuesta cubre las necesidades de las nuevas modalidades de trabajo y el incentivo de los agentes de comercio exterior en aumentar su concentración y espontaneidad al momento de resolver problemas en el área de comercio exterior; donde las negociaciones y tramitología es su principal fuerte, por cual se genera un ambiente dinámico y monótono a la vez, por consiguiente los espacios de *coworking* serían utilizados por estos, para quienes trabajan en esta área y para que las nuevas generaciones se sientan mucho más cómodos y descubran nuevos métodos de realizar su trabajo.

Para las empresas que se dedican a realizar operaciones de comercio exterior, desde importación, exportación, transporte, logística, aduanas, hasta aseguradoras es importante el presente estudio puesto que sería de gran ayuda encontrar una nueva forma de trabajo donde el área de comercio exterior se muestran más eficiente y con más redes de trabajo, haciendo así un nuevo espacio de trabajo, rompiendo barreras para nuevas estrategias de logística y comercio donde puedan incrementar su creatividad, pro- actividad e innovación.

En lo que respecta a la justificación social, este proyecto se ajusta a la cuarta línea de investigación que se enfoca en el macroentorno y microentorno de las personas que se desenvuelven en el sector. Así mismo, al llevar a cabo este proyecto se participa en el cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo, en el objetivo II y IV, donde establece que se debe apoyar a la estabilidad de la dolarización mediante el incremento de los ingresos y la rentabilidad de las empresas de diversos sectores.

Formulación del problema

Si se considera el problema antes mencionado, la pregunta de investigación sería,

¿Es factible la implementación de un espacio de *coworking* dedicado al comercio exterior en la ciudad de Guayaquil?

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son las bases teóricas y los conceptos necesarios para el análisis de los espacios de *coworking* en Ecuador?
2. ¿Qué beneficios se pueden obtener de los espacios de *coworking* en Guayaquil?, ¿Cuáles son las principales desventajas del mismo?
3. ¿Qué tipos de compañías utilizan los espacios de *coworking* en Guayaquil?
4. ¿Por qué es necesario en el presente estudio realizar un plan de marketing y estudio de mercado?
5. ¿La creación de un ambiente *coworking* en la ciudad de Guayaquil es viable financieramente?
6. ¿Un ambiente *coworking* en la ciudad de Guayaquil es viable técnicamente?

Objetivos

Objetivo General

Determinar la factibilidad que tendría la implementación de un ambiente *coworking* en el sector de Comercio exterior para mejorar la productividad del mismo en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos Específicos

1. Desarrollar las bases teóricas y conceptuales de la investigación
2. Determinar las preferencias de los agentes de comercio exterior al momento de alquilar un espacio de trabajo
3. Establecer precios de alquiler según las necesidades de los agentes de comercio exterior
4. Determinar la viabilidad financiera de la creación de un ambiente *coworking*
5. Analizar si se crea redes de negocios es decir “*networking*” en este modelo de trabajo “*coworking*” y si son eficientes
6. Establecer los parámetros que influyen en la selección de un espacio con modalidad de alquiler bajo el modelo de trabajo *coworking*
7. Determinar la viabilidad técnica de la creación de un ambiente *coworking*

Diseño de la investigación

Para realizar el presente trabajo es fundamental establecer un diseño de investigación del cual parte, los tipos, modelos y herramientas que se van a utilizar para llegar al objetivo de estudio total del proyecto, consolidándose con los objetivos establecidos (Bernal, 2010). Ver **Anexo A**.

Diseño no experimental – transaccional

Este diseño de investigación se lo realiza para observar fenómenos que no salgan de su contexto natural para su debido estudio, a diferencia de la investigación experimental que se realizan las pruebas, en este tipo de diseño no realiza el proyecto como tal, sino que evalúa situaciones que ya estén realizadas sin influir en ellas (Gómez M. , 2017).

Cuando se refiere a transaccional, quiere decir que el tipo de investigación será transaccional descriptiva para describir, detallar y analizar hechos, situaciones o variables que se van obtener.

Enfoque cuantitativo y cualitativo

Para el presente proyecto se ha decidido realizar los enfoques cuantitativos y cualitativos para obtener información más exacta que se pueda analizar y tomar decisiones en base a ellas.

El enfoque cuantitativo, se refiere a la cuantificación por variables numéricas que se toman en base a una muestra de la población que sea referencial para el estudio.

El enfoque cualitativo analiza de forma directa situaciones que específicas, en base a realidades y estructuras dinámicas (Pita & Pértegas, 2002).

Instrumentos de investigación

Encuesta

Las encuestas es el método más recurrente para los investigadores debido a que es la recolección de datos de una muestra de la población significativa, pueden ser abiertas o cerradas según el objetivo del investigador, de este modo se puede obtener información de forma amplia (Cerdeña, 1991).

Entrevista

Este instrumento de investigación es bastante objetivo ya que se realiza por medio de preguntas previamente definidas, las cuales apuntan a una respuesta abierta, clara y detallada que se puede dar por medio de una conversación física o por correo, su respuesta ayuda a conocer más fondo variables investigadas o a descubrir ciertas situaciones no previamente planteadas (Cerdeña, 1991).

Delimitación

Se realizará el estudio en la ciudad de Guayaquil, orientado al área de comercio exterior y sus operadores, los cuales son los importadores, exportadores, transportistas y aseguradoras, los mismos que necesitaran un espacio para el desarrollo de sus actividades, a través del modelo de trabajo *coworking*, el mismo que trata del alquiler de un espacio físico donde no solo trabaja una sola empresa sino que se trabajan entre varias empresas, ya sea dependientes o independientes, creando así un modelo de negocio de economía compartida.

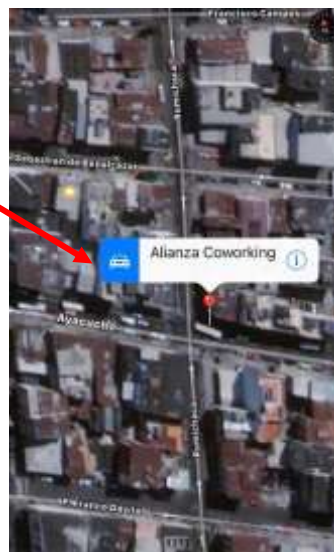


Figura 1. Mapa geográfico del centro de la ciudad de Guayaquil. Tomado de: Google Maps

Limitaciones

- El periodo de tiempo para la recolección de los datos comprende 2 meses aproximadamente
- La falta de información específica de fuentes oficiales acerca de la cantidad de operadores de comercio exterior
- La definición de *coworking* es un término relativamente nuevo como modelo de trabajo en el Ecuador, por lo cual hay una falta de conocimiento de cómo es este modelo y cuáles son sus beneficios

Capítulo II: Marco teórico y conceptual

Dentro del segundo capítulo se analizaron las teorías que fundamentan el presente proyecto de investigación, de la misma forma se describen conceptos claves que facilitan el entendimiento del mismo.

Marco teórico

Clima Organizacional

De acuerdo a Patterson, West, Shackleton, Dawson, Lawthom, Maitlis, Robinson y Wallace (2005). el “clima laboral es una variable que actúa entre el contexto organizativo, en su más amplio sentido, y la conducta que presentan los miembros de la comunidad laboral, intentando racionalizar qué sensaciones experimentan los individuos en el desarrollo de sus actividades” (p. 380).

Campbell (citado por Dunnette, 1976), quien dice que, “el clima organizacional es variable dependiente e independiente de la estructura organizativa y de todos aquellos diferentes procesos generados en la organización que, terminan redefiniendo los comportamientos de los trabajadores” (p. 136).

El clima laboral es de vital importancia entre los factores organizacionales, ya que permite la relación entre las características de la persona y de la organización. El autor indica que el clima laboral depende de la percepción de los miembros, donde este clima individual afecta en los comportamientos de la organización y luego en el clima laboral, como se muestra a continuación en la figura 1 (Goncalves, 2018).

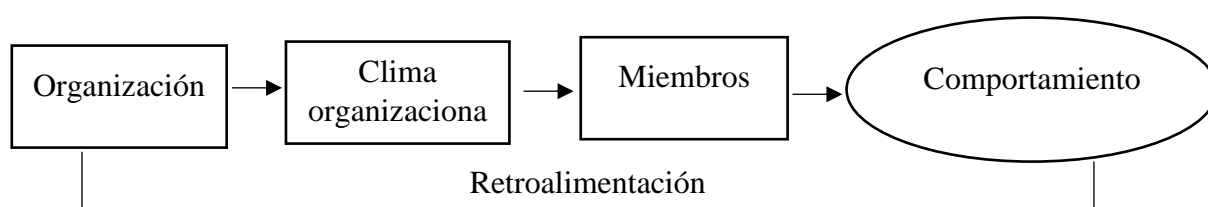


Figura 2. Clima organizacional. Tomado de: “Dimensiones del clima organizacional,” por Goncalvez, 2018.

Existen nueve niveles en el clima organizacional de una empresa, entre ellos están: primero, estructura: percepción de los trabajadores sobre los reglamentos,

procesos y otros limitantes al momento de llevar a cabo sus actividades. Segundo, la responsabilidad: se da cuando el trabajador tiene supervisiones generales de su trabajo, dando el sentimiento de autonomía. Luego la recompensa que se refiere a los premios o recompensas que recibe el trabajador. Asimismo, se considera el desafío, donde la gerencia aprecia y aprueba riesgos para poder alcanzar los objetivos y metas. Después, relaciones donde se intervienen la cordialidad y el respeto entre los compañeros y el jefe. Por otro lado, se incluye la cooperación y la identidad que es el sentido de pertenencia a la organización y la apertura al apoyo entre los diferentes niveles jerárquicos de la organización. Por último, los estándares y conflictos, donde existe comunicación entre los miembros de la organización para discutir las inconformidades y encontrar la solución a los problemas de la empresa (Litwin & Stringer, 1968).

Teoría de las Necesidades Humanas

“Las necesidades humanas incluyen tanto los deseos, los apetitos y las aspiraciones, siendo éstas manifestaciones de necesidades, siendo éstas manifestaciones de necesidades, como las carencias y las demandas humanas” (Kehl, 1993, p. 204).

Por otra parte, si se considera las necesidades en el ámbito social, Lacan, J. asegura que, “necesidades están compuestas por deseo y demanda del reconocimiento del otro. Asimismo, Parsons indica que, “las necesidades sociales de adaptación, integración, persecución de objetivos comunes y coherencia de normas deben ser satisfechas por las instituciones de un sistema social” (citado por Kehl, 1993, p. 204).

De ahí que Maslow (1954), establece que el ser humano tiene siete niveles de necesidades básicas, como se muestra en la siguiente figura 2,



Figura 3 Pirámide de las necesidades, Maslow, 1954.

El primer nivel inicia con las necesidades físicas como por ejemplo el hambre, el descanso. Luego se analiza las de seguridad que se refiere al amparo y protección de los diferentes peligros. Tercero, las de pertenencia y afecto, que se cubren cuando el individuo siente pertenencia algún grupo social como la familia. Después nacen las necesidades cognitivas que se enfocan en el descubrimiento de cosas nuevas por parte del individuo. En el caso de las necesidades de estima, es el saber que tiene reconocimiento y estatus dentro de la sociedad. Por último, se encuentran las de autorrealización que es el desarrollo de las capacidades individuales.

Específicamente la teoría de las necesidades aplicadas en las empresas, Riquelme (2018) asegura que, en el caso de las necesidades básicas se puede satisfacer mediante un buen ambiente físico de la empresa y que los trabajadores cuenten con los materiales y equipos necesarios. En el segundo nivel, la seguridad se puede cubrir mediante la reducción de riesgos por las actividades de la empresa o por daños mediante robos. En el caso de las necesidades de pertenencia, los gerentes y jefes deben involucrarse y mantener buenas relaciones con los clientes y proveedores que representen beneficios para ambas partes. La cuarta necesidad se refiere a la fidelidad y la imagen de la compañía en el mercado, que debería estar basada en el respeto y credibilidad. En el último nivel, se busca desarrollar nuevos productos que sean innovadores para el mercado.

Teoría de Administración por Objetivos

Según Drucker (1954), “la dirección por objetivos se basa en definir áreas claves en la compañía para establecer retos y evaluar los resultados” (p. 63), es decir que, en la administración por objetivos se busca que los jefes de área se reúnan para establecer objetivos y resultados realizables, y que sean expresados de forma clara.

Odiorne (1977) establece que, la administración por objetivos cuenta con componentes claves como:

- Metas específicas, es decir que se puedan medir.
- Participación en toma de decisiones, donde el gerente y los trabajadores conversan y establecen las metas a alcanzar.
- Plazo determinado, se establece una fecha límite en la cual se debe cumplir con los objetivos propuestos.
- Retroalimentación, los mismos trabajadores se evalúan y retroalimentan durante el proceso para poder corregir errores.

Por otra parte, Humble (1996) afirma que, los objetivos que se establecen deben ser: factibles, motivadores, evaluables, pertinentes y sobre todo comprensibles. Además, que deben ser difundidos a todos los trabajadores involucrados.

Teoría del Diseño de Oficinas Abiertas

En 1978, John Pile en su libro *Open Office Planning*, argumenta que las oficinas compartidas nacieron cuando en la ejecución de labores relacionadas entre sí, los empleados necesitaban estar cerca para realizar sus trabajos, aunque en ese entonces, los jefes de mandos altos mantenían una sola oficina para ellos solos, los operarios compartían una sala para todos, separadas por pequeñas paredes para no distraerlos, este estilo fue nombrado como “americano” (Pile, 1978).

De esta manera no solo se aprovechaba el espacio, sino que había una mejor comunicación entre ellos, la teoría fue base para estudiar el diseño arquitectónico en futuras empresas que buscan la productividad y la eficiencia con el personal y los recursos que tiene la empresa.

Marco conceptual

Coworking

Hillman (citado por Clark, 2007) expone que *coworking* es una modalidad de trabajo que hace volver la parte social del ser humano al lugar de trabajo, argumenta que lo mejor de este ambiente es la pasión con la que los emprendedores hablan de sus ideas, pues están en la fase inicial donde deben llegar con su producto a servicio a muchas personas para tener financiación y lograr que funcione, entonces es ahí cuando el *coworking* cumple dos objetivos, que no sea costoso y que se creen redes de conexión de negocios.

“El *coworking*, también conocido como comunidades colaborativas, es una forma de trabajo que está llamando la atención de muchos trabajadores individuales, emprendedores y profesionales autónomos. Esto les permite compartir espacio, ya sea físico o virtual, donde puedan desarrollar planes independientes, en conjunto o ambos a la vez” (González & Barzola, 2018, p. 1).

PYMES

Se denomina como PYMES a las pequeñas y medianas empresas y se las clasifica según su nivel de ventas, patrimonio, número de colaboradores, entre otros. La Superintendencia de Compañías citado por Yance, Solís, Burgos, y Hermida (2017) indica que, “las Pymes son empresas administradas por una persona natural o jurídica y que realizan algún tipo de actividad dentro del sistema productivo del país”. Estas empresas están catalogadas entre 19 actividades entre ellas se encuentran: agricultura, minería, manufactura, construcción, comerciales, transporte, alojamiento, salud, administrativas, educación, financiera, servicios, entre otras (p. 2).

De la misma forma, *International Accounting Standards Board* (2001) establece que, “pequeñas y medianas empresas son aquellas que no tienen obligación pública de rendir cuentas, haciendo referencia principalmente a las entidades que, por regulación interna sus estados financieros con propósito de información general deben ser divulgados” (p. 2).

Por ejemplo, en Ecuador en el año 2016 existían alrededor de 844.000 agentes económicos catalogados como micro, pequeña y mediana empresa; dentro de este universo, el 90,5 % pertenecen a las microempresas, en otras

palabras, su nivel de ventas es inferior a \$100 mil dólares y la cantidad de sus empleados es menor a 10. Es decir que, en el país, para el año 2016 existían un total de 71.740 empresas catalogadas bajo este modelo de entidad económica Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC, 2017, p. 14). Según Estupiñan (2015), las PYMES continúan siendo un pilar fundamental para la economía nacional puesto que aportan a la dinámica comercial, brindan innovación, combaten el desempleo y son cuna de los emprendedores e inclusive representan el 28 % del PIB.

Freelance

Gerson, William y Edison exponen que, “*freelance* es un trabajador que tiene la ventaja de elegir sus propios clientes, teniendo de esta manera la facilidad de poder decidir las condiciones de trabajo” (Molina, Elías, & Alvarado, 2017, p. 10).

El *freelance* involucra la prestación de servicios profesionales donde predomina la autonomía y flexibilidad, pero que exige creatividad; desde el punto de vista empresarial, representa la oportunidad de reducir los costos laborales.

Economía colaborativa

“La economía colaborativa o *sharing economy* es una forma diferente de cubrir una necesidad en un momento puntual, se basa en la colaboración entre los participantes de la plataforma de un grupo o una asociación” (Heinrichs, 2013, p. 12).

De la misma forma, Banco Popular Dominicano, S. A indica que, “economía colaborativa es un sistema económico en el que se comparten e intercambian bienes y servicios a través de plataformas digitales” (Banco Popular Dominicano, S. A, 2017, p. 1).

Incoterms

Procomer (2010), los incoterms o términos internacionales de comercio son las reglas internacionales que buscan facilitar el comercio internacional, ya que establecen las obligaciones entre el importador y el exportador, es decir que determinan en qué punto los riesgos se traspasan a la otra parte.

Los incoterms fueron creados con el fin de resolver algunos puntos clave en las negociaciones internacional, Cabrera (2010) indica que los incoterms

abordan cuatro cuestiones claves en las operaciones de comercio internacional: establecen las obligaciones de los vendedores y compradores, costos y trámites de documentos y la transmisión de los riesgos entre las partes.

Comercio internacional

Torres (1972) define que la teoría actual del comercio internacional no es aplicable a todos los países, que esta teoría gira en torno al eje del país predominante, sin embargo esta medida no ayuda en la práctica a países en vía de desarrollo. Debido a esto, en su libro argumenta lo importante que sería que este grupo de países, se vuelvan viables y sustentables en el tiempo, ya que no solo les afectaría a ellos sino mundialmente. Para ello recomienda que se visualice la teoría del comercio internacional al futuro, donde se necesita de acuerdos igualitarios bajo cooperación de todos los países que rijan leyes de mercado que aseguren ganancias.

Estudio de factibilidad.

Varela (1997) indica que, “factibilidad es la posibilidad que tiene de lograrse un determinado proyecto”, es decir que, para determinar si un proyecto es adecuado para la inversión se debe realizar un estudio técnico, socio-económico y financiero. La finalidad de realizar este estudio es para determinar la participación de cada área involucrada en la empresa o proyectos, de la misma forma, busca determinar la rentabilidad y confiabilidad de un proyecto.

Los estudios de factibilidad están compuestos por tres elementos como:

Estudio económico y financiero, donde se recolecta la información de los costos, gastos, ingresos y otros factores que permiten determinar la rentabilidad de la compañía. El estudio financiero determina cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización de un proyecto (Baca, 2013). Asimismo, Baca (2013), establece que el estudio se divide en: establecer costos, gastos, determinar amortizaciones y depreciaciones.

Estudio de marketing, según Kotler (2002), el estudio de marketing se debe realizar en dos fases, el macro-entorno y el micro-entorno, donde se considera la estrategia de las 4 Ps: promoción, plaza, producto y precio. Según McCarthy (1960), el realizar el análisis de las 4 Ps permite establecer las necesidades del mercado e identificar el comportamiento de las personas.

Estudio técnico, según Domínguez, Ramírez y Vidal (2009), el estudio técnico permite evaluar las posibles localizaciones de la fábrica y la distribución del producto, a su vez permite calcular los costos de los productos. Asimismo, este estudio permite determinar el tamaño de la demanda, localización idónea y proceso productivo.

Marco referencial

Comercio Exterior en Ecuador

El stock y los flujos son variables con aspectos fundamentales en la economía. Por esta razón, de acuerdo a la Constitución del 2008, el Estado tiene el deber de incentivar la inversión local y externa. Las exportaciones del país se dividen entre petroleras y no petroleras. Ecuador está en la búsqueda constante del aumento de la oferta exportable para efecto del crecimiento de las ventas hacia el resto del mundo.

Ecuador es en su gran mayoría dependiente a las exportaciones petroleras, aunque durante los últimos años han aumentado las exportaciones de otros productos, siempre se caracterizan por ser materias primas o productos sin mayor valor agregado. Ecuador a través de su programa de cambio de Matriz productiva ha buscado un giro a las exportaciones para incentivar la transformación a los productos que comercializa al exterior y añadirle valor.

Todas las empresas relacionadas a este ámbito, tanto productor, del sector industrial, hasta agentes de comercio exterior deben verse comprometidas para este propósito. Los sectores farmacéuticos, metalúrgicos, textiles, alimenticios, de tecnologías son los campos a los que se les da mayor apertura para que cambien la matriz productiva, para pasar de ser un país importador de productos terminados y exportador de materias primas, a un exportador de productos de alto valor agregado y desatar al país de su dependencia al petróleo (Ministerio de Comercio Exterior, 2017)

Para el 2013, existían 2.046 exportadores no petroleros. Entre los mercados que Ecuador se dirige con mayor frecuencia son Estados Unidos y Europa para la venta de sus productos commodities ²y en materia de importaciones llega

² Petróleo, bananas, flores cortadas, camarones, cacao, café, madera y pescado.

sinnúmero de mercadería de los países asiáticos. La industria de manufactura por lo general importa materias primas, pero también ha habido un constante crecimiento de productos terminados y un 20% de estos productos terminados se dirigen al mercado de consumo.

Durante el año 2016 las importaciones decrecieron, debido a las salvaguardias impuestas por el gobierno, sin embargo, para el siguiente año ascendieron a 1.753 millones de dólares FOB (*Free on Board* «Libre a bordo, puerto de carga convenido») en productos no petroleros desde enero a septiembre lo que causó nuevamente un déficit en la balanza comercial de 785 millones durante el 2017 (Ministerio de Comercio Exterior, 2017).

Empresas de Comercio Exterior y su método tradicional

El sector del comercio exterior abarca gran cantidad de procesos en los cuales diversos agentes están involucrados. Entre ellos se encuentran como elementos principales, las empresas exportadoras o importadoras de productos, los asesores de comercio exterior, agentes de aduana, transportistas de carga por vía marítima, aérea o terrestre y las compañías de seguros para las mercancías. Todas forman parte de un sistema y aunque trabajan de forma independiente, estos negocios están fuertemente correlacionados.

Los agentes aduaneros se encargan de representar a una empresa para generar los trámites requeridos en aduana y son retribuidos por este servicio. Debe tener conocimientos de las leyes del comercio exterior, la clasificación de las mercancías, su cuota imponible, los controles aduaneros, etc. Proporciona ayuda a las empresas que importan sus productos y se aseguran de que los mismos cumplan los requisitos aduaneros.

Estos agentes pueden hacer declaración aduanera en representación de la organización, pero trabajando independientemente de la misma, es decir, no asumen ningún riesgo que puede contener el trámite. Trabajan como intermediarios del comercio exterior, entre el importador y exportador tocante al despacho de aduana de las mercancías (López, 2017). En Ecuador existen empresas o profesionales independientes que hacen las veces de agente de aduanas, algunas solo se enfocan a cierto tipo de mercaderías o un medio de

transporte en específico y dan asesoría a los importadores de formas legales de prevenir el pago de mayores impuestos.

En los negocios relacionados al intercambio internacional, existen aquellos conformados por profesionales y expertos en el comercio exterior que brindan un servicio personalizado a empresas que consiguen sus productos en el exterior, o que por el contrario buscan abrirse mercado a nivel internacional. Se convierten en intermediarios, debido a que estas empresas carecen de experticia o cualquier otro factor no les permite tener la capacidad apropiada para tener un departamento encargado de estos procesos, así que cuando necesita estos servicios los consigue a través del *outsourcing*. Otros profesionales especializados que brindan el servicio de asesorías, es decir, no se encargan del proceso, sino que dan recomendaciones y orientación para facilitar a las empresas su acceso al mercado foráneo y ser competitivas.

También se encuentran las consolidadoras de carga que gestionan si es carga suelta y para reunir las diversas mercaderías de múltiples empresas, pero que se dirigen al mismo país de destino, es decir las consolidan dentro de un solo contenedor. Además, eligen el medio de transporte adecuado y definen el itinerario para el transporte. A partir de allí, las líneas de transporte, es especial las marítimas cumplen un papel importante en el transporte de contenedores, en el comercio exterior. Sobresalen las navieras que buscan vías hacia el desarrollo sostenible, satisfacer necesidades de las empresas y mantenerse actualizados con las transacciones globales lo que las convierte en bases del comercio. Los transportistas deben hacer su despacho e ingresar a los mercados internacionales. Entre las tareas de los transportistas encargados de realizar las operaciones de carga y mantenerlo bajo control (Dorta, 2013).

Otro aspecto a considerarse con las empresas de seguros que se encargan de asumir los riesgos que puedan amenazar las mercancías a bordo de los medios de transporte terrestre o marítimo, bajo una cuota pagada por el responsable de acuerdo al Incoterm (Sekiguchi, 2008). Las aseguradoras son una pieza esencial puesto que indemniza las pérdidas a causa de daños por las consolidadoras o por transportación, robo y pérdidas de mercancías, etc.

