



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN
ESPACIO DE CO WORKING DE LA CIUDAD AMBATO
PROVINCIA DE TUNGURAHUA.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en
Administración de Empresas

Autor

Mario Vinicio Quinatoa Villa

Tutora

Dra. Silvia Lorena Llamuca Pérez
Mg.

AMBATO – ECUADOR

2022

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA
LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo Mario Vinicio Quinatoa Villa, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la implementación de un espacio de Co Working de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua”, como requisito para optar al grado de Licenciatura de administración de empresas y negocios y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Ambato, 05 de Agosto de 2022, firmo conforme:

Autor: Mario Vinicio Quinatoa Villa

Firma:

Número de Cédula: 180463763-3

Dirección: Ambato – Santa Rosa

Correo Electrónico: marioquinatoa89@gmail.com

Teléfono: 0993075787

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESPACIO DE CO WORKING DE LA CIUDAD AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, presentado por Mario Vinicio Quinatoa Villa, para optar por el Título de Licenciatura en Administración de Empresas y Negocios.

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del Tribunal Examinador que se designe.

Ambato, 05 de Agosto del 2022



Firmado electrónicamente por:
**SILVIA LORENA
LLAMUCA PEREZ**

.....
DIRECTOR

Dra. Silvia Lorena Llamuca Pérez Mg.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado/a en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Ambato, 05 de Agosto del 2022



.....
Mario Vinicio Quinatoa Villa
1804637633

APROBACIÓN DE LECTORES

El trabajo de Integración Curricular, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESPACIO DE CO WORKING DE LA CIUDAD AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA”, previo a la obtención del Título de Licenciado/a en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de Integración Curricular.

Ambato, 05 de Agosto del 2022

JUAN CARLOS
SUAREZ
PEREZ

Firmado digitalmente
por JUAN CARLOS
SUAREZ PEREZ
Fecha: 2022.08.05
01:24:10 -05'00'

.....
Ing. Juan Carlos Suarez
LECTOR



Firmado digitalmente por:
MARIO
ALBERTO
MORENO
MEJIA

.....
Dr. Mario Moreno
LECTOR

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón el presente trabajo de titulación a Dios por ser mi guía al caminar, a mi madre pues sin ella no lo habría logrado, a mi esposa por ser ella quien me dio el apoyo incondicional en este trayecto de un sueño planteado en esta etapa de mi vida, a mis hijos por ser el motor y empuje ante cada caída.

Mario

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por la dicha de estar en esta instancia de mi vida, a la Universidad Tecnológica Indoamérica por darme la oportunidad de cumplir mi anhelado sueño, a mis maestros quienes con tanta dedicación y paciencia impartieron sus conocimientos en una misión de convertirme en un gran profesional, a mí tutora Dra. Silvia Llamuca quien ha sabido ser la guía fundamental para poder concluir el presente trabajo.

Mario

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA.....	1
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	2
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	3
APROBACIÓN TRIBUNAL	4
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTO	6
AGRADECIMIENTO	6
ÍNDICE DE CONTENIDOS	7
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE IMAGENES	13
ÍNDICE DE GRÁFICOS	14
MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN.....	19
OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	19
1.2.1 Estudio de la segmentación.....	21
1.2.2 Estudio de muestreo.....	22
1.2.3 Instrumento para recopilar información	23
1.2.4 Diseño y recolección de la información	24
1.2.5 Análisis e interpretación de la información	26
1.3 DEMANDA POTENCIAL	42
1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE.....	45
1.4.1 Análisis del microambiente	45
Diseño de marca (branding)	50
1.1. Estrategias de marketing	53
1.2. Plan de comunicación	54

1.3. Canales de Distribución	55
1.4. Seguimiento de Clientes	55
2. Operaciones	57
2.1. Objetivo del Capítulo.....	57
2.2. Descripción del proceso.....	57
2.2.1.Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.....	58
2.2.2.Tecnología aplicar	66
2.2.3.Factores que Afectan las Operaciones	66
2.3. <i>Capacidad</i> de Producción.....	67
2.3.1. <i>Capacidad de Producción Futura</i>	67
2.4. <i>Definición</i> de Recursos Necesarios para la Producción.....	67
2.4.1. <i>Especificación de Materias Primas y Grado de Sustitución</i>	67
2.5. <i>Calidad</i>	68
2.5.1. <i>Método de Control de Calidad</i>	68
2.6. <i>Normativa</i> y Permisos que afectan la Instalación del negocio	69
2.6.1. <i>Seguridad e Higiene Ocupacional</i>	69
5. ÁREA FINANCIERA	87
5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO.....	87
5.2. PLAN DE INVERSIONES	87
5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO	88
a) Forma de Financiamiento	89
5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	89
a) Detalle de Costos	89
b) Proyección de Costos.....	90

c) Detalle de Gastos	92
i. Mano de Obra	102
ii. Depreciación	105
b. Cálculo de Ingresos.....	107
a) Proyección de Ingresos	107
c. Flujo de Caja.....	108
d. Punto de equilibrio.....	108
e. Estado de Resultados proyectado	110
f. Evaluación financiera	112
a) Indicadores	112
a.1) Valor Actual Neto	112
a.2) Tasa Interna de Retorno	112
a.3) Beneficio Costo.....	113
a.4) Periodo de Recuperación	114
BIBLIOGRAFÍA	115
ANEXOS	120

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Edad	26
Tabla 2 Genero	27
Tabla 3 Estado Civil.....	28
Tabla 4 Nivel de escolaridad.....	29
Tabla 5 Sector de su domicilio.....	30
Tabla 6 Nivel de ingresos.....	31
Tabla 7 Actividad.....	32
Tabla 8 Conoce Coworking	32
Tabla 9 Actividades.....	33
Tabla 10 Conoce Coworking	34
Tabla 11 Sector de la ciudad Ubicado.....	35
Tabla 12 Atributos del Coworking.....	36
Tabla 13 Durante cuántas horas a la semana ocuparía este servicio.....	36
Tabla 14Cuál es el valor hora que estaría dispuesto a pagar de este servicio	37
Tabla 15 Con que frecuencia prefiere pagar por los espacios en el coworking	38
Tabla 16 ¿Qué servicios adicionales te gustaría que brinde el coworking?.....	39
Tabla 17 A través de que medio les gustaría recibir información sobre los espacios	40
Tabla 18. Que red social usa con mayor frecuencia.....	40
Tabla 19 Qué tipo de promociones le gustaría recibir	41
Tabla 20 Demanda Potencial	43
Tabla 21 Mínimos Cuadrados	43
Tabla 22 Proyección de la demanda.....	44
Tabla 23. Poder de negociación con los consumidores.....	45
Tabla 24. Poder de negociación con los consumidores.....	45
Tabla 25. Poder de negociación con los consumidores.....	46
Tabla 26. Poder de negociación de los proveedores	46
Tabla 27. Producto sustituto.....	47

Tabla 28. Estrategias de las Cinco fuerzas de Poder.....	47
Tabla 29. Matriz MEFE,	48
Tabla 30. Matriz MEFI.	48
Tabla 31. Matriz MPC.....	49
Tabla 32. Proyección de la Oferta.	49
Tabla 33. Proyección de la Demanda Potencial Insatisfecha en Unidades.	50
Tabla 34. Proyección de la Demanda Potencial Insatisfecha Dólares.	50
Tabla 35. Plan de Medios y Estrategias.	54
Tabla 36. Descripción detallado del proceso	58
Tabla 37. Elemento esenciales de coworking	61
Tabla 38. Detalle de materiales del coworking.....	61
Tabla 39 Descripción de Equipos 1	62
Tabla 40. Descripción de Equipos 2	63
Tabla 41. Descripción de Equipos 3.	64
Tabla 42. Talento humano-horas hombre	65
Tabla 43 Ritmo de trabajo.....	66
Tabla 44. Capacidad de producción futura.	67
Tabla 45. Diagrama de Pareto.....	68
Tabla 46. Plan de Inversiones	87
Tabla 47. Plan de Financiamiento.....	89
Tabla 48. Detalle de Costos	90
Tabla 49. Proyección de Costos AÑO 1	91
Tabla 50. Proyección de Costos Año 2.....	91
Tabla 51. Proyección de Costos Año 3	91
Tabla 52. Proyección de Costos Año 4.....	92
Tabla 53. Proyección de Costos Año 5	92
Tabla 54. Detalle de Gastos Administrativos.....	93
Tabla 55. Gastos de Ventas.....	94
Tabla 56. Gastos Financieros.....	94
Tabla 57. Proyección de Gastos Administrativos Año 1	95

Tabla 58. Proyección de Gastos Administrativos Año 2	96
Tabla 59. Proyección de Gastos Administrativos Año 3	97
Tabla 60. Proyección de Gastos Administrativos Año 4	98
Tabla 61. Proyección de Gastos Administrativos Año 5	99
Tabla 62. Proyección Gastos Ventas.....	100
Tabla 63. Proyección Gastos Financieros	101
Tabla 64. Cálculo de la mano de Obra.....	102
Tabla 65. Cálculo de sueldos y salarios personal administrativo.....	103
Tabla 66. Cálculo sueldos y salarios personal ventas.	104
Tabla 67. Cálculo Depreciaciones.....	105
Tabla 68. Cálculo proyección de depreciaciones	106
Tabla 69. Cálculo de Ingresos	107
Tabla 70. Proyección de Ingresos.	107
Tabla 71. Flujo de Caja.	108
Tabla 72. Cálculo Punto de Equilibrio	109
Tabla 73. Estado de Resultados	111
Tabla 74. Base para el Cálculo de Impuesto a la Renta.	111
Tabla 75. Cálculo del TIR.....	113
Tabla 76. Cálculo del TMAR.....	113
Tabla 77. Cálculo Tasa Beneficio Costo.....	114
Tabla 78. Periodo de Recuperación	114

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Rastreo de marca.....	50
Ilustración 2. Logotipo	51
Ilustración 3, Cuña para el periódico.	52
Ilustración 4. Post.....	53
Ilustración 5. Seguimiento de Clientes.....	56
Ilustración 6. Ubicación Geográfica de la empresa.	61
Ilustración 7.....	74

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Dimensión Geografía Ecuador	120
Anexo 2. Dimensión Geográfica Región Sierra.....	120
Anexo 3. Dimensión Geográfica Tungurahua	121
Anexo 4. Dimensión Geográfica Ambato.....	121
Anexo 5. Dimensión Geográfica Zona Urbana de Ambato	121
Anexo 6. Dimensión Demográfica Género.....	122
Anexo 7. Tasa de Crecimiento Población Tungurahua.....	122
Anexo 8. Tasa de Crecimiento Población Ambato	122
Anexo 9. Tabla de Amortización.	123
Anexo 10. Declaración Inicial de la actividad Económica	124
Anexo 11. Declaración Inicial de la actividad Económica	125

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ESPACIO DE CO WORKING DE LA CIUDAD AMBATO PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

AUTORA: Mario Vinicio Quinatoa Villa

TUTOR: Dra. Silvia Lorena Llamuca Pérez Mg.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de titulación consiste en el desarrollo de un plan de negocios para la implementación de Co Working, como una alternativa de aporte a la generación, crecimiento y fortalecimiento de emprendedores y trabajadores independientes en la ciudad de Ambato. Se realizó un estudio de mercado con el fin de enfocar el servicio al segmento adecuado, garantizando la aceptación del mismo, conociendo el nivel de la oferta y la demanda. Estos resultados ayudaron a determinar características claves para el servicio y su publicidad. Se realizó una planificación para cubrir la demanda existente y se establecieron las herramientas de control a fin de proporcionar productos de calidad. Además, se identificó la estructura de la empresa, las funciones y perfiles de cargos. Se determinó que la empresa estará constituida como persona natural, y se investigaron los requisitos legales para la creación de la misma. En conclusión, se determinó que es factible la aplicación del proyecto, mediante la evidencia de resultados positivos.

DESCRIPTORES: Co Working, emprendedores, espacio, mercado.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECÓNICAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE IMPLEMENTATION OF A CO WORKING SPACE IN THE CITY OF AMBATO, PROVINCE OF TUNGURAHUA.

AUTHOR: Mario Vinicio Quinatoa Villa

TUTOR: Dra. Silvia Lorena Llamuca Pérez Mg.

ABSTRACT

This titling project consists of the development of a business plan for the implementation of Co Working, as an alternative contribution to the generation, growth and strengthening of entrepreneurs and independent workers in the city of Ambato. A market study was carried out in order to focus the service on the appropriate segment, guaranteeing its acceptance, knowing the level of supply and demand. These results helped determine key features for the service and its advertising. Planning was carried out to cover the existing demand and control tools were established in order to provide quality products. In addition, the structure of the company, the functions and job profiles were identified. It was determined that the company will be constituted as a natural person, and the legal requirements for its creation were investigated. In conclusion, it was determined that the application of the project is feasible, through the evidence of positive results..

KEYWORDS: Co Working, entrepreneurs, space, market.

INTRODUCCIÓN

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 este plan de negocio analiza la viabilidad técnica y económica la implementación de un espacio de Co Working de la ciudad Ambato, puntualizando en los siguientes capítulos:

En el primer capítulo área de marketing, se identificó el mercado por medio de la categorización de sujetos, segmentación, plan de muestreo, diseño y recolección de información por medio de encuestas y entrevistas direccionadas con el fin de conocer la aceptación del producto. Y en base a los resultados que arrojo la investigación se analizó la demanda y la oferta, con el fin de obtener la demanda potencial insatisfecha. También dichos datos fueron utilices para establecer nombre de la marca, slogan, medios de publicidad, precio de venta, seguimiento a clientes, canal de distribución y mercados alternativos es importante mencionar que también se realizó un análisis del macro y microambiente.

En el segundo capítulo área de producción, se estableció la localización, tamaño y distribuciones de la planta según las especificaciones del Decreto Ejecutivo 2393 (Reglamento de Seguridad y Salud de los Trabajadores y Mejoramiento del Medio Ambiente de Trabajo). Se investigó las normativas y permisos de funcionamientos con las que se debe cumplir como: normas del servicio del ambiente, normas de seguridad industrial, y señalización de seguridad.

En el tercer capítulo área de organización y gestión, se especifica la misión, visión, mapa estratégico, organigrama estructural y funcional de la empresa. Se diseñó perfiles de cargos e indicadores de gestión para cada departamento de la empresa.

En el cuarto capítulo área jurídica legal, se determina que la empresa estará constituida como persona natural. Además, se detallan las licencias necesarias para funcionar y documentos legales como: patente, uso del suelo, permiso de anuncios publicitarios, calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) y registro de nuevo empleador IESS.

En el quinto capítulo área financiera, podemos encontrar toda la parte económica donde el plan de inversión nos permite tener visión general de los activos y el capital de trabajo requerido para la puesta en marcha del proyecto. En esta parte se calcula la cantidad el dinero con el que se debe contar para cubrir con todos los gastos. Se realiza un análisis económico del proyecto en donde se determina el punto de equilibrio, VAN, TIR, tasa beneficio costo y periodo de recuperación, indicadores que determinan la viabilidad económica del presente plan de negocios.

CAPÍTULO I

MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

OBJETIVOS DEL CAPÍTULO

- Fundamentar los aspectos o atributos innovadores de servicio que se va a comercializar.
- Determinar los segmentos de mercado a los que se dirige el servicio.
- Establecer los canales de distribución para la comercialización del servicio.

Definición del producto o servicio

Se define como el conjunto de cualidades que intervienen en la capacidad de intercambio en combinación de aspectos tangibles e intangibles en un contexto de comparación, esto puede venir asociado a una idea, bien o servicio para llegar al propósito de satisfacción de la organización o individual finalmente será percibida tras su consumo. Es decir, coworking son los espacios de trabajo para el mejor desempeño del trabajador ya sea en las pequeñas, medianas y grandes empresas además de ser espacios físicos y virtuales para el desempeño personal y laboral además de fomentar los proyectos en conjunto e individual.

Especificaciones del servicio o producto

El coworking es la combinación de trabajo y el espacio físico para generar un ambiente laboral estable y fomentar las relaciones interpersonales la cual refuerza su crecimiento y rentabilidad en la empresa además de sustentar su viabilidad a largo y

corto plazo asegurando la supervivencia en tiempos de crisis. Uno de sus principales objetivos es apoyar a las empresas y autónomos en su salida al exterior

Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Uno de los aspectos innovadores de este proyecto es generar espacios, crear un ambiente de trabajo que mejor le sienta a cada uno de acuerdo a su negocio y estilo, desarrollando una cultura que hable adecuadamente del nivel profesional del emprendedor, donde puede elegir el entorno perfecto para el progreso de su empresa.

DEFINICION DE MERCADO

Son los grupos de personas ofertantes-demandantes que realizan una transacción de bienes y servicios para satisfacer una necesidad esto también facilita el manejo de precios de forma global.

Qué mercado se va a tocar en general.

Este plan de negocios es un servicio ya que es un producto de adquirir y presenta un enfoque comercial a personas ya sea pública y privada que se representan por medio de instituciones o empresas, además Ambato es considerado un mercado altamente demandante, es decir que actualmente hay un consumo masivo gracias a su población es por ello que se considera un mercado con altas posibilidades de influenciar en la entrada del servicio para la implementación de un espacio de coworking en la ciudad de Ambato.

Categorización de sujetos

Tabla 2. Categoría de sujetos

Categoría	Sujeto
¿Quién compra?	Consumidor final
¿Quién usa?	Consumidor final
¿Quién decide?	Consumidor final
¿Quién influye?	Consumidor final

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

1.2.1 Estudio de la segmentación

Consiste en formar grupos de consumidores que comparten características para formar diferentes segmentos ya sea por necesidades, gustos e intereses en común

Tabla 3. Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de necesidad	Consumidor final
Tipo de compra	Consumidor final
Relación con la marca	Consumidor final
Actitud frente a la marca	Consumidor final

Fuente: Elaboración propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Dimensión geográfica

Tabla 4. Dimensión Geográfica

Variable	Descripción	No. De Habitantes 2010	TCP	No. De Habitantes 2022
País	Ecuador	14.483.499	1,95%	17.439.973
Región	Sierra/Oriente/Costa/Insular	6.150.000	1,43%	7.405.381
Provincia	Tungurahua	504.583	1,50%	607.582
Ciudad	Ambato	329.856	1,47%	397.189
Zona	Urbana	165.185	1,47%	198.904

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo (2010).

Elaborado por: Mario Quinatoa

Dimensión Demográfica

Tabla 5. Dimensión Demográfica

Variable	Descripción	No. De Habitantes 2010	TCP	No. De Habitantes 2022
Edad	20 a 39 años	9.833	1.47%	11.840
Sexo	Hombres	4.574	1.47%	5.508
Nivel de ingresos	Estratos social C+ - C- 72%	3.293	1.47%	3.966

Fuente: INEC

Elaborado por: Mario Quinatoa

1.2.2 Estudio de muestreo

Muestreo

Es una parte o subconjunto de población en estudio. Es decir, el número de elementos de una muestra se denota por “n” y cada elemento constituye la unidad de estudio observable.

Población

Conjunto grande y completo de individuos, elementos o unidades que presentan como mínimo una característica común observable

Formula

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

Donde:

N es el tamaño de la población 843,644 personas

e es el error de muestreo, estimado en el 5%

z es el valor z correspondiente a un error del 5% y una confianza del 95%, igual a 1.96

p, es la probabilidad de éxito u ocurrencia, en este caso se trabajó con un valor estándar de 0,50.

q, es la probabilidad de fracaso o no ocurrencia, es complementario a “p” (q=1-p), por tanto, es 0,50

Cálculo

$$n = \frac{843,644 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{(0,05)^2 \cdot (843,644 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}$$

$$n = 384$$

Se determinó que la muestra es de: 384 personas instrumento de levantamiento de información es la encuesta que se determinó como fuente de información.

1.2.3 Instrumento para recopilar información

Se recolecta y registra información de diferente tipo de forma organizada y con un objetivo específico.

Objetivo 1: Determinar el comportamiento del consumidor al implementar espacios de coworking en la ciudad de Ambato.

Tabla 6. Objetivo 1.

Necesidad de información	Tipo de información	Fuente	Instrumento
Indagar los gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Consumidores	Encuesta Cuestionario

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por:

Objetivo2: Conocer las ventajas o beneficios del servicio de espacios de coworking

Tabla 7. Objetivo 1.

Necesidad de información	Tipo de información	Fuente	Instrumento
Conocer los beneficios y desventajas del coworking	Secundaria	Internet Artículos científicos	Base de datos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por:

Objetivo 3: Determinar los problemas de los espacios de coworking

Tabla 8. Objetivo 1.

Necesidad de información	Tipo de información	Fuente	Instrumento
Casusas de los problemas de los espacios de coworking	Secundaria	Internet Artículos científicos	Base de datos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por:

1.2.4 Diseño y recolección de la información

Información secundaria

La información secundaria puede haber sido creada en el pasado por los investigadores o puede haber sido generada por terceros ajenos a ellos. En estos casos se habla, respectivamente, de información secundaria interna o externa.

Banco de Datos

A. Conocer los beneficios y desventajas de implementar espacios coworking

Ventajas del coworking

1. Es más económico que el alquiler de una oficina propia.
2. La flexibilidad de los precios y usos. El coworking dispone de varias tarifas o planes que se adaptan a casi todas las circunstancias: tarifas de puestos fijos, de media jornada, de días sueltos.
3. Proporcionan un espacio propio en un entorno de trabajo compartido con mayor libertad.
4. Se fomentan las relaciones entre coworkers. El gestor del espacio trabaja para crear un ambiente de colaboración profesional y personal entre los coworkers y otros contactos externos, con el objetivo de descubrir nuevas oportunidades para los miembros del Coworking.
5. Acaba con el aislamiento y amplía tu networking. Estos espacios están ligados a la generación de una comunidad en la que se proyecta un ambiente de trabajo colaborativo.
6. Los servicios complementarios. Oficinas virtuales; recepción de llamadas y correos; domiciliación de la dirección de trabajo; servicios de gestión fiscal, laboral y contable; cursos y charlas temáticas; café de cortesía y un largo etc. Imagínate el coste que tiene todos estos servicios y el ahorro que te supone el compartirlos.
7. El coworking temático. Partiendo de la base que cualquier coworking está abierto a todo tipo de profesionales, cada vez más el coworking se plantean

desde una perspectiva sectorial o de especialización. De esta forma, las relaciones que se establecen entre coworkers de sectores afines, permite una transferencia de conocimientos y experiencias valiosísima que de otra manera te costaría adquirir.