Generalmente todos estos gestores que participan directa o indirectamente en el comercio exterior se manejan en un entorno de oficina tradicional, ya que hasta la actualidad es el modelo más común. En este tipo de espacios, el ambiente es más disciplinado y se trabaja bajo una estructura, además, el horario de trabajo ya está asignado por los directivos. Sin embargo, como en muchos otros casos, los empleados de estos individuos del comercio exterior pueden sentirse mentalmente agotados, debido a la rutina de trabajar en el mismo ambiente monótono haciendo tareas repetitivas sin que cambien los escenarios.

Un espacio de oficina tradicional funciona de manera que un negocio posee un edificio completo o tal vez un piso completo y todos sus empleados allí. Cuando todos los tipos de empresas trabajan de manera independiente, tienen sus procesos y son más burocráticos, además que cada uno tiene que sustentar sus gastos. El horario es fijo y preestablecido lo más probable es que la productividad y la creatividad declinen y los trabajadores sientan que sus tareas son mecánicas y no le aportan a su desarrollo personal y profesional.

***Coworking* en el mundo y en Ecuador**

Coworking es un concepto reciente, impulsado por una economía colaborativa y participativa para indicar los lugares de trabajo conjuntos que pueden ser usados tanto por profesionales o empresas de distintas faenas. Quienes más utilizan este modelo, alrededor del mundo son los trabajadores independientes o *FreeLance* para evitar la soledad y sentirse rodeados de otros profesionales y así aumentar sus redes de contacto en diferentes industrias y mercados.

La industria del *coworking* ha incrementado aproximadamente 4 veces más en los últimos 7 años, y solo el año 2015 se invirtieron más de mil millones de dólares en la industria del *coworking* (Guardamar del Seguro, 2017).

Las empresas, incluidas las pequeñas y medianas empresas buscan incentivar el pensamiento innovador y emprendedor, para ello no solo deben atraer a los mejores talentos del mercado, sino también promover a su desempeño efectivo. El *coworking* se convierte en una excelente opción para este aspecto. Pero este modelo de trabajo, aporta a la gestión de las empresas

pequeñas y medianas, grandes corporaciones como Unilever³ tiene espacios *coworking* abiertos para empresarios externos los cuales pueden solicitar y pagar por un espacio (Ang, 2017). Esta iniciativa abre las puertas a los emprendimientos que desean ser apercibidos por las grandes organizaciones, debido a que tiene un mayor acceso a profesionales y empresarios por un costo mínimo.

El modelo *coworking* se ha convertido en una alternativa convincente para la creación de una nueva cultura organizacional donde prevalece la creatividad y la comunicación para tener un fin sinérgico entre sus colaboradores. Además, estudios revelan que las personas que trabajan en espacios de *coworking* se sienten 84% más comprometidas y motivadas que cuando trabajaban en oficinas tradicionales. Son capaces de incrementar sus conocimientos, ya que el 80% recurre a otros miembros para obtener ayuda o guía profesional y así expandir sus redes profesionales. Y en el caso de los *FreeLancer*, una gran mayoría se siente satisfecho de trabajar en un entorno social (Gorostiza, 2014).

En el Ecuador el *coworking* es un concepto nuevo y muy pocos *FreeLancer* lo han aplicado, no obstante, de a poco está ganándose mercado dentro de los emprendedores. En 2016 se fundó uno de los primeros espacios *coworking* en Guayaquil, el cual tiene mucho éxito y está conformada por profesionales expertos en materia de comercio exterior, diseño gráfico, arquitectónico, marketing, arte, ámbito legal, entre otros. Los *coworkers* recalcan sus beneficios y han encontrado ayudas a sus necesidades, por ejemplo, asistencia legal y otros asuntos complementarios a sus negocios. Por eso, no debe sorprender que dentro de poco tiempo mayor número de emprendedores y profesionales ecuatorianos consideren optar por un espacio *coworking*.

Ventajas y desventajas del coworking

Coworking se refiere a un espacio de trabajo conjunto que tiene el propósito de llegar a convertirse en un verdadero grupo compuesto por pequeñas y medianas empresas. Se aprovecha los espacios y se ahorra costos ya que en este tipo de organizaciones el número de trabajadores que cada una posee es

³ Es una empresa multinacional británico- neerlandesa dedicada al cuidado personal y a la industria alimentaria.

muy limitado, así que, en vez de tener un área inmensa para solo unos cuantos colaboradores, se puede compartir escritorios, ambientes y otros recursos lo que resulta más económico que tener o alquilar un piso o un edificio para una empresa.

Entre los costos iniciales que disminuyen al formar parte de un *coworking* versus el tener una oficina propia se encuentran: la búsqueda del lugar apropiado, el alquiler o compra del establecimiento en sí; adquisición de muebles, suministros, decorativos, equipos de cómputo; contratación de personal de limpieza. También, al ser miembros de una oficina compartida se evita pagos extras por seguro, la limpieza y los servicios públicos (Del Aguila, 2015). Así que, a través de este modelo, las empresas pueden ahorrarse miles de dólares que pueden utilizar para sus operaciones principales. Aunque las empresas pueden ahorrar mucho dinero al compartir los gastos, no significa que se deje de pagar, pero se podría considerar una inversión para el negocio y su productividad.

Otra ventaja de este modelo es el acceso a internet de mayor velocidad, pero a un costo mucho menor de lo que una PYME o *FreeLancer* puede conseguir por su cuenta, ya que la factura es compartida por todos los miembros del *coworking*, hablándose de compañías.

Formar parte de una comunidad que ayuda a satisfacer las necesidades de las empresas y profesionales es un beneficio considerable. El trabajar en un espacio *coworking* permite ser más social y estar en un entorno con otras personas que se dedican a distintas líneas del negocio. En un mismo lugar un profesional puede tener contacto con su agencia de relaciones públicas, tener reuniones con un diseñador gráfico o desarrollador web a través de una referencia prevista por un colaborador, o hasta tener alguien que lleve las cuentas de manera independiente, pero que trabaje dentro de la misma oficina y así muchos ejemplos más. A través de estas redes, los empleados se estimulan intelectualmente, ya que pueden entablar conversaciones y obtener opiniones de diferentes profesionales, también escuchar y ver en lo que otras personas están trabajando, aunque sea una actividad poco relacionada a lo que se realiza a menudo (Banco Bilbao Vizcaya Argentaria , 2017).

Los integrantes logran aprender sobre lo que hacen sus compañeros al escuchar cómo efectúan sus labores e incluso se pueden encontrar sinergias y nuevas formas de trabajar con ellos. Además, partiendo de este principio, se generan conexiones y las empresas pueden hacer consultas cada vez que les surjan, al tener cercanía con los demás miembros. Es así como se crea un ambiente de negocios donde la mayoría de los clientes de una empresa pueden ser sus propios compañeros *coworking* y así ganar más reconocimiento a través de sus referencias.

Si bien el crecimiento de los espacios de *coworking* ha demostrado sus beneficios, los críticos argumentan que una desventaja inherente es la alta probabilidad de trabajar en el mismo espacio que un competidor potencial. Pero las mayores desventajas se encuentran cuando se diseña un espacio *coworking* que limita la creatividad y productividad; y que en lugar de facilitar la creación de redes profesionales favorecen a un ambiente hermético. Esto sucede cuando el establecimiento se esquematiza como entornos de oficina abierta, con escritorios individuales y separación a través de cubículos. Steelcase Inc. (citado por Rebelo & Soares, 2014) realizó estudios, los cuales demuestran que los entornos de oficina abierta crean una caída del 36% en el bienestar de los trabajadores y una reducción del 15% en la productividad. Además, los empleados de oficina pierden 86 minutos al día debido a las distracciones (Steelcase Inc, 2014; Vita, 2018).

Una desventaja es que los compañeros de trabajo pueden cambiar a menudo. Otro punto a considerar es que en los sistemas de trabajo compartido se insta a la socialización, se convierte en gran medida en una distracción y puede ser un verdadero reto no prestar atención a lo que sucede alrededor u concentrarse en una tarea importante. Estos factores ralentizan la tendencia de movimiento dinámico que caracterizan a los *coworking*. También el 17% de los miembros de los *coworking* recalcan que el ruido que se genera es un factor negativo y que difícil encontrar la privacidad, especialmente si el diseño no ofrece las áreas necesarias (Suárez, 2013).

Instrumentos del *Coworking*

El *coworking* ha tenido un auge inmenso los últimos años por sus múltiples beneficios, diferentes tipos de espacios están surgiendo en cada continente, desde oficinas establecidas con presupuestos ajustados, hasta otros de alta gama y llenas de lujos, esto no quiere decir que todos los espacios de trabajo compartido o *coworking* tengan el ambiente apropiado o las herramientas necesarias para el clima deseado, la motivación esperada o hasta la productividad que aparentemente ofrece este método de trabajo. Por ejemplo, algunos espacios de trabajo *coworking* son aburridos, todo es blanco y monótono, pero a su vez hay oficinas *coworking* que inspiran a los *coworkers*, siendo así un espacio de trabajo idóneo para realizar sus labores diarias. Haciendo un espacio de trabajo donde no se encuentren en una oficina cerrada, sino que pueden realizar su trabajo caminando, disfrutando de una taza de café e intercambiando ideas con los demás.

Si la distribución y el diseño de los espacios no es la adecuada, puede dar lugar a una sensación de insatisfacción y un desinterés al trabajo colaborativo. Es por eso, que para crear un emprendimiento *coworking* es necesario buscar un lugar de trabajo u oficina compartida con un diseño armónico y que se adapte a las necesidades de sus usuarios, incentivando así la proactividad, creatividad y que sea un medio para entablar de redes de negocio. Es importante tener un entorno cómodo y creativo para trabajar (Dresdner, 2017). Las áreas de trabajo deben contener el espacio suficiente, de modo que los escritorios comunes o los independientes ofrezcan la mayor comodidad posible y no sean estrechos, de tal forma que estos espacios incentivan a la proactividad. Lo mismo puede decirse para las salas de conferencias.

Un aspecto en particular que debe prestarse atención es que el lugar de trabajo proporcione los servicios adecuados y de calidad, específicamente Internet de alta velocidad y de navegación segura y que se encuentre a la disposición todos sus usuarios, puesto que no se refiere a un simple lujo, sino es una herramienta necesaria para laborar. Cuando el servicio de internet no es el esperado o la red no es confiable, las labores pueden verse interrumpidas y atacar la eficiencia. Unas cuantas computadoras de escritorio o portátiles pueden

ser complementarias y llegar a ser una solución para cuando algún miembro tiene alguna urgencia con respecto a su computadora personal. Adicionalmente, dentro de la arquitectura, es muy provechoso tomar en consideración que todos los ambientes del espacio *coworking* tengan enchufes bien distribuidos y en todas las superficies que sean necesarias, incluso pueden ser incorporadas en las mesas de salas clave.

La viabilidad del espacio en sí es imprescindible, de hecho, es lo que mayor prioridad tiene para los *coworkers* (Seo, Lysiankova, Ock, & Chun, 2017). Aunque uno puede adaptar su espacio de trabajo como se sienta más cómodo, en muchos lugares se opta por techos altos, áreas de descanso y que tenga acceso a luz natural. Encontrar un lugar para establecer un *coworking* que ofrezca un espacio bastante amplio es un elemento fundamental. No solo son importantes las áreas conjuntas donde varias personas puedan trabajar a la vez, en sesiones grupales y compartir ideas en un ámbito relajado, también puede construirse una sala privada para aislar el ruido distractor. Esto le da un valor agregado a este modelo de trabajo, porque los colaboradores estarán en la libertad de hacer video llamadas, llamadas a clientes o proveedores sin tener que interrumpir a otra persona en la sala o que la misma sea interrumpida por los sonidos externos. Adicionalmente, este instrumento es muy útil para conservar la confidencialidad de las conversaciones, así ninguna información sensible o privada será escuchada y divulgada por los compañeros de trabajo. Por razones de que más de una persona recibe llamadas de forma simultánea, según el espacio, el número de salas privadas puede multiplicarse.

Es vital incorporar en el diseño, un salón exclusivamente dirigido para reuniones y conferencias, donde una persona se encargue de la administración de la sala y de reservar según los pedidos de los colaboradores con una fecha mínima de anticipación establecida. El área de conferencias y reuniones, que puede ser a prueba de sonido, es imprescindible para brindar profesionalismo al lugar de trabajo y atender a posibles clientes o proveedores en un lugar privado.

Muchos lugares *coworking* también cuentan con un área donde puedan preparar sus alimentos y bebidas. También este puede acompañarse de un comedor para que así los trabajadores ahorren mayor tiempo, haciendo una

jornada continua, almorzando en sus propios lugares de trabajo y entonces puedan retirarse más temprano que en los lugares tradicionales. Estos espacios son muy valorados ya que contribuye a que cada integrante tenga una vida más balanceada y con menos estrés. Un plus que le da vida a un espacio *coworking* y que contribuiría a la unión, el anti estrés y a la unidad entre colaboradores sería la sala de juegos. No muchos espacios de *coworking* la consideran como algo indispensable, pero las grandes empresas, aunque no se apeguen al sistema de lugar de trabajo compartido, las aplican para tener un personal más motivado. Por lo tanto, es una excelente opción para incluir en un espacio completo y con un ambiente extraordinario.

Una zona de juegos permite interrelacionarse de manera informal hasta luego de diversas interacciones consolidar una comunidad, ya que en ciertos casos es comprometedor interrumpir a alguien en sus labores para entablar conversaciones. Para activar estas interacciones espontáneas y que los miembros se detengan y aumenten las oportunidades de participación con otros.

Un elemento apropiado es la instalación de un casillero, para que cada miembro pueda guardar sus objetos de valor y no tener que trasladarlos todo el tiempo desde la oficina hasta otros lugares. En algunos espacios de *coworking*, se ha implementado esta herramienta y se cobra una tarifa (Suarez, 2014). Una oficina no puede llamarse como tal, sin estar provista de muebles. Los mismos deben ser funcionales, y algunos con la capacidad de movilizarse con facilidad a lo largo de la oficina. Es muy importante que sean resistentes, ya que si tienen algún desperfecto o se balancean puede ser un agente de distracción. Para agregar color y que el espacio sea más pintoresco y decorativo se puede utilizar muebles y colocarlos en conjunto.

Reglamentos de espacios

Para el diseño de espacios de la empresa Alianza Coworking S. A. se toma como referencia el decreto ejecutivo 2393 del reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2018).

Considerando estas medidas para la creación de los espacios adecuados para los usuarios del *coworking*.

Capítulo III: Metodológico

Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado de Alianzas Coworking, se determinará las preferencias de los agentes de comercio exterior al realizar sus labores y actividades cotidianas, con el objetivo de lograr las instalaciones adecuadas para las instalaciones del *coworking*.

Objetivo General

Identificar características importantes que generen un ambiente dinámico de negocios en un espacio abierto de trabajo, con la finalidad de crear economía compartida.

Objetivos Específicos

- Analizar la acogida de un nuevo modelo de trabajo para agentes de comercio exterior.
- Definir los precios que están dispuestos a pagar por alquiler de un espacio de trabajo.
- Evaluar las necesidades que tienen los agentes de comercio exterior para desarrollar sus negocios o actividades.

Análisis de Mercado

Para conseguir la información necesaria, se realizarán dos tipos encuestas para identificar de manera oportuna y directa la satisfacción de los posibles usuarios. Las encuestas fueron dirigidas a usuarios de *coworking* y agentes de comercio exterior. Además, se realizaron entrevistas a empresas con mayor afluencia de usuarios en Guayaquil, de esta forma se conocerá de forma directa las necesidades actuales que satisfacen y cuales faltan por satisfacer.

Áreas de servicios dirigidos a

➤ **Agentes de comercio exterior en Guayaquil**

Según el reglamento al título de facilitador aduanero del código de producción ecuatoriana, vigente desde 2011, clasifica a los operadores de comercio exterior en agentes de aduanas, transportistas, almacenes aduaneros, exportadores o importadores, entre otros (LEXIS, 2013).

➤ **Usuarios de Coworking**

Los usuarios llamados “coworkers” en el Ecuador, tema principal de análisis de la presente tesis, se caracterizan por brindar apertura en base a sus conocimientos y aptitudes hasta cierto límite, así mismo los *coworkers* al estar en un espacio de trabajo abierto, fluyen con mucha creatividad y recreación por lo que se considera que esto genera un ambiente ameno y dinámico para compartir en las diferentes áreas (Bravo, 2018)

Bravo (2018) asegura que llegar a laborar en un ambiente *coworking* fue un cambio radical desde el nivel jerárquico hasta los conocimientos que se aprenden diariamente por el flujo de personas que pasan diariamente por el lugar de *coworking*.

Análisis Situacional

Cinco fuerzas de Porter

El estudio de las cinco fuerzas de Porter (2009), mismo que busca determinar el nivel de competitividad dentro de la industria en la cual se desarrolla un negocio.

➤ **Poder de negociación de los compradores o clientes**

Alianza Coworking realiza la investigación para los operadores de comercio exterior que trabajen activamente y se encuentren en la categoría de pequeñas y medianas empresas de la Superintendencia de compañías. Si bien es cierto, este tipo de modelos de trabajo compartido no son muy conocidos en el país, existe una generación nueva que requiere un modelo de trabajo más dinámico.

➤ **Poder de negociación de los proveedores o vendedores**

Para poder tener las instalaciones adecuadas en un espacio de *coworking*, se requiere de instalaciones de internet banda ancha para dos plantas con internet veloz para los usuarios del *coworking*, sin embargo, estos paquetes suelen ser a un costo elevado por lo cual propondremos hacer un intercambio de beneficios para que la red de internet pueda realizar una capacitación al mes de dos horas de duración en las instalaciones de Alianza Coworking, por un descuento considerable.

➤ **Amenaza de nuevos competidores entrantes**

Alianza Coworking S.A. no tendría competidores de forma directa por lo que es el primer *coworking* de comercio exterior en la ciudad de Guayaquil, sin embargo, si existe amenaza de competidores indirectos puesto que si existen en el mercado ecuatoriano empresas *coworking* de otros sectores empresariales.

Si una persona natural o jurídica quiere establecer un espacio de *coworking*, estas son las variables a considerar:

La aceptación de las personas para compartir un espacio de trabajo, hacer ese cambio de paradigma del ambiente de trabajo tradicional.

Se requiere de un espacio amplio para alquilar a los usuarios, donde no solo puedan trabajar sino también recrearse.

Tener la predisposición de mantener una filosofía que promueva la comunidad entre los usuarios de *coworking*.

➤ **Amenaza de productos sustitutos**

Como se mencionó anteriormente, existen en Guayaquil varios espacios de *coworkings*, sin embargo, estos están dirigidos a distintos sectores de trabajo, como, cosméticos, educación, tecnología, entre otros, en un solo lugar, es por esto que se los considera como competidor sustituto puesto que, si bien los clientes pueden alquilar en otro lugar, la red de negocios no será tan productiva o amplia que la de un espacio de *coworking* solo para comercio exterior.

➤ **Rivalidad entre los competidores**

Los *coworkings* que están establecidos en Guayaquil como Panal, Invernadero, etc, tienen similitud de mercado, precios y planes para los usuarios, además de que están ubicados en zonas estratégicas de comercio en general para una mejor acogida del mercado, donde la brecha de diferencia de lo que ofrecen no es tan grande.

Análisis Externo- PESTAL

Para conocer el mercado ecuatoriano se utilizará un análisis macro ambiental direccionado a la gestión estratégica, metodología que fue recreada en 1986 por dos autores, Liam Fahey y V.K. Narayanan, los cuales aseguran que son las variables principales a analizar para delimitar en qué lugar se encuentra la

empresa bajo las situaciones actuales de la política, economía, socio-cultural, ambiental y legal (citado por Ramírez, 2017).

A) Política

Desde que el presidente ecuatoriano Lenin Moreno quien tomó posesión del cargo de primer mandatario, estuvo predispuesto al diálogo con este sector para incrementar la inversión privada que consecutivamente para que se genere empleo en el Ecuador y finalmente se logre un crecimiento constante de economía en el país (El Universo, 2018).

El cambio constante de políticas y leyes para los empresarios del sector privado generaba incertidumbre para nuevas inversiones o cierta limitación al momento de emprender, con este cambio de política ecuatoriana, se espera que estas se mantengan y logren fortalecer la economía.

Desde el año 2011 el INEC realiza un alza de información sobre la situación en las que se encuentran las Pymes, esta política pública se prevé que se condensará en el largo plazo, es decir que a través del tiempo se consolidará y llegará a beneficiarse el país (Arguello, 2019)

Por lo tanto, se infiere que las pymes son de gran importancia para generar políticas que ayuden a este sector. En el Ecuador el proyecto de cambio de matriz productiva, incentiva a nuevos sectores que dinamizan la economía del país.

B) Económica

Para el desarrollo de factibilidad del siguiente proyecto se analiza la situación económica que se relaciona con la empresa y quienes estén inmersos en esta.

Según Victor Zabala (citado por EKOS, 2018) economista de la Cámara de Industrias de Guayaquil en una entrevista a la revista Ekos, argumenta que Ecuador tiene una ciudad principal considerada como la sede más importante del comercio, Guayaquil, representando el 27% del total del PIB ecuatoriano y mantiene el 41% de empresas activas en el país.

La economía de la ciudad de Guayaquil es muy favorable en comparación al resto de ciudades ecuatorianas debido a que está ubicada estratégicamente y tiene a su cargo un puerto, puntos que son de gran interés por los empresarios,

el desarrollo del comercio, la manufactura y exportación son las principales fuentes de ingresos económicos, es por esto que se la considera como la ciudad de negocios (EKOS, 2018).

Por otra parte, se toma en consideración para el presente trabajo de investigación la situación económica de las pymes; Evelyn Tapia (citado por El Comercio, 2018), destaca que, en el informe presentado por la superintendencia de compañías, en los últimos cinco años, de cada cien dólares que ingresan al país, veinte dólares son aportados por pymes. Ingresos que se mantuvieron aun cuando en el 2016, las empresas ecuatorianas se vieron afectadas por la apreciación del dólar.

Las pymes no cuentan con innovación tecnológica que las haga competitivas en el mercado, este tipo de mejoras para las pymes representan una gran inversión de capital más los gastos en los que incurren para sostenerse hace que su tiempo de vida no sea extenso (El Comercio, 2018).

Es importante destacar que el 17 de enero del presente año, según el diario El Tiempo, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), confirmaron el préstamo de veinte millones de dólares a pymes ecuatorianas, con el fin de impulsar su desarrollo y permanencia en el tiempo, puesto que el mercado concierne las Pymes cierran al tercer año. El préstamo será por ocho años y se realizará directamente a través del Produbanco, el banco que financia más a las Pymes, lo cual es de gran oportunidad para emprendedores que necesiten capitalizarse (El Tiempo, 2019).

C) Tecnológico

El termino Industria 4.0 fue creado en Alemania en el 2010, llegando a Ecuador en agosto del 2018, donde propone que la nueva forma de hacer negocios es de forma digital, de esta forma los procesos se minimizan y se realizan de forma más segura y bajo métodos más efectivos para las empresas (El Universo, 2018).

La tecnología se ve en los ámbitos empresariales en el día a día ecuatoriano pues, 1.2 millones de personas utilizan teléfonos inteligentes para distintos usos (INEC, 2014).

Según el diario El Telégrafo, dice que aumento el porcentaje de personas que tienen un celular inteligente de 52,9% a 63,6% del año 2016 al 2017, lo cual se analiza que esto da paso a que ingresen nuevas tecnologías de comunicación y de procesos, donde los ecuatorianos se adaptarán fácilmente a estos (El Telégrafo, 2017).

En un estudio realizado por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la sociedad de la información (MINTEL), el 83% de micro, pequeñas y medianas empresas utilizan la tecnología para poder dar a conocer los productos o servicios que ofrecen, de esta forma no solo promocionan su actividad, sino que también mantienen un contacto más eficiente con los proveedores o posibles socios, mejorando la gestión de sus actividades, minorando costos y alcanzando objetivos en menos tiempo (MINTEL , 2018).

D) Socio – Cultura

El Global Entrepreneurship Monitor, GEM (2018), puso a disposición su análisis del 2017 sobre el tamaño de la población que son emprendedores nacientes o antiguos hasta 42 meses, representando el 29,6% de personas entre 18 y 64 años en Ecuador, a lo cual Ecuador es el número uno en la lista de Actividad Emprendedora Temprana (TEA). Esta información sirve como apoyo para analizar la importancia que tienen las pymes en el mercado, las mismo que son generadoras de empleo, como se lo menciono anteriormente.

Cume (2019) realiza un estudio de las Pymes donde concluye que representan el 42% de las empresas constituidas en el país, así mismo argumenta tres de cada cuatro personas trabajan para una pyme, por lo que recalca su importancia para la actividad de la económica ecuatoriana.

Expertos del GEM, consideran que la situación social – cultural de los ecuatorianos tiene un índice favorable de espíritu emprendedor, sobre todo porque incentivado que un gran número de emprendedores de edad adulta, considerados senior, creen sus emprendimientos.

Estos datos aseguran que las condiciones para los seniors no son las mismas que para un emprendedor joven, desde temas financieros como de formación académica adecuada para las nuevas tendencias globales que atraen mercados (The Boss, 2018).

El portal The Boss (2018), asegura que estas situaciones con los emprendedores seniors provocan que el ciclo de crecimiento ecuatoriano se encuentre limitado porque estos emprendedores no cuentan con las herramientas ni conocimientos necesarios para mantener el emprendimiento.