Desventajas del Coworking

8. Los horarios del coworking. Tanto el horario de apertura como el de cierre pueden ser demasiado estrictos en ocasiones, así como los horarios establecidos para los espacios, aulas, salas de reuniones.
9. Las distracciones. Todos hemos comprobado que en espacios abiertos cuesta más concentrarse. Un mayor número de estímulos de atracción pueden ser irritantes para aquella persona que necesite mucho silencio.
10. El silencio. A veces da un poco de palo ponerte a hablar por teléfono cuando todos tus compañeros están concentrados
11. El excesivo ruido generado
12. Falta de ‘privacidad’ para tratar temas confidenciales y delicados, o en las llamadas telefónicas.

B. Causas de los problemas de los espacios de coworking

El miedo y la inestabilidad económica, principales enemigos del coworking. La crisis del coronavirus nos cogió a todos por sorpresa. Pero, sobre todo, puso en jaque la economía de miles de emprendedores que vieron como las previsiones y planes que tenían en marcha se hacían añicos ante esta situación sobrevenida.

La reducción de ingresos y la incerteza sobre la futura viabilidad de sus negocios han sido las causas principales que han forzado a muchos emprendedores a recortar gastos. Algunos, por ejemplo, han tenido que cambiar los despachos o mesas de trabajo que tenían contratados en coworkings por oficinas improvisadas en casa.

No obstante, la mayoría de espacios han tomado las máximas precauciones para reducir el riesgo de cualquier posible contagio. Algunas de las principales medidas de seguridad aplicadas son: la obligación del uso de mascarilla en zonas comunes,

disposición de geles hidroalcohólicos, refuerzo de la limpieza del centro, ventilación constante, reconfiguración de espacios para garantizar una mayor distancia de seguridad entre los coworkers, reducción del aforo de las salas de reuniones y suspensión temporal de eventos presenciales.

1.2.5 Análisis e interpretación de la información

La siguiente encuesta fue aplicada a 384 consumidores en la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato

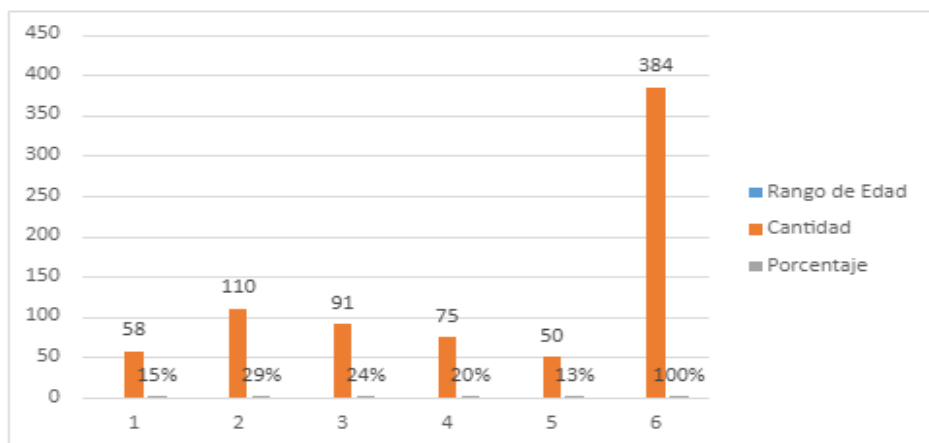
Edad

Tabla 1 *Edad*

N.	Rango de Edad	Cantidad	Porcentaje
1	De 18 a 25 años	58	15%
2	Entre 26 y 35 años	110	29%
3	Entre 36 y 45 años	91	24%
4	Entre 46 y 55 años	75	20%
5	Mayor a 56 años	50	13%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 1 *Edad*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos adquiridos el rango de edad superior con un porcentaje de 29% entre 26 años y 35 años y un rango de edad inferior con un porcentaje de 13% son mayores de 50 años.

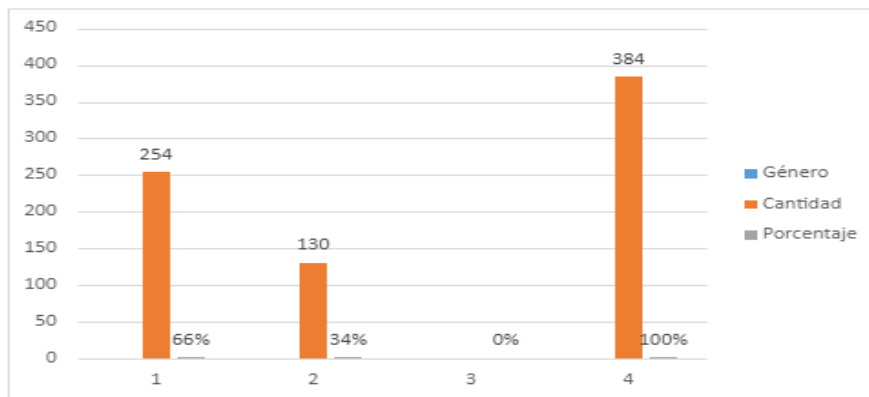
Género

Tabla 2 *Genero*

N.	Género	Cantidad	Porcentaje
1	Masculino	254	66%
2	Femenino	130	34%
3	Prefiero no decirlo		0%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 2 *Genero*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con la estadística presentada del 34% un total de 130 son del género femenino y el 66% un total de 254 son del género masculino se encuentran interesados en el coworking, siendo de esto de gran ayuda para determinar la publicidad de la empresa.

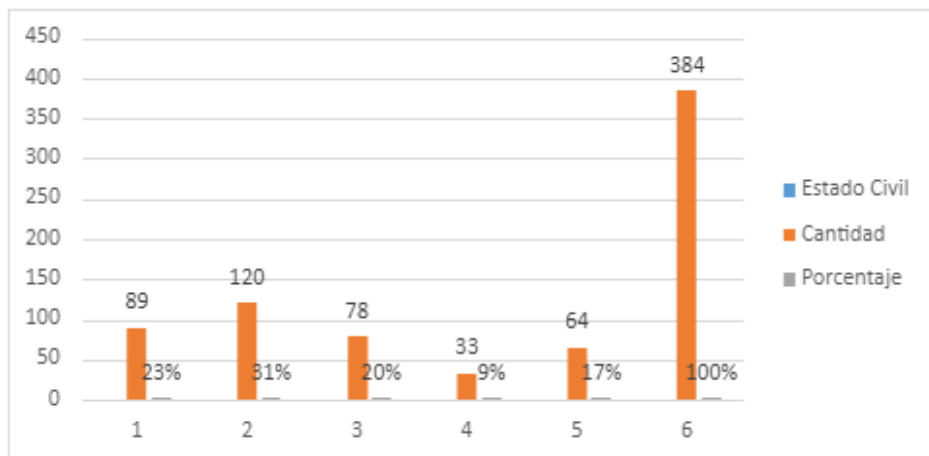
Estado civil

Tabla 3 Estado Civil

N.	Estado Civil	Cantidad	Porcentaje
1	Soltero	89	23%
2	Casado	120	31%
3	Divorciado	78	20%
4	Viudo	33	9%
5	Unión de Hecho	64	17%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 3 Estado Civil

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos el 9% con un total de 64 son de unión libre y el 31% un total de 120 son casado, es decir son personas que prefieren tener un conocimiento de coworking para generar ideas o comentarios en sus diversos trabajos para así poder estabilidad en su trabajo.

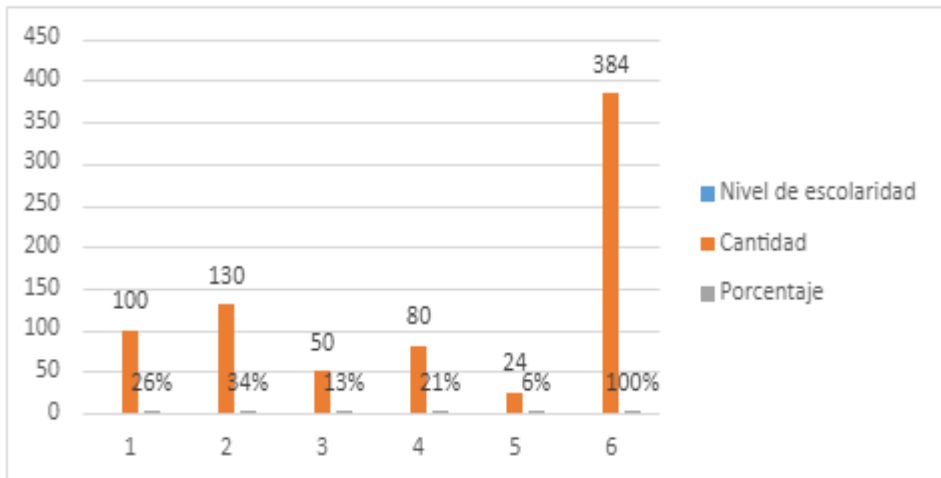
Nivel de escolaridad

Tabla 4 Nivel de escolaridad

N.	Nivel de escolaridad	Cantidad	Porcentaje
1	Primaria	100	26%
2	Bachillerato	130	34%
3	Técnico / Tecnólogo	50	13%
4	Tercer Nivel	80	21%
5	Cuarto Nivel	24	6%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 4 Nivel de escolaridad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos de las diferentes encuestas el 6% con un total de 24 personas tiene un nivel de estudios de cuarto nivel y el 34% con un total de 130 personas poseen un título de bachiller.

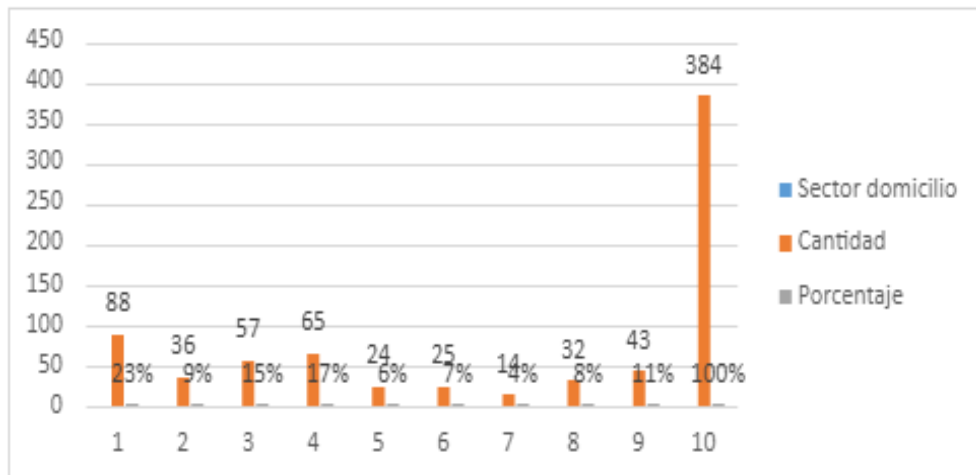
Sector de su domicilio

Tabla 5 Sector de su domicilio

N.	Sector domicilio	Cantidad	Porcentaje
1	Atocha - Ficoa.	88	23%
2	Celiano Monge.	36	9%
3	Huachi Chico.	57	15%
4	Huachi Loreto.	65	17%
5	La Matriz.	24	6%
6	La Merced.	25	7%
7	La Península.	14	4%
8	Pishilata.	32	8%
9	Soy de otra ciudad especifique cual	43	11%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 5 Sector de Domicilio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos el 23% un total de 88 personas viven en Atocha-Ficoa mientras que el 17% con un total de 65 personas pertenece a huachi-Loreto y finalmente el 4% con 14 personas viven en la Península.

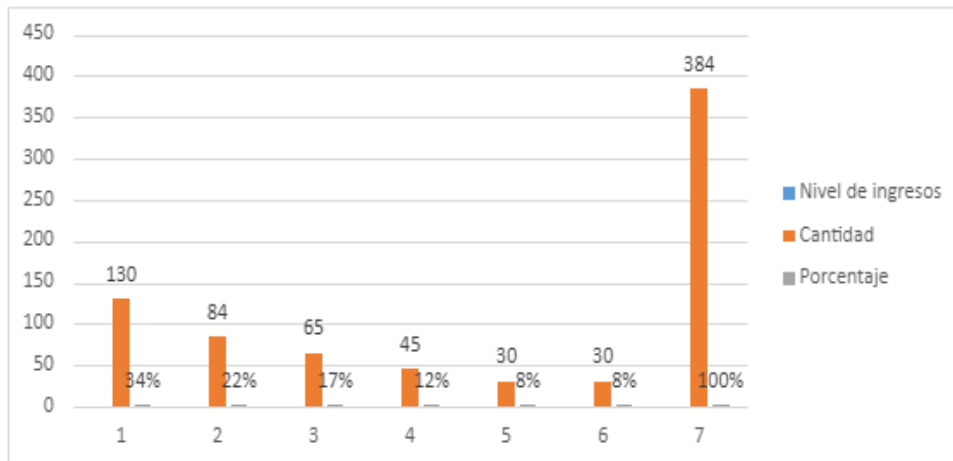
Nivel de ingresos en el que considera se encuentra (en caso de que la remuneración sea variable indique un valor aproximado)

Tabla 6 Nivel de ingresos

N.	Nivel de ingresos	Cantidad	Porcentaje
1	Menor a \$425	130	34%
2	Entre \$425 y \$650	84	22%
3	Entre \$650 y \$1000	65	17%
4	Entre \$1000 y \$1500	45	12%
5	Entre \$1500 y \$2000	30	8%
6	Más de \$ 200	30	8%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 6 Nivel de ingresos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos el 34% con un total de 130 personas tienen ingresos menores a 425 mientras que el 17% con un total de 65 personas ganan entre \$650 y \$1000 y finalmente un 8% con un total de 30 personas ganan entre \$1500 y \$2000 y más de 2000.

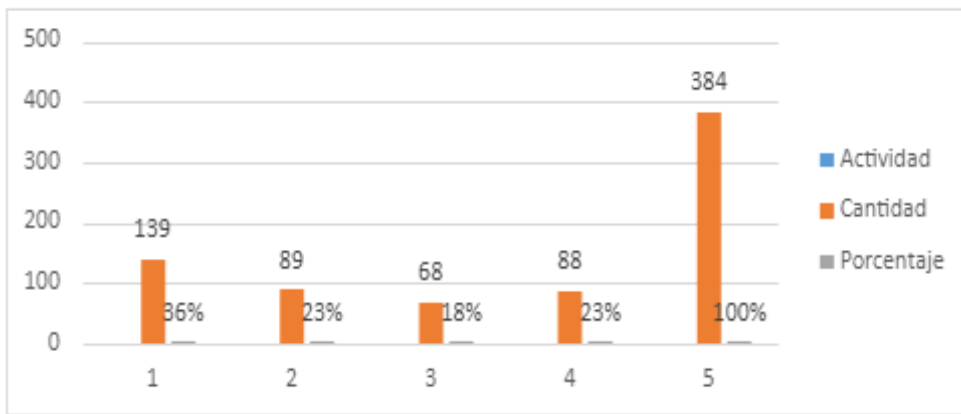
1. De las siguientes opciones señale la actividad que desarrolla

Tabla 7 Actividad

N.	Actividad	Cantidad	Porcentaje
1	Persona Natural	139	36%
2	Ejecutivo	89	23%
3	Servicios profesionales	68	18%
4	Emprendedor	88	23%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 7 Actividad

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos el 18% un total de 68 personas pertenecen a servicios profesionales y el 36% con un total de 139 personas pertenece a personas naturales es decir demuestran su interés para obtener un ambiente laboral estable además de mejorar los canales de distribución

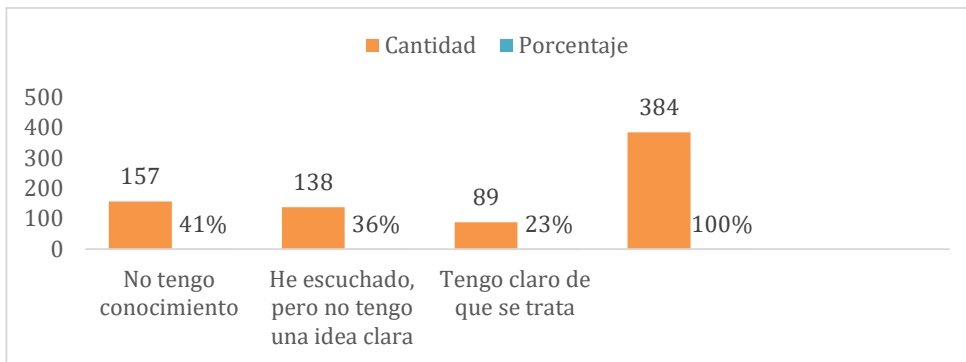
2. Indique que conoce a cerca del COWORKING

Tabla 8 Conoce Coworking

N.	Conoce Coworking	Cantidad	Porcentaje
1	No tengo conocimiento	157	41%
2	He escuchado, pero no tengo una idea clara	138	36%
3	Tengo claro de que se trata	89	23%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 8 Conoce Coworking

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

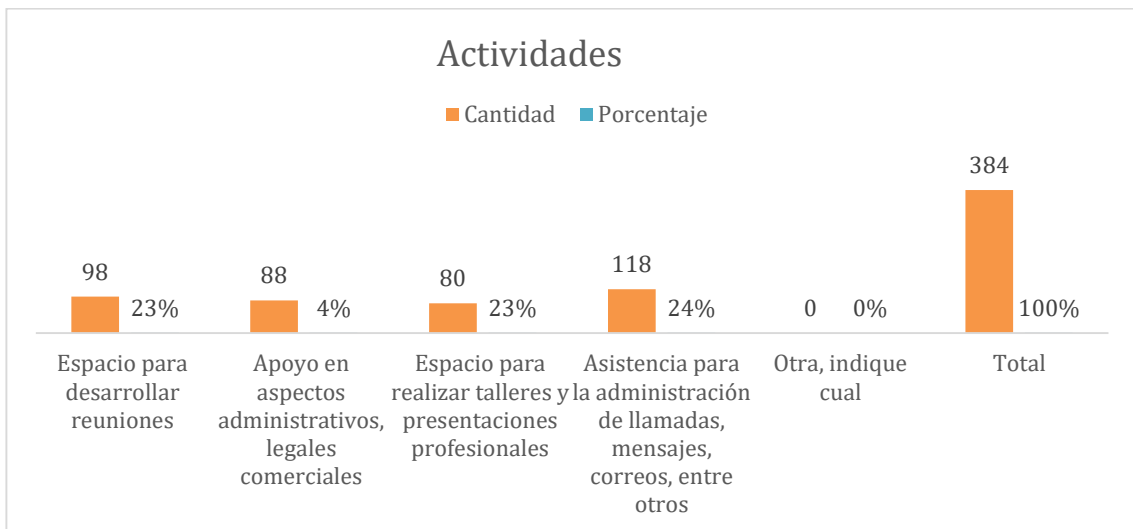
3. Dentro de las actividades que Ud. desarrolla, indique del siguiente listado cuales se presentan con mayor frecuencia (puede escoger una o varias)

Tabla 9 Actividades

Actividades	Cantidad	Porcentaje
Espacio para desarrollar reuniones	98	23%
Apoyo en aspectos administrativos, legales comerciales	88	4%
Espacio para realizar talleres y presentaciones profesionales	80	23%
Asistencia para la administración de llamadas, mensajes, correos, entre otros	118	24%
Otra, indique cual	0	0%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 9 Actividades

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos presentan con mayor frecuencia el 24% asistencia para la administración de llamadas, mensajes, correos entre otros y con menor frecuencia apoyo en aspectos administrativos, legales comerciales con un porcentaje del 4%.

Definición de Coworking, o trabajo compartido, consiste en un espacio de trabajo compartido por más de una empresa o persona, en el cual cada uno realiza actividades independientes entre sí. El objetivo es utilizar un espacio de forma más eficiente y disminuir los costos operacionales para cada parte.

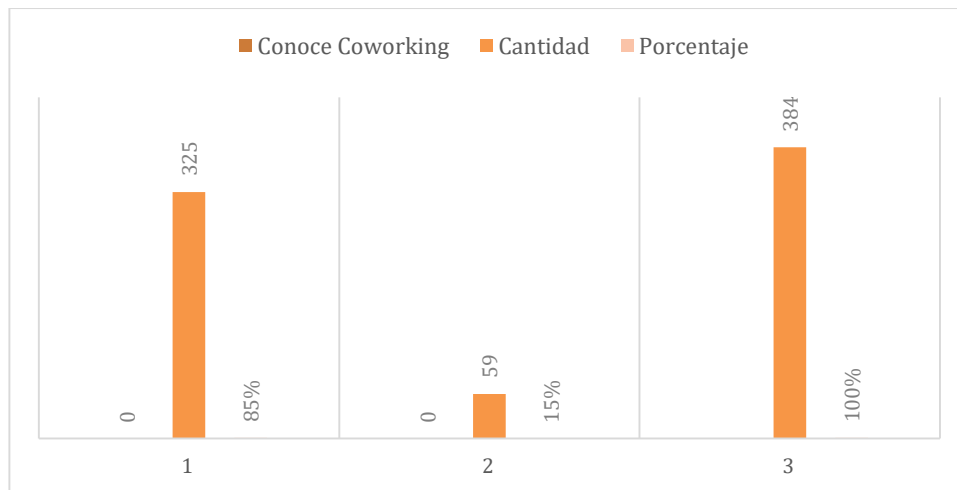
4. De acuerdo a la definición de Coworking estaría interesado en contratar este tipo de espacio

Tabla 10 *Conoce Coworking*

N.	Conoce Coworking	Cantidad	Porcentaje
1	Si	325	85%
2	No	59	15%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 10 *Conoce Coworking*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos el 85% con un total de 384 personas están dispuestas a contratar espacios de coworking para mejorar sus procesos, la comunicación interpersonal y poder llegar a sus objetivos de manera eficaz.