E) Ambiental

Desde hace cinco años en Latinoamérica se celebra una premiación para emprendimientos ecológicos o que ayuden al medio ambiente, estos galardones han dado lugar en los últimos años en Guayaquil – Ecuador, las variables que consideran para dicho reconocimiento son el cuidado de la biodiversidad, inclusión social, finanzas sostenibles, consumo eficiente, entre otros.

A lo que Alianza Coworking, generará un consumo eficiente de recursos en el mercado, ya que, al ser un espacio de trabajo abierto compartido, disminuye el consumismo entre los usuarios. Así mismo es generador de economía compartida (El Comercio, 2018).

F) Legal

En el marco legal, el Código Orgánico de la Economía Social del Conocimiento, la Creatividad y la Innovación, de ahora en adelante, Ingenios, es conocida porque es la primera ley de incentivo productivo y sobre todo innovador en el mundo, según lo indica la página oficial del Secretaria de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación (SENESCYT, 2018).

Esto quiere decir que Ecuador bajo términos legales quiere fomentar la innovación en los ecuatorianos, lo que ayuda bastante a *coworkings*, puesto que este modelo de trabajo es carácter innovador con bases en crear espacios para el desarrollo del conocimiento (Hernandez, 2016).

A partir del 24 de mayo del 2018 el presidente actual, Lenin Moreno, propuso con carácter urgente la creación de la Ley Orgánica para el fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleos, estabilidad y equilibrio fiscal, la cual fue analizada por todos los sectores de interés para que no exista inconsistencia al momento de aplicar (Asociación de Productores Ecuatorianos de Lubricantes , 2018).

El proceso duró aproximadamente tres meses hasta que el 21 de agosto del mismo año, fue expuesta a la población nacional la puesta en marcha de la ley, la misma que tiene el objetivo principal de fomentar la productividad laboral y emprendedora que sea sustentable en el tiempo (Asociación de Productores Ecuatorianos de Lubricantes , 2018).

De esta manera se destaca que entre los puntos principales que se aprobaron para incentivo de los emprendimientos como el no pago de impuestos a la renta por ocho años, para empresas que se localicen en Quito y Guayaquil, del 1 al 5% de deducible en gastos de capacitación técnica que generen productividad (Progreso Microfinanzas, 2018).

Análisis FODA

Ramírez (2012), define que el FODA, es la posibilidad de calzar puntos importantes sobre la situación externa e interna de la organización. Logrando así prevenir problemas a corto y a largo plazo o tener planes de contingencia en el caso de que cambien la situación bajo las que se analiza.

Por otro lado, al realizar el FODA empresarial, se podrá establecer las condiciones frente a la competencia y visualizar el valor agregado que tiene Alianza Coworking (Ramírez, J. , 2012).

Análisis Interno

Fortalezas

- Ubicación geográfica estratégica
- Ambiente laboral colaborativo
- Seguridad en el exterior del lugar
- Instalaciones acordes a las necesidades del coworker
- Planes para todo tiempo de usuario de comercio exterior
- Disponibilidad de horarios flexibles para el coworker
- Asesoría capacitada para emprendimientos

Debilidades

- Poca privacidad en el *coworking*
- Capacidad para usuarios de *coworking* limitada

Análisis Externo

Oportunidades

- Año a año aumentan los emprendimientos ecuatorianos
- Poca sustentabilidad de emprendimientos ecuatorianos por gastos administrativos elevados
- Inexistencia de *coworking* específico para el sector del comercio exterior
- Leyes ecuatorianas que fomentan el emprendimiento y la innovación

Amenazas

- Posicionamiento de *coworkings* (competidores) existentes
- Poca aceptación por el escaso conocimiento de este tipo de modelo de trabajo.

Determinación de la muestra

Población

Para el presente trabajo se realizarán dos tipos de encuestas, las cuales están dirigidas a agentes de comercio exterior y a usuarios de *coworking*. De acuerdo a SUPERCIAS (2015), la cantidad de agentes de comercio exterior que existen en la ciudad de Guayaquil son aproximadamente de 19.228, de la cual se pudo observar que Guayaquil es la ciudad con mayor actividad comercial del país. Al no haber una fuente oficial donde obtener los datos sobre la cantidad de usuarios de *coworking*, ver **Anexo B**. Se usó la población dada por la SUPERCIAS en el año 2015, ya que ellos serían la posible población de usuarios.

Tamaño de la muestra

En el presente trabajo de investigación se realizaron dos tipos encuestas, en las cuales se sacó el tamaño de la muestra de los agentes de comercio exterior y de los usuarios de *coworking*, usando la fórmula de población finita, la cual se expone a continuación (Bernal, 2010) :

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde:

N: Total de la población

Z: nivel de confianza

P: probabilidad de éxito o proporción esperada

Q: probabilidad de fracaso

E: error muestral

Muestra de agentes de comercio exterior

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 19228}{0.05^2 (19228 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{18466.57}{49.03}$$

$$n = 377$$

La muestra de este trabajo se definió en la población antes descrita, trabajando con un nivel de confianza del 95% que representa una constante del 1.96. La probabilidad de éxito y fracaso fue del 50%, mientras que el error muestral fue del 5%, dando como resultado una muestra aproximada de 377 encuestas para agentes de comercio exterior.

Encuestas

Para el presente trabajo de investigación se aplicó un muestreo no probabilístico, determinándose la realización de 377 encuestas, de las cuales se logró obtener 384 encuestas, lo que hizo que el error muestral disminuyera de 5% a 4.95%. Estas encuestas están dirigidas a agentes de comercio exterior de la ciudad de Guayaquil, debido a que ellos probablemente serán los beneficiarios de contar con un ambiente *coworking* de acuerdo a sus necesidades.

La encuesta se conformó de doce preguntas con el objetivo de conocer las necesidades de los agentes de comercio exterior y la demanda que el proyecto de investigación tendría. El modelo de esta encuesta está disponible en **Anexo C**.

Resultados de las encuestas

De acuerdo al tamaño de muestra, el cual es de 377 encuestas, sin embargo, se logró realizar 384 encuestas a agentes de comercio exterior de la ciudad de Guayaquil, dando como resultado los siguientes datos:

1. Marque con una X el rango de edad al que pertenece

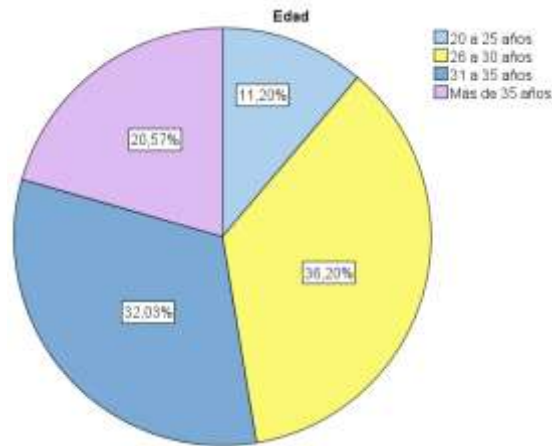


Figura 4. Edad de los encuestados

Para la presente encuesta se definieron 4 rangos de edad, los cuales el 36.20% de las personas encuestadas se sitúan entre 26 a 30 años, seguido del 32.03% con un rango de edad entre 31 a 35 años, en tercer lugar con un 20.57% las personas con un rango de edad mayor de 35 años, dejando al final el rango de edad entre 20 a 25 años con 11.20%.

2. Marque con una X su estado civil

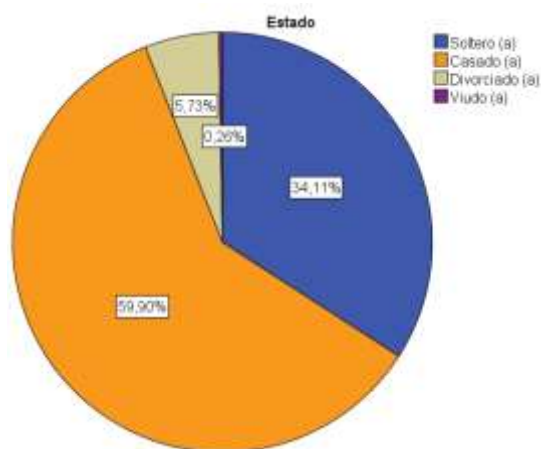


Figura 5. Estado civil de los encuestados

El estado civil para los encuestados fue dividido en cuatro los cuales son solteros (a), casado (a), divorciado (a) y viudo (a), dando como resultado un 59.90% casados (a), seguido de 34.11% soltero (a), en tercer lugar con 5.73% divorciado (a), finalmente con un 0.26% viudo(a).

3. Marque con una X a la ocupación

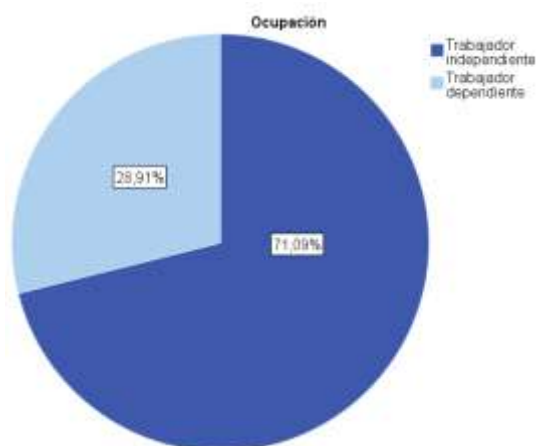


Figura 6. Ocupación de los encuestados

En esta encuesta se realizó cuatro divisiones, las cuales son estudiante, trabajador independiente, trabajador dependiente y otros. De los cuales el 71.09% respondió trabajador independiente, mientras que el 28.91% respondió trabajador dependiente, mientras que estudiante y otros obtuvieron un 0%.

4. Sexo

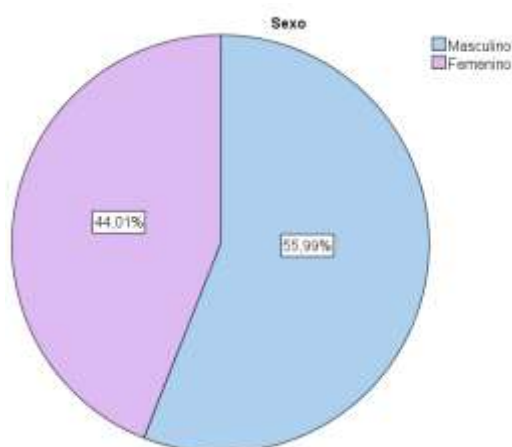


Figura 7. Sexo de los encuestados

Esta encuesta cuenta con 2 variables, la cuales son masculino y femenino, dando como resultado 44.01% y 55.99% respectivamente.

5. ¿A qué área del comercio exterior pertenece?

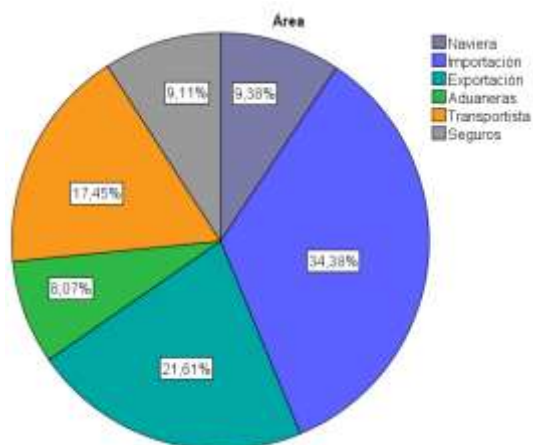


Figura 8. Área del comercio exterior al que pertenece el encuestado

Esta encuesta tiene siete áreas, la cual son naviera con 9.38%, importación con 34.38%, exportación con 21.61%, agentes aduaneros con 8.07%, transportistas con 17.45%, seguros con 9.11% y otros con 0%. Demostrando que la mayor actividad del comercio exterior son las importaciones ya que obtuvo el mayor porcentaje.

6. ¿En qué tipo de modelo de trabajo se ha desempeñado?

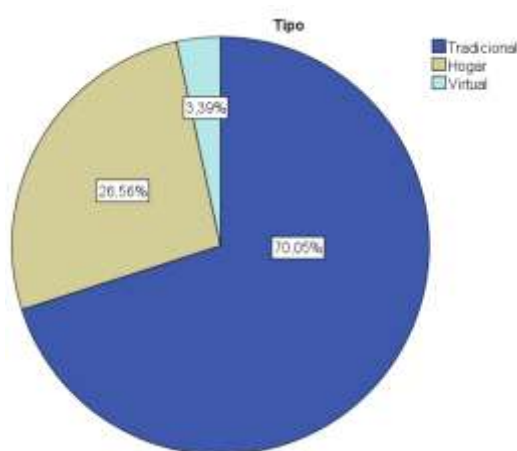


Figura 9. Tipo de modelo de trabajo en el que se desempeña el encuestado

En esta encuesta se realizó una división de modelos de trabajo, los cuales son tradicional, hogar, virtual, *coworking* y otros. En cuanto al modelo de trabajo en el que se desarrollan los agentes de comercio exterior se obtuvo que el mayor porcentaje lo obtuvo el modelo tradicional con un 70.05%, seguido del modelo de trabajo hogar con 26.56%, en tercer lugar, está el modelo de trabajo virtual con 3.39%, mientras que el modelo de trabajo *coworking* y otros obtuvieron 0%.

7. ¿Le gustaría trabajar en una empresa con ambiente *coworking* que permite ahorrar costos, reducir gastos y compartir recursos?

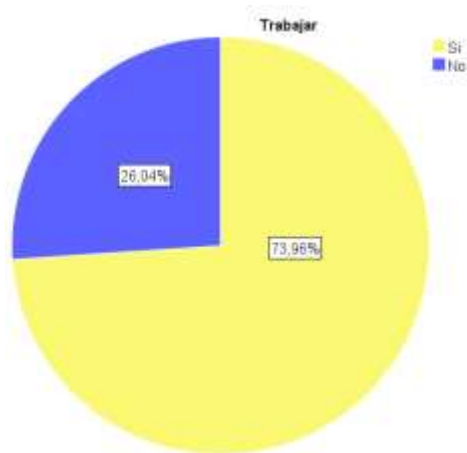


Figura 10. Ambiente *coworking* que permite ahorrar costos, reducir gastos y compartir recursos

En esta encuesta se logró obtener información relevante para este trabajo de investigación, ya que el 73.96% de los encuestados dijeron que, si les gustaría trabajar en una empresa con ambiente *coworking* donde podrán ahorrar costos, reducir gastos y compartir recursos, mientras que el 26.04% de los encuestados dijo que, no les gustaría trabajar en una empresa con ambiente *coworking*.

8. ¿Qué variable principal considera usted para arrendar un lugar para su trabajo?

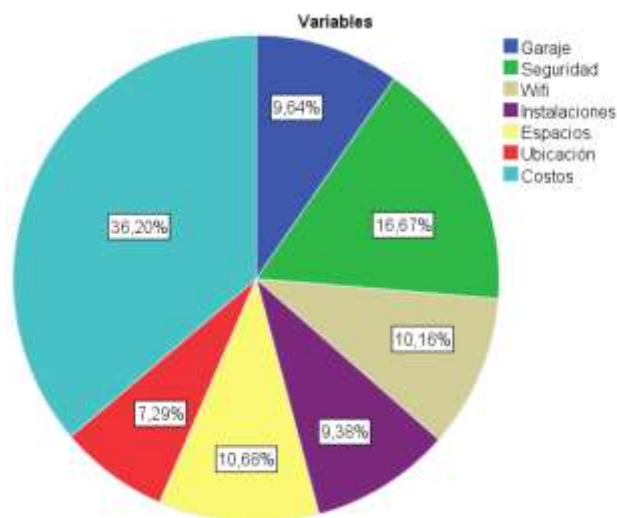


Figura 11. Variables principales para arrendar un lugar de trabajo

Esta encuesta está dividida en ocho variables, en primer lugar esta costos con 36.20%, en segundo lugar esta seguridad con 16.67%, seguido de espacios con 10.68%, en cuarto lugar wifi con 10.16%, en quinto lugar garaje con 9.64%, en sexto lugar instalaciones con 9.38%, en séptimo lugar ubicación con 7.29%, mientras que otros obtuvo 0%.

9. ¿Le gustaría ampliar su red de negocios?

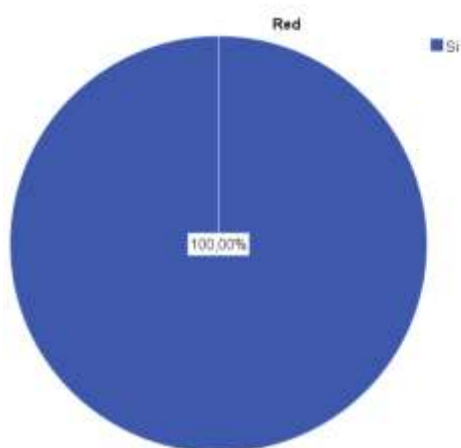


Figura 12. Ampliar red de negocios

Esta encuesta es relevante para el trabajo de investigación ya que el 100% de las personas encuestas respondieron que si les gustaría ampliar su red de negocios.

10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un espacio de *coworking*?

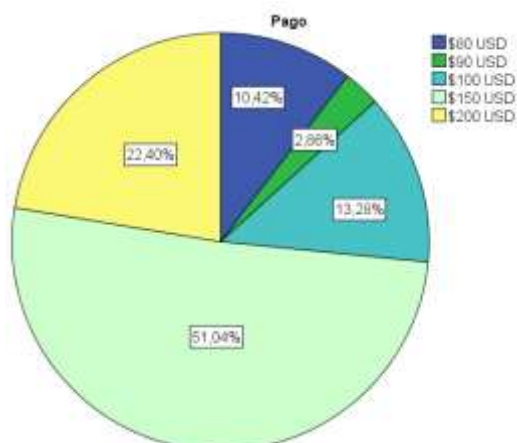


Figura 13. Precio dispuesto a pagar por un espacio de *coworking*

El 51.04% de los agentes de comercio exterior están dispuestos a pagar \$150, mientras que el 22.40% está dispuesto a pagar \$200, seguido de 13.28% pagando \$100, en cuarto lugar el 10.42% está dispuesto a pagar \$80, mientras que el 2.86% restante quiere pagar \$90.

11. ¿Le gustaría compartir con otros profesionales de comercio exterior, externo a usted en un mismo espacio de trabajo?

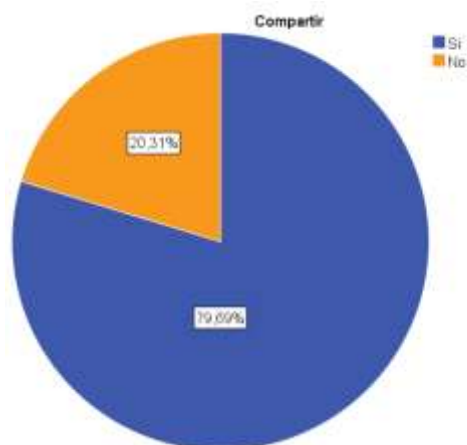


Figura 14. Disposición para compartir con otros profesionales de comercio exterior

El 79.69% de los encuestados, es decir 306 personas indicaron tener un alto interés en compartir con otros profesionales de comercio exterior y tan solo el 20.31% indico no estar interesada en compartir con otros profesionales de comercio exterior.

12. ¿Qué variable considera es la más importante para trabajar de forma eficiente en un ambiente *coworking*?

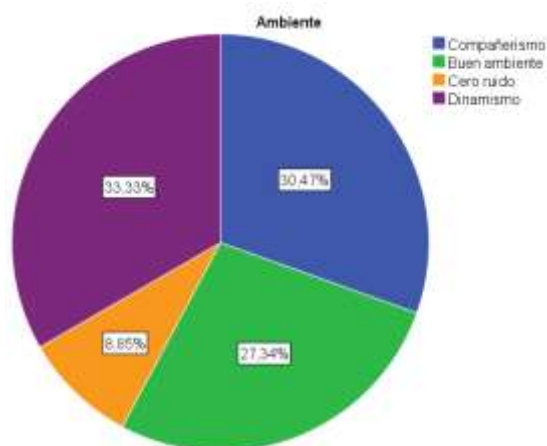


Figura 15. Variables importantes para trabajar de forma eficiente en un ambiente coworking

Las variables que se toman en cuenta son compañerismo con un 30.47%, buen ambiente con 27.34%, cero ruidos con 8.85%, finalmente con dinamismo que tiene el 33.33%, lo que quiere decir que la mayoría de los agentes de comercio exterior prefieren trabajar en un ambiente de trabajo dinámico.

Cruce de variables

La presente encuesta para los agentes de comercio exterior presenta variables relevantes, por esta razón se realizó el cruce de información por medio de tablas de contingencia, ya que dichas variables arrojaran información más exacta sobre los gustos y preferencias de los agentes.

➤ **Sexo, edad y ocupación**

En la siguiente tabla de contingencia se presenta la edad, sexo y ocupación de los agentes de comercio exterior. Esta tabla arrojó que la mayoría de agentes de comercio exterior que respondieron las encuestas son de sexo masculino con edades entre 26 a 30 años, con una ocupación de trabajador independiente, dando un resultado de 53 agentes de comercio exterior de 384 agentes de comercio exterior.

Tabla 1

Tabla de Contingencia de Sexo, Edad y Ocupación

			Ocupación			
			Estudiante	Trabajador independiente	Trabajador dependiente	Otra
			Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Sexo	Masc	Edad 20 a 25 años	0	19	4	0
		Edad 26 a 30 años	0	53	24	0
		Edad 31 a 35 años	0	47	18	0
		Edad Más de 35 años	0	38	12	0
	Fem	Edad 20 a 25 años	0	10	10	0
		Edad 26 a 30 años	0	44	18	0
		Edad 31 a 35 años	0	42	16	0
		Edad Más de 35 años	0	20	9	0

➤ **Tipo y variables**

Esta tabla de contingencia nos arroja que, la mayoría de agentes de comercio exterior se desarrollan en un tipo de modelo de trabajo tradicional, los cuales consideran que la variable principal en el momento de arrendar un lugar para trabajo, lo eligen por sus costos, dando como resultado 102 agentes de comercio exterior que seleccionaron esta opción.

Tabla 2

Tabla de Contingencia de Tipo y Variables

		Variables						Total	
		Garaje	Seguridad	Wifi	Instalaciones	Espacios	Ubicación		Costos
Tipo	Tradicional	22	44	32	23	26	20	102	269
	Hogar	14	18	6	12	15	7	30	102
	Virtual	1	2	1	1	0	1	7	13
	Total	37	64	39	36	41	28	139	384

➤ Red y compartir

La mayoría de los agentes de comercio exterior es decir que 306 de 384 respondieron que, si les gustaría incrementar su red de negocios y si están dispuesto a compartir con otros profesionales de comercio exterior, externos.

Tabla 3

Tabla de Contingencia de Red y Compartir

		Compartir		Total
		Si	No	
Red	Si	306	78	384
Total		306	78	384

Muestra de usuarios de coworking:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 19228}{0.05^2 (19228 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{18466.57}{49.03}$$

$$n = 377$$

La muestra de este trabajo se definió en la población antes descrita, trabajando con un nivel de confianza del 95% que representa una constante del 1.96. La probabilidad de éxito y fracaso fue del 50%, mientras que el error muestral fue del 5%, dando como resultado una muestra aproximada de 377 encuestas para usuarios de *coworking*.

Encuestas

Para el presente trabajo de investigación se aplicó un muestreo no probabilístico, determinándose la realización de 377 encuestas, de las cuales solo se logró obtener 336 encuestas, lo que hizo que el error muestral aumentará de 5% a 5.30%. Estas encuestas están dirigidas a usuarios de *coworking* de la ciudad de Guayaquil, debido a que ellos han tenido una experiencia en este tipo de ambientes y a su vez se logra definir el perfil de los *coworkers*.

La encuesta se conformó de catorce preguntas con el objetivo de conocer las necesidades que puede tener un *coworker* y a su vez a definir el perfil de estos. El modelo de esta encuesta está disponible en **Anexo D**.

Resultados de las encuestas

De acuerdo al tamaño de muestra, el cual es de 377 encuestas, sin embargo, se logró realizar 336 encuestas a usuarios de *coworking* de la ciudad de Guayaquil, dando como resultado los siguientes datos:

1. Marque con una X el rango de edad al que pertenece

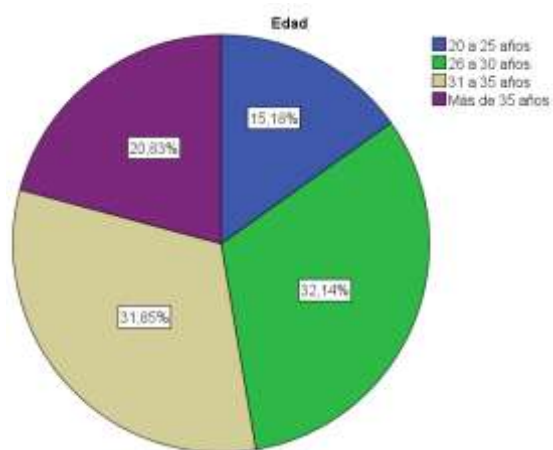


Figura 16. Edad de los usuarios de coworking

Para la presente encuesta se definieron 4 rangos de edad, de los cuales el 32.14% de los usuarios de *coworking* se sitúan entre 26 a 30 años, seguido de 31.85% con una edad entre 31 a 35 años, en tercer lugar 20.83% con una edad mayor a 35 años y finalmente el 15.18% de los usuarios de *coworking* tienen entre 20 a 25 años.

2. Marque con una X su estado civil

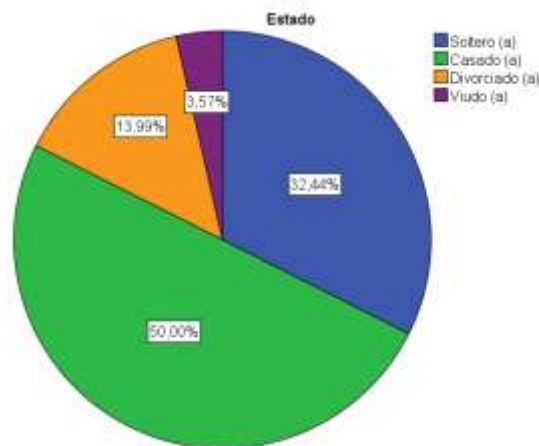


Figura 17. Estado civil de los coworkers

En cuanto al estado civil de los *coworkers*, se obtuvo que el 50.00% eran casados, 32.44% solteros, 13.99% divorciados, finalmente el 3.57% eran viudos.

3. Marque con una X a la ocupación

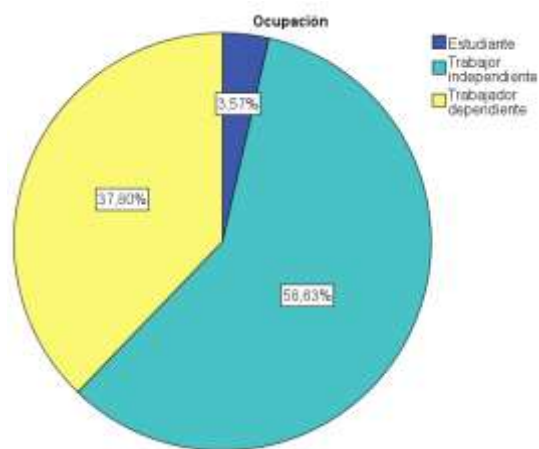


Figura 18. Ocupación de los usuarios de coworking

Las ocupaciones de los usuarios de *coworking* a la que pertenecen los encuestados, se obtuvo un 58.63% de trabajadores independientes, 37.80% de trabajadores dependientes y finalmente el 3.57% son estudiantes.

4. Sexo

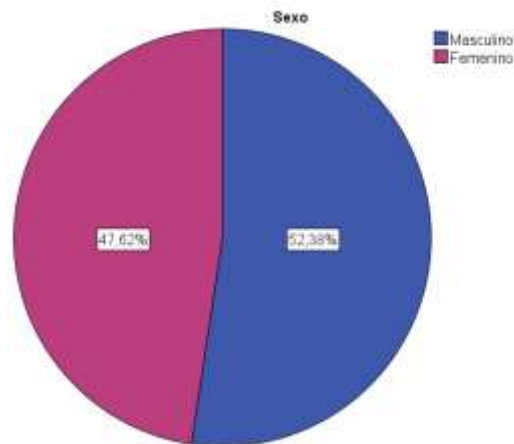


Figura 19. Sexo de los usuarios de coworking

El 52.38% de los usuarios de *coworking* encuestados indicaron que son de sexo masculino, mientras que el 47.62% de los usuarios de *coworking* encuestados indicaron que son de sexo femenino.

5. ¿Por qué cree que este modelo de trabajo (*coworking*) es importante para usted?

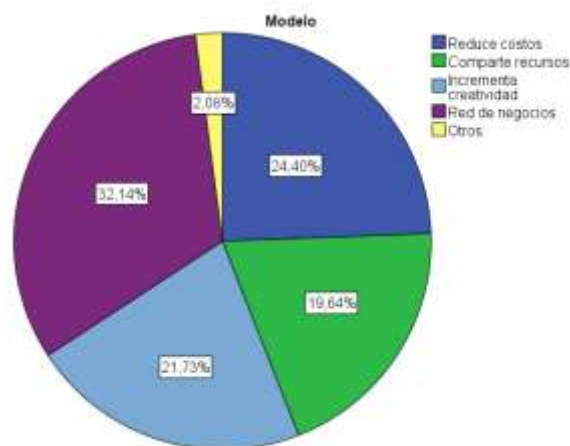


Figura 20. Motivos de importancia del modelo de trabajo coworking

Los usuarios de *coworking* dijeron que los motivos por los cuales este modelo de trabajo es importante para ellos, debido a varias variables, las cuales son con un 32.14% red de negocios, 24.40% reduce costos, 21.73% incrementa la creatividad, 19.64% comparte recursos y finalmente el 2.08% otros.

6. Del rango del 1 al 5 (siendo 1 menos importante y 5 el más importante) cuanto considera usted que ha mejorado la productividad de los *coworkers* en este espacio de *coworking*.

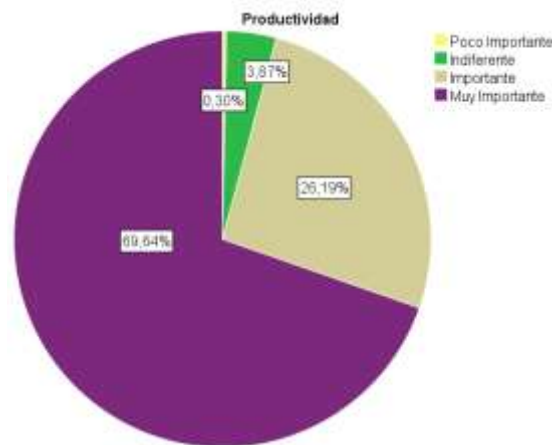


Figura 21. Productividad en ambiente coworking

El 69.64% de los usuarios de *coworking* dijeron que la productividad en estos ambientes de trabajo es “muy importantes” refiriéndose a que tienen un alto grado de productividad, seguido del 26.19% como importante, en tercer lugar 3.87% como indiferente, finalmente un 0.30% dijo que era “poco importante” refiriéndose a que tiene poca productividad.

7. ¿Por qué motivos alquila un espacio de *coworking*?

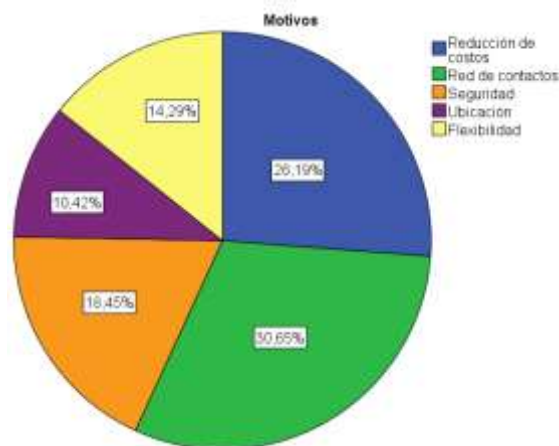


Figura 22. Motivos de alquiler de un espacio de coworking

Los motivos por los cuales los usuarios de *coworking* alquilan estos espacios son, con un 30.65% red de contactos, 26.19% reducción de costos, 18.45% seguridad, 14.29% flexibilidad y finalmente con un 10.42% ubicación.

8. Ponga en orden las siguientes reglas que debería haber en un espacio de *coworking*. Siendo 1 la más importante y 4 la menos importante.

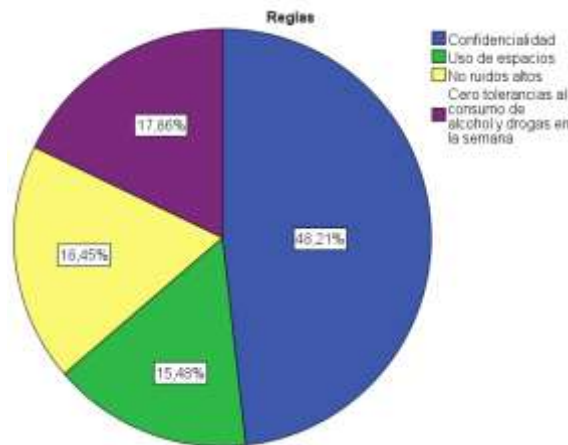


Figura 23. Reglas de un coworking

En esta encuesta se analizó las reglas que son más importantes al momento de compartir en un ambiente *coworking*, dando como resultado en primer lugar al 48.21% con confidencialidad, en segundo lugar, el 18.45% con no ruidos altos, en tercer lugar 17.86% con cero consumos de alcohol y drogas en la semana y finalmente con 15.48% con uso de espacios.

9. ¿Qué variables considera son las más importantes para un *coworking*?

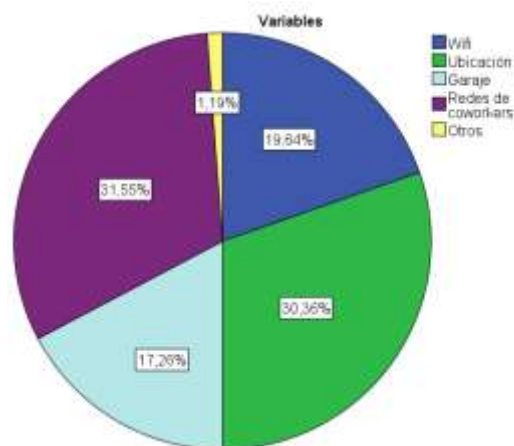


Figura 24. Variables importantes para un coworking

La variable más importante para un *coworking* son redes *coworkers* con 31.55%, seguido de ubicación con 30.36%, wifi con 19.64%, garaje con 17.26% y finalmente otros con 1.19%.

10. Marcar con una X el tipo de negocio o industria a la que pertenece la empresa donde usted labora.

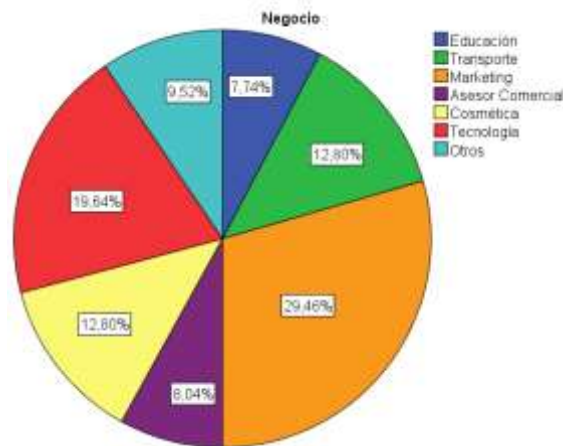


Figura 25. Tipo de negocio o industria a la que se dedica el usuario de coworking

Para esta encuesta se tomó en cuenta varios tipos de negocio del cual la mayoría era de marketing con un 29.46%, seguido de tecnología con un 19.64%, en tercer lugar, transporte y cosmética con un 12.80%, en cuarto lugar otros con 9.52%, en quinto lugar asesor comercial con 8.04%, finalmente la minoría se encuentra en educación con 7.74%.

11. ¿Ha trabajado en otro modelo de trabajo, además del *coworking*?

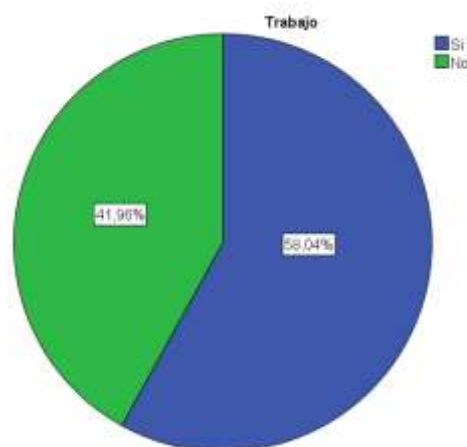


Figura 26. Trabajo en otros modelos de trabajo

Los usuarios de *coworking* dijeron que el 58.04% si ha trabajado un modelo de trabajo distinto al de un *coworking*, mientras que el 41.96% respondió que no ha trabajado en un ambiente diferente al de un *coworking*.

12. ¿Cuáles de los siguientes gastos le gustaría compartir con los demás usuarios de *coworking*?

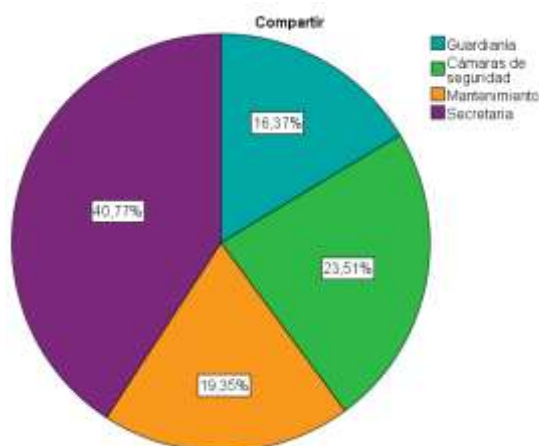


Figura 27. Gastos compartidos

Los gastos que quieren compartir los usuarios de *coworking* son, secretaria con 40.77%, cámaras de seguridad con 23.51%, mantenimiento con 19.35% y finalmente guardianía con 16.37%.

13. ¿Qué área o espacio mínimo considera usted debería tener el espacio donde labora?

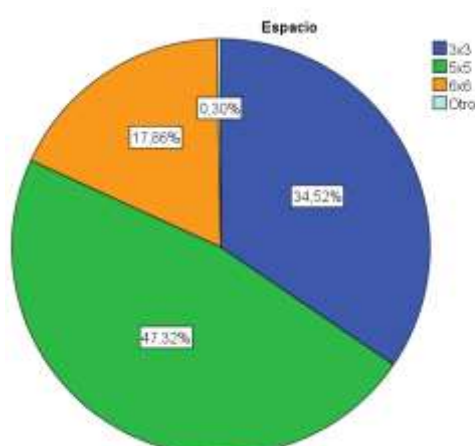


Figura 28. Espacio del área laboral

El área de trabajo con mayor porcentaje es de 5x5 con un 47.32%, seguido de 3x3 con un 34.52%, en tercer lugar 6x6 con 17.86%, finalmente otros con un 0.30%.

14. ¿Ha logrado ampliar su red de negocios en el *coworking*?

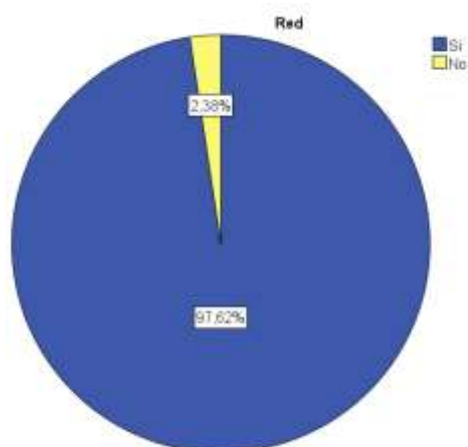


Figura 29. Red de negocios

El 97.62% de los usuarios de *coworking* dijo que, si logro ampliar su red de negocios en un *coworking*, mientras que el 2.38% dijo que no ha logrado ampliar su red de negocios.

Cruce de variables

La presente encuesta para los usuarios de *coworking* presenta variables relevantes, por esta razón se realizó el cruce de información por medio de tablas de contingencia, ya que dichas variables arrojaran información más exacta sobre los gustos y preferencias de los usuarios.

➤ **Edad, sexo y ocupación**

En la siguiente tabla de contingencia se presenta la edad, sexo y ocupación de los usuarios de comercio exterior donde la mayoría, es decir 45 usuarios son de sexo masculino con una edad entre 31 a 35 años, quienes trabajan independientemente.

Tabla 4

Tabla de Contingencia de Edad, Sexo y Ocupación

			Ocupación			
			Estudiante	Trabajador independiente	Trabajador dependiente	Otra
			Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Sexo	Mas	Edad 20 a 25 años	6	7	11	0
		Edad 26 a 30 años	1	32	13	0
		Edad 31 a 35 años	0	45	23	0
		Edad Más de 35 años	0	26	12	0
	Fem	Edad 20 a 25 años	5	9	13	0
		Edad 26 a 30 años	0	32	30	0
		Edad 31 a 35 años	0	26	13	0
		Edad Más de 35 años	0	20	12	0

➤ **Modelo y compartir**

Esta tabla de contingencia arroja que los usuarios de coworking piensan que este modelo de trabajo es importante debido a sus redes de negocios y el gasto que les gusta compartir entre usuarios, es el de la secretaria, dando un resultado de 46 personas que seleccionaron estas variables.

Tabla 5

Tabla de Contingencia de Modelo y Compartir

		Compartir				Total
		Guardiania	Cámaras de seguridad	Mantenimiento	Secretaria	
Modelo	Reduce costos	13	16	12	41	82
	Comparte recursos	12	15	12	27	66
	Incrementa creatividad	8	26	18	21	73
	Red de negocios	21	22	19	46	108
	Otros	1	0	4	2	7
Total		55	79	65	137	336

Entrevista

Para el presente trabajo se realizó la entrevista a tres personas, dos de las cuales son del *coworking* Innovis y la otra pertenece a Panal, estos *coworking* se encuentran en la ciudad de Guayaquil.

Las preguntas y respuestas de las entrevistas a Innovis y Panal se las puede observar en el **Anexo E y F**.

A continuación, se presenta el análisis de la entrevista personal que se realizó a la Ing. Melisa Salazar- Gerente financiera de Innovis:

La entrevista se realizó en las instalaciones de Innovis, la entrevistada se realizó a la gerente financiera de la empresa la Ing. Melisa Salazar, la mismo que explico que para obtener rentabilidad en el *coworking*, se tiene que ofrecer servicios adicionales que generen otros ingresos, debido a que el flujo de personas que alquilan el espacio de *coworking* no es constante, hay meses de mucha afluencia y otros que no cubren los espacios.

Otro punto importante a recalcar de la entrevista es el conocimiento que tienen los ecuatorianos sobre un modelo de trabajo de espacio compartido llamado "*coworking*", pues desde la experiencia que tienen, los ecuatorianos al inicio se muestran poco dispuestos a compartir conocimientos o habilidades, sin embargo, después de involucrarse en la filosofía del *coworking* han logrado crear oportunidades de negocios que mejoran sus ingresos (Salazar, 2018).

Capítulo IV: Propositivo

Introducción

En el presente trabajo de titulación, se contempla la creación de un modelo de empresa *coworking* dedicada a agentes de comercio exterior de distintas índoles o empresas que se encuentran en el mercado, la actividad principal radica en el ahorro en costos y gastos para estos, además de su enfoque en la interacción entre estos agentes para su crecimiento integral. La constitución de dicha empresa será de tipo anónima por las características que se ajustan a los requerimientos gubernamentales. El nombre de la empresa a inscribir en la Superintendencia de compañías es Alianza Coworking.

El capital de esta, será dividido por acciones igualitarias con la posibilidad de negociar en un futuro, la aportación para su financiamiento será la única para las actividades de la empresa, las siglas se pondrán junto al nombre como lo indica la ley, quedando así establecido el nombre como Alianza Coworking S.A.

Requisitos de constitución de la empresa

Según lo indica la Superintendencia de Compañías (2018), para establecer una compañía anónima, se requiere poseer un capital mínimo de \$800.

Al mismo tiempo se debe de contar con la inscripción de la empresa en el Registro Único del Contribuyente (RUC) para que pueda facturar de forma legal.

Alianza Coworking se realizará bajo la nueva modalidad de constitución de una compañía por vía electrónica, donde puede subir la documentación y requerimientos necesarios a la página web en un plazo de 30 días (Superintendencias de Compañías, 2018).

Plan Estratégico de la Empresa Alianza Coworking S. A.

Misión

Ser un medio de conexión para agentes de comercio exterior, donde puedan crear, desarrollar y transformar vínculos de negocios a través del networking.

Visión

La empresa de Alianzas Coworking, se proyecta en el 2023 como líder en la red de negocios para el comercio exterior, fomentando el dinamismo comercial de intercambio internacional creando economía compartida a través de alianzas estratégicas, teniendo cedes en las principales ciudades del comercio ecuatoriano.

Valores de la Empresa

Los valores empresariales tienen connotación en dos variables, la primera es que todas las personas tienen valores, estos pueden variar, chocar o ser contradictorios, así mismo los valores son los que guían el camino, por lo tanto, es importante establecer los valores bajo los que se plantea la organización (Moreno & Cerro, 2009).

Aunque el *coworking* es un modelo de trabajo nuevo para los operadores, la base en la cual se fundamenta el *coworking* como tal, trae consigo ciertos valores centrales, que según Hillman, (2012) son los que engloba la realidad que viven los usuarios de *coworking* actualmente por lo que es necesario establecer valores que consoliden a la organización compuesta por usuarios de distintas empresas y actividades.

- Respeto
- Confidencialidad
- Colaboración
- Comunidad

Filosofía de la Empresa

La filosofía de Alianza Coworking fomenta la unión de la comunidad como una sola familia que buscan crear economía y consumismo compartido.

Objetivo General de la Empresa Alianza Coworking S. A.

Promover vínculos entre los distintos agentes de comercio exterior para el desarrollo productivo, generando condiciones innovadoras de creatividad y de sustentabilidad.

Objetivos Específicos de la Empresa Alianza Coworking S. A.

Crear economía compartida en los agentes de comercio exterior para que puedan crecer más.

Maximizar el establecimiento para satisfacer las expectativas de los clientes.

Crear conexiones con entidades del comercio exterior como Cámaras de comercio, Ministerios de comercio exterior, embajadas, entre otros.

Maximizar la eficiencia y productividad en el área de comercio exterior.

Logo de Alianza Coworking



Figura 30. Logo de Alianza Coworking S. A.

El logo de la empresa busca transmitir el trabajo en unión, el compañerismo y la colaboración sin dejar de lado su independencia. Así mismo se utiliza colores distintivos para estimular el dinamismo a través del negocio y las redes de contacto.

Slogan de Alianza Coworking

El slogan de la empresa busca transmitir por medio de una frase que englobe características principales del servicio, para de esta forma generar presencia en el mercado. El slogan que se eligió fue: “Ambientes que conectan e inspiran”

Estudio técnico

Para la realización del presente proyecto, se determinará los factores que están involucrados para el funcionamiento, operatividad y administración, para lo cual se consideran tres fases básicas, según explica Alma Ruth (2012) como las más importantes para el desarrollo de un producto o servicio.

Tamaño del proyecto

Para determinar el tamaño del proyecto, se toma en consideración la capacidad bajo el diseñada arquitectónico de Alianza Coworking, para ello el arquitecto Bladimir Palacios, es quien asesora los planos, medidas y reparticiones que tiene el establecimiento, debido a que es un edificio de dos plantas, se han realizado reparticiones estratégicas y optimas que dinamicen la productividad del trabajo sin dejar de lado los espacios de recreación.

Basados en los planos y asesoría del arquitecto la distribución del espacio físico quedaría en 29 puestos fijos ocupados por coworkers y personal de Alianza Coworking, 6 puestos no fijos en la primera planta para coworkers relámpagos,

a sala de proyecciones y conferencias Keynes tienen un máximo de 10, las salas Adam Smith y David Ricardo con un máximo de 5 personas en cada sala, y finalmente el auditorio con una capacidad máxima para 30 personas.

La suma total de afluencia de personas que entran en Alianza Coworking, sería de máximo 79 personas que están en las distintas zonas de la empresa tanto en el primer o segundo piso.

En las zonas de recreación estos mapeados centros de entretenimiento como futbolito, mesa de ping pong y zona de play station. Adicional para coworkers se proporcionará la opción de obtener un casillero para artículos que deseen dejar en el coworking, dependiendo el paquete que se elija.

Así mismo la empresa cuenta con una sala comedor, abierta a coworkers en la cual se ubican mesas y sillas para 15 personas donde pueden utilizar la cocina, el microondas o refrigerado, según sea su necesidad.

En la sala de descanso se encuentran sofás para se pueden utilizar para realizar actividades laborales o tener su tiempo de recreación.

El diseño y distribución de Alianza Coworking tiene varias áreas de trabajo, las cuales se pueden observar en las siguientes figuras: figura 31 – 32.



Figura 31. Diseño arquitectónico de distribución de áreas – primer piso.

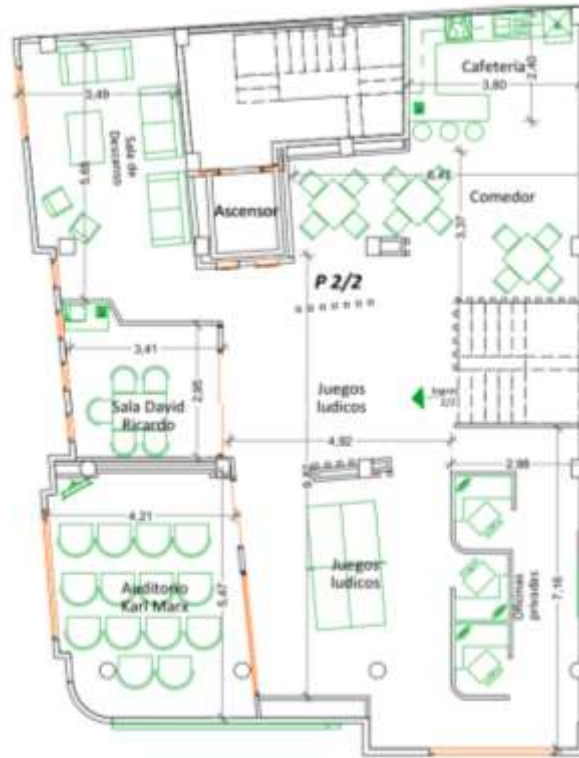


Figura 32. Diseño arquitectónico de distribución de áreas – segundo piso.

Localización de Alianza Coworking

Para la correcta elección del lugar de Alianza Coworking, se ha elegido una zona donde existe un amplio movimiento comercial, céntrica, y cercana a una zona de actividad bancaria, zona donde los empresarios se movilizan constantemente. La dirección de la empresa es Ayacucho y Rumichaca.