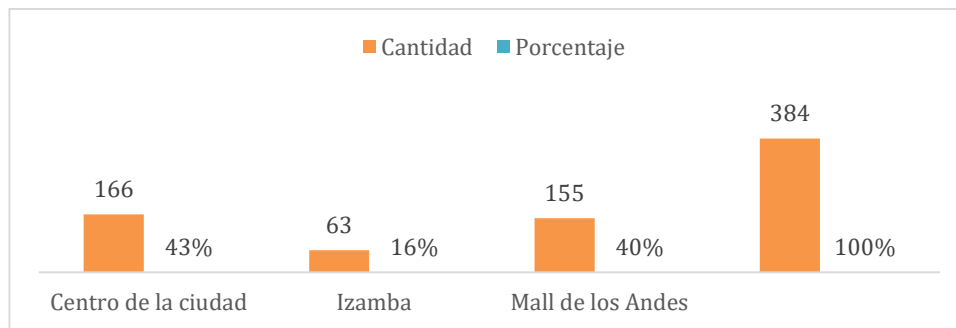
5. En qué sector de la ciudad le gustaría esté ubicado

Tabla 11 Sector de la ciudad Ubicado

N.	Sector de la ciudad Ubicado	Cantidad	Porcentaje
1	Centro de la ciudad	166	43%
2	Izamba	63	16%
3	Mall de los Andes	155	40%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 11 Sector de la ciudad Ubicado

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos el 43% con 166 personas prefieren estar ubicados en centro de la ciudad así las personas no se podrían perder o exista algún problema al llegar además de los diferentes problemas que existe en la noche.

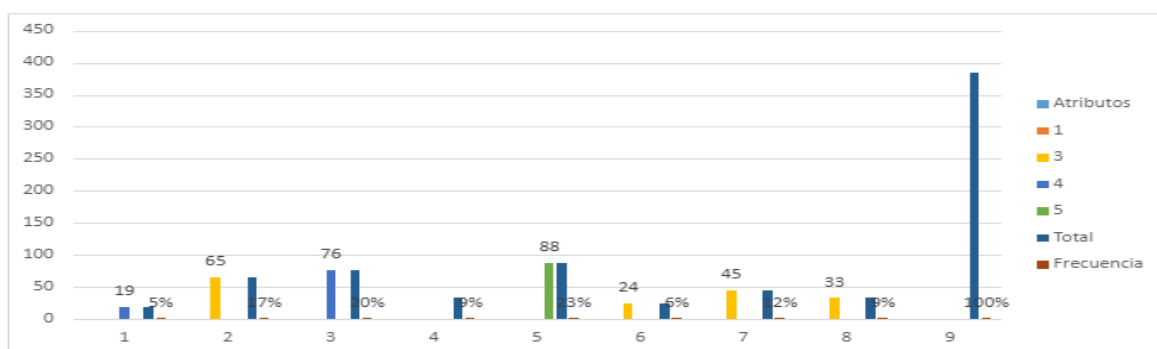
6. De acuerdo al grado de importancia califique que tipos de atributos debe tener el espacio coworking (siendo 1 el menos importante y 5 el más importante).

Tabla 12 *Atributos del Coworking*

N.	Atributos	1	2	3	4	5	Total	Frecuencia
1	Servicio de internet, impresora	0	0	0	19	0	19	5%
2	Parqueadero	0	0	65	0	0	65	17%
3	Equipos de proyección para conferencias	0	0	0	76	0	76	20%
4	Teléfono convencional	0	34	0	0	0	34	9%
5	Servicio de formación y capacitación	0	0	0	0	88	88	23%
6	Mobiliario cómodo	0	0	24	0	0	24	6%
7	Puestos de trabajo independientes y privados	0	0	45	0	0	45	12%
8	Ubicación	0	0	33	0	0	33	9%
Total							384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 12 *Atributos del Coworking*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos es importante que cada uno de los servicios brinden sus servicios para la comodidad del empleado.

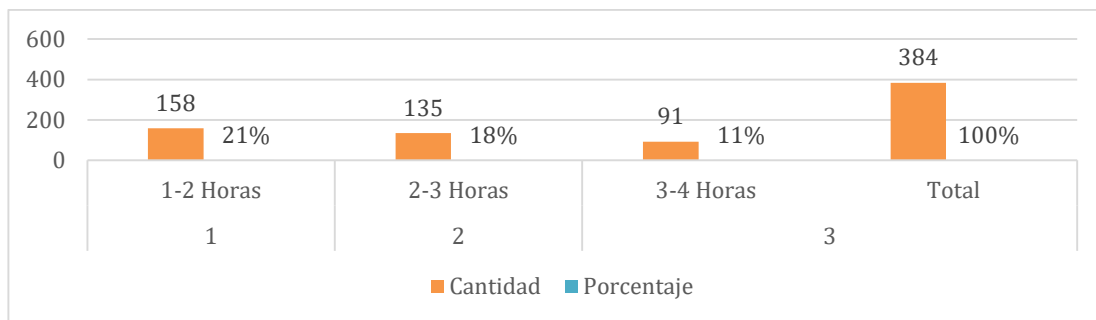
7. Durante cuántas horas a la semana ocuparía este servicio

Tabla 13 *Durante cuántas horas a la semana ocuparía este servicio*

N.	Durante cuántas horas a la semana ocuparía este servicio	Cantidad	Porcentaje
1	1-2 Horas	158	21%
2	2-3 Horas	135	18%
3	3-4 Horas	91	11%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 13 Durante cuántas horas a la semana ocuparía este servicio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos la mayor parte de las personas encuestadas prefiere de 1 a 2 horas y un porcentaje de 21 y un porcentaje menor del 11% prefiere de 3 a 4 horas ya que al tener más horas las personas pierden su comodidad.

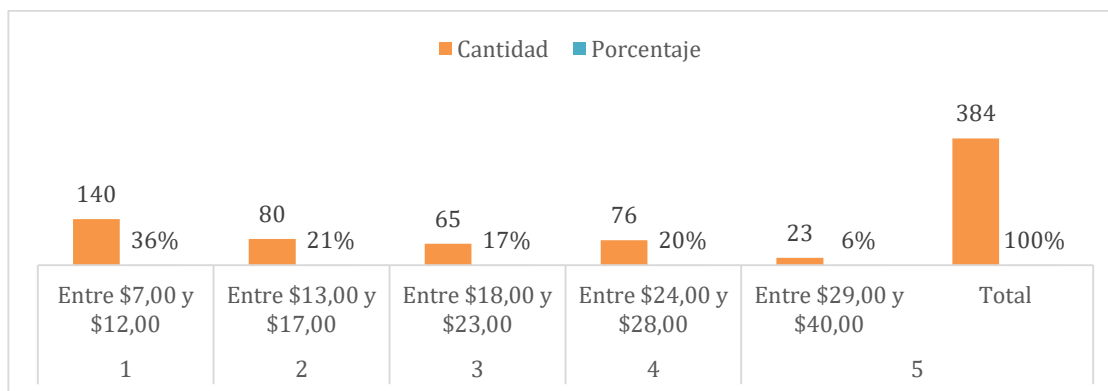
8. Cuál es el valor hora que estaría dispuesto a pagar a cambio de este servicio

Tabla 14 Cuál es el valor hora que estaría dispuesto a pagar a cambio de este servicio

N.	Valor hora	Cantidad	Porcentaje
1	Entre \$7,00 y \$12,00	140	36%
2	Entre \$13,00 y \$17,00	80	21%
3	Entre \$18,00 y \$23,00	65	17%
4	Entre \$24,00 y \$28,00	76	20%
5	Entre \$29,00 y \$40,00	23	6%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 14 Cuál es el valor hora que estaría dispuesto a pagar a cambio de este servicio

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos el valor a pagar con más porcentaje del 36% está dispuesto a pagar entre \$7,00 y \$12,00 y con un porcentaje menor del 6% entre \$29,00 y \$40,00.

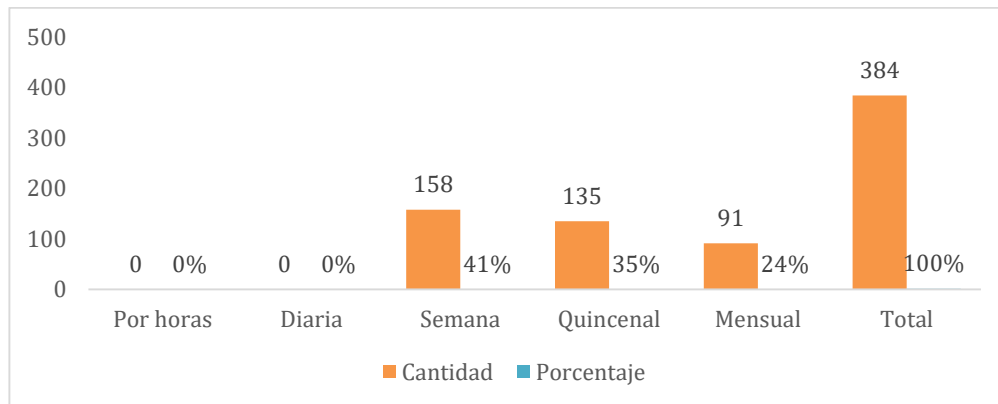
9. Con qué frecuencia prefiere pagar por los espacios en el coworking

Tabla 15 Con que frecuencia prefiere pagar por los espacios en el coworking

Pagar por los espacios	Cantidad	Porcentaje
Por horas	0	0%
Diaria	0	0%
Semana	158	41%
Quincenal	135	35%
Mensual	91	24%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 15 Con que frecuencia prefiere pagar por los espacios en el coworking

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos de la encuesta realizada el 41% prefiere pagar por los espacios del coworking semanal mientras con porcentaje menor de 0% prefiere pagar ya sea por horas o diaria.

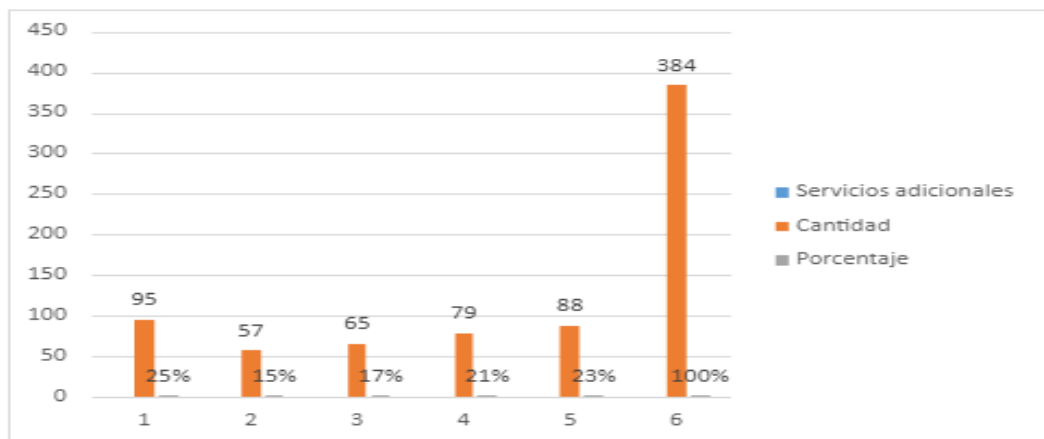
10. ¿Qué servicios adicionales te gustaría que brinde el coworking? Puede escoger uno o varios

Tabla 16 ¿Qué servicios adicionales te gustaría que brinde el coworking? Puede escoger uno o varios

N.	Servicios adicionales	Cantidad	Porcentaje
1	Asesoría contable	95	25%
2	Marketing digital	57	15%
3	Asesoría digital	65	17%
4	Asesoría administrativa	79	21%
5	Asesoría financiera	88	23%
Total		384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 16 ¿Qué servicios adicionales te gustaría que brinde el coworking? Puede escoger uno o varios

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos asesoría financiera, contable y administrativa así la gente podrá ayudar a las personas de mejor manera en algunos de los trámites que la persona común no entiende o no posee estudios.

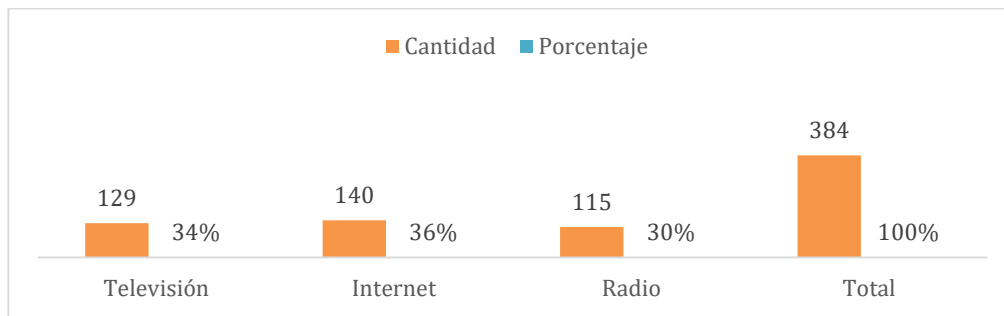
11. A través de que medio les gustaría recibir información sobre los espacios del Coworking

Tabla 17 A través de que medio les gustaría recibir información sobre los espacios del Coworking

Medios de Comunicación	Cantidad	Porcentaje
Televisión	129	34%
Internet	140	36%
Radio	115	30%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 17 A través de que medio les gustaría recibir información sobre los espacios del Coworking

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos, el 36% les gustaría recibir información sobre los espacios del Coworking por internet, mientras que el 34% prefiere recibir información sobre los espacios del Coworking por Televisión y finalmente el 30% les gustaría recibir información sobre los espacios del Coworking por internet

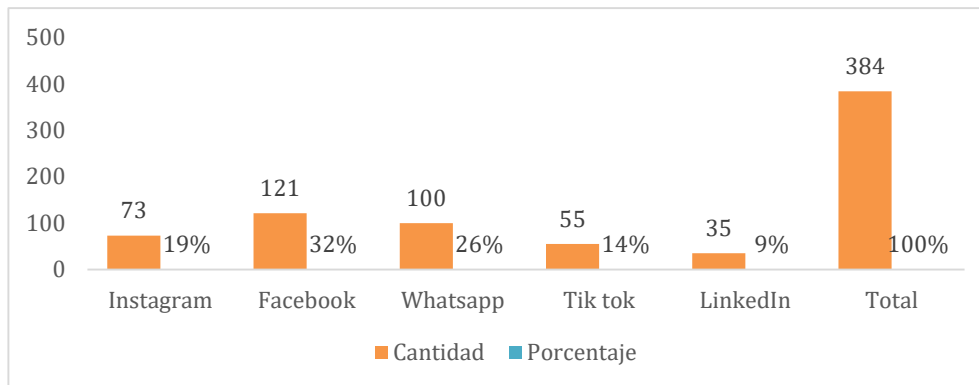
13. Que red social usa con mayor frecuencia

Tabla 18. Que red social usa con mayor frecuencia

Redes Sociales	Cantidad	Porcentaje
Instagram	73	19%
Facebook	121	32%
Whatsapp	100	26%
Tik tok	55	14%
LinkedIn	35	9%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 18 *Que red social usa con mayor frecuencia*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos, el 32 % utiliza la red social que con mayor frecuencia es el Facebook y la red social con menor uso de frecuencia es LinkedIn. LinkedIn es una red social tipo profesional donde buscan u ofrecen trabajo.

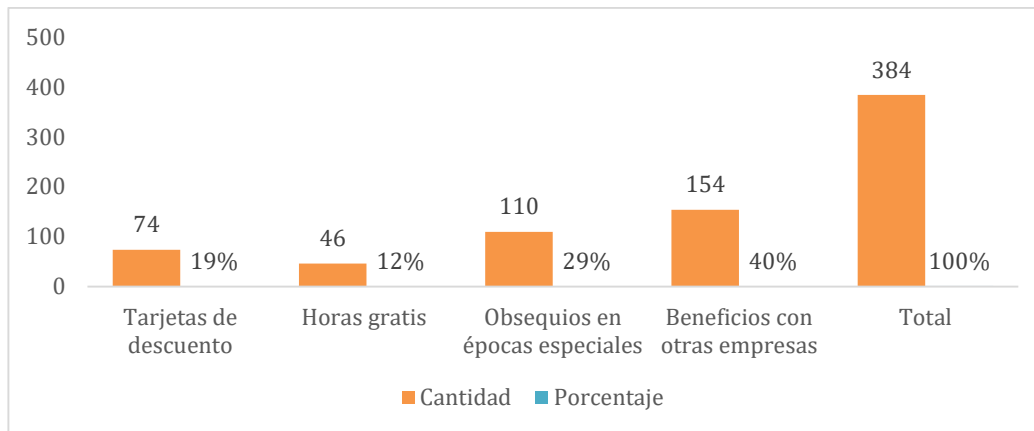
14. Qué tipo de promociones le gustaría recibir al momento de contratar un espacio en el Coworking.

Tabla 19 *Qué tipo de promociones le gustaría recibir al momento de contratar un espacio en el Coworking.*

Tipos de Promoción	Cantidad	Porcentaje
Tarjetas de descuento	74	19%
Horas gratis	46	12%
Obsequios en épocas especiales	110	29%
Beneficios con otras empresas	154	40%
Total	384	100%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 19 *Qué tipo de promociones le gustaría recibir al momento de contratar un espacio en el Coworking.*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos, el 40% prefiere recibir promociones al momento de contratar un espacio en el Coworking y obtener con otras empresas ciertos beneficios y el 19% prefiere recibir promociones al momento de contratar un espacio en el Coworking con tarjetas de descuentos.

1.3 DEMANDA POTENCIAL

Es un procedimiento de cálculo sencillo que pertenece a la categoría de pronósticos de Series de Tiempo, es decir, que utiliza información histórica del desempeño de la variable que se desea pronosticar para poder generar un pronóstico de la misma a futuro.

Promedio Simple

Tabla 20 *Demanda Potencial*

	PROMEDIO SIMPLE	PROMEDIO MOVIL			DESVIACIÓN ABSOLUTA			
		K2	K6	K7	K2	K6	K7	
2010	843,644							
2011	856,046							
2012	868,447	849,845						
2013	880,849	862,246						
2014	893,250	874,648						
2015	905,652	887,049						
2016	918,053	899,451	874,648					
2017	930,455	911,853	887,049	880,849	18,602	43,405	49,606	
2018	942,857	924,254	899,451	893,250	18,602	43,405	49,606	
2019	955,258	936,656	911,853	905,652	18,602	43,405	49,606	
2020	967,660	949,057	924,254	918,053	18,602	43,405	49,606	
2021	980,061	961,459	936,656	930,455	18,602	43,405	49,606	
2022	992,463	1094,2231	973,860	949,057	942,857	93,012	217,027	248,031

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

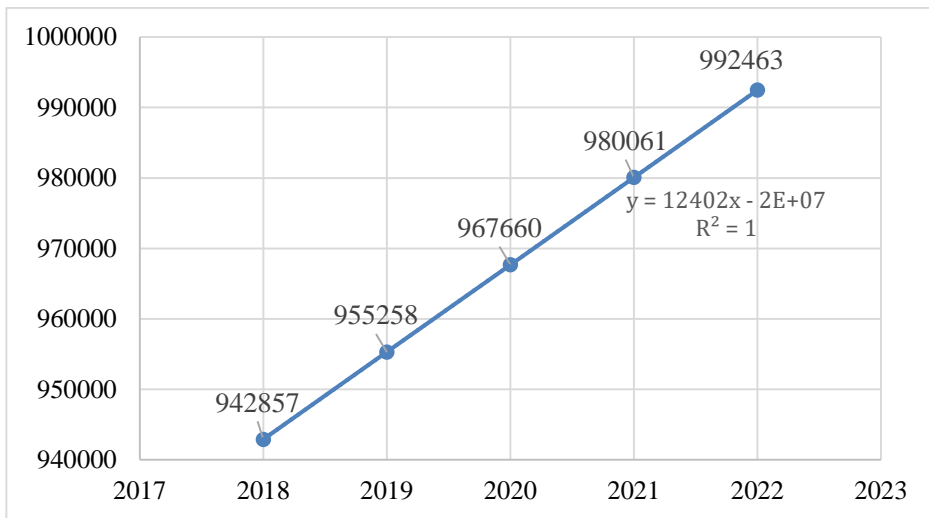
Mínimos Cuadros

Tabla 21 *Mínimos Cuadrados*

Años	X	Y	XY	X
2018	1	942,857	942857	1
2019	2	955,258	1910516	4
2020	3	967,660	2902980	9
2021	4	980,061	3920244	16
2022	5	992,463	4962315	25
Total	15	4838299	14638912	55

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Gráfica 20 Valor de R

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Proyección de la demanda

$$X^1 = \frac{\sum X}{n} = \frac{21}{6} = 3,5$$

$$Y^1 = \frac{\sum Y}{n} = \frac{6364}{6} = 1060,7$$

$$b = \frac{\sum XY - n(X^1)(Y^1)}{\sum(X^2) - n(X^1)^2} = \frac{22497 - 6*(3,5)*(1060,67)}{91 - 6*(3,5)^2} = 12,40$$

$$a = Y^1 - b(X^1)$$

Tabla 22 Proyección de la demanda

Años	Demanda proyectada	Oferta proyectada	DPI
2023	942857	67872	874985
2024	942857	63984	878873
2025	942857	60096	882761
2026	942857	56208	886649
2027	942857	52320	890537
Total	4714285	300480	4413805

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

1.4 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICROAMBIENTE

1.4.1 Análisis del microambiente



Poder de negociación de los consumidores: MEDIA

Tabla 23. Poder de negociación con los consumidores

Poder de negociación con los consumidores	Alto	Medio	Bajo
Alianzas estratégicas con proveedores		X	
Precios competitivos al obtener la materia prima		X	
Ofertas de proveedores en materia prima		X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos el poder de negociación con los consumidores es media, es decir al tener precios competitivos al obtener la materia prima nuestros servicios ofrecen varios planes de pago.