El edificio donde se desarrollará la empresa, no pertenece a ninguno de los inversores del proyecto por lo cual se alquiló el edificio a terceras personas, actualmente se encuentra en la fase final de construcción, donde se estima que, en Julio, el edificio estará en condiciones adecuadas para la apertura al público.

Debido a su ubicación, se estima que el mercado meta, en este caso agentes de comercio exterior que pertenezcan a la categoría de pequeñas y medianas empresas, vean el valor agregado del espacio de coworking en base a su ubicación, precios y red de contactos, pues en la zona donde está Alianza Coworking los alquileres competitivos son bajos, sin embargo, en lo que ofrece Alianza Coworking no existe otro establecimiento en la encontrarán los mismos beneficios.

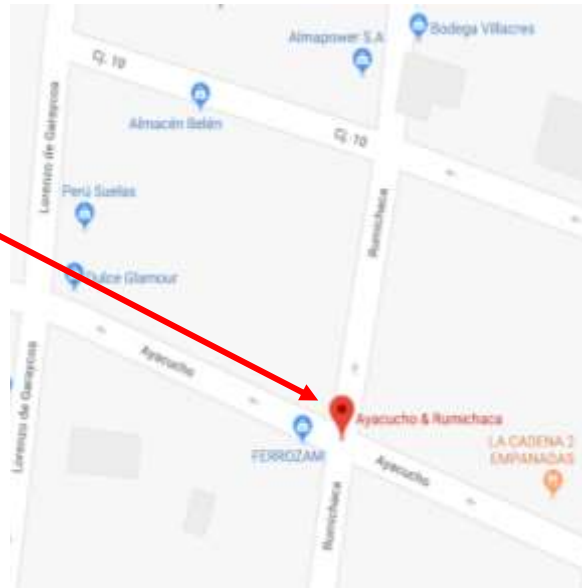


Figura 33. Mapa geográfico del centro de la ciudad. Tomado de: Google Maps.

Determinación de la organización humana

En el presente proyecto se determinará la organización humana que se requiere para la correcta operación de Alianza Coworking, la cual estará formada por sus dos accionistas principales, las mismas que financian el proyecto desde su establecimiento.

En la siguiente jerarquía se encontrará un administrador del lugar que se encargará del área de mantenimiento y seguridad, quedando de esta manera el organigrama en tres niveles y cinco personas con actividades definidas.

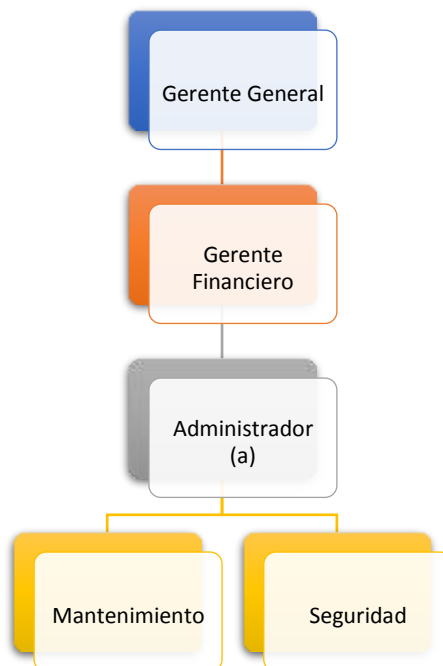


Figura 34. Organigrama de Alianza Coworking S. A.

Funciones de las áreas

Gerente General

- Aportes financieros para capitalizar la empresa
- Toma de decisiones para la gestión de la empresa
- Evaluaciones a largo plazo de la dirección de la empresa

Gerente Financiero

- Establecer los parámetros para un control, desarrollo de las gestiones comerciales aprovechando su forma eficaz los recursos de la empresa
- Aplicar controles de calidad en las áreas de Contabilidad, Servicios y Marketing haciendo cumplir los objetivos de la empresa
- Difundir la filosofía de Alianzas Coworking y la misión de la empresa

Administrador

- Realizar reportes de resultado mensual de alquiler con proyecciones a tres meses
- Gestionar las cuentas de la empresa, sus ingresos y gastos efectiva y eficiente
- Controlar los recursos de la empresa, activos, pasivos, entre otros
- Contratación del personal
- Controlar horarios, manejo de personal, encargado de cumplir con el correcto funcionamiento de las áreas de trabajo

Mantenimiento

- Control del aseo del lugar
- Gestión de los insumos de limpieza para el mes

Seguridad

- Cumplir con los requisitos establecidos por la ley
- Manejo de vigilancia y guardianía del lugar
- Control de las personas que ingresan al establecimiento

Políticas de la empresa

Políticas de Alquiler

Como la empresa se dedica principalmente al alquiler de espacios de trabajo dentro de un establecimiento, donde incluye, wifi, parqueo y seguridad dentro de las instalaciones, se realizará el cobro del alquiler mensualmente al iniciar el

mes, el usuario del *coworking*, podrá acceder a las instalaciones durante el mes de pago, lunes a viernes de 8 am a 6:30 pm.

Políticas en el establecimiento

En Alianza Coworking estarán agentes de comercio de distintas empresas, distintos cargos o actividades, por lo tanto, se considera importante establecer un contrato de confidencialidad, asegurando así la buena vivencia del lugar.

Políticas de Cobro

Los cobros a los usuarios de *coworking* se realizarán al inicio de cada mes, por medio de depósitos, transferencias o efectivo. En caso de depósitos será a la cuenta de la empresa.

Planes de alquiler para coworkers

Para comodidad de los posibles usuarios de Alianza Coworking S. A., se crearon 4 planes mensuales y 2 planes de alquiler diarios. A continuación, se describirá de manera detallada las áreas con las que cuenta Alianza Coworking S. A, beneficios y sus horarios de trabajo.

Horarios de atención

- Lunes – viernes (9:00 – 18:30)

Beneficios

- **Lockers:** un espacio para guardar los objetos de cada coworker, con su respectiva llave.
- **Red:** una red de conectividad instantánea por medio de un grupo en WhatsApp, donde los *coworkers* se podrán comunicar entre ellos.
- **Internet:** plan pyme corporativo 4 Mbps de Netlife, el cual es un internet de ultra alta velocidad (UAV). Router de doble núcleo.

Áreas de trabajo

- **Sala de proyecciones y conferencias Keynes:** cuenta con un espacio de reuniones para 6 - 10 personas. Aquí se puede realizar sesiones de trabajo en grupo como brainstorming, sesiones de planificación, videoconferencias. Está sala cuenta con un proyector donde se puede realizar presentaciones y videollamadas.

- **Sala Adam Smith:** cuenta con un espacio de reuniones para 2 – 5 personas. Aquí puede realizar sesiones de trabajo con los clientes.
- **Sala David Ricardo:** cuenta con un espacio de reuniones para 2 - 5 personas. Está sala al igual que la Sala Adam Smith son para realizar reuniones de trabajo con los clientes.
- **Auditorio Karl Marx:** cuenta con un espacio amplio de reuniones para 15 - 30 personas. Aquí se puede realizar conferencias y charlas.
- **Oficinas privadas:** hay 3 espacios de estos. Esta área es para 1 persona, la cual quiera trabajar en absoluta privacidad. Aquí solo se puede trabajar en ciertas ocasiones.

Áreas de recreación

- **Sala de estar:** es un espacio donde los *coworkers* pueden tomar un descanso del trabajo y pueden tener una charla, disfrutando de una taza de café con el resto de *coworkers*.
- **Cafetería:** cuenta con refrigeradora, microondas y cafetera. Aquí los *coworkers* pueden prepararse un refrigerio.
- **Comedor:** cuenta con un espacio amplio para que los *coworkers* puedan comer sus alimentos.
- **Sala de descanso:** los *coworkers* pueden distraerse y descansar de su trabajo. En esta área se encuentra una tv y un play station.
- **Espacio de juegos:** aquí contamos con una mesa de ping pong, futbolito y play station.

Otras áreas

- **Sala de espera:** está área es para los clientes de los *coworkers*, donde tendrán que esperar.
- **Recepción:** en esta área se encuentra la secretaria de Alianza Coworking S. A., la cual recibirá a los clientes de los *coworkers* y a su vez anunciará su llegada.
- **Baños:** son 3, ya que están habilitados para mujeres, hombres y discapacitados.

Estas áreas descritas previamente serán utilizadas según el paquete que el coworker adquiera. Ver en **Anexo G** los paquetes de trabajo de Alianza Coworking.

Extras

El cliente podrá alquilar un día a la semana un espacio en el *coworking*, el valor de este es de \$50 USD, solo no puede hacer uso de la cocina, ya que está restringida para esta promoción, sin embargo, si puede utilizar el comedor para el lunch.

Alianza Coworking S. A. cuenta con una sala de conferencias y auditorio, los cuales se pondrán a disposición del público. Para el alquiler de estos espacios se deberá reservar con 3 días laborales de anticipación, este espacio será rentando en horarios donde los usuarios de *coworking* no los hayan reservado. Ver en **Anexo H** los paquetes diarios de Alianza Coworking.

Estrategia de Marketing

La profesora Victoria Muñoz (2001), asegura que la mercadotecnia de servicios considera 4 aspectos relevantes para la creación de la estrategia correcta de marketing, las cuales son:

Intangibilidad, es decir que al ser un servicio no se puede tocar, y que la decisión del cliente es más por lo que percibe, por lo que la calidad, que es lo que buscan, es subjetiva bajo las propias variables que las personas consideran.

La inseparabilidad del servicio, es la relación que existe entre el proveedor-cliente, es decir, al momento de hacer la adquisición del servicio, previo hubo un sujeto que proporcionó el servicio, por lo que se puede concluir que esta relación afecta directamente al resultado del servicio.

Otro de los aspectos más importante según Muñoz (2001), es la naturaleza perecedera del servicio, a esto se refiere a que un servicio no se puede poner en bodegas o guardar para utilizar en otro momento, lo cual es un problema dependiendo de la acogida del servicio, dada esta situación restaurantes u hoteles crean estrategias para fechas u horas picos y otras para las épocas bajas, haciendo que de esta manera haya un equilibrio entre la oferta y demanda.

Finalmente, Muñoz (2001) define que la variabilidad del servicio, depende de quién proporciona el servicio, así mismo de cómo y cuándo es dado el servicio,

para lo cual no es lo mismo si es brindada por una persona que sea atenta a otra que no tenga la predisposición de atender efectivamente.

Por lo previamente investigado, se considera realizar una estrategia de posicionamiento en base a los beneficios que presenta el espacio de coworking con el objetivo de llegar de posicionarnos en la mente del consumidor, que en este caso serían los agentes de comercio exterior, para lograr ello es importante destacar el incremento de su red de contactos al estar en un coworking, el ahorro en gastos de alquiler y pago de servicios básicos, se debe mantener la estandarización de los procesos del servicio, así mismo, cubrir las necesidades del cliente meta y alcanzar niveles de calidad alta aplicando la metodología de que el cliente se sienta a gusto de en el establecimiento, donde exista un buen manejo de conflictos y manteniendo la atención por igualitaria.

Adicional para posicionarnos en el mercado, como estrategia digital se utilizará las redes sociales, como Instagram y Facebook, debido a la gran captación que tienen este tipo de medios (Corea & Gómez, 2014).

De esta manera tendríamos un contacto más directo con el mercado meta, la gestión de contenido de la cuenta, será con el fin de mostrar los beneficios que tienen los usuarios de Alianza Coworking.

Propuesta de Valor

En la ciudad de Guayaquil, existen coworkings para todo tipo de empresas, debido a esto, las presentes investigadoras, analizaron un nicho de mercado potencial que debería ser desarrollado o explotado el cual no había sido contemplado por los otros coworkings, por lo que Alianza coworking tiene el objetivo de ser un espacio de trabajo donde se encuentren todo tipo de agentes de comercio exterior.

La puesta en marcha de la empresa Alianza Coworking, propone un espacio amplio de trabajo con todas las comodidades de una oficina, sin embargo, en Alianza Coworking predomina la innovación, creatividad, dinamismo y sobre todo promueve las alianzas estratégicas entre empresas.

Análisis 4Ps de Alianza Coworking

Las 4Ps del marketing mix es un análisis clave, con las cuales se logrará influenciar en la decisión del comprador o usuario (Perreault & McCarthy, 2002).

1. Producto o Servicio

En el caso del presente proyecto, se analizará el servicio de *coworking* que ofrece, el mismo que ya tiene por nombre Alianza Coworking, cuenta con un logo y su presencia de marca será visualmente llamativo para el espectador, por lo colores utilizados en su logo.

2. Precio

Alianza *coworking* cuenta con seis tipos de servicios, cada uno con distintos beneficios y precios, los que se establecieron para satisfacer las necesidades de los usuarios.

Para ser competitivos en el mercado se tomó en consideración los precios que tiene el mercado ecuatoriano en espacios de alquiler tipo *coworking* que son competencia indirecta de Alianza Coworking. Los *coworkings* que se analizarán son: Panal, Invernadero e Innovis, los mismos que tienen precios de planes básicos de alquiler entre \$100 y \$150.

3. Plaza

Para el establecimiento de un espacio de *coworking*, se consideró que el área donde se establecería sea activa y participativa del comercio exterior, para lo cual Guayaquil es la ciudad indicada para establecerla, la misma que se utiliza para hacer el estudio de mercado.

4. Promoción

Se realizará 3 tipos de promociones que llegarán de forma directa a los consumidores, siendo el objetivo principal atraer la mayor cantidad de agentes de comercio exterior que estén dispuestos a utilizar las instalaciones de Alianza Coworking, a través de las experiencias que se entrevistarán continuamente a los usuarios de la empresa, haciendo un marketing de experiencia a través de las redes sociales.

Análisis financiero

Para estudiar el presente trabajo de titulación, se realizará un análisis financiero, detallando la inversión que requiere el proyecto, la proyección de ventas y el costo de los servicios que tiene la empresa. El objetivo de este capítulo es comprobar la viabilidad de la creación de un *coworking* para comercio exterior.

Activos

Se detalla a continuación todos los activos que requiere la empresa para iniciar puesta en marcha, estos activos son para el equipamiento estratégico del *coworking*, los mismos que lograrán una buena utilización de recursos.

Tabla 6

Equipos de Oficina

Equipos de Oficina	Cant.	C. Unitario	C. Total
Refrigeradora Indurama Ri- 395 Cromada	1	\$ 506,00	\$ 506,00
Microondas Electrolux Con Grill 28 Litros	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Cafetera Electrica Oster	2	\$ 87,99	\$ 175,98
Smc Dispensador De Agua Con Nevera Incluido	2	\$ 50,00	\$ 100,00
TOTAL			\$ 931,98

Tabla 7

Muebles de Oficinas

Muebles de oficinas	Cant.	C. Unitario	C. Total
Sillas de escritorio XTECH 0,5X0,53X0,72	24	\$ 53,00	\$ 1.272,00
Sillas de conferencias	30	\$ 40,00	\$ 1.200,00
Modulos de escritorio 0,97X0,60X075	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00
Telefono Panasonic Kxts500	3	\$ 20,00	\$ 60,00
Mesa de Ping Pong	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Mesas de comedor 1,8X1,8X0,85	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Sillas de comedor	18	\$ 40,00	\$ 720,00
Sillas para meson	3	\$ 35,00	\$ 105,00
Muebles de espera	7	\$ 110,00	\$ 770,00
Casilleros	30	\$ 5,00	\$ 150,00
Futbolin de Madera Soccer Arcade	1	\$ 180,00	\$ 180,00
SUBTOTAL			\$ 6.507,00

Tabla 8

Equipos de Computación

Equipos de Computación	Cant.	C. Unitario	C. Total
Laptop Hp Core I3 Inte/500 Gb/4 Gb	3	\$ 512,99	\$ 1.538,97
Impresora y Scanne M477fdw Hp 28ppm Duplex	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
Proyector Epson Lcd S5 83	2	\$ 264,00	\$ 528,00
Router	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Televisor Sony Led 55 4k Smart Tv+ Antena Soporte	+2	\$ 850,00	\$ 1.700,00
Playstation 4 1thera + Tom Clancys Ghost Reco	1	\$ 430,00	\$ 430,00
SUBTOTAL			\$ 6.232,97

Tabla 9

Suministros de Oficina

Suministros de oficina	Cant.	C. Unitario	C. Total
Resaltadores bic	10	\$ 2,00	\$ 20,00
Cajas de plumas Roja/Negra/Azul	3	\$ 6,75	\$ 20,25
Grapadora	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Perforadora	3	\$ 3,50	\$ 10,50
Cajas de Clic mariposa	3	\$ 2,00	\$ 6,00
Cajas de Clic pequeños	5	\$ 1,50	\$ 7,50
Post it de colores	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Archivadores de oficio	3	\$ 6,00	\$ 18,00
Caja de lapiz bic	3	\$ 3,25	\$ 9,75
Resmas de papel Inacopia	12	\$ 4,00	\$ 48,00
Sobre Manila A4	100	\$ 0,20	\$ 20,00
SUBTOTAL			\$ 185,50

Tabla 11

Depreciación de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACION	DEP. MENSUAL
Equipos de Oficina	\$ 931,98	15	\$ 62,13	\$ 5,18
Muebles de oficinas	\$ 6.507,00	10	\$ 650,70	\$ 54,23
Equipos de Computación	\$ 6.232,97	3	\$ 2.077,66	\$ 173,14
TOTAL DEPRECIACION ANUAL			\$ 2.790,49	\$ 232,54

Tabla 12

Depreciación de Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	VIDA UTIL	AMORTIZACION	AMR. MENSUAL
Gastos de Constitución	de \$ 1.555,00	5	\$ 311,00	\$ 25,92
Gastos de Pre-Operación	\$ 1.650,00	5	\$ 330,00	\$ 27,50
TOTAL AMORTIZACION ANUAL			\$ 641,00	\$ 53,42

Existen algunos equipos que tiene vida útil de 3 años, para los cuales se realizará una reinversión en el cuarto año para el análisis del financiero.

Antes de realizar la compra de nuevos equipos, se venderá según el siguiente calculo, la venta se refleja con un porcentaje del 10% debido a la facilidad de vender en el mercado equipos de computación utilizados.

Así mismo se hará una reposición inmediata, que se refleja a partir del año cuatro, la cual se detalla a continuación:

Tabla 13

Reinversión de Equipos de Computación

ACTIVOS FIJOS	VALOR	VIDA UTIL	DEPRECIACION ANUAL	DEP. MENSUAL
Equipos de computación (2)	\$ 6.232,97	3	\$ 2.077,66	\$ 173,14
VENTA DEL 10%	\$ 623,30			
Nuevos Equipos de Computación	\$ 6.262,26	3	\$ 2.087,42	\$ 173,95

Valor de desecho

El Valor de Desecho es el valor residual o valor final de un activo después de su depreciación y amortización, es decir, al final de su vida útil.

Tabla 14

Valor de Desecho

Activos Fijos	Vida Útil	Valor de desecho
Equipos de Oficina	15	\$ 621,32
Muebles de oficinas	10	\$ 3.253,50
Equipos de Computación	3	\$ -
Equipos de computación (2)	3	\$ 2.087,42
Valor de desecho		\$ 5.962,24

Calendario de Reinversión

El calendario de reinversiones ha sido estructurado teniendo en cuenta fundamentalmente el monto de inversiones programado para el primer año, tomando en cuenta solo los activos fijos, tratando de lograr además un flujo balanceado de inversiones anuales para el período de 5 años.

Tabla 15

Calendario de Reinversión de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Equipos de Oficina	\$ 931,98				
Muebles de oficinas	\$ 6.507,00				
Equipos de Computación	\$ 6.232,97				
Equipos de computación (2)				\$ 6.262,26	

Sueldos y Salarios

Al ser una empresa de servicio, solo tiene personal administrativo, los sueldos se establecieron acorde a la última tabla del ministerio de trabajo del 2019 (El Comercio, 2019).

Tabla 16

Sueldos y Salarios

CARGO	CANTIDAD	SUELDO	SUELDO + BENEF
Gerente General	1	\$ 600,00	\$ 773,37
Gerente Financiero	1	\$ 600,00	\$ 773,37
Administrador	1	\$ 450,00	\$ 588,07
Mantenimiento	1	\$ 394,00	\$ 518,89
Seguridad	1	\$ 394,00	\$ 518,89
TOTAL MES	5	\$ 2.438,00	\$ 3.172,59

En el presente cuadro, se puede visualizar la nómina que se paga mensual y anualmente a quienes laboran en la empresa, así mismo los gastos en los que incurre la empresa para su administración, los gastos fueron incrementados gradualmente por la tasa de inflación antes mencionada.

Tabla 17

Gastos Administrativos

Gastos Administrativos	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos, salarios y demás beneficios	\$ 3.172,59	\$ 38.071,11	\$ 38.250,05	\$ 38.429,82	\$ 38.610,44	\$ 38.791,91
Arriendo de oficina	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 7.836,66	\$ 7.873,49	\$ 7.910,50	\$ 7.947,68
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.014,10	\$ 3.028,27	\$ 3.042,50	\$ 3.056,80
Suministros y materiales	\$ 185,50	\$ 2.226,00	\$ 2.236,46	\$ 2.246,97	\$ 2.257,53	\$ 2.268,14
Mantenimientos	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.808,46	\$ 1.816,96	\$ 1.825,50	\$ 1.834,08
TOTAL	\$ 4.408,09	\$ 52.897,11	\$ 53.145,73	\$ 53.395,51	\$ 53.646,47	\$ 53.898,61

Para la difusión de la empresa y su filosofía se realizará un plan de marketing para el cual se detalla el presupuesto mensual y anual a gastar para ello.

Se estimaron los gastos de folletería y volantes según Printex, por medio de una cotización personal. A lo cual tiene distintos tipos de volantes que se ajustan a lo que Alianza Coworking tiene predestinado gastar.

Para la fidelización, se tiene programado un calendario de actividades para los *coworkers*, el mismo que fue detallado previamente.

Para la activación de redes sociales, se consultó con la Facebook ads para cotizar como el plan de comunicación y medios, para ello en la red social se puede poner el valor en dólares que desea gastar (facebook, 2019).

Tabla 18

Gastos de Marketing

GASTOS DE MARKETING	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Folletería y Volantes	\$ 30,00	\$ 360,00	\$ 361,69	\$ 363,39	\$ 365,10	\$ 366,82
Fidelización	\$ 50,00	\$ 600,00	\$ 602,82	\$ 605,65	\$ 608,50	\$ 611,36
Redes Sociales-Publicidad en Línea	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.205,64	\$ 1.211,31	\$ 1.217,00	\$ 1.222,72
TOTAL	\$ 180,00	\$ 2.160,00	\$ 2.170,15	\$ 2.180,35	\$ 2.190,60	\$ 2.200,90

Capital de Trabajo

Para poner en marcha la empresa Alianza Coworking, se prevé dos meses para gastos del personal y gastos administrativos, valores que inicialmente saldrá de la inversión inicial, aunque en el flujo de caja se visualice que desde el primer mes se obtienen ganancias.

Tabla 19

Capital de Trabajo

DETALLES	MES 1	MES 2	TOTAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.308,09	\$ 4.308,09	\$ 8.616,19
Sueldos, salarios y demás beneficios	\$ 3.172,59	\$ 3.172,59	\$ 6.345,19
Arriendo de oficina	\$ 650,00	\$ 650,00	\$ 1.300,00
Agua, energía, luz y telecomunicaciones	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 500,00
Suministros y materiales	\$ 185,50	\$ 185,50	\$ 371,00
Mantenimientos	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 300,00
GASTOS DE MARKETING	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 360,00
Folletería y Volantes	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 100,00
Fidelización	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 60,00
Redes Sociales-Publicidad en Línea	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 200,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.588,09	\$ 4.588,09	\$ 9.176,19

Plan de Inversiones

Se realiza un plan de inversiones para hacer el cálculo de cuanto es la inversión que se necesita, así mismo se decide obtener el dinero por medio de accionistas y por financiamiento bancario.

Tabla 20

Plan de Inversiones

DESCRIPCIÓN	VALOR	% DE INV.
Equipos de Oficina	\$ 931,98	2,39%
Muebles de Oficina	\$ 6.507,00	16,66%
Suministros de Oficina	\$ 185,50	0,47%
Diseñador del Coworking	\$ 1.000,00	2,56%
Adecuacion de las instalaciones	\$ 3.500,00	8,96%
Operadores de materiales	\$ 394,00	1,01%
Equipos de Computacion	\$ 6.232,97	16%
Reposicion de Equipos de Computación	\$ 6.262,26	16%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 25.013,71	64%
Gastos de Constitución	\$ 1.555,00	3,98%
Gastos Preoperacionales	\$ 1.650,00	4,22%
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 3.205,00	8%
Capital de Trabajo	\$ 8.976,19	23%
Imprevistos (5%)	\$ 1.859,75	5%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 10.835,93	28%
INVERSION INICIAL DEL PROYETO	\$ 39.054,65	100%

Repartición de Acciones

La repartición será igualitaria, para las fundadoras de Alianza Coworking.

Tabla 21

Propiedad Accionaria

ACCIONISTAS	APORTACIÓN	%
Mayra Freire	\$ 9.000,00	50%
Anaid Chica	\$ 9.000,00	50%
TOTAL APORTACIONES	\$ 18.000,00	100%

Tabla 22

Fuentes de Inversión

FUENTE	VALOR	%
CAPITAL PROPIO	\$ 18.000,00	46%
PRESTAMO BANCARIO	\$ 21.054,65	54%
TOTAL INVERSIÓN	\$ 39.054,65	100%

Finalmente queda la financiación de la empresa será por capital propio en un 46% y un prestamos bancario redondeado de \$22.000, porque es la cifra que se puede realizar el préstamo para cubrir lo que se requiere para crear la empresa, siendo el 54% de la inversión.

Financiamiento

El presente proyecto, realizó el análisis financiero a través del Banco Pacifico, pues según lo conversado personalmente con un asesor de crédito, el banco ofrece préstamos con ingresos menores de 100.000 anual, por una tasa de 16%.

Tabla 23

Financiamiento

FINANCIAMIENTO					
Crédito	\$ 22.000,00	tasa de interés	16,00%	anual	1,33%
Capital	\$ 18.000,00	nper	4	años	48
Total	\$ 40.000,00				

Tabla 24

Amortización

Años	Pago	Interés	Amortización	Saldo
0				\$22.000,00
1	\$ 7.862,25	\$ 3.520,00	\$ 4.342,25	\$17.657,75
2	\$ 7.862,25	\$ 2.825,24	\$ 5.037,01	\$12.620,74
3	\$ 7.862,25	\$ 2.019,32	\$ 5.842,93	\$ 6.777,80
4	\$ 7.862,25	\$ 1.084,45	\$ 6.777,80	\$ -
	\$ 31.449,01	\$ 9.449,01	\$ 22.000,00	

Costos

La empresa Alianza Coworking, presenta a disposición de agentes de comercio exterior siete servicios que se ajuste a las distintas necesidades y liquidez de estos.

Para lo cual se hizo un prorrateo de los costos en los que incurriría el alquiler, así mismo la capacidad que tiene cada paquete para su venta. Ver Costos de cada paquete en **Anexo I**.

Tabla 25

Costos de los Planes

	Cant. de Espacios	Porcentaje de Utilización	Costo en dólares de luz	Costo en dólares de agua	Cantidad de Copias	Costo en dólares de copias	Total de costo	Costo por espacio
Estándar	6	10%	\$ 15,00	\$ 16,67	80,00	\$ 4,00	\$ 35,67	\$ 5,94
Platinum	7	20%	\$ 30,00	\$ 16,67	120,00	\$ 6,00	\$ 52,67	\$ 7,52
Golden	7	25%	\$ 37,50	\$ 16,67	150,00	\$ 7,50	\$ 61,67	\$ 8,81
Relámpago	6	10%	\$ 15,00	\$ 16,67	30,00	\$ 1,50	\$ 33,17	\$ 5,53
Conferencias	7	20%	\$ 30,00	\$ 16,67	60,00	\$ 3,00	\$ 49,67	\$ 7,10
Auditorio	10	15%	\$ 22,50	\$ 16,67	60,00	\$ 3,00	\$ 42,17	\$ 4,22
		100%	\$150,00	\$100,00	500,00	\$ 25,00		

Para determinar en qué porcentaje se incrementarán los costos de los servicios que se ofrecen, se utilizó la inflación al cierre de enero 2019 como indicador, la cual, según datos del INEC, es de 0,47% (El Telégrafo, 2019).

Tabla 26

Proyección de Costo Unitario

DESCRIPCION	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO UNITARIO ESTANDAR	\$ 5,95	\$ 71,34	\$ 71,68	\$ 72,01	\$ 72,35	\$ 72,69
COSTO UNITARIO PLATINIUM	\$ 7,52	\$ 90,29	\$ 90,72	\$ 91,14	\$ 91,57	\$ 92,00
COSTO UNITARIO GOLDEN	\$ 8,81	\$ 105,72	\$ 106,22	\$ 106,72	\$ 107,22	\$ 107,72
COSTO RELAMPAGO	\$ 5,53	\$ 66,34	\$ 71,68	\$ 72,01	\$ 72,35	\$ 72,69
COSTO SALAS CONFERENCIAS	\$ 7,10	\$ 85,15	\$ 90,72	\$ 91,14	\$ 91,57	\$ 92,00
COSTO AUDITORIOS	\$ 4,22	\$ 50,60	\$ 50,60	\$ 50,60	\$ 50,60	\$ 50,60
TOTAL	\$ 39,12	\$ 469,44	\$ 471,65	\$ 473,87	\$ 476,09	\$ 478,33

Evolución del precio

En la siguiente tabla se muestra una proyección de precios a cinco años, la cual se incrementa en base a la inflación que tiene el INEC al mes de enero 2019.

Tabla 27

Proyección de Precios

DESCRIPCION	MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio Estándar	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 160,75	\$161,51	\$ 162,27	\$ 163,03
Precio Platinum	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,99	\$211,98	\$ 212,97	\$ 213,98
Precio Golden	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 261,22	\$262,45	\$ 263,68	\$ 264,92
Precio Relámpago	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,38	\$ 80,75	\$ 81,13	\$ 81,51
Precio Conferencia	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,42	\$ 90,85	\$ 91,27	\$ 91,70
Precio Autorio	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,56	\$121,13	\$ 121,70	\$ 122,27

Proyección de Ventas Mensual y Anual

La proyección de ventas se la realizó por la capacidad que tiene Alianza Coworking en sus dos plantas, adicional para el presente trabajo no existe un base de datos oficial por parte de los entes reguladores que muestre cuantos espacios de alquiler existen en el mercado, así mismo tampoco existe un censo de cuantos usuarios de *coworking* existen en la ciudad de Guayaquil. Debido a esta limitante se decidió empezar a crear una base en los tres primeros meses de previsión para crear demandas de medias móviles.

Tabla 28

Proyección de Ventas en USD Dólares

PROYECCION DE VENTAS EN USD DOLARES

DESCRIPCION	PRECIO MENSUAL	ESPACIOS DE ALQUILER	TOTAL
Paquete Estandar	\$ 160,00	6	\$ 960,00
Paquete Platinum	\$ 210,00	7	\$ 1.470,00
Paquete Golden	\$ 260,00	7	\$ 1.820,00
Paquete Relampago	\$ 90,00	6	\$ 540,00
Conferencia	\$ 90,00	7	\$ 630,00
Auditorio	\$ 120,00	10	\$ 1.200,00
TOTAL MENSUAL			\$ 6.620,00

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 79.440,00	\$ 79.813,37	\$ 80.188,49	\$ 80.565,38	\$ 80.944,03

Tabla 29

Flujo de Caja Anual

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos anuales		\$ 79.440,00	\$ 79.813,37	\$ 80.188,49	\$ 80.565,38	\$ 80.944,03
Costo de Alquiler		\$ 469,44	\$ 471,65	\$ 473,87	\$ 476,09	\$ 478,33
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 52.897,11	\$ 53.145,73	\$ 53.395,51	\$ 53.646,47	\$ 53.898,61
GASTOS DE VENTAS		\$ 2.160,00	\$ 2.170,15	\$ 2.180,35	\$ 2.190,60	\$ 2.200,90
GASTOS FINANCIEROS		\$ 6.951,49	\$ 6.256,73	\$ 5.450,81	\$ 4.525,70	\$ 3.441,25
Flujo Antes de Participación Trabajadores		\$ 16.961,96	\$ 17.769,11	\$ 18.687,95	\$ 19.726,51	\$ 20.924,94
(-) Participación de Trabajadores (15%)		\$ 2.544,29	\$ 2.665,37	\$ 2.803,19	\$ 2.958,98	\$ 3.138,74
Flujo Antes de Impuestos		\$ 14.417,66	\$ 15.103,74	\$ 15.884,76	\$ 16.767,53	\$ 17.786,20
(-) Impuesto a la Renta (0%)						
UTILIDAD NETA		\$ 14.417,66	\$ 15.103,74	\$ 15.884,76	\$ 16.767,53	\$ 17.786,20
(+) Depreciaciones:		\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.800,25	\$ 2.800,25
(+) Amortizaciones		\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00
(-) Pago Capital Préstamo		\$ -4.342,25	\$ -5.037,01	\$ -5.842,93	\$ -6.777,80	\$ -
Valor de desecho						\$ 5.962,24
Inversiones:	\$ 39.264,65					
Reposición de Equipos de Computo				\$ -6.262,26		
Activos Corrientes o Capital de Trabajo	\$ 11.045,93					
Activos Fijos	\$ 25.013,71					
Activos Diferidos	\$ 3.205,00					
Flujo de Caja Neto	\$ 39.264,65	\$ 13.506,90	\$ 13.498,22	\$ 7.211,05	\$ 13.430,98	\$ 27.189,70

En presente flujo de caja, se puede visualizar que durante los cinco años que se está proyectando el flujo de caja, no se paga el impuesto a la renta debido a la ley vigente del COPCI, que menciona que para emprendimientos que beneficien sectores no explotados en el país, como el de servicio, en este caso Alianza Coworking, existe un no pago de impuestos por cinco años (Lexis Finder, 2018).

Tabla 30

Estado de Perdida y Ganancias

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 79.440,00	\$ 79.813,37	\$ 80.188,49	\$ 80.565,38	\$ 80.944,03
(-) Costos Directos	\$ 469,44	\$ 471,65	\$ 473,87	\$ 476,09	\$ 478,33
(=) Utilidad Bruta	\$ 78.970,56	\$ 79.341,72	\$ 79.714,62	\$ 80.089,28	\$ 80.465,70
(-) Gastos de Depreciación	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.800,25	\$ 2.800,25
(-) Gastos Personal Administrativo	\$ 38.071,11	\$ 38.250,05	\$ 38.429,82	\$ 38.610,44	\$ 38.791,91
(-) Gastos de Servicios Básicos	\$ 3.000,00	\$ 3.014,10	\$ 3.028,27	\$ 3.042,50	\$ 3.056,80
(-) Gastos de Arriendo	\$ 7.800,00	\$ 7.836,66	\$ 7.873,49	\$ 7.910,50	\$ 7.947,68
(-) Mantenimiento	\$ 1.800,00	\$ 1.808,46	\$ 1.816,96	\$ 1.825,50	\$ 1.834,08
(-) Gastos de venta	\$ 2.160,00	\$ 2.170,15	\$ 2.180,35	\$ 2.190,60	\$ 2.200,90
(=) UAIP	\$ 31.148,96	\$ 33.116,93	\$ 33.285,70	\$ 33.445,49	\$ 33.615,84
(-) Intereses	\$ 3.520,00	\$ 2.825,24	\$ 2.019,32	\$ 1.084,45	\$ -
(=) UAI	\$ 27.628,96	\$ 30.291,69	\$ 31.266,38	\$ 32.361,04	\$ 33.615,84
(-) 15% Participación de Trabajadores	\$ 4.144,34	\$ 4.543,75	\$ 4.689,96	\$ 4.854,16	\$ 5.042,38
(=) UAI	\$ 23.484,61	\$ 25.747,94	\$ 26.576,42	\$ 27.506,88	\$ 28.573,47
(-) 0% Impuesto a la Renta	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Utilidad Neta	\$ 23.484,61	\$ 25.747,94	\$ 26.576,42	\$ 27.506,88	\$ 28.573,47
Utilidad acumulada	\$ 23.484,61	\$ 49.232,55	\$ 75.808,97	\$ 103.315,85	\$ 131.889,32

Índices Financieros

Razón Circulante

Para una empresa es importante saber por medio de este indicador, la capacidad que tiene la empresa para cubrir sus deudas en el corto plazo. Por lo tanto, en los cálculos realizados, se ve que desde el primer año hay capacidad de pago (Ulloa & Espinoza, 2012).

Tabla 31

Razón Corriente

Razón corriente				
Fórmula: Activo Corriente / Pasivo Corriente				
	2020	2021	2022	
Activos Corrientes	\$ 13.506,90	\$ 13.498,22	\$	7.211,05
Pasivos Corrientes	\$ 5.929,01	\$ 3.103,77	\$	1.084,45
Resultado	2,42	4,63		6,65

ROE

El indicador significa la rentabilidad patrimonial que tiene la empresa desde la inversión de los accionistas para generar utilidades (Ulloa & Espinoza, 2012).

Tabla 32

ROE

ROE					
Fórmula: Utilidad Neta / Patrimonio					
	2020	2021	2022	2023	2024
Utilidad					
neta	\$ 23.484,61	\$ 25.747,94	\$ 26.576,42	\$ 27.506,88	\$ 28.573,47
Patrimonio	\$ 46.969,22	\$ 51.495,87	\$ 53.152,84	\$ 55.013,77	\$ 57.146,93
ROE	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%

ROA

Este indicador determina cuan rentables son los activos que tiene la empresa. Para lo cual se puede analizar que tiene índices altos de rendimiento.

Tabla 33

ROA

ROA					
Fórmula: Utilidad Operativa / Activos					
	2020	2021	2022	2023	2024
Utilidad					
operativa	\$ 27.628,96	\$ 30.291,69	\$ 31.266,38	\$ 32.361,04	\$ 33.615,84
Activos	\$ 70.144,19	\$ 62.576,21	\$ 53.523,12	\$ 45.506,89	\$ 52.535,71
ROA	39,39%	48,41%	58,42%	71,11%	63,99%

Análisis TIR

La tasa interna de retorno es el indicador que se refleja del flujo de caja anual de los cinco años que se han proyectado, para ver qué tan atractivo es el proyecto, el porcentaje es de 23,04% lo cual es bastante atractivo para invertir en Alianza Coworking (Carrasco & Domínguez, 2011).

Análisis TMAR y VAN

Este análisis se calcula con las variables de riesgo país, inflación y tasa pasiva del banco donde se realizó el financiamiento. Ver el riesgo país en el **Anexo J** y la tasa pasiva en **Anexo K**.

Tabla 34

TMAR

FUENTE	INVERSION	PESO	TASA	PONDERACION
CAPITAL PROPIO	\$ 18.000,00	45,84%	12,62%	5,79%
PRESTAMO	\$ 21.054,65	54,16%	13,60%	7,37%
TMAR				13,15%

Lo cual da como resultado un TMAR mixta es de 13,15% lo cual significaría que, para el inversionista, según las variables analizadas la empresa tiene que rendir mínimo 13,20%.

El cálculo de la VAN, es mayor a 0 lo cual determina que el proyecto es factible.

Tabla 35

TMAR, TIR y VAN

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA NETO		\$ 13.506,90	\$ 13.498,22	\$ 7.211,05	\$ 13.430,98	\$ 27.189,70
INVERSION FIJA	\$ 25.013,71					
INVERSION DIFERIDA	\$ 3.205,00					
INVERSION CORRIENTE	\$ 11.045,93					
RESULTADO	\$ -39.264,65	\$ 13.506,90	\$ 13.498,22	\$ 7.211,05	\$ 13.430,98	\$ 27.189,70
PAYBACK	\$ -39.054,65	\$ -25.757,75	\$ -12.259,53	\$ -5.048,48	\$ 8.382,51	\$ 35.572,20

TMAR	13,15%	\$ 11.046,15
TIR	23,04%	
VAN	\$11.046,15	

Análisis de sensibilidad

Se realiza el presente análisis de sensibilidad con el objetivo de tomar decisiones sobre el incremento o disminución de los precios de cada uno de los planes de alquiler propuestos en el presente trabajo, el análisis indicará su afectación en el flujo de caja por ende en el porcentaje TIR, es decir, se va a analizar qué tan sensible es la tasa interna de retorno con relación a los precios.

Tabla 36

Análisis de Sensibilidad

Estándar	TIR	23,04%	\$ 80,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 160,00	\$ 180,00	\$ 200,00
	Costo	\$ 5,95	7,34%	11,38%	15,33%	19,22%	23,04%	26,81%	30,52%
Platinum	TIR	23,04%	\$130,00	\$ 150,00	\$ 170,00	\$ 190,00	\$ 210,00	\$ 230,00	\$ 250,00
	Costo	\$ 7,52	4,59%	9,37%	14,02%	18,58%	23,04%	27,43%	31,75%
Golden	TIR	23,04%	\$180,00	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 240,00	\$ 260,00	\$ 280,00	\$ 300,00
	Costo	\$ 8,81	4,59%	9,37%	14,02%	18,58%	23,04%	27,43%	31,75%
Relámpago	TIR	23,04%	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 50,00	\$ 70,00	\$ 90,00	\$ 110,00	\$ 130,00
	Costo	\$ 5,53	7,34%	11,38%	15,33%	19,22%	23,04%	26,81%	30,52%
Conferencia	TIR	23,04%	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 50,00	\$ 70,00	\$ 90,00	\$ 110,00	\$ 130,00
	Costo	\$ 7,10	4,59%	9,37%	14,02%	18,58%	23,04%	27,43%	31,75%
Auditorio	TIR	23,04%	\$ 40,00	\$ 60,00	\$ 80,00	\$ 100,00	\$ 120,00	\$ 140,00	\$ 160,00
	Costo	\$ 4,22	-3,93%	3,20%	10,04%	16,64%	23,04%	29,29%	35,40%

Como se puede observar en la tabla anterior, los precios fueron aumentados cada uno en \$20, tomando en consideración el precio establecido y su sensibilidad en el aumento o disminución, siempre fijando el costo.

Por ello se puede determinar que en ningún plan de alquiler se puede disminuir el precio establecido pues supondría pérdida de rentabilidad del proyecto.

Escenarios

Para el análisis financiero del proyecto de factibilidad de Alianza Coworking, se realiza escenarios para ver como varia el flujo de caja y la TIR.

Escenario Negativo

Como primer escenario se realiza bajo la situación de que no se complete las ventas esperadas, alcanzando solamente el 67% de las ventas proyectadas, el flujo de caja tendría ganancias en el año 5 de \$6,195. 60, y una TIR de -60,03%, es decir que no es atractivo para el inversionista.

Tabla 37

Escenario de Paquetes

DESCRIPCION	PRECIO MENSUAL	ESPACIOS DE ALQUILER	TOTAL
Paquete Estandar	\$ 160,00	4	\$ 640,00
Paquete Platinum	\$ 210,00	4	\$ 840,00
Paquete Golden	\$ 260,00	6	\$ 1.560,00
Paquete Relampago	\$ 90,00	4	\$ 360,00
Conferencia	\$ 90,00	4	\$ 360,00
Auditorio	\$ 120,00	7	\$ 840,00
TOTAL MENSUAL			\$ 4.600,00

Tabla 38

Escenario Negativo

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos anuales		\$55.200,00	\$55.459,44			\$56.245,10
Costo de Alquiler		\$ 469,44	\$ 471,65	\$ 473,87	\$ 476,09	\$ 478,33
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$52.897,11	\$53.145,73	\$53.395,51	\$ 53.646,47	\$53.898,61
GASTOS DE VENTAS		\$ 2.160,00	\$ 2.170,15	\$ 2.180,35	\$ 2.190,60	\$ 2.200,90
Depreciación activos Fijos		\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.800,25	\$ 2.800,25
GASTOS FINANCIEROS		\$ 6.951,49	\$ 6.256,73	\$ 5.450,81	\$ 4.525,70	\$ 3.441,25
Flujo Antes de Participación Trabajadores		\$-7.278,04	\$-6.584,82	\$ -5.780,44	\$ -4.856,88	\$ 3.773,99
UTILIDAD NETA		\$-6.186,34	\$ -5.597,10	\$ -4.913,37	\$ -4.128,35	\$-3.207,89
(+) Depreciaciones:		\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.800,25	\$ 2.800,25
(+) Amortizaciones		\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00
(-) Pago Capital Préstamo		\$-4.342,25	\$-5.037,01	\$ -5.842,93	\$ -6.777,80	\$ -
Valor de desecho						\$ 5.962,24
Reposición de Equipos de Computación				\$ -6.262,26		
Flujo de Caja Neto	\$ 39.264,65	\$-7.097,10	\$-7.202,62	\$-13.587,08	\$ -7.464,90	\$ 6.195,60

Tabla 39

Resumen de Escenario Negativo

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA NETO		\$ (7.097,10)	\$ (7.202,62)	\$ (13.587,08)	\$ (7.464,90)	\$ 6.195,60
INVERSION FIJA	\$ 25.013,71					
INVERSION DIFERIDA	\$ 3.205,00					
INVERSION CORRIENTE	\$ 11.045,93					
RESULTADO	\$ -39.264,65	\$ -7.097,10	\$ -7.202,62	\$ -13.587,08	\$ -7.464,90	\$ 6.195,60
PAYBACK	\$ -39.264,65	\$ -46.361,75	\$ -53.564,37	\$ -67.151,45	\$ -74.616,35	\$ -68.420,75

TMAR	13,15%
TIR	-60,03%
VAN	(\$61.755,16)

(\$ 61.755,16)

Escenario Positivo

Para este escenario, es importante recalcar, que la capacidad del establecimiento no da para más *coworkers*, según especificaciones detalladas por las medidas del diseño de coworking.

Sin embargo, las ventas se pueden incrementar debido al alquiler de conferencias y auditorias en un aumento en ventas del 100% por paquete.

Lo cual significaría en el flujo de caja, saldos positivos desde el primer mes y un TIR de 76,69%, siendo bastante atractivo a los inversionistas.

Tabla 40

Escenario de Paquete

DESCRIPCION	PRECIO MENSUAL	ESPACIOS DE ALQUILER	TOTAL
Paquete Estándar	\$ 160,00	6	\$ 960,00
Paquete Platinum	\$ 210,00	7	\$ 1.470,00
Paquete Golden	\$ 260,00	7	\$ 1.820,00
Paquete Relámpago	\$ 90,00	6	\$ 540,00
Conferencia	\$ 90,00	14	\$ 1.260,00
Auditorio	\$ 120,00	20	\$ 2.400,00
TOTAL MENSUAL			\$ 8.450,00

Tabla 41

Escenario Positivo

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos anuales	\$101.400,00	\$101.876,58	\$102.355,40	\$102.836,47	\$103.319,80	
Costo de Alquiler	\$ 469,44	\$ 471,65	\$ 473,87	\$ 476,09	\$ 478,33	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 52.897,11	\$ 53.145,73	\$ 53.395,51	\$ 53.646,47	\$ 53.898,61	
GASTOS DE VENTAS	\$ 2.160,00	\$ 2.170,15	\$ 2.180,35	\$ 2.190,60	\$ 2.200,90	
Depreciación activos Fijos	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.800,25	\$ 2.800,25	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 6.951,49	\$ 6.256,73	\$ 5.450,81	\$ 4.525,70	\$ 3.441,25	
Flujo Antes de Participación Trabajadores	\$ 38.921,96	\$ 39.832,32	\$ 40.854,86	\$ 41.997,60	\$ 43.300,71	
(-) Participación de Trabajadores (15%)	\$ 5.838,29	\$ 5.974,85	\$ 6.128,23	\$ 6.299,64	\$ 6.495,11	
Flujo Antes de Impuestos	\$ 33.083,66	\$ 33.857,47	\$ 34.726,63	\$ 35.697,96	\$ 36.805,60	
(-) Impuesto a la Renta (0%)						
UTILIDAD NETA	\$ 33.083,66	\$ 33.857,47	\$ 34.726,63	\$ 35.697,96	\$ 36.805,60	
(+) Depreciaciones:	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.790,49	\$ 2.800,25	\$ 2.800,25	
(+) Amortizaciones	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	\$ 641,00	
(-) Pago Capital Préstamo	\$ -4.342,25	\$ -5.037,01	\$ -5.842,93	\$ -6.777,80	\$ -	
Valor de desecho					\$ 5.962,24	
Flujo de Caja Neto	\$ 39.264,65	\$ 32.172,90	\$ 32.251,95	\$ 26.052,92	\$ 32.361,41	\$ 46.209,10

Tabla 42

Resumen de Escenario Positivo

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJOS DE CAJA NETO		\$ 32.172,90	\$ 32.251,95	\$ 26.052,92	\$ 32.361,41	\$ 46.209,10
INVERSION FIJA	\$ 25.013,71					
INVERSION DIFERIDA	\$ 3.205,00					
INVERSION CORRIENTE	\$ 11.045,93					
RESULTADO	\$ -39.264,65	\$ 32.172,90	\$ 32.251,95	\$ 26.052,92	\$ 32.361,41	\$ 46.209,10
PAYBACK	\$ -39.264,65	\$ -7.091,75	\$ 25.160,20	\$ 51.213,13	\$ 83.574,54	\$ 129.783,64

TMAR	13,15%
TIR	76,69%
VAN	\$76.999,82

\$ 76.999,82

Presupuesto de Marketing

Como se describió anteriormente el marketing de posicionamiento se hará para atraer clientes potenciales de comercio exterior, a lo cual se ha destinado un presupuesto de \$180 USD mensuales para la publicidad de Alianza Coworking, se detalla a continuación los canales de publicidad que se utilizarán.

Tabla 43

Presupuesto de Marketing

Tipo de Publicidad	Valor Mensual
<i>Redes Sociales</i>	\$100
<i>Folletos</i>	\$50
<i>Estrategia de Fidelización</i>	\$30

Redes Sociales

Alianza Coworking abrirá perfiles en Facebook e Instagram para crear contenido de impacto para que la empresa cree una presencia e imagen de valor en el mercado meta. Para ello se necesita demostrar que los beneficios que genera el *coworking* son reales, se hará mediante imágenes, frases y videos de usuarios que cuenten la experiencia de trabajar en un espacio abierto y ser parte de la comunidad de Alianza Coworking (Alarcón, 2017).

Folletos

Se realizarán trípticos que detalle los planes de alquiler que ofrece la empresa, con demás información relevante, los cuales se repartirán en cámaras de comercio, agencias de aduanas y demás lugares que lleguen al mercado meta. Así mismo se ubicarán en la recepción para personas que deseen información.