Rivalidad entre empresas: MEDIA ALTA

Tabla 24. Poder de negociación con los consumidores

Rivalidad entre empresas	Alto	Medio	Bajo
Ofrece precios accesibles acorde al mercado competitivo		X	
Ofrece distintos paquetes o planes a los usuarios	X		
Aumenta la inversión del marketing	X		
Incrementa la calidad del servicio		X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos la rivalidad entre empresas es media alta ya que existe un servicio de calidad al ofrecer nuevos servicios y diferentes formas de pago dando así a su servicio un valor agregado

Entrada de nuevos competidores: MEDIA BAJA

Tabla 25. Poder de negociación con los consumidores

Entrada de nuevos competidores	Alto	Medio	Bajo
Innovación en sus servicios		X	
Diferenciación de la marca		X	
Políticas gubernamentales			X
Experiencia acumulada		X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo al análisis que se pudo observar la entrada de nuevos competidores es media baja ya que su innovación no es muy fuerte, además de tener nuevas políticas en algunos de sus procesos y el conocimiento de trabajadores que hay dejado esa empresa ayuda a mejorar sus procesos.

Poder de negociación de los proveedores: MEDIA ALTA

Tabla 26. Poder de negociación de los proveedores

Poder de negociación de los proveedores	Alto	Medio	Bajo
Establecer alianzas a largo plazo		X	
Aumenta nuestra cartera de productos	X		
Ofertas de proveedores		X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos el poder de negociación de los proveedores es establecer alianzas a lo largo de plazo así podemos aumentar la cartera de servicios. Esto nos permite conocer más propuestas a la hora de obtener un proveedor.

Productos sustitutos: MEDIO ALTO

Tabla 27. *Producto sustituto*

Producto sustituto	Alto	Medio	Bajo
Oficinas tradicionales	X		
Análisis de la competencia	X		
Servicios a menor costo de la competencia		X	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos los productos sustitutos son alto ya que existe las oficinas tradicionales haciendo que el análisis de la competencia sea más fuerte existiendo diferentes precios a la hora de adquirir un coworking.

Estrategias de las Cinco fuerzas de Porter

Tabla 28. *Estrategias de las Cinco fuerzas de Porter.*

Fuerza de Porter	Estrategia	Táctica	Presupuesto	Responsable
Poder de negociación con los clientes.	Servicio Pos Venta	Seguimiento vía telefónica, o mensajería vía WhatsApp	\$100	Vendedor
Productos sustitutos	Descuentos por volumen compra.	40% de descuento hay adquirir el servicio en un plazo corto de 6 meses	\$1100	Gerente
Poder de negociación con los proveedores	Diversificar cartera proveedores	Cotizar varios proveedores	\$100	Gerente
Entrada de nuevos competidores	Utilizar redes sociales, ofrecer descuentos	Ofrecer decoraciones del servicio y su beneficio	425	Gerente
Rivalidad de nuevos competidores	Lograr la fidelización de los clientes a través de un CRM	Adquirir una licencia el manejo de CRM BITRIX24	100	Administración

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis de Macro Ambiente

Tabla 29. *Matriz MEFE.*

OPORTUNIDADES	Peso	Clasificación	Ponderación
Tasas de interés competitivas	0,10	3	0,30
Aceptación en el mercado	0,20	3	0,60
Costos accesibles de la materia prima	0,15	3	0,45
Generar empleo	0,05	4	0,20
		Subtotal	1,55
AMENAZAS	Peso	Clasificación	Ponderación
Cambios en el ámbito político, ambiental y legal	0,20	2	0,40
Productos sustitutos	0,05	2	0,10
Situación económica del país	0,20	2	0,40
Competencia Fuerte	0,05	1	0,05
		Subtotal	0,95
Total	1		2,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Interpretación: De acuerdo con los datos obtenidos de la matriz MEFE las oportunidades presentan una calificación total de 1,55 mientras que las amenazas presentan una calificación de 0,95 por lo que se concluye que el resultado de la matriz MEFE es de 2,50, es decir la empresa tiene la posibilidad de aprovechar los factores externos a su favor.

Tabla 30. *Matriz MEFI.*

FORTALEZAS	Peso	Clasificación	Ponderación
Estudio de prefactibilidad comercial fundamental	0,20	3	0,60
Experiencia en negociación	0,20	3	0,60
Buena relación con los proveedores	0,15	3	0,45
Precios competitivos	0,10	4	0,40
		Subtotal	2,05
DEBILIDADES	Peso	Clasificación	Ponderación
Poco acceso a la información científica	0,10	2	0,20
La demora en la legalización de permisos y registros del servicio	0,05	2	0,10
Servicio nuevo en el mercado	0,15	2	0,30
Recurso económico propio bajo	0,05	1	0,05
		Subtotal	0,65
Total	1		2,70

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos nuestra empresa presenta una calificación de 2.05 en sus fortalezas VS las debilidades que se han obtenido con un porcentaje de 0,65 por lo tanto el resultado de la matriz MEFI es de 2,70 esto indica que se encuentra internamente fuerte y posee ventaja competitiva por su estructura.

Tabla 31. Matriz MPC

Factores determinante s	Peso ponderado	Domus Coworking		Coworking Plaza Ficoa		Yo	
		Calif.	Ponderación	Calif.	Ponderación	Calif.	Ponderación
Calidad del servicio	0,16	3	0,48	3	0,48	1	0,16
Aceptación en el mercado	0,18	4	0,72	3	0,54	1	0,18
Situación económica del país	0,18	3	0,54	3	0,54	1	0,18
Innovación en sus servicios	0,15	3	0,45	3	0,45	1	0,15
Precios accesibles	0,16	3	0,48	3	0,48	1	0,16
	0,17	2	0,34	2	0,34	1	0,17
Total	1		3,01		2,83		1

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Análisis: De acuerdo con los datos obtenidos Domus Coworking presenta una calificación de 3,01 resultando un competidor más peligroso mientras tanto Coworking Plaza Ficoa resultado un competidor menos peligroso y finalmente nuestra empresa presenta una calificación de 1 siendo la menos peligrosa la cual se realizará cambios estratégicos que impulsen el posicionamiento de nuestro producto.

Tabla 32. Proyección de la Oferta.

Competidores	Producto	Stock	Tiempo de aprovechamiento	Precio Promedio	Oferta Mensual	Oferta Anual	Oferta Anual en dólares
Invernadero	Sala de reuniones	40	Mensual	190	7600	91200	556800
INNOBIS	Sala de reuniones	200	Bimestral	95	19000	228000	420000
BLAB	Sala de reuniones	140	Bimestral	125	17500	210000	438000
Panel Coworking	Sala de reuniones	45	Mensual	220	9900	118800	529200
Total		425		630	54000	648000	1944000

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Demanda Potencial Insatisfecha.

Tabla 33. Proyección de la Demanda Potencial Insatisfecha en Unidades.

Año	Demanda en dólares	Oferta Anual (unidades)	DPI (unidades)
2022	992463	648000	344463

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 34. Proyección de la Demanda Potencial Insatisfecha Dólares.

Año	Demanda en dólares	Oferta Anual (dólares)	DPI (dólares)
2022	1094,223141	1944000	1942905,777

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Diseño de marca (branding)

Una vez realizado el estudio se han determinado los aspectos de marca de acuerdo a la caracterización del consumidor.

- Nombre de la marca

Work Space: el nombre se ha definido en base al giro del negocio, dos palabras en inglés fáciles de manejar y de acuerdo al segmento de mercado.

Gráfico	Marca	Denominación	Tipo	Clasificación de Niza	Clasificación de Viena
	M0358329	WORK SPACE COWORKING	Denominativo con gráfico	35	27.05.17 27.05.19 27.05.06
	M0358002	THE GARDEN SPACE DIFFERENT WORK SPACE	Denominativo con gráfico	35	27.05.21 27.05.19 27.05.09 27.01.05
	M0213254	WE LOVE WORK SPACES WELOWS	Denominativo con gráfico	42	27.05.17 26.04.19 29.01.03
	M0228008	JOB WORK SPACE HAY UN ESPACIO PARA TI	Denominativo con gráfico	35 36	27.05.10 29.01.06 20.05.07 13.01.17 02.01.16 27.05.11 11.03.04 29.01.01 26.11.22
	M01556453	NEW WORK SPACE	Figuras	36	26.01.06 27.05.24 29.01.15

« Primera « Anterior Página 1 de 1 Siguiente » Última »

[Inicio de página](#)

Ilustración 1. Rastreo de marca.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

- **Logotipo**

El logotipo a sido trabajado en base a los arquetipos de personalidad de Marca planteada mediante la teoría de Jung en donde se especifica que “los arquetipos son residuos arcaicos de las vivencias de los antepasados, (...) que habitan en el inconsciente colectivo de las personas en forma de experiencias y recuerdos (...) y se manifiestan como un modo de ser” (1988: 47-48). Es decir que el contexto de lo que se ve y se observa nace a partir de las creencias y sobre todo las experiencias vividas.

La identificación de la marca se plantea un isologo, compuesta por una imagen gráfica y la combinación de la palabra *work* que significa trabajo y *space* que significa espacio.



Ilustración 2. *Logotipo*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

- **Eslogan**

“El mejor espacio compartido de trabajo”

- **Percepción y posicionamiento**

La percepción que se busca desarrollar en la mente del consumidor es la confianza de que existe unidad y trabajo en equipo, además de que Work Space brinda un espacio de trabajo confortable, con personas que se encuentran en la búsqueda del mismo objetivo.

- **Diferenciación**

Mediante encuestas de satisfacción mensual se pueden evidenciar los requerimientos de los clientes, los colores decorativos brindan un ambiente cálido para que exista calidez, además se contará con una cafetera y chocolates con relleno de sabor a almendras que se le entregarán en el momento del contrato, en cada espacio también se entregará un aromatizante para que se pueda mantener el ambiente fresco, además en cada espacio se colocará un ozonificador con el fin de mantener el ambiente sanitizado.

- **Concepto**

- Unidad, cambio de paradigma, desarrollo de habilidades, trabajo en equipo.
- Se ha aplicado la personalidad del cuidador, el mensaje principal es la protección, evitando riesgos y peligros.
- Los colores que predominan en el logotipo son el azul, el rojo y el gris, que son parte de la personalidad de marca del cuidador.

Cuña para el periódico

Espacios compartidos para trabajar, dotados de tecnología, instalaciones adecuadas, salas de reuniones, número de contacto Celular 099121845



Ilustración 3, *Cuña para el periódico.*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

POST

👉👉 I MPORTANTE 👉👉🌟👉👉 AMBATO 👉👉
🌟🌟 HOME WORK 🌟🌟 El primer espacio compartido de trabajo en Ambato y el
centro del país 🏆🏆🏆🏆🏆🏆
🚧🚧 Ambato – Sector del Mall de los Andes 🚧🚧
🌟🌟 Oficinas renta diaria o por el tiempo que necesites 💰 Valor: \$12
📺📺📺📺 Comparte todas nuestras publicaciones y estarás
participando en un sorteo para capacitación 🏆🏆🏆🏆 mientras
más participes mejor 🙌🙌🙌🙌
👉👉👉👉 te esperamos para desarrolles tus habilidades 🌟🌟🌟🌟
📞📞📞 Celular 099121845



Ilustración 4. Post

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

1.1. Estrategias de marketing

Describe las estrategias de mercado que usted diseñará y aplicará para posicionar su negocio. Puede utilizar marketing mix, estrategias de mercado de lanzamiento, estrategias de operatividad, etc.

Las estrategias que podrías estar inmersas en dicho análisis podrían ser:

- Estrategia de posicionamiento

- Estrategia de diferenciación
- Marketing de guerrilla
- Estrategias de producto
- Estrategias de plaza
- Estrategias de packaging
- Estrategias para el manejo de marca
- Estrategias de canales de distribución
- Estrategias de precio, etc.

NOTA: Todas las estrategias formuladas deben estar sustentadas en la investigación de mercados o en la aplicación de las matrices expuestas anteriormente.

1.2. Plan de comunicación

Señale qué tipo de publicidad piensa utilizar a futuro. En este punto debe diseñar métodos distintos e innovadores, los que no necesariamente involucran grandes inversiones, identificar los canales de comunicación.

PLAN DE MEDIOS

Tabla 35. *Plan de Medios y Estrategias.*

Variable	Tipo	Fecha	Costo	Responsable
Publicidad	- Internet	12/12/2022	\$ 0,00	Mario
	- Redes Sociales: Facebook e Instagram	16/12/2022	\$ 750,00	
	- Publicidad radial	23/12/2022	\$ 3.000,00	
	- Publicidad en canales de televisión	23/12/2022	\$ 4.800,00	
	- Marketing One to One y Publicidad personalizada	24/12/2022	\$ 275,00	
	- Afiches	25/12/2022	\$ 110,00	
	- Flyers	25/12/2022	\$ 250,00	
Relaciones Públicas	- Evento de lanzamiento para obtener FREE PRESS	27/12/2022	\$ 3.500,00	Mario
Estrategias de Marketing	Indiferenciada	30/12/2022	\$ 500,00	Mario
	Descuento	31/12/2022	\$ 380,00	Mario

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

1.3. Canales de Distribución

¿Cómo distribuye su producto? ¿Qué medios utilizan y utilizará? Debe definir cuáles son los canales de distribución a utilizar; si es en forma directa o por medio de intermediarios, etc. Si la cadena de distribución tiene muchos intermediarios indique los porcentajes en que va aumentando el precio desde el productor al cliente final con una justificación del mismo en base a los estudios realizados.

(Imagen/gráfico de canales de distribución con un resumen explicativo)

1.4. Seguimiento de Clientes

Se implementará un sistema informático, que nos permita tener una base de datos del cliente y además contando con un buzón de sugerencias.

Dentro de nuestra base de clientes tendremos registrado información como: nombre del cliente, dirección (trabajo y domicilio), número de personas que viven con el cliente.

La empresa utilizará la planilla de seguimiento a clientes en Excel.



Ilustración 5. Seguimiento de Clientes.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Con el paso del tiempo las plantillas de Excel se han convertido en un aliado para cuidar al máximo los trámites empresariales. Es el caso del seguimiento de clientes, donde gracias a las funciones de Excel ofrecidas por las hojas de cálculo existe la oportunidad de establecer un control exhaustivo de la actividad de los clientes, para ofrecerles siempre lo mejor.

Seguimiento de clientes en Excel

A partir de la plantilla de Excel para seguimiento de clientes la empresa va a tener a su disposición una herramienta de lo más eficaz para vigilar la actividad de los clientes, tanto de los clientes potenciales como de los clientes cuyo volumen de participación es menor. Actuando como una base de datos de Excel en la que tan solo se tendrá que rellenar cada una de las casillas cumpliendo estos pasos:

- La fecha de contacto, al comenzar las relaciones empresariales.
- Datos personales, siempre de absoluta privacidad.
- El status del cliente o actividades que desempeña.
- El nivel de propuestas y adquisiciones.

Además, en el apartado comentarios se podrá indicar todos los datos de interés que ayudará a mantener una buena relación de calidad para el cliente y la empresa.

Capítulo II

2. Operaciones

2.1. Objetivo del Capítulo

- Establecer los elementos, recursos y procesos necesarios para el funcionamiento de espacios coworking.
- Analizar y establecer tiempos y movimientos para la realización del servicio.
- Determinar el método de control de calidad que se va a utilizar.

2.2. Descripción del proceso

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.




Este servicio con una adecuada infraestructura, genere una ventaja competitiva respecto a la competencia ya existente. Es decir, que el personal trabaje directamente con el cliente, sobre todo la actitud necesaria para que cada coworking donde el cliente se sienta cómodo, atendido e importante a la hora de realizar su trabajo de forma grupal o individual. Se ha planteado un proceso que muestra una actitud atenta, quienes ayuden al cumplimiento en función de acompañamiento y asistencia a cada uno del coworking sin importar el tiempo, el tamaño o precio del espacio utilizado. Esto permitirá que los clientes se sientan cómodos, atendidos y estén contentos de seleccionar esta opción de trabajo.

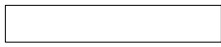
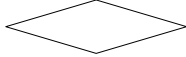
Tabla 36. Descripción detallado del proceso

N	Actividad	Operador	Tiempo
1	Limpiar y ordenar nuestras instalaciones	Auxiliar SSGG	45min
2	Dar la bienvenida	Asistente	5 min
3	Promocionar información al cliente- costos y promociones	Asistente	10 min
4	Responder las siguientes preguntas: ¿Requiere de una herramienta tecnológica? ¿Requiere bebidas? ¿Requiere impresión? ¿Requiere asistencia? ¿Requiere asesoría?	Cliente	15 min
5	Realizar entrega y confirmar con cliente	Asistente	20 min
6	Registro del servicio	Asistente	10 min
7	Dirigir al cliente al coworking	Asistente	5 min
8	Proporcionar factura	Contabilidad	5min

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

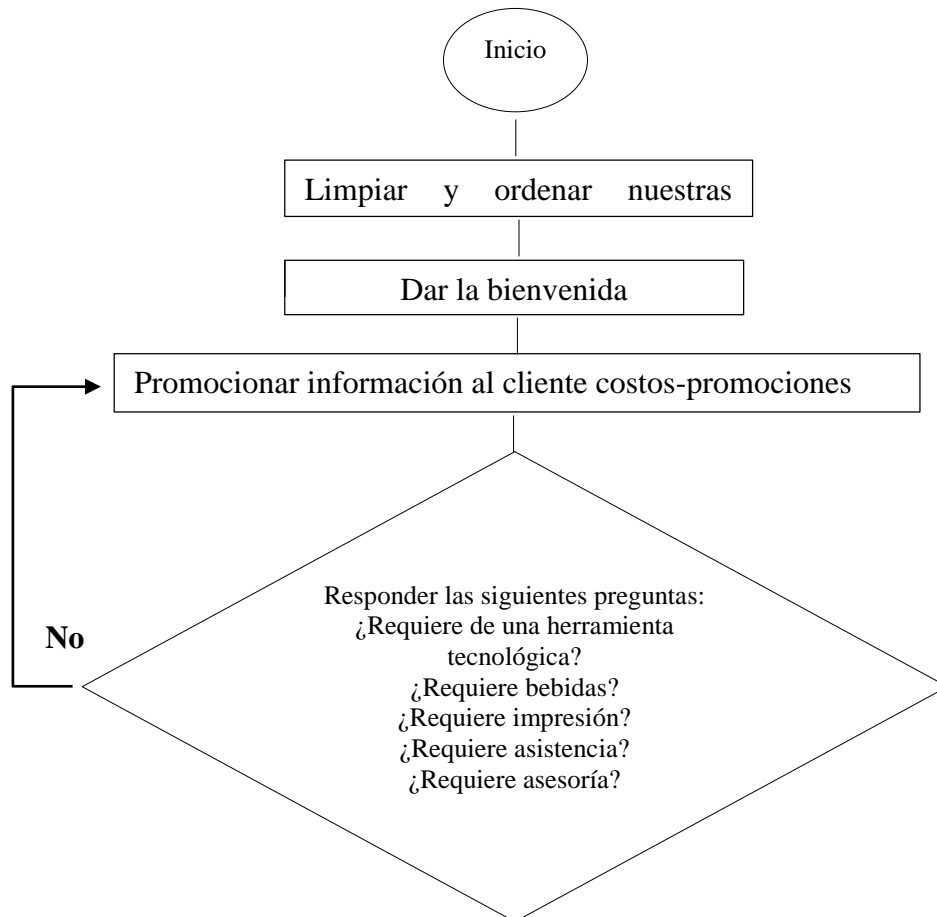
Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones
	Entrada/Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida

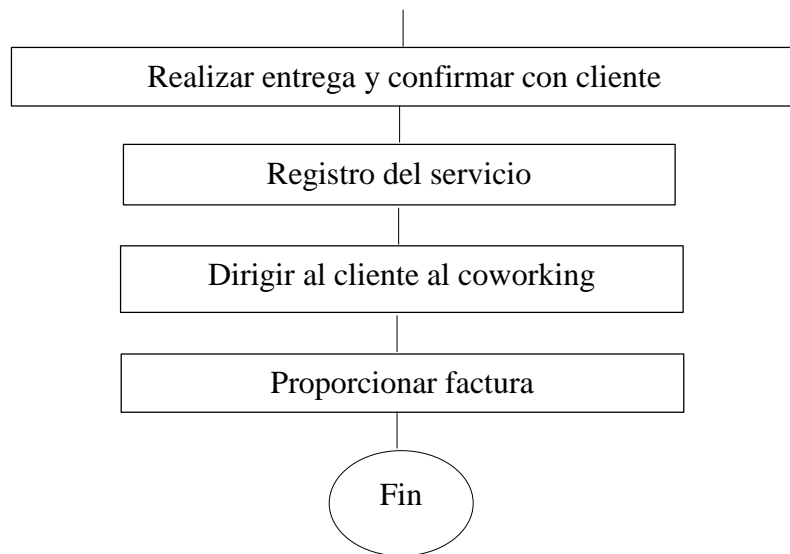
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso

Fuente: Investigación Propia

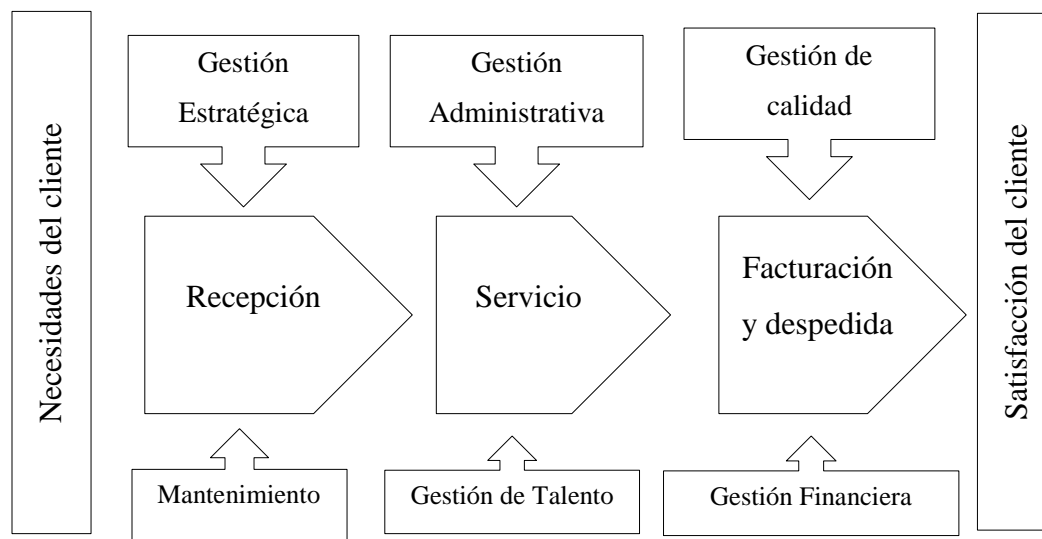
Elaborado por: Mario Quinatoa

Diagrama de flujo





Mapa de procesos



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Ubicación geográfica de la empresa.