Estrategia de Fidelización

Como estrategia de fidelización del cliente, se implementará un cronograma de actividades mensuales, que integren a la comunidad promoviendo la filosofía de Alianza Coworking.

Tabla 44

Calendario de Actividades de Alianza Coworking S. A.

Meses	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Actividades	Día de Reyes, entrega de porciones de roscas de reyes, y un chocolate caliente. Celebración de los cumpleaños de Enero.	Día de San Valentín, entrega de un detalle de parte de Alianza Coworking. Celebración de los cumpleaños de Febrero.	Día de la mujer. Entrega de rosas a las mujeres del establecimiento. Celebración de los cumpleaños de Marzo.	Se elegirá una temática del momento para realizar una reunión por los cumpleaños de Abril.	Celebración día de las madres a las mamis del establecimiento y celebramos a los cumpleaños de Mayo.	Tiempo de recordar que tenemos un niño dentro, se realizará entrega de algún artículo que recuerde a todos su infancia y se celebra a los cumpleaños de Junio.
Presupuesto	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00
Meses	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
	Día temático para celebrar los cumpleaños del mes.	Día del primer grito de independencia, entrega de cupcakes wars y celebración a los cumpleaños de este mes.	Día temático por usar la playera de su serie o película favorita, y celebración de cumpleaños de los <i>coworkers</i> de este mes.	Día de disfraces. Elección del mejor disfraz y celebración a los cumpleaños.	Día temático para celebrar a los cumpleaños de este mes.	cena de fin de año con todos los miembros y celebración a los cumpleaños.
Presupuesto	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00	\$30.00

Distribución Arquitectónica de la Empresa

Diseño de Alianza Coworking

Ergonomía Laboral

En Europa en 1973, fue el inicio de la definición del término ergonomía, pues ahí empieza el interés, estudio y análisis sobre los problemas laborales bajo los que se enfrena el ser humano (Leirós, 2009).

En la historia se puede destacar la insalubridad e inseguridad bajo la que trabajaban las personas, por lo que con el pasar del tiempo, se crearon leyes que los respalden haciendo que mejoren las condiciones de vida de estos, así mismo la ergonomía ha ido avanzando, logrando solventar problemas que se han ido presentando.

Singleton (citado por Laurig & Vedder, 2001) define la ergonomía como el estudio que mide al empleado en el trabajo, desde una perspectiva global del trabajo, es decir que no solo mide el cumplimiento de objetivos, sino los entornos bajo los que están expuestos.

Singleton (citado por Laurig & Vedder, 2001) expone que, los trabajadores llegan a tener problemas tanto fisiológicos como psicológicos por el trabajo bajo presión, fatiga, estrés y más; por lo que el objetivo de la ergonomía es lograr un ambiente de trabajo propicio para la carga laboral que manejan, obtener eficiencia en las tareas que realizan y garantizar resultados positivos.

El objetivo de la ergonomía es planificar, diseñar y optimizar los espacios, recursos y entornos que tiene la empresa, logrando que sean acordes a las necesidades de los diferentes tipos de personas, es decir un enfoque global que integre las distintas actividades humanas (Obregón, 2016).

Psicología del color

El color parte de la visualización que tiene el ser humano ante todo aquello que es observable, por ello cabe iniciar, que la visión es el sentido más importante y más influyente en el ser humano, pues proporciona el 80% de información que se genera a nuestro alrededor, creando sensaciones a través de ella. El color está presente en todas las cosas, que no lo podemos evitar por lo tanto afecta

emocionalmente, lo cual genera cualidades que provocan atracción o rechazo (Gómez, Jurado, Castañeda, Londoño, & Rendón, 2006).

Los colores son subjetivos, ya que dependen de la percepción individualista y sensorial de cada ser humano, sin embargo, la psicología los clasifica en función de las respuestas que desarrollan, partiendo de las respuestas activas, pasivas, estimulantes y sedantes (Chavarría, 1980).

Diseño biofílico

Se considera a la biofílica como el vínculo que tienen las personas con el medio ambiente, es por esto que ciertos fenómenos naturales llaman la atención, debido a esto, dependiendo de lo que se esté visualizando, el sistema cognitivo reacciona de forma diferente, por ejemplo, si una persona se encuentra un área llena de vegetación, tiende a sentir mayor deseo de dibujar, pues el verde de las plantas mejora la creatividad (Browning, Ryan, & Clancy, 2015).

El diseño biofílico está compuesta por tres variables principales, los patrones representativos de la naturaleza, materiales naturales y una organización de los elementos, cumpliendo así, con el valor agregado que toda empresa requiere.

Para oficinas se necesita crear un diseño biofílico estratégico que ayude a reducir el estrés al personal por la carga laboral que tienen, el uso excesivo podría causar una negativa en la productividad, por lo que se realizará de forma integradora los elementos naturales en la empresa.

En Alianza Coworking, se ha utilizado el diseño biofílico como inspiración para su diseño, pues el uso de madera y plantas, es prioridad en el establecimiento debido a la investigación previamente realizada, logrado así un diseño armónico para mejorar el ambiente de trabajo. El diseño de Alianza Coworking tiene varias áreas de trabajo las cuales se pueden observar en **Anexo L**, donde se puede observar las áreas en 3D.

Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

1. Las bases teóricas que se hacen referencia al tema de estudio abarca 3 áreas principales, siendo el primero donde Goncalves contempla las dimensiones del clima organizacional, donde se confirma la afectación de los trabajadores en un clima organizacional desde el clima individual y hace bastante énfasis en la percepción que transmite, como segunda teoría tenemos las necesidades humanas donde se toma en cuenta los siete niveles de necesidades básicas y recalca la intensión de integrarse a un grupo de personas, finalmente el diseño de oficinas abiertas donde Pile argumenta que los empleados necesitan estar cerca para realizar sus trabajos para una mejor relación de comunicación.

2. Para la determinación de preferencias de los agentes de comercio exterior al momento de alquilar un espacio de trabajo se concluyó que el 36.20% de los encuestados que representan 139 agentes de comercio exterior, prefieren costos bajos.

3. Los precios fueron definidos por medio de las encuestas realizadas a los agentes de comercio exterior, en las cuales el 86.72% dijeron que estarían dispuestos a pagar entre \$100 a \$200, mientras que el restante de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$80 y \$90, por lo cual se realizó varios paquetes, según la necesidad del coworker.

4. Por medio del análisis TIR, se determina que el proyecto es rentable ya que cuenta con una tasa interna de retorno de 23,04%, en comparación con la Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) la cual es de 13,15%, es decir que el TIR es mayor a la TMAR, haciendo factible el proyecto. Esto se debe en gran parte a que los costos de los planes de alquiler son bajos y no se incurren en muchos gastos, además una exención de pago a impuesto a la renta durante los primeros 5 años.

5. Por medio de las entrevistas y encuestas se puede decir que, si se crean redes de trabajo en este tipo de ambiente laboral, se logra ser eficientes y productivos por alcanzar nuevas negociaciones. En las encuestas el 97.62% de los usuarios de coworking dijeron que si han logrado crear nuevas redes de trabajo.

6. Los parámetros principales que influyen en la selección de un espacio con modalidad de alquiler bajo el modelo de trabajo coworking según los usuarios de coworking quienes representan un 253 de las personas encuestadas, respondieron que los parámetros son: red de contactos con un 30.65%, reducción de costos con 26.19% y la seguridad con un 18.45%.

7. Se determinó por medio de un análisis técnico factores que están involucrados para el funcionamiento, operatividad y administración del mismo, los cuales son: primero, tamaño óptimo del proyecto, en el que se consideró la capacidad bajo el diseño arquitectónico elaborado por el Arq. Bladimir Palacios dando como resultado una capacidad apta para 79 personas; segundo, localización óptima del proyecto, la que fue seleccionada en el centro de la ciudad, debido a la zona en la que se encuentra ya que tiene un amplio movimiento comercio, cercanía con las zonas bancarias y a su vez los arriendos son bajos, logrando reducir costos; tercero, organización humana óptima para el proyecto, se determinó el número de capital humano necesario para el presente proyecto, dando como resultado la participación de un gerente general, gerente financiero, administrador, mantenimiento y seguridad.

En la presente investigación se determinó a través de técnicas de encuestas y entrevistas a agentes de comercio exterior y a usuarios de coworking, llamados coworkers que es factible en el caso de estudio de desarrollo de la creación de un ambiente coworking para el comercio exterior en la ciudad de Guayaquil, ya que casi el 80% de los encuestados indicó un alto interés en relacionarse con otros profesionales de comercio exterior y más del 70% respondió que sí está dispuesto a trabajar bajo el modelo de trabajo coworking.

Recomendaciones

Los avances tecnológicos producen cambios en las formas de llevar a cabo los diversos procesos en que se desenvuelven la mayoría de los sectores comercial, industrial, financiero entre otros, en un nivel nacional e internacional.

Desde una perspectiva de la profundización de un análisis en el comercio exterior, donde la distribución de mercancías, medios de transporte, disposiciones de Gobierno, se hace necesario aplicar diversas técnicas de

factibilidad en la implementación de nuevos modelos de trabajo, lo que repercute en algunos casos en el ambiente laboral.

Por la alta demanda de agentes de comercio exterior, se recomienda crear más ambientes de trabajo con la modalidad de *coworking*, ya que es una forma de conectar, incentivar, crear economía compartida y sobretodo incrementar las redes de negocio entre los operadores de comercio exterior.

Desde una mirada global, las crisis económicas varían cada cierto periodo de tiempo y en ciertas ocasiones son influenciados por decisiones y/o prioridades de la ONU, lo que provoca cambios en los procesos de desarrollo de productos y a su vez en las decisiones de la cadena de valor de la administración de empresas, para lo cual recomendamos continuar con una investigación en ambientes *coworking* que ayuden a una de las prioridades de la ONU como es la igualdad de género.

Bibliografía

- Alarcón, E. (2017). *Estrategias y usos de las redes sociales en una empresa*. Obtenido de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5928/tfg-alaest.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ang, J. (2017). *Unilever promotes innovation with new co-working space*. Obtenido de <https://www.humanresourcesonline.net/unilever-promotes-innovation-new-co-working-space/>
- Arguello, A. (2019). *Un análisis de las MIPYMES en Ecuador*. Obtenido de <https://marketingactivo.com/un-analisis-de-las-mipymes-en-ecuador/2019/01/08/>
- Asociación de Productores Ecuatorianos de Lubricantes . (2018). *Ley Orgánica para el Fomento Productivo y Atracción de inversiones, Generación de Empleo, Estabilidad y Equilibrio Fiscal*. Obtenido de <http://apel.ec/biblioteca/proyecto-de-ley-organica-para-el-fomento-productivo-y-atraccion-de-inversiones-generacion-de-empleo-estabilidad-y-equilibrio-fiscal/>
- Atig, M. (s.f.). *Auditoría externa*. Obtenido de <https://alliottecuadorboletin.com/2018/06/27/auditores-externos-quito-ecuador/>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://es.calameo.com/read/0005679397456db317a46>
- Banco Bilabao Vizcaya Argentaria . (2017). *Las ventajas de trabajar en un coworking* . Obtenido de <https://www.bbva.com/es/ventajas-de-trabajar-en-un-espacio-coworking/>
- Banco Popular Dominicano, S. A. (2017). *¿Qué es la economía colaborativa o sharing economy?* Obtenido de <https://www.impulsapopular.com/finanzas/que-es-la-economia-colaborativa-o-sharing-economy/>
- BCE. (2019). *Riesgo país*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Bedoya, J. (2012). *Estudio de la influencia del estrés laboral en el desempeño de los trabajadores del área operativa en la empresa pública Correos del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1848/1/T-UCE-0007-48.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Person.
- Bravo, V. (4 de febrero de 2018). Entrevista a Innovis sobre los coworkers ecuatorianos. (A. Chica, & M. Freire, Entrevistadores)

- Browning, W., Ryan, C., & Clancy, J. (2015). *14 Patrones de Diseño Biofílico*. Nueva York: Terrapin Bright Green LLC.
- Bueno, L. (2016). *Qué es el Coworking*. Obtenido de <https://coworkingspain.es/magazine/servicios/que-es-el-coworking>
- Cabrera, A. (2010). *Las reglas Incoterms. Manual para usarlas con eficiencia*. Barcelona: Marge Books.
- Carrasco, G., & Domínguez, J. (2011). *¿Qué es la TIR de un proyecto de inversión?* Obtenido de http://www.extoikos.es/pdf/n2/extoikos2_tir.pdf
- Carvajal, C., Granda, L., Villamar, I., & Hermida, L. (2017). *La importancia de las PYMES en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html%20http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec17pymes-ecuador>
- Cerda, H. (1991). *Los elementos de la investigación*. Bogotá: El buho.
- Chavarría, R. (1980). *Ergonomía: análisis ergonómico de los espacios de trabajo en oficinas*. Obtenido de http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/201a300/ntp_242.pdf
- Clark, J. (2007). *Coworkers of the World, Unite* . Obtenido de <https://prospect.org/article/coworkers-world-unite>
- Corea, L., & Gómez, S. (2014). *Mercadeo*. Obtenido de <http://repositorio.unan.edu.ni/3693/1/2745.pdf>
- Cume, M. (2019). *Factores que inciden en el acceso al financiamiento de las PYMES de la ciudad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12119/1/T-UCSG-POS-MAE-226.pdf>
- De Guzman, G., & Tang, A. (2011). *Working in the Unoffice. A Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*. San Francisco: Night Owls Press LLC.
- Del Aguila, A. (2015). *¿Trabajar solo o en una oficina compartida?* Obtenido de <https://www.negociaarea.com/trabajar-solo-o-en-una-oficina-compartida/>
- Domínguez, Y., Ramírez, D., & Vidal, A. (2009). *Etapas de Análisis de Factibilidad*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>
- Dorta, P. (2013). *Transporte y Logística Internacional* . Obtenido de https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/7101/7101787/transporte_y_logistica_internacional_2013.pdf
- Dresdner, M. (2017). *Picking a Place to Work + Meet*. Obtenido de <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2917278/content-offers/Picking-Place/Picking-Place-Work-Meet-1217.pdf>
- Drucker, P. (1954). *The practice of management*. New York: Harper & Row.

- Dunnette, M. (1976). *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*. Chicago: Rand McNally.
- EKOS. (2018). *Guayas vigor comercial a favor de la economía ecuatoriana*. Obtenido de <https://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=10884>
- El Comercio. (2018). *31 finalistas se disputan los Premios Latinoamérica Verde*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/finalistas-premioslatinoamericaverde-guayaquil-premiacion-ambiente.html>
- El Comercio. (2018). *El 20% de los ingresos por ventas viene de mipymes*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/20-ingresos-ventas-viene-mipymes.html>
- El Comercio. (2019). *Revise cuál es el salario mínimo sectorial según el tipo de empleo en Ecuador*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/salario-minimo-sectores-ecuador-incremento.html>
- El Telégrafo. (2017). *En el Ecuador hay 15´055.240 líneas de telefonía celular activas*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/94/30/en-el-ecuador-hay-15-055-240-lineas-de-telefonía-celular>
- El Telégrafo. (2019). *La inflación en enero de 2019 se ubicó en 0.47%, según el INEC*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economía/4/inflacion-enero2019-reporte>
- El Tiempo. (2019). *Préstamo de 20 millones dólares de BID y Blue like para empresas de Ecuador*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/prestamo-empresas-ecuador>
- El Universo. (2018). *La cuarta revolución industrial es digital*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/tendencias/2018/03/19/nota/6675070/cuartar-evolucion-industrial-es-digital>
- El Universo. (2018). *Moreno asegura haber devuelto "el rumbo correcto a la economía" de Ecuador*. Obtenido de <http://www.eluniversal.com/internacional/10335/moreno-asegura-haber-devuelto-elrumbo-correcto-a-la-economía-de-ecuador>
- Estupiñan, K. (2015). *Las PYMES y los sectores de la economía nacional*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/9174/1/LAS%20PYMES%20Y%20LOS%20SECTORES%20DE%20LA%20ECONOM%C3%8DA%20NACIONAL.pdf>

- facebook. (2019). *Ponemos a tu disposición anuncios que puedes crear tú mismo, sea cual sea tu nivel de experiencia*. Obtenido de <https://www.facebook.com/business/ads>
- Foertsch, C., & Cagnol, R. (2013). *La historia del coworking en una línea de tiempo*. Obtenido de <http://www.deskmag.com/en/the-history-of-coworking-spaces-in-a-timeline>
- Global Entrepreneurship Monitor. (2018). *Ecuador tiene la actividad emprendedora temprana más alta de la región*. Obtenido de <http://espae.espol.edu.ec/wp-content/uploads/documentos/GemEcuador2017.pdf>
- Gómez, A., Jurado, C., Castañeda, W., Londoño, F., & Rendón, G. (2006). *Patrones de color*. Obtenido de <https://teacherdavidf1.files.wordpress.com/2011/12/librocolor1.pdf>
- Gómez, M. (2017). *Metodología y técnicas de la investigación*. Obtenido de http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/69957/secme-2549_2.pdf?sequence=2
- Goncalves, A. (2018). *Dimensiones del clima organizacional*. Obtenido de <http://www.geocities.ws/janethqr/liderazgo/130.html>
- González, J., & Barzola, J. (2018). El coworking como herramienta innovadora para el desarrollo de los nuevos emprendedores. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/coworking-nuevos-emprendedores.html>. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/coworking-nuevos-emprendedores.html>
- Gorostiza, J. (2014). *El coworking: un nuevo concepto de organización del trabajo*. Obtenido de <https://www.ehu.eus/documents/1393006/6224470/El-coworking.pdf/79395a19-3fd6-4858-adc8-795cc8ee355d>
- Guardamar del Seguro. (2017). *Programa de fomento de los acuerdos territoriales en materia de empleo y desarrollo local de la comunitat valenciana*. Obtenido de <http://www.guardamardelsegura.es/wp-content/uploads/2017/09/Plan-de-Empresa-Espacio-COWORKING.pdf>
- Gutiérrez, A. (2018). *Millennials en Uruguay*. Obtenido de http://www.fundaciontelefonica.uy/wp-content/uploads/2018/12/MILLENNIALS_EN_URUGUAY-min.pdf
- Heinrichs, H. (2013). *Sharing economy: a potencial new pathway to sustainability*. Obtenido de <http://n.ereserve.fiu.edu/GLRESF274.46.pdf>
- Hernandez, L. (2016). *El Código Ingenios*. Obtenido de <http://www.lexis.com.ec/actualidad-juridica/el-codigo-ingenios/>

- Hillman, A. (2012). *Los valores centrales del Coworking* . Obtenido de <http://www.deskmag.com/es/valores-del-coworking-comunidad-accesibilidad-apertura-sostenibilidad-colaboracion-589>
- Humble, J. (1996). *Management by Objectives*. Londres: Associated British Pathe.
- INEC. (2014). *Estadísticas*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/12millones-de-ecuatorianos-tienen-un-telefono-inteligente-smartphone/>
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2018). *Decreto ejecutivo 2393 reglamento de seguridad y salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo*. Obtenido de <https://www.prosigma.com.ec/pdf/nlegal/Decreto-Ejecutivo2393.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2017). *Directorio de Empresas y Establecimientos 2016*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Directorio_Empresas_2016/Principales_Resultados_DIEE_2016.pdf
- International Accounting Standards Board. (2001). *Qué es el IASB*. Obtenido de <https://www.nicniif.org/home/iasb/que-es-el-iasb.html>
- Kehl, S. (1993). *Necesidades humanas y conflictos sociales*. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/CUTS/article/viewFile/CUTS9192110201A/8572>
- Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.
- Laurig, W., & Vedder, J. (2001). *Ergonomía*. Obtenido de <http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/EnciclopediaOIT/tomo1/29.pdf>
- Leirós, L. (2009). Historia de la Ergonomía, o de cómo la Ciencia del Trabajo se basa en verdades tomadas de la Psicología. *Revista de Historia de la Psicología*, 36. Obtenido de <file:///C:/Users/mayra/Documents/9%20Ciclo/Estrategias/2do%20Parcial/Dialnet-HistoriaDeLaErgonomiaODeComoLaCienciaDelTrabajoDeB-3130680.pdf>
- LEXIS. (2013). *Reglamento al titulo facilitación aduanera del código de producción*. Obtenido de https://www.aduana.gob.ec/files/pro/leg/tra/a2_ene_2015_Reglamento_Facilitacion_Aduanera.pdf
- Lexis Finder. (2018). *CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI*. Obtenido de <https://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversiones.pdf>

- Litwin, G., & Stringer, R. (1968). *Motivation and Organizational Climate*. Boston: Division of Research, Graduate School of Business Administration, Harvard University.
- López, Á. (2007). *Las enfermedades de la oficina*. Obtenido de <https://www.elmundo.es/elmundosalud/2007/06/26/dolordossiers/1182853371.html>
- López, M. (2017). *La presunción de no responsabilidad, una garantía del agente aduanal*. Obtenido de <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/10/4662/16.pdf>
- Maslow, A. (1954). *Motivación y Personalidad*. Madrid: Díaz de Santos, S. A.
- Mayo, M. (2014). *Problemas internos en el ambiente laboral*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/problemas-internos-en-el-ambiente-laboral/>
- McCarthy, E. (1960). *Basic marketing, a managerial approach*. Illinois: Irwin.
- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). *Informe mensual de comercio exterior*. Obtenido de https://www.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2018/01/Informe-Mensual-Diciembre_4.pdf
- MINTEL . (2018). *El 82,3% de Mipymes en el Ecuador utilizan Internet*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/el-823-demipymes-en-el-ecuador-utilizan-internet/>
- Molina, G., Elías, W., & Alvarado, E. (2017). *Diseño de estrategias para el posicionamiento del diseñador freelance en el área Metropolitana de San Salvador*. Obtenido de <http://ri.ues.edu.sv/id/eprint/6334/2/GUIA%20PARA%20EL%20DISE%20C3%91ADOR%20FREELANCE%20final.pdf>
- Moreno, C., & Cerro, S. (2009). *Valores Empresariales: de la teoría a la práctica*. Obtenido de <https://www.url.edu/ethos/wp-content/uploads/2012/11/VALORES-EMPRESARIALES.pdf>
- Muñoz, V. (2001). *Estrategias de mercadotecnia del producto y los servicios*. Obtenido de https://www.victoria-andrea-munoz-serra.com/MARKETING/ESTRATEGIAS_DE_MERCADOTECNIA_DEL_PRODUCTO_Y_LOS_SERVICIOS.pdf
- Obregón, M. (2016). *Fundamentos de ergonomía*. Azcapotzalco: Patria S. A.
- Odiorne, G. (1977). *Administración por objetivos nuevo sistema para la dirección*. Méxicio D.F.: Limusa.
- Oliver, R. (2016). *Espacios de trabajo que motivan*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2016/08/18/actualidad/1471511895_587125.html
- Patterson, M., West, M., Shackleton, V., Dawson, J., Lawthom, R., Maitlis, S., . . . Wallace, A. (2005). *Validating the organizational climate measure: links*

- to managerial practices, productivity and innovation*. United Kingdom: Journal of Organizational Behavior.
- Perreault, W., & McCarthy, J. (2002). *Basic marketing: a global-managerial approach*. Boston: McGraw-Hill.
- Pile, J. (1978). *Open office planning: a handbook for interior designers and architects*. New York: Whitney Library of Design.
- Pita, F., & Pértegas, S. (2002). *Investigación cuantitativa y cualitativa*. Obtenido de https://www.fisterra.com/gestor/upload/guias/cuanti_cuali2.pdf
- Plasencia, S., & Rodríguez, T. (2016). *Espacios Coworking*. Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/2851/Espacios%20Coworking.pdf?sequence=1>
- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Madrid: Deusto S. A.
- Procomer. (2010). *Incoterms*. Obtenido de <https://www.procomer.com/downloads/quiero/INCOTERM-2010-IC.pdf>
- Progreso Microfinanzas. (2018). *Fomento productivo, atracción de inversiones, generación de empleo y equilibrio fiscal*. Obtenido de <http://progresomicrofinanzas.org/ley-fomento-productivo/>
- Ramírez, F. (2017). *Investigación y propuesta de un plan de negocios para la distribución de productos plásticos, en la provincia de Santa Elena, Ecuador*. Obtenido de <https://dspace.palermo.edu:8443/bitstream/handle/10226/1853/TESIS%20MBA%20RAMIREZ%20JARAMILLO%20FINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, J. (2012). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*. Obtenido de <https://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>
- Rebelo, F., & Soares, M. (2014). *Ergonomics In Design, Usability & Especial Populations*. Estados Unidos: AHFE Conference.
- Riquelme, M. (2018). *La pirámide de Maslow y su influencia en la empresa*. Obtenido de <https://www.webyempresas.com/la-piramide-de-maslow-y-su-influencia-en-la-empresa/>
- Ruth, A. (2012). *Estudio técnico de un proyecto*. Obtenido de <http://roa.uveg.edu.mx/repositorio/licenciatura/160/Generalidadesdelestudiocnicodeunproyecto.pdf>
- Salazar, M. (14 de diciembre de 2018). Innovis Coworking. (A. Chica, & M. Freire, Entrevistadores)
- Sekiguchi, D. (2008). *Seguros y Comercio Exterior*. Obtenido de https://www.aon.com/argentina/attachments/piezas/howto_amcham_comercio_exterior.pdf

- SENESCYT. (2018). *Los once principios de INGENIOS*. Obtenido de <https://www.educacionsuperior.gob.ec/los-once-principios-de-ingenios/>
- Seo, J., Lysiankova, L., Ock, Y.-S., & Chun, D. (2017). *Priorities of Coworking Space Operation Based on Comparison of the Hosts and Users' Perspectives*. Obtenido de <https://ideas.repec.org/a/gam/jsusta/v9y2017i8p1494-d109315.html>
- Suárez, R. (2013). *Qué es el coworking: ventajas y desventajas*. Obtenido de https://www.eldiario.es/turing/coworking-ventajas-desventajas_0_208929234.html
- Suarez, R. (2014). *The Coworking Handbook: The Guide for Owners and Operators*. Kindle Edition.
- SUPERCIAS. (2015). *Informe de compañías del Ecuador*. Guayaquil.
- Superintendencias de Compañías. (2018). *Manual del usuario externo*. Obtenido de http://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/images/guias/cons_elec/MANUAL_USUARIO_CONSTITUCION_ELECTRONICA_USUARIO.pdf
- The Boss. (2018). *Ecuador deberá apoyar más al emprendimiento senior en el 2019*. Obtenido de <http://theboss.ec/index.php/emprendedores/ecuador-debera-apoyar-mas-al-emprendimiento-senior-en-el-2019>
- Torres, R. (1972). *Teoría del comercio internacional*. Coyoacán: siglo veintiuno editores.
- Ulloa, N., & Espinoza, X. (2012). *Análisis económico financiero de la empresa distribuidora Figueroa*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1079/1/tad1077.pdf>
- Varela, R. (1997). *Evaluación económica de un proyecto*. EEUU: Grupo Editorial Iberoamericana.
- Yance, C., Solís, L., Burgos, I., & Hermida, L. (2017). *La importancia de las PYMES en el Ecuador*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/pymes-ecuador.html%20http://hdl.handle.net/20.500.11763/ec17pymes-ecuador>
- Zea, M. (2013). *Living Coworking*. España: Manuel Zea.

Anexos

Anexo A. Variables de los objetivos específicos

Objetivos específicos	Método	Enfoque	Fuente	Herramientas
Desarrollar las bases teóricas y conceptuales de la investigación	Analítico-Sintético	Cualitativo	Información secundaria	Bibliográfica
Determinar las preferencias de los agentes de comercio exterior al momento de alquilar un espacio de trabajo	Analítico-Sintético	Cuantitativa	Información primaria	Encuesta
Establecer precios de alquiler según las necesidades de los agentes de comercio exterior	Analítico-Sintético	Cuantitativa	Información primaria	Encuesta
Determinar la viabilidad financiera de la creación de un ambiente coworking	Analítico	Cuantitativa	Información primaria	Estadístico contable
Analizar si se crea redes de negocios es decir “networking” en este modelo de trabajo “coworking” y si son eficientes	Analítico-Sintético	Mixto	Información primaria y secundaria	Encuesta, Entrevista y Bibliográfica
Establecer los parámetros que influyen en la selección de un espacio con modalidad de alquiler bajo el modelo de trabajo coworking	Analítico-Sintético	Cuantitativa	Información primaria	Encuesta
Determinar la viabilidad técnica de la creación de un ambiente coworking	Analítico descriptivo	Cualitativo	Información primaria y secundaria	Bibliográfica y checking list

Anexo B. Correo para SUPERCIAS

The screenshot shows an Outlook web interface. The browser address bar displays the URL: <https://outlook.live.com/mail/inbox/id/AQQkADAwATY0MDABlWUwM2E1YmUwMS0wMAItMDAKABAASFrndQCVnWemkDz7y8waIAA%3D%3D>. The Outlook header includes a search bar and navigation icons. The left sidebar shows folders like 'Favoritos', 'Elementos enviados', 'Borradores', and 'Bandeja de en... 5276'. The main content area displays an email titled 'Información para Trabajo de Titulación- Coworking Guayaquil (Urg)'. The sender is 'Bermudez Barzueeta Natalia Alejandra <nbermudez@supercias.gob.ec>' with a timestamp of 'Mié 6/2/2019 8:40'. The email body contains a message in Spanish: 'Estimada Mayra, Buen día. Lamento informarte que no contamos con un listado de COWORKINGS en Guayaquil. Dentro de la Clasificación Industrial Uniforme en donde se detallan las actividades económicas de cada una de las compañías, se encuentran actividades como: (L6820.01 o L6820.02) **Actividades de agentes y corredores inmobiliarios, intermediación en la compra, venta y alquiler de bienes inmuebles a cambio de una retribución o por contrato o Administración de bienes inmuebles a cambio de una retribución o por contrato**. Sin embargo, estas actividades engloban mucho más que solo los COWORKINGS que entiendo también ejercen una actividad económica de alquiler. Adicionalmente, pueden existir COWORKINGS que aún son Personas Naturales Obligadas a llevar contabilidad y este tipo de figura la regula el SRI. Saludos cordiales,'. Below the text are two image placeholders with descriptions: 'http://172.17.0.184/FirmasCorreo/LOGO-FIRMA.png' and 'http://172.17.0.184/FirmasCorreo/contacto-firmasCorreo.png'. The email footer includes the name 'Econ. Natalia Bermudez Barzueeta', the 'DIRECCIÓN NACIONAL DE INVESTIGACION Y ESTUDIOS', and a quote: 'Nuestro servicio público como un privilegio. Garantizamos un control transparente y eficiente del sector societario, mercado de valores y seguros'. A yellow warning icon indicates that attachments, images, and links are blocked because the sender is not in the safe senders list. The email is replied to by 'Mayra Freire' on 'Mié 5/2/2019 18:21' with the text 'Guayaquil, 5 de febrero del 2019'. The right sidebar contains a notification about an ad blocker and an 'Actualizar el plan' button.

Anexo C. Modelo de encuesta para Agentes de Comercio Exterior

1. Marque con una X el rango de edad al que pertenece.

- 20 a 25 años
- 26 a 30 años
- 31 a 35 años
- Más de 35 años

2. Marque con una X su estado civil

- Soltero (a)
- Casado (a)
- Divorciado (a)
- Viudo (a)

3. Marque con una X a la ocupación

- Estudiante
- Trabajador independiente
- Trabajador dependiente
- Otra ¿Cuáles? _____

4. Sexo

- Masculino
- Femenino

5. ¿A qué área del comercio exterior pertenece?

- Naviera
- Importación
- Exportación
- Aduaneras
- Transportista
- Seguros
- Otros ¿Cuáles? _____

6. ¿En qué tipo de modelo de trabajo se ha desempeñado?

- Tradicional
- Hogar
- Virtual
- Coworking
- Otros ¿Cuáles? _____

7. ¿Le gustaría trabajar en una empresa con ambiente coworking que permita ahorrar costos, reducir gastos y compartir recursos?

- Si
- No

8. ¿Qué variable principal considera usted para arrendar un lugar para su trabajo?

- Garaje
- Seguridad
- Wifi
- Instalaciones
- Espacios
- Ubicación
- Costos
- Otros ¿Cuáles? _____

9. ¿Le gustaría ampliar su red de negocios?

- Si
- No

10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un espacio de coworking?

- \$80 USD
- \$90 USD
- \$100 USD
- \$150 USD
- \$200 USD
- Otros ¿Cuáles? _____

11. ¿Le gustaría compartir con otros profesionales de comercio exterior externos a usted, en un mismo espacio de trabajo?

- Si
- No

12. ¿Qué variable considera es la más importante para trabajar de forma eficiente en un ambiente coworking?

- Compañerismo
- Buen ambiente
- Cero ruidos
- Dinamismo

Otros ¿Cuáles? _____

Anexo D. Modelo de encuesta para Usuarios de Coworking

1. Marque con una X el rango de edad al que pertenece.

- 20 a 25 años
- 26 a 30 años
- 31 a 35 años
- Más de 35 años

2. Marque con una X su estado civil

- Soltero (a)
- Casado (a)
- Divorciado (a)
- Viudo (a)

3. Marque con una X a la ocupación

- Estudiante
- Trabajador independiente
- Trabajador dependiente
- Otra ¿Cuál? _____

4. Sexo

- Masculino
- Femenino

5. ¿Por qué cree que este modelo de trabajo (coworking) es importante para usted?

- Reduce costos
- Comparte recursos
- Incrementa creatividad
- Red de negocios
- Otros ¿Cuáles? _____

6. Del rango del 1 al 5 (siendo 1 el menos importante y 5 el más importante) cuanto considera usted que ha mejorado la productividad de los *coworkers* en este espacio de trabajo coworking.

1	2	3	4	5

7. ¿Por qué motivos alquila un espacio de coworking?

8. Ponga en orden las siguientes reglas que debería haber en un espacio de coworking. Siendo 1 la más importante y 4 la menos importante.

- Confidencialidad.
- Uso de espacios.
- No ruidos altos.
- Cero tolerancias al consumo de alcohol y drogas en la semana.

9. ¿Qué variables considera son las más importantes para un coworking?

- Wifi
- Ubicación
- Garaje
- Redes de *Coworkers*
- Otros ¿Cuáles? _____

10. Marcar con una X el tipo de negocio o industria a la que pertenece la empresa donde usted labora

- Educación
- Transporte
- Marketing
- Asesor Comercial
- Cosmética

- Tecnología
- Otros ¿Cuáles? _____

11. ¿Ha trabajado en otro modelo de trabajo, además del coworking?

- Si
- No

12. ¿Cuáles de los siguientes gastos le gustaría compartir con los demás usuarios de coworking?

- Guardianía
- Cámaras de seguridad
- Mantenimiento
- Secretaria
- Otros ¿Cuáles? _____

13. ¿Qué área o espacio mínimo considera usted debería tener el espacio donde labora?

- 3x3
- 5x5
- 6x6
- Otro ¿Cuál? _____

14. ¿Ha logrado ampliar su red de negocios en el coworking?

- Si
- No

Anexo E. Entrevista a Valeria Bravo-Asistente de Coworking de Innobis



Guayaquil, 4 de febrero del 2019.

ENTREVISTA

1.-¿Cuál es su cargo?

Asistente de coworking.

2.-¿Cuánto tiempo lleva trabajando en este coworking?

Tiempo laborado: 1 año y medio.

3.-Bajo su experiencia, ¿Cómo describe a un coworker ecuatoriano?

Un coworker ecuatoriano se describe en tres palabras:

- Falta de persistencia
- Bajo nivel Creatividad
- Poca apertura a los cambios

4.-¿Cuál es la edad promedio de los coworkers de este establecimiento?

La edad promedio de nuestro establecimiento se encuentra entre 25-40 años.

5.-¿Cuáles han sido las mayores dificultades en este ambiente de trabajo? Mucho ruido, no se adaptan a las reglas, son desorganizados.

Realmente cabe recalcar que la convivencia con muchos tipos de personalidades y formas de pensar hace que sea un ambiente divertido, ameno pero al mismo tiempo competitivo. En base a mi experiencia pienso que hay dos aspectos a considerar importantes como es el orden y disciplina para que en un espacio como éste todo funcione de manera correcta, es difícil crear un ambiente de adaptación ya que cada persona tiene su mundo interno, sin embargo considero que sin estas directrices no podría ser posible conseguir los objetivos.

6.-¿Cuál es la cantidad de coworkers que alquilan un espacio mensualmente?

Nuestro promedio se encuentra entre 30-35 coworkers.

7.-¿Cuál es la capacidad para coworkers en este establecimiento?

Nuestra capacidad es hasta 100 coworkers.

8.-¿Cuáles son los días de mayor afluencia en el coworking?

Los días con los que contamos con mayor presencia de coworkers son los Lunes, Martes y Jueves.

9.-¿Cuál es la edad promedio de los coworkers?

En general que se postulan a nuestra base de datos desde 18-40 años.

10.-¿Ha sido difícil que los coworkers compartan espacio de trabajo, como por ejemplo la sala de reuniones o la sala de juegos?

Considero que la expresión difícil podríamos cambiarla por apertura, cada coworker brinda su apertura en base a sus conocimientos y aptitudes hasta cierto límite, y en nuestro espacio hay mucha creatividad y recreación por lo que considero se siente un ambiente ameno para compartir en las diferentes áreas.



Calle Leopoldo Benítez y Joaquín Orrantía,
Ciudad del Sol, Edificio Trade Building,
Torre B, PB., Guayaquil

www.innobis.ec

  [innobis_ec](#)

 [innobisecuator](#)

11.-¿Cómo ha sido la adaptación de un usuario que ha trabajado en un ambiente laboral tradicional, con respecto a este nuevo modelo o espacio?

Para mí particularmente fue un cambio radical, trabajé por mucho tiempo en la banca y en temas internos hay muchos procesos que varían, desde el trabajo en equipo hasta el nivel jerárquico , un espacio de coworking te enseña aprendizajes todos los días , conoces a mucha gente nueva, modelos de negocio, haces grandes amigos, acompañas y corriges los procesos de negocio de cada persona que llega al espacio, sin duda es una gran experiencia.

12.-¿Consideras que éste modelo de negocios ayuda a incrementar la red de negocios?

Considero que en el Ecuador aún falta mucho por aportar al ecosistema del emprendimiento ,sin embargo en base a la experiencia vivida en nuestro espacio siento que estos llamados coworking son importante para motivar la red de las personas que desean empezar desde cero , destacar que el networking, intercambio de ideas, apertura a las cambios, tolerancia son puntos que no los visualizas hasta que lo vives y caminas en la ruta de un emprendedor.

Anexo F. Entrevista a Cristina Florido – Marketing de Panal

Preguntas para la Entrevista

1) ¿Cuánto tiempo tiene Panal?

Panal Coworking abrió en Agosto 2016 con sus primeras instalaciones en Del Portal, Samborondón y en menos de un año abrimos una segunda ubicación en Sky Building, Guayaquil.

2) ¿Cuánto tiempo lleva usted trabajando aquí?

Desde el inicio

3) ¿Cuál es la filosofía bajo la que se maneja Panal?

Crear un espacio de trabajo y una comunidad en donde las personas puedan compartir y crecer en el ámbito profesional y personal.

4) ¿Qué hace diferente a Panal del resto de coworkings?

Principalmente la comunidad, somos una comunidad unida, que respeta las profesiones de cada miembro y que apoya su desarrollo profesional indiferente de su índole. También nos caracteriza que las dos ubicaciones están situadas estratégicamente. Estamos ubicados en edificios, seguros y con estacionamiento. Cómodos para atender a clientes, proveedores o inversionistas.

5) ¿Qué ha sido lo más complicado de este ambiente de trabajo?

Que las personas aprendan a compartir y pierdan el miedo a trabajar en comunidad. En un coworking, nadie se roba las ideas de otros, porque cada uno está muy enfocado en su trabajo.

6) ¿Considera usted que este ambiente de trabajo, frente a los ambientes tradicionales de oficina sea más beneficioso para los usuarios?

Claro que sí! Estar rodeado de personas de distintas empresas, sectores de actividad o incluso edades te hace crecer. Aprendes más, te desenvuelves, pierdes miedos y creces.

7) ¿Cuántos coworkers se encuentran en la actualidad en Panal?

50 miembros de 27 empresas

8) En promedio, ¿Cuánto tiempo arriendan un espacio de coworking los Usuarios?

Dependiendo del plan que escojan, todos nuestros planes son mensuales.

9) ¿Por medio de este ambiente de trabajo se ha podido observar que la red de negocios ha incrementado para las empresas que se encuentran en Panal?

Sí, definitivamente, dentro de Panal Coworking han encontrado nuevos clientes, proveedores e incluso amigos que a su vez refieren sus servicios.

10) ¿Considera que el mercado ecuatoriano está cambiando este paradigma de trabajar en ambientes tradicionales?

Sí, pero le falta mucho todavía.

11) ¿Tienen pensado tener sucursales en otras ciudades del Ecuador?

Sí y fuera del país también.

Anexo G. Paquetes mensuales de Alianza Coworking



Relámpago \$ 90/ mes

- 1 vez a la semana establecido
- 38 horas de coworking
- 6 horas de sala David Ricardo
- 1 hora de sala de proyección y conferencias Keynes
- Acceso a red Alianza Coworking S. A.
- Acceso al comedor, sala de estar, sala de descanso y espacio de juegos
- Internet por 34 horas



Estándar \$160/ mes

- Escritorio fijo
- 114 horas de coworking (9:00 – 18:30)
- 7 horas de sala Adam Smith
- 4 horas de la sala de proyección y conferencias Keynes
- Acceso a red Alianza Coworking S. A.
- Lockers



Golden \$260/ mes

- Escritorio fijo
- Acceso ilimitado (9:00 – 18:30)
- Internet ilimitado
- Acceso ilimitado a todas las áreas
- Acceso a red Alianza Coworking S. A.
- Descuentos en charlas
- Lockers



Platinum \$210/ mes

- Escritorio fijo
- Acceso ilimitado (9:00 – 18:30)
- Internet ilimitado
- 8 horas de sala Adam Smith
- 3 horas de sala David Ricardo
- 8 horas de sala de proyección y conferencias Keynes
- Acceso a red Alianza Coworking S. A.
- Lockers

Anexo H. Paquetes diarios de Alianza Coworking



Auditorio \$120/ día

- Sala auditorio por 5 horas
- Capacidad para 40 personas
- Proyector
- Wifi



Conferencia \$90/ día

- Sala conferencia por 5 horas
- Capacidad para 25 personas
- Proyector
- Televisor con cable HDMI
- Wifi
- Sillas para asistentes

Anexo I. Costos de los paquetes

PLAN ESTÁNDAR

COSTO DE OPERACIONES	\$ 35,67
COSTO TOTAL	\$ 35,67
UNIDADES DE SERVICIO	6
COSTO POR ESPACIO	\$ 5,95
PVP	\$ 160,00

PLAN PLATINIUM

COSTO DE OPERACIONES	\$ 52,67
COSTO TOTAL	\$ 52,67
UNIDADES DE SERVICIO	7
COSTO POR ESPACIO	\$ 7,52
PVP	\$ 210,00

PLAN GOLDEN

COSTO DE OPERACIONES	\$ 61,67
COSTO TOTAL	\$ 61,67
UNIDADES DE SERVICIO	7
COSTO POR ESPACIO	\$ 8,81
PVP	\$ 260,00

PLAN RELÁMPAGO

COSTO DE OPERACIONES	\$ 33,17
COSTO TOTAL	\$ 33,17
UNIDADES DE SERVICIO	6
COSTO POR ESPACIO	\$ 5,53
PVP	\$ 80,00

CONFERENCIA	
COSTO DE OPERACIONES	\$ 49,67
COSTO TOTAL	\$ 49,67
UNIDADES DE SERVICIO	7
COSTO POR ESPACIO	\$ 7,10
PVP	\$ 90,00

AUDITORIO	
COSTO DE OPERACIONES	\$ 42,17
COSTO TOTAL	\$ 42,17
UNIDADES DE SERVICIO	10
COSTO POR ESPACIO	\$ 4,22
PVP	\$ 120,00

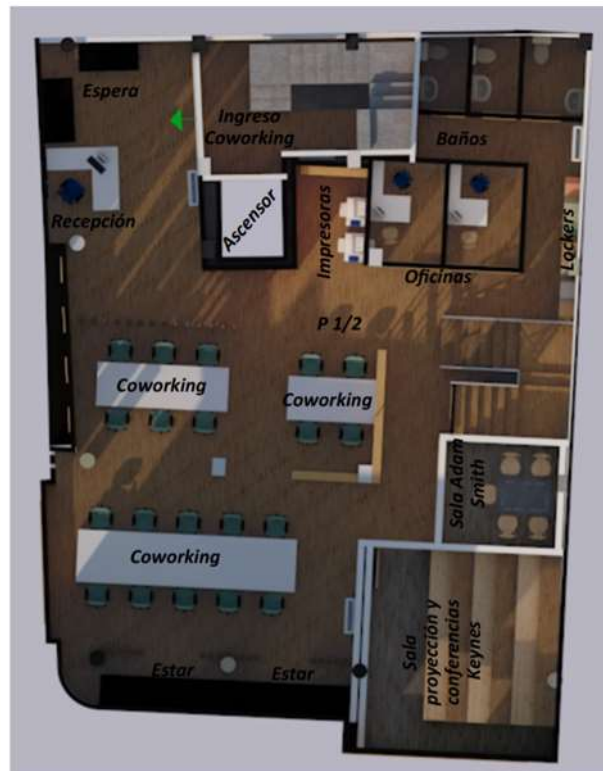
Anexo J. Riesgo país

Ingrese la fecha inicial:	
<input type="text" value="aaaa-mm-dd"/>	
Ingrese la fecha final:	
<input type="text" value="aaaa-mm-dd"/>	
Ejm. [1999-01-01]	
<input type="button" value="Consultar"/>	
Consulta generada desde Febrero-01-2019 hasta Febrero-17- 2019 14 registros encontrados	
FECHA	VALOR
Febrero-14-2019	656.00
Febrero-13-2019	644.00
Febrero-12-2019	659.00
Febrero-11-2019	706.00
Febrero-10-2019	700.00
Febrero-09-2019	700.00
Febrero-08-2019	700.00
Febrero-07-2019	690.00
Febrero-06-2019	672.00
Febrero-05-2019	659.00
Febrero-04-2019	683.00
Febrero-03-2019	682.00
Febrero-02-2019	682.00
Febrero-01-2019	682.00

Anexo K. Tasa pasiva

		DEPÓSITOS A PLAZO						
		a 30 días	a 60 días	a 90 días	a 120 días	a 180 días	a 270 días	a 360 días
NOMINAL	Desde \$1000.00 hasta \$3999.99	2,75%	2,90%	3,50%	4,00%	4,50%	4,75%	5,00%
	Desde \$4000.00 hasta \$19999.99	2,85%	3,00%	3,65%	4,25%	4,65%	4,85%	5,15%
	Desde \$20000.00 hasta \$99999.99	2,95%	3,10%	3,75%	4,50%	4,75%	5,00%	5,25%
	Desde \$100000.00 hasta \$499999.99	3,05%	3,25%	3,90%	4,65%	5,00%	5,25%	5,50%
	Desde \$500000.00 en adelante	3,25%	3,50%	4,00%	4,75%	5,25%	5,50%	5,75%
EFFECTIVA	Desde \$1000.00 hasta \$3999.99	2,78%	2,94%	3,55%	4,05%	4,55%	4,78%	5,00%
	Desde \$4000.00 hasta \$19999.99	2,89%	3,04%	3,70%	4,31%	4,70%	4,88%	5,15%
	Desde \$20000.00 hasta \$99999.99	2,99%	3,14%	3,80%	4,57%	4,81%	5,03%	5,25%
	Desde \$100000.00 hasta \$499999.99	3,09%	3,29%	3,96%	4,72%	5,06%	5,28%	5,50%
	Desde \$500000.00 en adelante	3,30%	3,55%	4,06%	4,83%	5,32%	5,54%	5,75%

Anexo L. Diseño Arquitectónico- 3D





**Presidencia
de la República
del Ecuador**



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



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Chica Ezeta, Alison Anaid**, con C.C: # **1207734672** autora del trabajo de titulación: **Análisis de factibilidad para la creación de un ambiente coworking para comercio exterior en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, **20 de marzo del 2019**

f. *Anaid Chica E.*

Nombre: **Chica Ezeta, Alison Anaid**

C.C: **1207734672**

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Freire Rosero, Mayra Alejandra**, con C.C: # **0927793133** autora del trabajo de titulación: **Análisis de factibilidad para la creación de un ambiente coworking para comercio exterior en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, **20 de marzo de 2019**

f. 

Nombre: **Freire Rosero, Mayra Alejandra**

C.C: **0927793133**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis de factibilidad para la creación de un ambiente coworking para comercio exterior en la ciudad de Guayaquil.		
AUTOR(ES)	Mayra Alejandra, Freire Rosero Alison Anaid, Chica Ezeta		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	MAE. Ana del Rosario, Ulloa Armijos		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Especialidad Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de marzo del 2019	No. DE PÁGINAS:	101
ÁREAS TEMÁTICAS:	Administración, Economía, Diseño y Clima Organizacional		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	trabajo compartido, servicios, alquiler, economía compartida, ergonomía y redes de trabajo.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de titulación tiene como objetivo principal evaluar y demostrar la factibilidad técnica económica del proyecto de creación de un ambiente coworking, orientado al alquiler de espacios de trabajo para emprendedores y/o pymes que sean agentes de comercio exterior de la ciudad de Guayaquil. Para el diseño de la empresa se analiza el criterio de ergonomía laboral, que optimiza los recursos y el espacio en los que se desarrollaran las actividades de los usuarios. El diseño se inspira en los cuatro elementos naturales, el agua, fuego, aire y madera, predominando la madera en toda la empresa; debido a lo que estos elementos estimulan en las personas y sus actividades laborales. Los espacios fueron diseñados siguiendo las especificaciones definidas en el Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo, Decreto Ejecutivo 2393. La metodología de investigación es de tipo no experimental - transversal, debido a que se basa en la búsqueda de la información y el detalle de las situaciones externas e internas que afectan al proyecto. El enfoque es mixto, dadas las encuestas y entrevistas realizadas a distintos agentes de comercio exterior y a usuarios de coworkings. Se determinó si el proyecto es factible o no para su creación. Para ello se elaboró un flujo de caja proyectado a cinco años, donde se mide la tasa interna de retorno, la liquidez de la empresa y que tan viable es en cifras.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593996423729 +593980778111	E-mail: anaid.chica18@gmail.com mayrafreirerosero@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Econ. Coello Cazar, David		
	Teléfono: +593995827620		
	E-mail: David.coello@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			