Está ubicado en la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato Av. Atahualpa, Ambato 180103, Ecuador.



Ilustración 6. *Ubicación Geográfica de la empresa.*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Distribución de instalaciones

Detalle de materiales y herramientas utilizados en el proceso.

Tabla 37. *Elemento esenciales de coworking*

Elemento	Descripción
Comunidad	Conjunto de personas
Espacio Físico	Lugar en el coworking desarrolla sus actividades
Red	Relaciones 360. Todo el coworking interactúan entre si
Interacción social	Intercambio de ideas, conocimientos y experiencias
Tic	Tecnología de la información y comunicación
Filosofía	Reglas de juego, participación y metas en común

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 38. *Detalle de materiales del coworking*

Zona de trabajo:	Mesas individuales en forma de L Sillas de oficina con ruedas Armarios Percheros Máquina multifunción (impresora, escáner y fotocopiadora) Cubos de basura y reciclaje 1 extintores de incendio Botiquín de primeros auxilios Teléfono
Sala de descanso:	2 ordenadores portátiles

Despacho del gestor:	Sillones y sofás Mesa office Nevera Cafetera Microondas Dispensador de agua Cubos de basura y reciclaje Mesa de trabajo Silla de oficina con ruedas Sillas de despacho para atender a los clientes Cajonera Perchero
Sala de reuniones:	Mesa amplia para 10-12 personas Sillas de oficina con ruedas Pantalla de televisión Pizarra blanca magnética con marco de aluminio
Red Wifi	En toda la oficina

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 39 Descripción de Equipos 1

Equipo	Característica	Costo
Máquina multifunción (impresora, escáner y fotocopiadora)	Tipo de dispositivo Impresora multifunción Monitor LCD Procesador 600 MHz Tecnología de impresión Láser Impresión a Color No Tamaño memoria RAM 64 MB	\$181,00
Extintores de incendio	Modelo: TP-6KG Entidad de Certificación: ECA Núm. de Certificado: 429/PR Altura: 554 mm Diámetro: 160 mm Capacidad: 6 kilogramos Agente Extintor: P. Químico ABC-40 Agente Impulsor: Nitrógeno 70GR Manómetro: de latón Soporte: Metálico de Pared incluido Temperatura Servicio: -20 °C / +60 °C Presión Servicio A 60 °C (PS): 15 BAR Presión Servicio A 20 °C: 13 BAR Presión Prueba (PT): 21 BAR Eficacia: 27-A 183-B C Soldadura: en la parte inferior Cilindro Collarín: de alta fiabilidad	\$28,60

Botiquín de primeros auxilios	Agua Oxigenada 250 ML Alcohol 96° 250 ML Algodón Arrollado 100 G Bolsa frio Instantáneo Goma Smarch (Torniquete) Esparadrapo Papel Hipoalergénico 5 X 1,25 Esparadrapo blanco 5 X 2,5 CM Guante látex (PAR) Pinza disección recta 11 CM Povidona iodada 50 ML Sobre Gasa 5 UD 20 X 20 CM Suero Fisiológico Monodosis Tijera recta 11 CM Tirita adhesiva P.E. 1 M X 6 CM Tiritas P.E. T U 20 UD Venda gasa 5 M X 10 CM Venda gasa 5 M X 5 CM	\$23,73
Fuente: Investigación Propia Elaborado por: Mario Quinatoa Tabla 40. Descripción de Equipos 2		
Ordenadores portátiles	Intel Core i5-7300U 4GT/s, 2 Cores x 3.50GHz turbo boost 2.0, 3MB Intel Smart Cache, Intel vPro, Hyper-Threading ... Memoria Ram 8GB DDR4 Ampliación a 16GB +36 Disco Duro: 256GB SSD M.2 PCIe NVMe Webcam integrada. Pantalla 15.6" FULL HD 1920x1080. WI-FI: Intel Dual Band Wireless-AC 8265 Intel Wireless Bluetooth. Puertos: 3xUSB 3.0, 1xThunderbolt, 1xHDMI, 1xRJ45 y auriculares	\$439,39
Nevera	El Frigorífico 2 puertas Teka FTM 240 cuenta con una gran distribución en el interior, con 4 estanterías, un cajón y 3 balconeras en la contrapuerta. Aprovecha el espacio con su medida de 1,43 de alto x 55 cm de ancho.	\$229,00
Cafetera	Capacidad 14 Tazas Marca Orbegozo Color Negro Función especial Tipo de jarra Tipo de cafetera Cafetera de goteo Material Acero	\$21,99

	Potencia 800 vatios Número de productos 1 Voltaje 230 Voltios Peso del producto	
Microondas	Microondas 20L, 700W, 6 Niveles Potencia, Función Descongelar, Temporizador 30 min, 24,3 x 44,6 x 33,2cm, Blanco	\$75,91
Teléfono	Agenda - Señal del timbre de llamada configurable: - 10 tonos estándar - 5 niveles de volumen + silencio - Preparado para instalación mural - Identificador de llamadas - En interiores hasta 50 metros - Hora de alarma establecida (si se ha configurado)	\$18,78

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 41. Descripción de Equipos 3.

Dispensador de agua	ORBEGOZO DA5525 Con 7 litros de capacidad y fácil limpieza podrás disponer de agua en tu casa, de forma ecológica y práctica. Con el nuevo dispensador de agua DA 5525 de Orbegozo no tendrás que preocuparte de enfriar agua nunca más.	\$57,90
Pantalla de televisión	Relación de aspecto 5:4 Conexiones: HDMI, VGA, BNC y RCA Montaje empotrado, en pared y en escritorio 410 x 334 x 39 mm	\$349,00
Pizarra blanca magnética con marco de aluminio	Pizarra mural de acero vitrificado con garantía de por vida, rotulable en seco. Magnética e incluye el cajetín de 30cm. Esta enmarcada con perfil de aluminio anodizado Slim en color antracita mate. Su superficie magnética es ideal para poner imanes con anuncios y notas importantes. El acero vitrificado es resistente a los impactos, rayadas, manchas y bacterias, no es combustible ni tampoco crea humos tóxicos, además resiste a los cambios bruscos de temperatura. Para su sostenibilidad esta	\$344,92

fabricado con un 30% de acero reciclado y una composición es un 99,9 % reciclable. No contiene compuestos orgánicos volátiles (COV). En su recubrimiento, la cantidad total de metales pesados como cadmio, mercurio, y plomo es inferior al 0,1%. Ideal para oficinas, estudios, workshops, hoteles, universidades entre otros. Fabricado en Europa

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

2.3.2 Talento Humano – Horas Hombre

Tabla 42. *Talento humano-horas hombre*

N	Actividad	Tiempo(min)	Tiempo(H)	Personas	Horas/Hombre
1	Limpiar y ordenar nuestras instalaciones	45min	0,75	1	0,75
2	Dar la bienvenida	5 min	0,08	1	0,08
3	Promocionar información al cliente- costos y promociones	10 min	0,17	1	0,17
4	Responder las siguientes preguntas: ¿Requiere de una herramienta tecnológica? ¿Requiere bebidas? ¿Requiere impresión? ¿Requiere asistencia? ¿Requiere asesoría?	15 min	0,25	1	0,25
5	Realizar entrega y confirmar con cliente	20 min	0,33	1	0,33
6	Registro del servicio	10 min	0,17	1	0,17
7	Dirigir al cliente al coworking	5 min	0,08	1	0,08
8	Proporcionar factura	5min	0,08	1	0,08
	Total	115			1,92

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

2.2.2. Tecnología aplicar

Tecnología que se aplicará desde un inicio y a lo largo del desarrollo de la empresa y sus servicios estará en función de la tecnología que utilice el cliente, en este sentido se refiere al software, plataformas informáticas, técnicas administrativas, etc. que el cliente este utilizando o desee utilizar.

2.2.3. Factores que Afectan las Operaciones

2.3. Ritmo de producción.

Indique cual es el ritmo mensual de producción, señalando además la cantidad de horas trabajadas en el área productiva y la cantidad de días trabajados. Use el siguiente formato:

Tabla 43 *Ritmo de trabajo*

Actividad	Personas	Tiempo promedio	Tiempo normal	Ritmo de trabajo
Limpiar y ordenar nuestras instalaciones	1	30	45	0,50
Dar la bienvenida	1	4	5	0,07
Promocionar información al cliente- costos y promociones	1	8	10	0,13
Responder las siguientes preguntas: ¿Requiere de una herramienta tecnológica? ¿Requiere bebidas? ¿Requiere impresión? ¿Requiere asistencia? ¿Requiere asesoría?	1	10	15	0,17
Realizar entrega y confirmar con cliente	1	15	20	0,25
Registro del servicio	1	5	10	0,08
Dirigir al cliente al coworking	1	3	5	0,05
Proporcionar factura	1	3	5	0,05
Total		78	115	1,30

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

2.3. Capacidad de Producción

2.3.1. Capacidad de Producción Futura.

Indique cuál sería su capacidad de producción si tuviera toda la planta funcionando. Recuerde que ésta se ve limitada por el tamaño del módulo, capacidad de administración y otros factores ajenos a la inversión. Este punto dará una referencia a su capacidad de producción en el largo Plazo.

Tabla 44. Capacidad de producción futura.

Proyección de la demanda	Proyección de la producción	Unidades de producción al año (Demanda*Tasa de crecimiento) +Demanda
1104	1,47%	1120
1116	1,47%	1132
1128	1,47%	1145
1141	1,47%	1158
1153	1,47%	1170

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

2.4. Definición de Recursos Necesarios para la Producción

2.4.1. Especificación de Materias Primas y Grado de Sustitución que Pueden Presentar.

Especifique cuáles son las materias primas necesarias para generar su producto o servicio, señalando la importancia del insumo y el grado de sustitución (alto, medio, bajo) que estas pueden presentar.

Deberían incluirse los proveedores que deben ser al menos dos como alternativas y para demostrar que no depende la producción de la materia prima.

Utilice una tabla para representar la información.

2.5. Calidad

2.5.1. Método de Control de Calidad.

Diagrama de Pareto

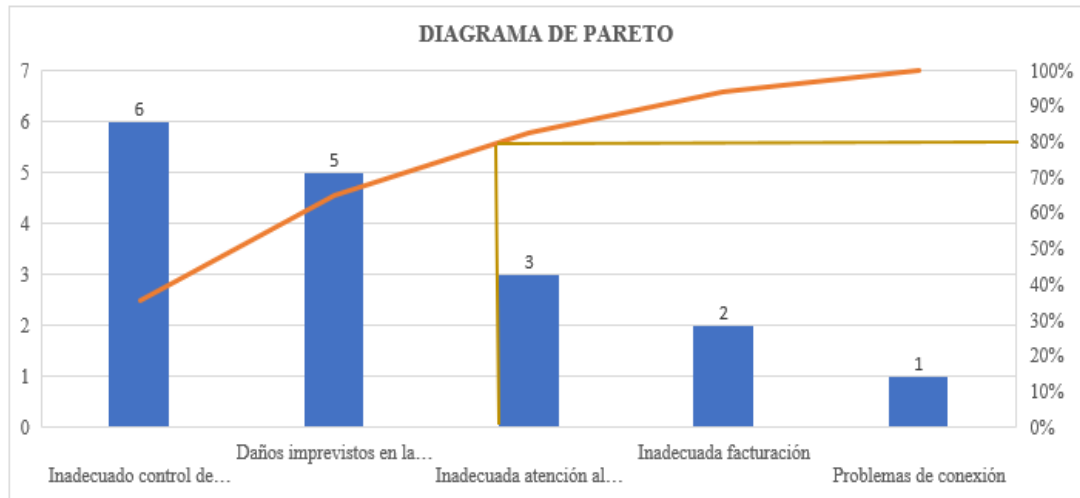
El diagrama de Pareto es una gráfica que organiza valores, los cuales están separados por barras y organizados de mayor a menor, de izquierda a derecha respectivamente. Esta gráfica permite asignar un orden de prioridades para la toma de decisiones de una organización y determinar cuáles son los problemas más graves que se deben resolver primero. El principio o regla de Pareto nos dice que, para diversos casos, el 80% de las consecuencias proviene del 20% de las causas (Suárez, 2007).

Tabla 45. Diagrama de Pareto.

Supervisor	Investigación Propia			
Proceso	Coworking			
Fecha	01/05/2022			
Problema	Frecuencia	Porcentaje	Acumulada	% Acumulada
Inadecuado control de calidad	1	6%	14	100%
Daños imprevistos en la maquinaria	2	12%	13	94%
Inadecuada atención al cliente	3	18%	11	82%
Inadecuada facturación	5	29%	8	65%
Problemas de conexión	6	35%	3	35%
Total	17	100%		

Fuente: Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa



Fuente: Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

Los problemas de conexión, la inadecuada facturación, la inadecuada atención al cliente representan el 80% de defectos al proporcionar este servicio ya que proviene del 20% de daños imprevistos en la maquinaria y el inadecuado control de calidad.

2.6. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

2.6.1. Seguridad e Higiene Ocupacional

ISO 14001 es el estándar internacional más reconocido para sistemas de gestión ambiental. Proporciona un marco a través del cual una organización puede ofrecer una mejora del impacto ambiental en línea con sus compromisos de política ambiental.

El esquema ISO 14001 especifica los requisitos sobre cómo lograr de manera proactiva los siguientes objetivos:

- La identificación y comprensión de los aspectos ambientales de sus actividades, productos y servicios y los impactos ambientales asociados.
- Comprender cómo se pueden gestionar aspectos importantes, implementar los controles necesarios y establecer objetivos claros para mejorar el desempeño ambiental.
- Establecer su política y objetivos ambientales.
- El cumplimiento de los requisitos legales y aplicables y otras obligaciones de

las partes interesadas, y verificar periódicamente el estado de cumplimiento.

- Mejorar continuamente el sistema de gestión para mejorar su impacto ambiental.
- El estándar ISO 14001 está concebido para ser compatible e integrable con otros Sistemas de Gestión, incluida el Sistema de Gestión de la Calidad, ISO 9001.

Las principales ventajas del Sistema de Gestión Ambiental son; el facilitar la reducción de la contaminación, la generación de residuos y las descargas no deseadas al medio ambiente. Esto incluye los impactos relacionados con el producto, teniendo en cuenta una perspectiva del ciclo de vida; El mejorar la gestión de sus recursos, incluido el uso de energía, lo que también puede implicar una reducción en el costo de administrar su negocio; y el cumplimiento legal ambiental y los requisitos corporativos (Certificación y Confianza Cámara, S.L., 1997).

Decreto Ejecutivo 2393 Art: 11 y 13 “Obligaciones de empleadores y trabajadores”
Realizar una revisión de los artículos señalados y redactar un párrafo de máximo 10 líneas con aspectos relevantes de la lectura.

REGLAMENTO DE SEGURIDAD Y SALUD DE LOS TRABAJADORES Y MEJORAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE DE TRABAJO DECRETO EJECUTIVO 2393

El objetivo del Reglamento de Seguridad y Salud de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo Decreto Ejecutivo No. 2393. RO/ 565 de 17 de Noviembre de 1986 es la prevención, disminución o eliminación de los riesgos del trabajo y el mejoramiento del medio ambiente de trabajo.

Las disposiciones del dicho Reglamento se aplican a toda actividad laboral y en

todo centro de trabajo dentro del Ecuador En lo concerniente a equipos de trabajo en dicho reglamento se establecen las disposiciones mínimas de seguridad y salud para la utilización de Aparatos máquinas y herramientas.

Capítulo III

3. Área de Organización y Gestión

- Determinar la estructura de la empresa Workspace.
- Diseñar los perfiles de los cargos que se van a necesitar en la empresa.
- Identificar los indicadores de gestión que se tendrán que medir en cada uno de los departamentos.

3.1 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

3.1.1 Visión de la Empresa

Según Spina (2014), la visión se puede definir como lo que aspiramos ser; hacia dónde vamos con nuestros emprendimientos; la promesa hacia nosotros, nuestro personal, nuestro cliente y nuestros proveedores.

“Ser un líder en servicios de coworking, reconocida por la calidad de su servicio, ambiente de trabajo, asistencia, asesoría, y comodidad, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes”.

3.1.2 Misión de la Empresa

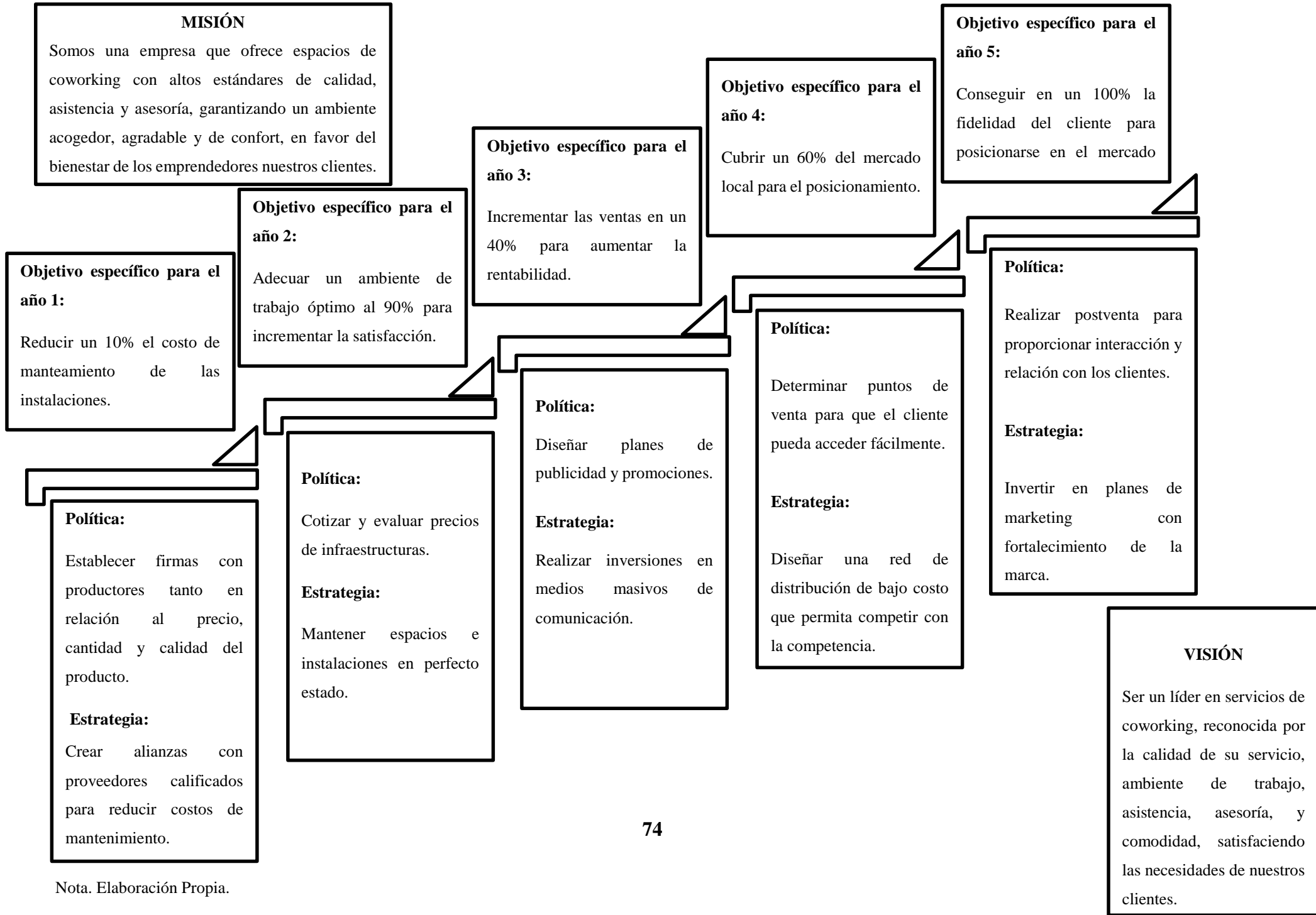
Según Spina (2014), la misión se define como, lo que hace cumplir con la visión planteada, es el propósito general de la empresa siendo una base para las estrategias, prioridades, tareas de trabajo, y planes haciendo diferente una empresa de otra.

“Somos una empresa que ofrece espacios de coworking con altos estándares de calidad, asistencia y asesoría, garantizando un ambiente acogedor, agradable y de confort, en favor del bienestar de los emprendedores”

3.1.3 Análisis FODA

De acuerdo al análisis FODA realizado en el capítulo 2 así como la matriz EFI y, tomada como base para la construcción de los objetivos estratégicos, por lo que el estudio se realizó mediante factores positivos y negativos que afectan directamente a la empresa Work Space y el presente emprendimiento en desarrollo, a su vez, se toma en cuenta estrategias que mejoren ciertos aspectos en la empresa.

3.1.3 Mapa Estratégico

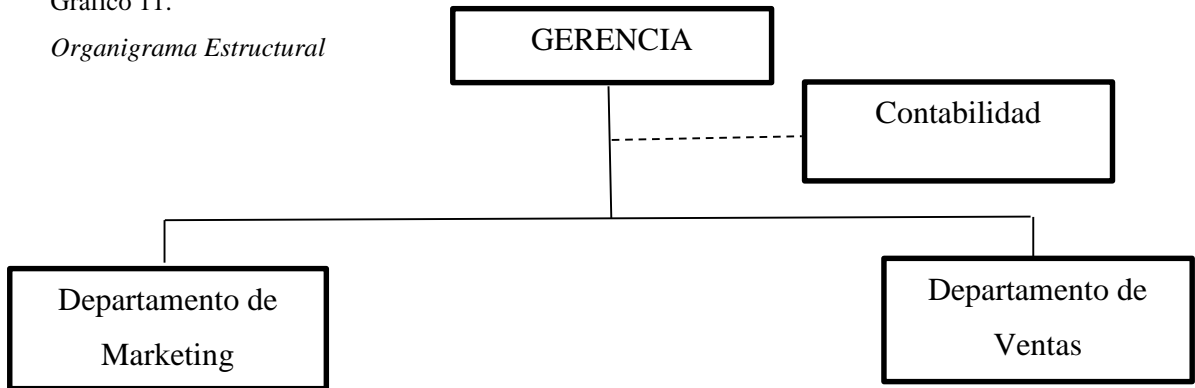


3.2 Organización Funcional de la Empresa

3.2.1 Organización Interna

Gráfico 11.

Organigrama Estructural

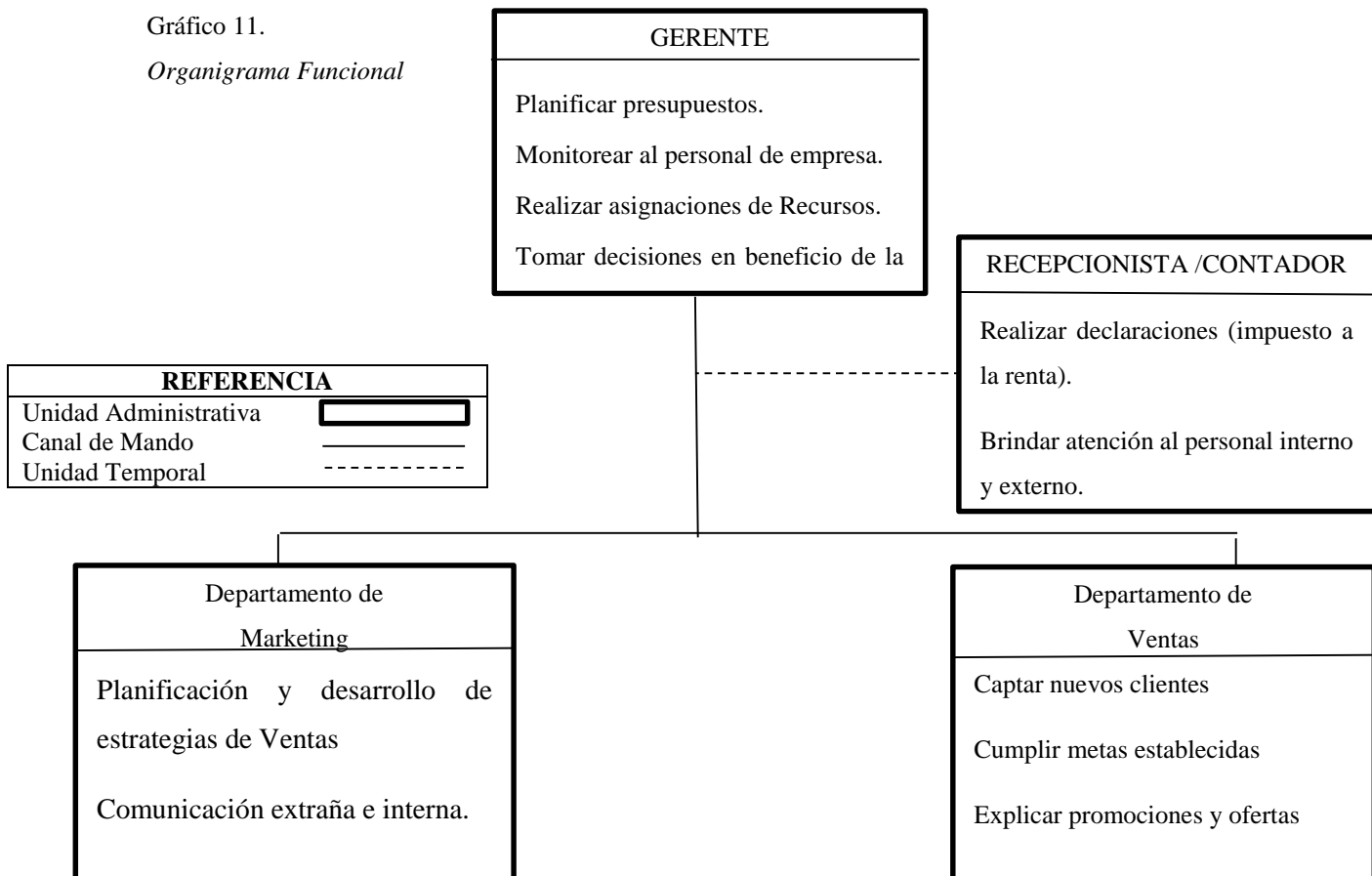


REFERENCIA	
Unidad Administrativa	
Canal de Mando	
Unidad Temporal	

Nota. Elaboración Propia.

Gráfico 11.

Organigrama Funcional



Nota. Elaboración Propia.

3.2.2 Descripción de los Puestos

Tabla 34. Descripción del puesto Gerente

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Gerente
<i>Jefe inmediato superior</i>	Ninguno
<i>Supervisa</i>	Jefes Departamentales - Contador
II. Objetivo del Puesto	
Representar legalmente a la organización, así como de, Planificar, liderar, revisar, dirigir, coordinar, organizar y controlar las actividades administrativas dentro de la empresa, supervisar el área operativa y financieras de la organización, enfocada a la eficiencia de las operaciones y cumplir con el objetivo.	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar y realizar el seguimiento de la planificación estratégica. 2. Establecer permisos ministeriales y de funcionamiento. 3. Establecer cronogramas y presupuestos. 4. Administrar eficientemente los recursos financieros y tecnológicos de la empresa. 5. Planificar los pagos de desembolsos y servicios básicos. 6. Analizar la productividad, y establecer medidas de mejoramiento continuo para alcanzar los objetivos. 7. Controlar los pedidos las compras y pagos a proveedores. 	
IV. Requerimientos Mínimos para el Puesto	
<i>Título Profesional</i>	Ing. Administración de Empresas y Negocios
<i>Experiencia</i>	2 años ben puestos similares
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo • Facilidad de palabra • Trabajar bajo presión • Capacidad de análisis • Capacidad para tomar decisiones • Capacidad para solucionar conflictos
<i>Formación</i>	Conocimientos en: <ul style="list-style-type: none"> • Computación • Manejo de Excel, Word • Finanzas - Tributación • Comercialización en ventas

Fuente: Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 35. Descripción del puesto de Jefe de Marketing

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Jefe de Marketing
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente
<i>Supervisa</i>	Producción
II. Objetivo del Puesto	
Asegurar la calidad e inocuidad, supervisando las tareas técnicas del personal en planta y bodega.	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollo de estrategias y tácticas para aumentar la reputación de la empresa y fomentar el tráfico cualificado. 2. Realización de campañas de marketing que garanticen el y poseer su implementación desde su concepción hasta su ejecución. 3. Desarrollo de estrategias de precios de forma conjunta con el departamento de ventas, con el objetivo de maximizar los beneficios y la participación en el mercado, mientras mantiene la satisfacción del cliente. 4. Desarrollo de promociones con gestores publicitarios. 5. Apoyo a las ventas y los esfuerzos de generación de leads. 	
IV. Requerimientos Mínimos para el Puesto	
<i>Título Profesional</i>	Ing. en Marketing/ Ing. Mercadotecnia
<i>Experiencia</i>	2 años
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Dinámico • Comunicación efectiva • Innovación y Creatividad • Relaciones públicas • Capacidad para tomar decisiones • Capacidad para solucionar conflictos
<i>Formación</i>	Conocimientos en: <ul style="list-style-type: none"> • Derecho comercial • Estadística • Estrategias de la entrada en el mercado • Diseño Grafico

Fuente: Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 36. Descripción del puesto de Recepcionista / Contador.

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Contador
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente
<i>Supervisa</i>	Ninguno
II. Objetivo del Puesto	
Ofrecer soporte contable y tributario a la empresa.	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Brindar atención al personal interno y externo en sus requerimientos de información. 2. Mantener el control en la recepción de correspondencia y espacio de Coworking. 3. Realizar y analizar los estados financieros de la empresa 4. Dar de alta y de baja a los empleados en IESS 5. Imprimir comprobantes de pago de obligaciones patronales IESS 6. Realizar todo el trámite de emisión de factureros 7. Realizar declaración a la renta SRI 8. Imprimir comprobantes de pago de obligaciones patronales IESS 9. Emitir roles de pago a los empleados 	
IV. Requerimientos mínimos para el puesto	
<i>Título Profesional</i>	Ing. Contabilidad y Auditoria
<i>Experiencia</i>	2 años <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo en Equipo • Comunicación efectiva
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajar bajo presión • Capacidad numérica • Capacidad para solucionar conflictos
<i>Formación</i>	Conocimientos en: <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas contables • Manejo de Tics • Leyes contables y tributarias • El manejo de sistema informático SRI • El manejo de sistema informático IESS

Fuente: Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 37. Descripción del puesto de Vendedor.

I. Información Básica	
<i>Puesto</i>	Vendedor
<i>Jefe inmediato superior</i>	Gerente
<i>Supervisa</i>	Ninguno
II. Objetivo del Puesto	
Hacer conocer el servicio en el mercado para su adquisición, y realizar la gestión de cobranzas.	
III. Funciones	
<ol style="list-style-type: none">1. Captar nuevos clientes en el mercado.2. Promocionar el servicio en diferentes mercados.3. Informar a clientes sobre los beneficios del servicio.4. Dar seguimiento y soporte a clientes.5. Elaborar informes de ventas.6. Resolver problemas en la venta.7. Cumplir con las metas de venta programadas.	
IV. Requerimientos Mínimos para el Puesto	
<i>Título Profesional</i>	Ing. en Marketing y gestión de negocios
<i>Experiencia</i>	2 años
<i>Habilidades</i>	<ul style="list-style-type: none">• Proactivo• Comunicación efectiva• Trabajo bajo presión• Creativo• Capacidad para solucionar conflictos
<i>Formación</i>	Conocimientos en: <ul style="list-style-type: none">• Sistemas contables• Manejo de Tics• Técnicas de Venta.• Benchmarking

Fuente: Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

3.3 Control de Gestión

3.3.1 Indicadores de Gestión.

Tabla 38. *Indicadores de gestión.*

Áreas	Indicadores
Gerencia	1. Rotación de personal = $(\text{Personal nuevo} - \text{Personal de salida}) / \text{Total de personal}$
	2. Ausentismo = $\text{Horas hombre ausente} / \text{horas hombre trabajadas}$
	3. Número de capacitaciones programadas / número de capacitaciones realizadas * 100
	4. Liquidez = $\text{Activos corrientes} / \text{Pasivos Corrientes}$
	5. Índice de Endeudamiento = $\text{Total Pasivos} / \text{Activo Total}$
	6. Endeudamiento = $\text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio}$
	7. Rentabilidad = $\text{Utilidad Neta} / \text{Activo}$
	8. Solvencia = $\text{Activo Total} / \text{Patrimonio}$
Ventas	1. Crecimiento en la participación en el mercado = $\text{Vtas. Del periodo} / \text{Vtas. de la empresa del periodo anterior}$
	2. Variación de las Ventas = $(\text{Vtas. Reales} - \text{Vtas. Presupuestadas}) / \text{Vtas. Presupuestadas}$
	3. Incremento de Clientes = $\text{Cantidad de clientes del periodo} / \text{Cantidad de clientes del periodo anterior} * 100$
	4. Incremento de Ventas = $(\text{Ventas período} - \text{Ventas periodo anterior}) / \text{Ventas del periodo anterior} * 100$
	5. Ventas = $\text{Ventas totales vs Total de ventas objetivos}$
Contabilidad	1. Deuda Total= $\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$
	2. Margen de utilidad bruta= $\text{Utilidad Bruta} / (\text{Ventas Netas} * 100)$
	3. ROA= $\text{Utilidad Neta} / \text{Activos}$
	4. ROE= $\text{Utilidad Neta} / \text{Patrimonio}$
	5. Rentabilidad sobre las Ventas = $\text{Utilidad Neta} / (\text{Ventas Netas} * 100)$
Marketing	1. Satisfacción del Servicio= $\text{Número de Quejas} / \text{Servicio Brindado}$
	2. Incremento de Clientes = $\text{Cantidad de clientes del periodo} / \text{Cantidad de clientes del periodo anterior}$
	3. Participación en el mercado = $\# \text{ de clientes activos} / \# \text{ de clientes potenciales}$
	4. Costo de adquisición = $\text{Costo de campaña} / \text{Número de Clientes nuevos}$

Fuente: Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

3.4 Necesidades de Personal

Tabla 39. *Indicadores de gestión.*

	Gerente	Jefe de Marketing	Contador	Ventas
Año 1	1	1	1	1
Año 2	1	1	1	1
Año 3	1	1	1	1
Año 4	1	1	1	2
Año 5	1	1	1	2

Fuente: Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Debido a la capacidad instalada vs la cantidad de personal se tiene previsto para el cuarto año la contratación de un vendedor adicional en el área de ventas ya que la demanda se irá incrementando.

CAPÍTULO IV

4. ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1. Objetivos del Estudio Jurídico Legal

Determinar el marco legal para la creación de la empresa e investigar los procesos para adquirir patentes, licencias.

4.2. Determinación de la Forma Jurídica

La forma en la que estará constituida la empresa Work Space será como Persona natural bajo dominio y nombre comercial, los requisitos generales para la identificación y ubicación son:

- Documento de Identificación
- Certificado de votación
- Código CUEN (Código Único Eléctrico Nacional)
- Factura, planilla, comprobante de pago de agua potable o teléfono
- Factura o estados de cuenta de otros servicios
- Comprobante de pago de impuesto predial urbano o rural
- Contrato o factura de arrendamiento, contrato de comodato
- Contrato de Concesión Comercial
- Certificaciones de uso de locales u oficinas, otorgadas por administradores de centros comerciales, del municipio, de asociaciones de plazas y mercados u otros
- Estado de cuenta bancario o tarjeta de crédito
- Patente Municipal, Permiso de Bomberos
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio
- Escritura de compra venta del inmueble o certificado del Registrador de la Propiedad (Servicio de Rentas Internas, s.f.)

4.2 Patentes y Marcas

Para el registro de la patente es necesario acercarse al Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) en el cual se deberán presentar los siguientes documentos:

- Se deberá presentar el formulario debidamente lleno
- El nombre de la marca (nombre, logo)
- Comprobante de pago de tasas
- Nombramiento del representante legal
- Cédula y papeleta electoral del representante legal
- RUC empresa
- Además se presentara la fórmula inventada de forma más sencilla con el fin de que cualquiera pueda hacerla (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.).

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos. Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas (Servicios Naturales de Derechos Intelectuales, s.f.).

La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes de la fecha de vencimiento.

Cualquier persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera, puede registrar una marca en Ecuador. Y para ello, debes seguir los siguientes pasos:

- Depositar ciento cuatro dólares en efectivo, a nombre del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, en su cuenta corriente del Banco del Pacífico.
- Ingresar al sitio web del IEPI www.iepi.gob.ec, hacer clic en la opción “Servicios en Línea” y dentro de esta en “Formularios”.
- Descargar la Solicitud de Registro de Signos Distintivos, llenarla en computadora, imprimirla y firmarla. En esta solicitud se debe incluir el número de comprobante del depósito realizado.
- Adjuntar a la solicitud tres copias en blanco y negro de la solicitud, original y dos copias de la papeleta del depósito realizado.

- Si la solicitud se hace como persona natural, adjuntar dos copias en blanco y negro de la cédula de identidad.
- Si la solicitud se hace como persona jurídica, adjuntar una copia notariada del nombramiento de la persona que es Representante Legal de la organización.
- Si la marca es figurativa (imágenes o logotipos) o mixta (imágenes o logotipos y texto), adjuntar seis artes a color en tamaño 5 centímetros de ancho por 5 centímetros de alto impresos en papel adhesivo.
- Entregar estos documentos en la oficina del IEPI más cercana (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, s.f.).

4.3 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales (Patentes, Inicio de Actividades, etc.).

Requisitos para Calificación Artesanal

Primero se debe ir a las juntas provinciales del artesano en donde se deberá presentarlos siguientes requisitos:

- Solicitud de calificación
- Copia de cédula y papeleta electoral

Segundo se deberá calificar el taller a continuación los requisitos necesarios:

- Solicitud de inspección
- Copia de la cedula y papeleta electoral del representante
- Tipo sanguíneo del representante
- Foto carne con fondo blanco

Una vez realizado el siguiente trámite se extenderá un certificado si es que ha cumplido con los requerimientos para ser calificado como taller artesanal (Junta Nacional de Defensa del Artesano, s.f.).

Exoneración Patentes Ingreso a Artesanos

Requisitos:

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde
- Copia del RUC de la empresa
- Cedula y papeleta electoral del representante legal de la empresa
- Formulario de declaración inicial de actividad económica

- Formulario de registro de artesanos
- Impuesto a la renta
- Calificación artesanal (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, s.f.).

Uso del suelo

Para el permiso del uso del suelo se establece el siguiente trámite:

- Adquirir hoja de todo trámite en la que se realiza una solicitud dirigida al Sr. Alcalde para que le conceda el uso del suelo , la mismo debe contener contribuyente, nombre del negocio, dirección exacta, numero del local comercial. actividad del negocio, correo electrónico y firmar del contribuyente.
- Gráfico de ubicación exacta del predio.
- Copia simple de Registro único de contribuyentes actualizado o la reimpresión que es proporcionado por la página del Servicio Rentas Internas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, s.f.).

Permiso de anuncios publicitarios

Para la obtención del permiso de anuncios publicitarios del GADMA se establece el siguiente procedimiento:

- Comprar un formulario de solicitud para instalación de anuncios publicitarios y propaganda visual.
- Dibujar al reverso el croquis de ubicación exacta del establecimiento.
- Llenar el formulario de la solicitud dirigida al Señor Alcalde para la obtención del permiso de anuncios publicitarios.
- Impresión y Archivo Digital de la fotografía de fachada del lugar donde se colocará el rótulo (fotomontaje en formato jpg.).
- Copia simple de Registro único de contribuyentes actualizado o la reimpresión que es proporcionado por la página del Servicio Rentas Internas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, s.f.).

Calificación patronal en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Ingresar a la página web del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social I.E.S.S. Y llenar los datos para la obtener el número patronal e imprimir el formulario luego

de haberlo llenado, acercarse al IESS con los siguientes documentos para solicitar la clave patronal:

- Copia del Registro único de contribuyentes actualizado o la reimpresión que es proporcionado por la página del Servicio Rentas Internas.
- Copia simple de la cédula de identidad.
- Copia simple de papeleta de votación del representante legal.
- Formulario de Inscripción Patronal (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, s.f.).

Registro de Nuevo Empleador IESS

Primero se debe ingresar al portal web www.iess.gob.ec y registrarse. Una vez registrado se entregará personalmente en las oficinas los siguientes requisitos:

- Solicitud
- Copias y originales de cédulas y papeletas electorales de los representante legal y socios.
- Copia de alguno de los servicios básicos
- Calificación artesanal (si posee)
- Copia RUC (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, s.f.).

CAPÍTULO V

5. ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO

- Determinar la factibilidad financiera del presente plan de negocios.
- Establecer la rentabilidad del proyecto.
- Definir la estructura financiera de WorkSpace.

5.2. PLAN DE INVERSIONES

Según Caldas, Carrión, & Heras (2017) el plan de inversiones es un modelo sistemático, pasos a seguir, con el objetivo de guiar nuestras inversiones, actuales o futuras hacia un camino más seguro. El plan de inversiones es fundamental para reducir riesgos a la hora de invertir.

AJE ASTURIAS (2014), plantea que el plan de inversiones recoge el listado exhaustivo de todos los elementos materiales que serán necesarios, su cuantificación económica y el momento en que se prevé su adquisición e incorporación, las cuales pueden ser desde el principio o se pueden ir adquiriendo a lo largo de los primeros años de vida de la empresa.

Para el plan de inversión se cuenta con un terreno para la construcción de WorkSpace el cual tiene un valor de \$98.426,95, muebles y enseres un valor de \$2.177,64, equipo de computación un valor de \$2.042,17, equipos de oficina un valor de \$709.80, y para todos los costos de constitución de la empresa un valor de \$355,00 sumados representa un total de \$149.282,72 de inversión para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 46. Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES			
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total (USD)
	TERRENO		\$ 7,000.00
1	Terreno de 350 m ubicado en la Av. Atahualpa	\$ 7,000	\$ 7,000.00
	INSTALACIONES Y REMODELACIONES		\$ 98,426.95
1	Preliminares Construcción	\$ 1,027.60	\$ 1,027.60
1	Estructura y Hormigones	\$ 32,533.45	\$ 32,533.45
1	Mampostería y Enlucidos	\$ 16,790.68	\$ 16,790.68
1	Pisos y Contrapisos	\$ 15,430.32	\$ 15,430.32
1	Carpintería Metal/Madera	\$ 3,671.30	\$ 3,671.30
1	Recubrimientos	\$ 5,742.50	\$ 5,742.50
1	Agua Potable y Canalización	\$ 3,540.94	\$ 3,540.94
1	Sistema Eléctrico	\$ 5,933.57	\$ 5,933.57
1	Obras Externas	\$ 13,756.59	\$ 13,756.59
	MUEBLES Y ENSERES		\$ 2,177.64
4	Sistema 1.40x140 3 cajon.Tablero 251	\$ 142.86	\$ 571.44
4	Sillas Giratorias Oslo	\$ 98.21	\$ 392.84
4	Sillas Censas Eco	\$ 19.64	\$ 78.56
2	Treepersonales Anslo	\$ 69.20	\$ 138.40
4	Archivadores 4	\$ 133.93	\$ 535.72
4	Archivadores acero reforzados 90cm	\$ 98.21	\$ 392.84
4	Basureros Metálicos	\$ 16.96	\$ 67.84
	VEHÍCULOS		\$ 25,000.00
1	Camión Chevrolet NLR 511 EIV 3.0 2P 4X2TM DIESEL CN	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		\$ 2,042.17
4	Máquina multifunción	\$ 181.00	\$ 724.00
3	Ordenadores portátiles	\$ 439.39	\$ 1,318.17
	EQUIPO DE OFICINA		\$ 709.80
3	Télefono Panasonic 3 bases inalámbrico	\$ 115.00	\$ 345.00
2	Sumadoras	\$ 68.00	\$ 136.00
4	Extintores de incendios	\$ 28.60	\$ 28.60
2	Botiquín primero auxilios	\$ 23.73	\$ 28.60
2	Nevera	\$ 229.00	\$ 28.60
2	Cafetera	\$ 21.99	\$ 28.60
2	Microondas	\$ 75.91	\$ 28.60
2	Dispensador de agua	\$ 18.78	\$ 28.60
1	Televisión	\$ 349.00	\$ 28.60
4	Pizarra magnética	\$ 344.92	\$ 28.60
	COSTOS DE CONSTITUCIÓN		\$ 355.00
1	Permiso a los bomberos	\$ 40.00	\$ 40.00
1	Registro de la marca IEPI	\$ 104.00	\$ 104.00
1	Honorarios Abogados	\$ 130.00	\$ 130.00
1	Patente Municipal	\$ 16.00	\$ 16.00
1	Patente y registro de la marca	\$ 20.00	\$ 20.00
1	Trámite del RUC	\$ 45.00	\$ 45.00
	Subtotal		\$ 135,711.56
	Capital de Trabajo		\$ 13,571.16
	TOTAL		\$ 149,282.72

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para Baena (2014) el plan de financiamiento es el cual forma parte del plan económico-financiero, y es clave para garantizar la viabilidad de tu proyecto, ya que identifica la forma de capitalización, con lo que se contara para poner en marcha la empresa.

a) Forma de Financiamiento

Tabla 47. Plan de Financiamiento

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
RECURSOS PROPIOS	\$ 49,282.72	100.0	33.01
Efectivo	\$ 24,282.72	49.27	16.27
Bienes	\$ 25,000.00	50.7	16.75
RECURSOS FINANCIEROS	\$ 100,000.00	100.0	66.99
Préstamo privado	\$ -	0.0	0
Préstamo bancario	\$ 100,000.00	100.0	66.99
TOTAL	\$ 149,282.72		100.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

De acuerdo al plan de financiamiento estará compuesta por el 33.01% para los recursos propios con el valor de \$49-282,72 de efectivo y el 66.99% para los recursos de terceros específicamente préstamo bancario con el valor de \$100.000,00 que sumados representan el 100% con un total de \$149.282,72. La tasa de interés anual del préstamo bancario será del 12% anual y de 0,01% promedio mensual.

5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

Para Esteban (2019) define a los costos como un gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Y según el autor López (2014) los gastos son egreso o salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para acreditar su derecho sobre un artículo o a recibir un servicio.

a) Detalle de Costos

En el detalle de costos se analiza los rubros monetarios que están dentro del funcionamiento directo del espacio de Work Space.

Tabla 48. *Detalle de Costos*

DETALLE DE COSTOS					
Descripción de producto	Unidad de medida	Cantidad requerida	Costos Unitario	Costos Mensual	Costo Anual
Mano de Obra					\$ 6,782.15
Recepcionista/Contador				\$ 565.18	\$ 6,782.15
Costos Indirectos				\$ 124.00	\$ 888.00
Energía Eléctrica parte Operativa 90%	Kw/h	Mensual	\$ 10.00	\$ 20.00	\$ 240.00
Agua Potable parte Operativa 70%	M3	Mensual	\$ 15.00	\$ 30.00	\$ 360.00
Teléfono	Min	Mensual	\$ 12.00	\$ 24.00	\$ 288.00
Internet	Mbyte	Mensual	\$ 25.00	\$ 50.00	
Depreciación	%			\$ 58.33	\$ 700.00
TOTAL			\$ 62.00	\$ 747.51	\$ 8,370.15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Para el detalle de costos se ha considerado la mano de obra directa se cancelará mensualmente de acuerdo al rol de pagos, un valor de \$565,18 al recepcionista y anual de \$6.782,15, los costos indirectos de fabricación mensual son de \$ 124.00 y al año de \$888.00. La depreciación del edificio es de \$58.33 anual. Obteniendo como resultado un costo mensual total de \$747,51 y un costo anual total de \$8.370,15

b) Proyección de Costos

La proyección de costos nos permite obtener datos anuales de valores monetarios proyectados de la materia prima, mano de obra directa y costos indirectos de fabricación por medio de del indicador de crecimiento como es el porcentaje de inflación.

Tabla 49. *Proyección de Costos AÑO 1*

Costos Indirectos	Costo Anual	Costos		Total Año 1
		Fijos	Variables	
Mano de Obra	\$ 6,782.15	\$ 6,782.15		\$ 6,782.15
Costos Indirectos	\$ 888.00		\$ 888.00	\$ 888.00
Energía Eléctrica parte Operativa 90%	\$ 240.00		\$ 240.00	\$ 240.00
Agua Potable parte Operativa 70%	\$ 360.00		\$ 360.00	\$ 360.00
Depreciación	\$ 700.00	\$ 700.00		\$ 700.00
TOTAL	\$ 8,370.15	\$ 7,482.15	\$ 888.00	\$ 8,370.15

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 50. *Proyección de Costos Año 2*

Costos Indirectos	Costo Anual	Costos		Total Año 2
		Fijos	Variables	
Mano de Obra	\$ 6,782.15	\$ 6,869.78		\$ 6,869.78
Costos Indirectos	\$ 888.00		\$ 894.84	\$ 894.84
Energía Eléctrica parte Operativa 90%	\$ 240.00		\$ 241.85	\$ 241.85
Agua Potable parte Operativa 70%	\$ 360.00		\$ 362.77	\$ 362.77
Depreciación	\$ 700.00	\$ 705.39		\$ 705.39
TOTAL	\$ 8,370.15	\$ 7,575.17	\$ 894.84	\$ 8,470.00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 51. *Proyección de Costos Año 3*

Costos Indirectos	Costo Anual	Costos		Total Año 3
		Fijos	Variables	
Mano de Obra	\$ 6,782.15	\$ 6,922.67		\$ 6,922.67
Costos Indirectos	\$ 888.00		\$ 901.73	\$ 901.73
Energía Eléctrica parte Operativa 90%	\$ 240.00		\$ 243.71	\$ 243.71
Agua Potable parte Operativa 70%	\$ 360.00		\$ 365.57	\$ 365.57
Depreciación	\$ 700.00	\$ 710.82		\$ 710.82
TOTAL	\$ 8,370.15	\$ 7,633.49	\$ 901.73	\$ 8,535.22

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 52. *Proyección de Costos Año 4*

Costos Indirectos	Costos		Total Año 4
	Fijos	Variables	
Mano de Obra	\$ 6,975.98		\$ 6,975.98
Costos Indirectos		\$ 908.67	\$ 908.67
Energía Eléctrica parte Operativa 90%		\$ 245.59	\$ 245.59
Agua Potable parte Operativa 70%		\$ 368.38	\$ 368.38
Depreciación	\$ 716.29		\$ 716.29
TOTAL	\$ 7,692.27	\$ 908.67	\$ 8,600.94

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 53. *Proyección de Costos Año 5*

Costos Indirectos	Costos		Total Año 5
	Fijos	Variables	
Mano de Obra	\$ 7,029.69		\$ 7,029.69
Costos Indirectos		\$ 915.67	\$ 915.67
Energía Eléctrica parte Operativa 90%		\$ 247.48	\$ 247.48
Agua Potable parte Operativa 70%		\$ 371.22	\$ 371.22
Depreciación	\$ 721.81		\$ 721.81
TOTAL	\$ 7,751.50	\$ 915.67	\$ 8,667.17

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Desde el segundo al quinto año, los costos se han proyectado con el promedio de los cinco años del índice de inflación de 0,77 hasta diciembre 2021. Obteniendo un valor total para el año uno de \$ 8.370,15 desde el año dos se aumentó el valor del fondo de reserva de \$ 35,40 con un total de \$ 8.470,00, para el año tres \$8.535,22 para año cuatro años \$8.600,94, para el quinto año \$8.667,17.

c) **Detalle de Gastos**

En el detalle de gastos se puede analizar los rubros monetarios que están fuera de la producción, tales como los gastos administrativos, gastos de ventas y gastos financieros.

Tabla 54. Detalle de Gastos Administrativos.

DETALLE DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
SUELDOS DEL PERSONAL				\$ 683.60	\$ 8,203.16
Gerente				\$ 683.60	\$ 8,203.16
SUMINISTRO DE OFICINA		\$ 7.75		\$ 39.50	\$ 474.00
Resma de papel A4	Resma	\$ 2.50	4	\$ 10.00	\$ 120.00
Bolígrafos	Unidad	\$ 0.20	22	\$ 4.40	\$ 52.80
Lápices	Unidad	\$ 0.20	22	\$ 4.40	\$ 52.80
Grapadoras	Unidad	\$ 2.00	4	\$ 8.00	\$ 96.00
Carpetas	Unidad	\$ 0.35	12	\$ 4.20	\$ 50.40
Perforadoras	Unidad	\$ 2.00	4	\$ 8.00	\$ 96.00
Clips	Unidad	\$ 0.50	1	\$ 0.50	\$ 6.00
UTILES DE ASEO Y LIMPIEZA		\$ 34.65		\$ 116.40	\$ 1,396.80
Desinfectante de piso	Galón	\$ 3.40	1	\$ 3.40	\$ 40.80
Trapeador	Unidad	\$ 3.00	1	\$ 3.00	\$ 36.00
Balde exprimidor	Unidad	\$ 6.00	1	\$ 6.00	\$ 72.00
Escoba	Unidad	\$ 2.50	1	\$ 2.50	\$ 30.00
Jabón de manos (liquido)	Galón	\$ 8.00	1	\$ 8.00	\$ 96.00
Detergente 5kl	Unidad	\$ 3.50	1	\$ 3.50	\$ 42.00
Pape higiénico industrial	Unidad	\$ 2.75	20	\$ 55.00	\$ 660.00
Fundas de Basura industrial	Paquete	\$ 1.50	10	\$ 15.00	\$ 180.00
Cloro	Galón	\$ 2.50	2	\$ 5.00	\$ 60.00
Toallas de Papel	Paquete	\$ 1.50	10	\$ 15.00	\$ 180.00
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 62.00		\$ 62.00	\$ 744.00
Energía Eléctrica parte Administrativa 10%	Kw/h	\$ 10.00	Mensual	\$ 10.00	\$ 120.00
Agua Potable parte Administrativa 30%	M3	\$ 15.00	Mensual	\$ 15.00	\$ 180.00
Teléfono	Min	\$ 12.00	Mensual	\$ 12.00	\$ 144.00
Internet	Mbyte	\$ 25.00	Mensual	\$ 25.00	\$ 300.00
DEPRECIACIONES				\$ 80.78	\$ 969.40
Muebles y Enseres				\$ 18.15	\$ 217.76
Sistema 1.40x140 3 cajon.Tablero 251	Unidad			\$ 4.76	\$ 57.14
Sillas Giratorias Oslo	Unidad			\$ 3.27	\$ 39.28
Sillas Censas Eco	Unidad			\$ 0.65	\$ 7.86
Treepersonales Anslo	Unidad			\$ 1.15	\$ 13.84
Archivadores 4	Unidad			\$ 4.46	\$ 53.57
Archivadores acero reforzados 90cm	Unidad			\$ 3.27	\$ 39.28
Basureros Metálicos	Unidad			\$ 0.57	\$ 6.78
Equipo de Cómputo				\$ 56.72	\$ 680.66
Máquina multifunción	Unidad			\$ 20.11	\$ 241.31
Ordenadores portatiles	Unidad			\$ 36.61	\$ 439.35
Equipo de Oficina				\$ 5.92	\$ 70.98
Teléfono Panasonic 3 bases inalámbrico	Unidad			\$ 2.88	\$ 34.50
Sumadoras	Unidad			\$ 1.13	\$ 13.60
Extintores de incendios	Unidad			\$ 0.24	\$ 2.86
Botiquin primero auxilios	Unidad			\$ 0.24	\$ 2.86
Nevera	Unidad			\$ 0.24	\$ 2.86
Cafetera	Unidad			\$ 0.24	\$ 2.86
Microondas	Unidad			\$ 0.24	\$ 2.86
Dispensador de agua	Unidad			\$ 0.24	\$ 2.86
Televisión	Unidad			\$ 0.24	\$ 2.86
Pizarra magnética	Unidad			\$ 0.24	\$ 2.86
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS				\$ 1,063.06	\$ 12,756.76

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

En el detalle de gastos administrativos tenemos para suministros de oficina \$474,00 para útiles de aseo y limpieza el valor de \$1.396,80, para servicios básicos \$744,00, para los sueldos del personal administrativo \$8.203,16 y para depreciaciones de los bienes administrativos \$969,40 donde costa muebles y enseres, herramientas, equipo de cómputo y equipo de oficina. Sumados nos da un valor de \$12.756,76 anuales.

Tabla 55. *Gastos de Ventas.*

GASTOS VENTAS					
Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
SUELDO AL VENDEDOR				\$ 1,173.99	\$ 14,087.83
Jefe de Marketing				\$ 608.81	\$ 7,305.68
Vendedor				\$ 565.18	\$ 6,782.15
PUBLICIDAD PROGRAMADA				\$ 6,450.00	\$ 77,400.00
Facebook e Instragram		\$ 450.00	Mensual	\$ 450.00	\$ 5,400.00
Publicidad Canales de televisión	Cuñas	\$ 700.00	6	\$ 4,200.00	\$ 50,400.00
Publicidad Radial	Cuñas	\$ 300.00	6	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00
PROMOCIÓN				\$ 249.00	\$ 2,988.00
Afiches	Unidad	\$ 1.80	55	\$ 99.00	\$ 1,188.00
Flyers	Unidad	\$ 0.30	500	\$ 150.00	\$ 1,800.00
DEPRECIACIONES				\$ 416.67	\$ 5,000.00
Vehículo	Unidad			\$ 416.67	\$ 5,000.00
TOTAL GASTOS DE VENTA				\$ 8,289.65	\$ 99,475.83

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

En el detalle de gastos de venta tenemos para publicidad un valor anual de \$77.400,00, promoción un valor de \$2.988,00, el sueldo del vendedor se cancelará mensualmente de acuerdo al rol de pagos, un valor de \$565,18, mientras que el sueldo del Jefe de Marketing mensualmente será de \$608.81 conjuntamente generando un total de \$14.087,83 al año y en depreciación del vehículo \$5.000,00. Sumados nos da un valor de \$99.475,83 anuales.

Tabla 56. *Gastos Financieros.*

GASTOS FINANCIEROS					
Detalle	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Intereses Pagados	Dólares			\$ 930.36	\$ 11,164.31
TOTAL GASTOS FINANCIEROS				\$ 930.36	\$ 11,164.31
TOTAL DE GASTOS				\$ 10,283.08	\$ 123,396.90

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Para los gastos financieros se ha tomado en cuenta los intereses de la tabla de amortización con un valor de \$11.164,31 para el primer año. Obteniendo un total \$123.396,90 de todos los gastos.

a) Proyección de Gastos

Según Jiménez, Rojas, & Galvis (2014) afirma: Las proyecciones como herramienta, permiten estimar la evolución futura de una empresa en el horizonte temporal del medio y largo plazo, basándose en los cambios del entorno y a sus estimaciones sobre las variables críticas del negocio, cuantificando su impacto en la situación económica y financiera de la empresa (p.146).

Tabla 57. *Proyección de Gastos Administrativos Año 1*

Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1
		Fijos	Variables	
SUELDOS DEL PERSONAL	\$ 683.60	\$ 8,203.16		\$ 8,203.16
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 39.50	\$ 474.00		\$ 474.00
Resma de papel A4	\$ 10.00	\$ 120.00		\$ 120.00
Bolígrafos	\$ 4.40	\$ 52.80		\$ 52.80
Lápices	\$ 4.40	\$ 52.80		\$ 52.80
Grapadoras	\$ 10.00	\$ 120.00		\$ 120.00
Carpetas	\$ 4.20	\$ 50.40		\$ 50.40
Perforadoras	\$ 8.00	\$ 96.00		\$ 96.00
Clips	\$ 0.50	\$ 6.00		\$ 6.00
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	\$ 116.40	\$ 1,396.80		\$ 1,396.80
Desinfectante de piso	\$ 3.40	\$ 40.80		\$ 40.80
Trapeador	\$ 3.00	\$ 36.00		\$ 36.00
Balde exprimidor	\$ 6.00	\$ 72.00		\$ 72.00
Escoba	\$ 2.50	\$ 30.00		\$ 30.00
Jabón de manos	\$ 8.00	\$ 96.00		\$ 96.00
Detergente	\$ 3.50	\$ 42.00		\$ 42.00
Pape higiénico	\$ 55.00	\$ 660.00		\$ 660.00
Fundas de Basura	\$ 15.00	\$ 180.00		\$ 180.00
Cloro	\$ 5.00	\$ 60.00		\$ 60.00
Toallas de Papel	\$ 62.00	\$ 744.00		\$ 744.00
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 62.00		\$ 744.00	\$ 744.00
Energía Eléctrica 10%	\$ 10.00		\$ 120.00	\$ 120.00
Agua Potable 30%	\$ 15.00		\$ 180.00	\$ 180.00
Teléfono	\$ 12.00		\$ 144.00	\$ 144.00
Internet	\$ 25.00		\$ 300.00	\$ 300.00
DEPRECIACIONES	\$ 80.78	\$ 969.40		\$ 969.40
Muebles y Enseres	\$ 18.15	\$ 217.76		\$ 217.76
Sistema 1.40x140 3 cajon.Tablero 251	\$ 4.76	\$ 57.14		\$ 57.14
Sillas Giratorias Oslo	\$ 3.27	\$ 39.28		\$ 39.28
Sillas Censas Eco	\$ 0.65	\$ 7.86		\$ 7.86
Treepersonales Anslø	\$ 1.15	\$ 13.84		\$ 13.84
Archivadores 4	\$ 4.46	\$ 53.57		\$ 53.57
Archivadores acero reforzados 90cm	\$ 3.27	\$ 39.28		\$ 39.28
Basureros Metálicos	\$ 0.57	\$ 6.78		\$ 6.78
Equipo de Cómputo	\$ 56.72	\$ 680.66		\$ 680.66
Máquina multifunción	\$ 20.11	\$ 241.31		\$ 241.31
Ordenadores portátiles	\$ 36.61	\$ 439.35		\$ 439.35
Equipo de Oficina	\$ 5.92	\$ 70.98		\$ 70.98
Teléfono Panasonic 3 bases inalámbrico	\$ 2.88	\$ 34.50		\$ 34.50
Sumadoras	\$ 1.13	\$ 13.60		\$ 13.60
Extintores de incendios	\$ 0.24	\$ 2.86		\$ 2.86
Botiquin primero auxilios	\$ 0.24	\$ 2.86		\$ 2.86
Nevera	\$ 0.24	\$ 2.86		\$ 2.86
Cafetera	\$ 0.24	\$ 2.86		\$ 2.86
Microondas	\$ 0.24	\$ 2.86		\$ 2.86
Dispensador de agua	\$ 0.24	\$ 2.86		\$ 2.86
Televisión	\$ 0.24	\$ 2.86		\$ 2.86
Pizarra magnética	\$ 0.24	\$ 2.86		\$ 2.86
TOTAL	\$ 982.28	\$ 11,043.36	\$ 744.00	\$ 11,787.36

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 58. *Proyección de Gastos Administrativos Año 2*

Descripción	Gastos		Total año 2
	Fijos	Variables	
SUELDOS DEL PERSONAL	\$	8,309.64	\$ 8,309.64
SUMINISTRO DE OFICINA	\$	477.65	\$ 477.65
Resma de papel A4	\$	120.92	\$ 120.92
Bolígrafos	\$	53.21	\$ 53.21
Lápices	\$	53.21	\$ 53.21
Grapadoras	\$	120.92	\$ 120.92
Carpetas	\$	50.79	\$ 50.79
Perforadoras	\$	96.74	\$ 96.74
Clips	\$	6.05	\$ 6.05
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	\$	1,407.56	\$ 1,407.56
Desinfectante de piso	\$	41.11	\$ 41.11
Trapeador	\$	36.28	\$ 36.28
Balde exprimidor	\$	72.55	\$ 72.55
Escoba	\$	30.23	\$ 30.23
Jabón de manos	\$	96.74	\$ 96.74
Detergente	\$	42.32	\$ 42.32
Pape higiénico	\$	665.08	\$ 665.08
Fundas de Basura	\$	181.39	\$ 181.39
Cloro	\$	60.46	\$ 60.46
Toallas de Papel	\$	749.73	\$ 749.73
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 749.73	\$ 749.73
Energía Eléctrica 10%		\$ 120.92	\$ 120.92
Agua Potable 30%		\$ 181.39	\$ 181.39
Teléfono		\$ 145.11	\$ 145.11
Internet		\$ 302.31	\$ 302.31
DEPRECIACIONES	\$	976.86	\$ 976.86
Muebles y Enseres	\$	219.44	\$ 219.44
Sistema 1.40x140 3 cajon.Tablero 251	\$	57.58	\$ 57.58
Sillas Giratorias Oslo	\$	39.59	\$ 39.59
Sillas Censas Eco	\$	7.92	\$ 7.92
Treepersonales Anslo	\$	13.95	\$ 13.95
Archivadores 4	\$	53.98	\$ 53.98
Archivadores acero reforzados 90cm	\$	39.59	\$ 39.59
Basureros Metálicos	\$	6.84	\$ 6.84
Equipo de Cómputo	\$	685.90	\$ 685.90
Máquina multifunción	\$	243.17	\$ 243.17
Ordenadores portatiles	\$	442.73	\$ 442.73
Equipo de Oficina	\$	71.53	\$ 71.53
Teléfono Panasonic 3 bases inalámbrico	\$	34.77	\$ 34.77
Sumadoras	\$	13.70	\$ 13.70
Extintores de incendios	\$	2.88	\$ 2.88
Botiquin primero auxilios	\$	2.88	\$ 2.88
Nevera	\$	2.88	\$ 2.88
Cafetera	\$	2.88	\$ 2.88
Microondas	\$	2.88	\$ 2.88
Dispensador de agua	\$	2.88	\$ 2.88
Televisión	\$	2.88	\$ 2.88
Pizarra magnética	\$	2.88	\$ 2.88
TOTAL	\$	11,171.71	\$ 749.73 \$ 11,921.44

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 59. *Proyección de Gastos Administrativos Año 3*

Descripción	Gastos		Total año 3
	Fijos	Variables	
SUELDOS DEL PERSONAL	\$ 8,373.62		\$ 8,373.62
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 481.33		\$ 481.33
Resma de papel A4	\$ 121.86		\$ 121.86
Bolígrafos	\$ 53.62		\$ 53.62
Lápices	\$ 53.62		\$ 53.62
Grapadoras	\$ 121.86		\$ 121.86
Carpetas	\$ 51.18		\$ 51.18
Perforadoras	\$ 97.48		\$ 97.48
Clips	\$ 6.09		\$ 6.09
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	\$ 1,418.39		\$ 1,418.39
Desinfectante de piso	\$ 41.43		\$ 41.43
Trapeador	\$ 36.56		\$ 36.56
Balde exprimidor	\$ 73.11		\$ 73.11
Escoba	\$ 30.46		\$ 30.46
Jabón de manos	\$ 97.48		\$ 97.48
Detergente	\$ 42.65		\$ 42.65
Pape higiénico	\$ 670.20		\$ 670.20
Fundas de Basura	\$ 182.78		\$ 182.78
Cloro	\$ 60.93		\$ 60.93
Toallas de Papel	\$ 755.50		\$ 755.50
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 755.50	\$ 755.50
Energía Eléctrica 10%		\$ 121.86	\$ 121.86
Agua Potable 30%		\$ 182.78	\$ 182.78
Teléfono		\$ 146.23	\$ 146.23
Internet		\$ 304.64	\$ 304.64
DEPRECIACIONES	\$ 984.39		\$ 984.39
Muebles y Enseres	\$ 221.13		\$ 221.13
Sistema 1.40x140 3 cajon.Tablero 251	\$ 58.03		\$ 58.03
Sillas Giratorias Oslo	\$ 39.89		\$ 39.89
Sillas Censas Eco	\$ 7.98		\$ 7.98
Treepersonales Anslo	\$ 14.05		\$ 14.05
Archivadores 4	\$ 54.40		\$ 54.40
Archivadores acero reforzados 90cm	\$ 39.89		\$ 39.89
Basureros Metálicos	\$ 6.89		\$ 6.89
Equipo de Cómputo	\$ 691.18		\$ 691.18
Máquina multifunción	\$ 245.04		\$ 245.04
Ordenadores portatiles	\$ 446.14		\$ 446.14
Equipo de Oficina	\$ 72.08		\$ 72.08
Teléfono Panasonic 3 bases inalámbrico	\$ 35.03		\$ 35.03
Sumadoras	\$ 13.81		\$ 13.81
Extintores de incendios	\$ 2.90		\$ 2.90
Botiquin primero auxilios	\$ 2.90		\$ 2.90
Nevera	\$ 2.90		\$ 2.90
Cafetera	\$ 2.90		\$ 2.90
Microondas	\$ 2.90		\$ 2.90
Dispensador de agua	\$ 2.90		\$ 2.90
Televisión	\$ 2.90		\$ 2.90
Pizarra magnética	\$ 2.90		\$ 2.90
TOTAL	\$ 11,257.73	\$ 755.50	\$ 12,013.23

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 60. *Proyección de Gastos Administrativos Año 4*

Descripción	Gastos		Total año 4
	Fijos	Variables	
SUELDOS DEL PERSONAL	\$	8,438.10	\$ 8,438.10
SUMINISTRO DE OFICINA	\$	485.03	\$ 485.03
Resma de papel A4	\$	122.79	\$ 122.79
Bolígrafos	\$	54.03	\$ 54.03
Lápices	\$	54.03	\$ 54.03
Grapadoras	\$	122.79	\$ 122.79
Carpetas	\$	51.57	\$ 51.57
Perforadoras	\$	98.23	\$ 98.23
Clips	\$	6.14	\$ 6.14
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	\$	1,429.32	\$ 1,429.32
Desinfectante de piso	\$	41.75	\$ 41.75
Trapeador	\$	36.84	\$ 36.84
Balde exprimidor	\$	73.68	\$ 73.68
Escoba	\$	30.70	\$ 30.70
Jabón de manos	\$	98.23	\$ 98.23
Detergente	\$	42.98	\$ 42.98
Pape higiénico	\$	675.36	\$ 675.36
Fundas de Basura	\$	184.19	\$ 184.19
Cloro	\$	61.40	\$ 61.40
Toallas de Papel	\$	761.32	\$ 761.32
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 761.32	\$ 761.32
Energía Eléctrica 10%		\$ 122.79	\$ 122.79
Agua Potable 30%		\$ 184.19	\$ 184.19
Teléfono		\$ 147.35	\$ 147.35
Internet		\$ 306.98	\$ 306.98
DEPRECIACIONES	\$	991.97	\$ 991.97
Muebles y Enseres	\$	222.83	\$ 222.83
Sistema 1.40x140 3 cajon.Tablero 251	\$	58.47	\$ 58.47
Sillas Giratorias Oslo	\$	40.20	\$ 40.20
Sillas Censas Eco	\$	8.04	\$ 8.04
Treepersonales Anslo	\$	14.16	\$ 14.16
Archivadores 4	\$	54.82	\$ 54.82
Archivadores acero reforzados 90cm	\$	40.20	\$ 40.20
Basureros Metálicos	\$	6.94	\$ 6.94
Equipo de Cómputo			
Máquina multifunción			
Ordenadores portatiles			
Equipo de Oficina	\$	72.63	\$ 72.63
Teléfono Panasonic 3 bases inalámbrico	\$	35.30	\$ 35.30
Sumadoras	\$	13.92	\$ 13.92
Extintores de incendios	\$	2.93	\$ 2.93
Botiquin primero auxilios	\$	2.93	\$ 2.93
Nevera	\$	2.93	\$ 2.93
Cafetera	\$	2.93	\$ 2.93
Microondas	\$	2.93	\$ 2.93
Dispensador de agua	\$	2.93	\$ 2.93
Televisión	\$	2.93	\$ 2.93
Pizarra magnética	\$	2.93	\$ 2.93
TOTAL	\$	11,344.42	\$ 12,105.73

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 61. *Proyección de Gastos Administrativos Año 5*

Descripción	Gastos		Total año 5
	Fijos	Variables	
SUELDOS DEL PERSONAL	\$ 8,503.07		\$ 8,503.07
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 488.77		\$ 488.77
Resma de papel A4	\$ 123.74		\$ 123.74
Bolígrafos	\$ 54.45		\$ 54.45
Lápices	\$ 54.45		\$ 54.45
Grapadoras	\$ 123.74		\$ 123.74
Carpetas	\$ 51.97		\$ 51.97
Perforadoras	\$ 98.99		\$ 98.99
Clips	\$ 6.19		\$ 6.19
ÚTILES DE ASEO Y LIMPIEZA	\$ 1,440.32		\$ 1,440.32
Desinfectante de piso	\$ 42.07		\$ 42.07
Trapeador	\$ 37.12		\$ 37.12
Balde exprimidor	\$ 74.24		\$ 74.24
Escoba	\$ 30.93		\$ 30.93
Jabón de manos	\$ 98.99		\$ 98.99
Detergente	\$ 43.31		\$ 43.31
Pape higiénico	\$ 680.56		\$ 680.56
Fundas de Basura	\$ 185.61		\$ 185.61
Cloro	\$ 61.87		\$ 61.87
Toallas de Papel	\$ 767.18		\$ 767.18
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 767.18	\$ 767.18
Energía Eléctrica 10%		\$ 123.74	\$ 123.74
Agua Potable 30%		\$ 185.61	\$ 185.61
Teléfono		\$ 148.49	\$ 148.49
Internet		\$ 309.35	\$ 309.35
DEPRECIACIONES	\$ 999.60		\$ 999.60
Muebles y Enseres	\$ 224.55		\$ 224.55
Sistema 1.40x140 3 cajon.Tablero 251	\$ 58.92		\$ 58.92
Sillas Giratorias Oslo	\$ 40.51		\$ 40.51
Sillas Censas Eco	\$ 8.10		\$ 8.10
Treepersonales Anslo	\$ 14.27		\$ 14.27
Archivadores 4	\$ 55.24		\$ 55.24
Archivadores acero reforzados 90cm	\$ 40.51		\$ 40.51
Basureros Metálicos	\$ 7.00		\$ 7.00
Equipo de Cómputo	\$ -		\$ -
Máquina multifunción	\$ -		\$ -
Ordenadores portatiles	\$ -		\$ -
Equipo de Oficina	\$ 73.19		\$ 73.19
Teléfono Panasonic 3 bases inalámbrico	\$ 35.57		\$ 35.57
Sumadoras	\$ 14.02		\$ 14.02
Extintores de incendios	\$ 2.95		\$ 2.95
Botiquin primero auxilios	\$ 2.95		\$ 2.95
Nevera	\$ 2.95		\$ 2.95
Cafetera	\$ 2.95		\$ 2.95
Microondas	\$ 2.95		\$ 2.95
Dispensador de agua	\$ 2.95		\$ 2.95
Televisión	\$ 2.95		\$ 2.95
Pizarra magnética	\$ 2.95		\$ 2.95
TOTAL	\$ 11,431.77	\$ 767.18	\$ 12,198.95

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 62. *Proyección Gastos Ventas*

PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS							
Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
SUELDO PERSONAL VENTAS	\$ 1,173.99	\$ 14,087.83		\$ 14,087.83	\$ 14,270.03		\$ 14,270.03
PUBLICIDAD PROGRAMADA	\$ 6,450.00	\$ 77,400.00		\$ 77,400.00	\$ 77,995.98		\$ 77,995.98
Facebook e Instagram	\$ 450.00	\$ 5,400.00		\$ 5,400.00	\$ 5,441.58		\$ 5,441.58
Publicidad Canales de televisión	\$ 4,200.00	\$ 50,400.00		\$ 50,400.00	\$ 50,788.08		\$ 50,788.08
Publicidad Radial	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00		\$ 21,600.00	\$ 21,766.32		\$ 21,766.32
PROMOCIÓN	\$ 249.00	\$ 2,988.00		\$ 2,988.00	\$ 3,011.01		\$ 3,011.01
Afiches	\$ 99.00	\$ 1,188.00		\$ 1,188.00	\$ 1,197.15		\$ 1,197.15
Flyers	\$ 150.00	\$ 1,800.00		\$ 1,800.00	\$ 1,813.86		\$ 1,813.86
DEPRECIACIONES	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00					
Vehículo	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00		\$ 5,000.00	\$ 5,000.00		\$ 5,000.00
TOTAL	\$ 12,872.99	\$ 99,475.83		\$ 99,475.83	\$ 100,277.01		\$ 100,277.01

PROYECCIÓN GASTOS DE VENTAS									
	Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5
	Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
\$	14,379.91		\$ 14,379.91	\$ 14,490.63		\$ 14,490.63	\$ 14,602.21		\$ 14,602.21
\$	78,596.55		\$ 78,596.55	\$ 79,201.74		\$ 79,201.74	\$ 79,811.60		\$ 79,811.60
\$	5,483.48		\$ 5,483.48	\$ 5,525.70		\$ 5,525.70	\$ 5,568.25		\$ 5,568.25
\$	51,179.15		\$ 51,179.15	\$ 51,573.23		\$ 51,573.23	\$ 51,970.34		\$ 51,970.34
\$	21,933.92		\$ 21,933.92	\$ 22,102.81		\$ 22,102.81	\$ 22,273.00		\$ 22,273.00
\$	3,034.19		\$ 3,034.19	\$ 3,057.56		\$ 3,057.56	\$ 3,081.10		\$ 3,081.10
\$	1,206.37		\$ 1,206.37	\$ 1,215.65		\$ 1,215.65	\$ 1,225.02		\$ 1,225.02
\$	1,827.83		\$ 1,827.83	\$ 1,841.90		\$ 1,841.90	\$ 1,856.08		\$ 1,856.08
\$	5,000.00		\$ 5,000.00	\$ 5,000.00		\$ 5,000.00	\$ 5,000.00		\$ 5,000.00
\$	101,010.65		\$ 101,010.65	\$ 101,749.93		\$ 101,749.93	\$ 102,494.90		\$ 102,494.90

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Los gastos administrativos y de ventas se han proyectado con el promedio de los cinco años del índice de inflación de 0,77, hasta diciembre 2021, añadiendo desde el segundo año un valor de \$ 43,32 correspondiente al fondo de reserva, a sueldos del personal administrativo, compensando así los gastos de los próximos años. Los gastos fijos y variables del primer año ascienden a los \$ 11.787,36 del total de gastos administrativos, y en gastos de venta se totaliza una sumatoria de \$ 99.475,83.

Tabla 63. *Proyección Gastos Financieros*

PROYECCIÓN GASTOS DE FINANCIEROS									
Descripción	Gasto mensual	Gastos		Total año 1	Gastos		Total año 2		
		Fijos	Variables		Fijos	Variables			
Detalle									
Intereses Pagados	\$ 930.36	\$ 11,164.31		\$ 11,164.31	\$ 9,194.84		\$ 9,194.84		
TOTAL	\$ 930.36	\$ 11,164.31		\$ 11,164.31	\$ 9,194.84		\$ 9,194.84		
TOTAL DE GASTOS	\$ 14,785.63	\$ 121,683.50	\$ 744.00	\$ 122,427.50	\$ 120,643.57	\$ 749.73	\$ 121,393.30		

PROYECCIÓN GASTOS DE FINANCIEROS									
Gastos		Total año 3	Gastos		Total año 4	Gastos		Total año 5	
Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables		
\$ 6,975.60		\$ 6,975.60	\$ 4,474.89		\$ 4,474.89	\$ 1,657.04		\$ 1,657.04	
\$ 6,975.60		\$ 6,975.60	\$ 4,474.89		\$ 4,474.89	\$ 1,657.04		\$ 1,657.04	
\$ 119,243.98	\$ 755.50	\$ 119,999.48	\$ 117,569.24	\$ 761.32	\$ 118,330.56	\$ 115,583.71	\$ 767.18	\$ 116,350.89	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Para la proyección de gastos financieros se ha tomado en cuenta los intereses por pagar de la tabla de amortización, siendo este interés fijo. Generando un valor de \$ \$ 11.164,31 para el primer año.

i. Mano de Obra

La mano de obra directa es la fuerza laboral que trabaja directamente en la transformación de un producto.

Tabla 64. *Cálculo de la mano de Obra.*

CÁLCULO DE SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL OPERATIVO										
Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos		Total	Valor a Pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9.45%		
1		Recepcionista/Contador		\$ 425.00	\$ -	\$ 425.00	\$ 1.00	\$ 40.16	\$ 41.16	\$ 383.84
TOTAL				\$ 425.00	\$ -	\$ 425.00	\$ 1.00	\$ 40.16	\$ 41.16	\$ 383.84

Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo de Reserva 8,33%	Vacac.	Total Provisión	Costo MO
\$	47.39	\$ 2.13	\$ 2.13	\$ 35.42	\$ 35.42		\$ 17.71	\$ 140.18	\$ 565.18
TOTAL	\$ 47.39	\$ 2.13	\$ 2.13	\$ 35.42	\$ 35.42	\$ -	\$ 17.71	\$ 140.18	\$ 565.18

GASTO MENSUAL = \$ 565.18

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

Se ha calculado el valor de \$565,18 al costo de mano de obra directa para recepcionista/contador, para el primer año un valor sin fondos de reserva.

El personal administrativo es el encargado del correcto funcionamiento de la empresa y por eso es necesario conocer los gastos que representan, para el cual se ha elaborado la siguiente tabla:

Tabla 65. *Cálculo de sueldos y salarios personal administrativo.*

CÁLCULO DE SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO										
Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos		Total	Valor a Pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9.45%		
1	Gerente			\$ 520.00	\$ -	\$ 520.00	\$ -	\$ 49.14	\$ 49.14	\$ 470.86
TOTALES				\$ 520.00	\$ -	\$ 520.00	\$ -	\$ 49.14	\$ 49.14	\$ 470.86
PROVISIONES Y COSTO DE MANO DE OBRAS										
Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo de Reserva 8,33%	Vacac.	Total Provisión	Costo MO	
	\$ 57.98	\$ 2.60	\$ 2.60	\$ 43.33	\$ 35.42	\$ -	\$ 21.67	\$ 163.60	\$ 683.60	
TOTAL	\$ 57.98	\$ 2.60	\$ 2.60	\$ 43.33	\$ 35.42	\$ -	\$ 21.67	\$ 163.60	\$ 683.60	
GASTO MENSUAL = \$									683.60	

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

En el cálculo del salario del personal administrativo \$683,60 para el gerente sin fondos de reserva.

Tabla 66. *Cálculo sueldos y salarios personal ventas.*

CÁLCULO DE SUELDOS Y SALARIOS PERSONAL VENTAS										
Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	Código	Ingresos			Descuentos		Total	Valor a Pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9.45%		
1		Jefe de Marketing		\$ 460.00	\$ -	\$ 460.00	\$ -	\$ 43.47	\$ 43.47	\$ 416.53
2		Vendedor		\$ 425.00	\$ -	\$ 425.00	\$ 1.00	\$ 40.16	\$ 41.16	\$ 383.84
TOTAL				\$ 885.00	\$ -	\$ 885.00	\$ 1.00	\$ 83.63	\$ 84.63	\$ 800.37

Provisiones	Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondo de Reserva 8,33%	Vacac.	Total Provisión	Costo MO
	\$ 51.29	\$ 2.30	\$ 2.30	\$ 38.33	\$ 35.42	\$ -	\$ 19.17	\$ 148.81	\$ 608.81
	\$ 47.39	\$ 2.13	\$ 2.13	\$ 35.42	\$ 35.42		\$ 17.71	\$ 140.18	\$ 565.18
TOTAL	\$ 98.68	\$ 4.43	\$ 4.43	\$ 73.75	\$ 70.83	\$ -	\$ 36.88	\$ 288.99	\$ 1,173.99

GASTO MENSUAL = \$									1,173.99
---------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

En el cálculo del salario del personal de ventas tenemos el valor de \$1.173,99 como gasto mensual sin fondos de reserva.

ii. Depreciación

La depreciación es el valor monetario que se pierde de un bien por el paso del tiempo o por su uso.

Tabla 67. *Cálculo Depreciaciones.*

Detalle del bien	Vita Útil	Cantidad	Valor	Porcentaje de Depreciación	Depreciación Anual
Edificio	20	1	\$ 7,000.00	5%	\$ 350.00
Muebles y Enseres	10		\$ 2,177.64	10%	\$ 217.76
Sistema 1.40x140 3 cajon.Tablero 251	10	4	\$ 571.44	10%	\$ 57.14
Sillas Giratorias Oslo	10	4	\$ 392.84	10%	\$ 39.28
Sillas Censas Eco	10	4	\$ 78.56	10%	\$ 7.86
Treepersonales Anslo	10	2	\$ 138.40	10%	\$ 13.84
Archivadores 4	10	4	\$ 535.72	10%	\$ 53.57
Archivadores acero reforzados 90cm	10	4	\$ 392.84	10%	\$ 39.28
Basureros Metálicos	10	4	\$ 67.84	10%	\$ 6.78
Vehiculos	5		\$ 25,000.00	20%	\$ 5,000.00
Camión Chevrolet NLR 511 EIV 3.0 2P 4X2TM DIESEL CN	5	1	\$ 25,000.00	20%	\$ 5,000.00
Equipo de Cómputo	3		\$ 2,042.17	33.33%	\$ 680.66
Máquina multifunción	3	4	\$ 724.00	33.33%	\$ 241.31
Ordenadores portatiles	3	3	\$ 1,318.17	33.33%	\$ 439.35
Equipo de Oficina	10		\$ 709.80	10%	\$ 70.98
Télefono Panasonic 3 bases inalámbr	10	3	\$ 345.00	10%	\$ 34.50
Sumadoras	10	2	\$ 136.00	10%	\$ 13.60
Extintores de incendios	10	4	\$ 28.60	10%	\$ 2.86
Botiquin primero auxilios	10	2	\$ 28.60	10%	\$ 2.86
Nevera	10	2	\$ 28.60	10%	\$ 2.86
Cafetera	10	2	\$ 28.60	10%	\$ 2.86
Microondas	10	2	\$ 28.60	10%	\$ 2.86
Dispensador de agua	10	2	\$ 28.60	10%	\$ 2.86
Televisión	10	1	\$ 28.60	10%	\$ 2.86
Pizarra magnética	10	4	\$ 28.60	10%	\$ 2.86
TOTAL			\$ 36,929.61		\$ 6,319.40

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

En el cálculo de la depreciación se ha obtenido un valor anual \$217,76 para muebles y enseres, \$680,66 para equipo de cómputo, \$70,89 equipo de oficina, para vehículo con un valor total de \$5.000,00.

Tabla 68. *Cálculo proyección de depreciaciones*

CÁLCULO PROYECCIÓN DE LAS DEPRECIACIONES						
Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Edificio	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00	\$ 350.00
Muebles y Enseres	\$ 217.76	\$ 217.76	\$ 217.76	\$ 217.76	\$ 217.76	\$ 217.76
Sistema 1.40x140 3 cajon. Tablero 251	\$ 57.14	\$ 57.14	\$ 57.14	\$ 57.14	\$ 57.14	\$ 57.14
Sillas Giratorias Oslo	\$ 39.28	\$ 39.28	\$ 39.28	\$ 39.28	\$ 39.28	\$ 39.28
Sillas Censas Eco	\$ 7.86	\$ 7.86	\$ 7.86	\$ 7.86	\$ 7.86	\$ 7.86
Treepersonales Anslo	\$ 13.84	\$ 13.84	\$ 13.84	\$ 13.84	\$ 13.84	\$ 13.84
Archivadores 4	\$ 53.57	\$ 53.57	\$ 53.57	\$ 53.57	\$ 53.57	\$ 53.57
Archivadores acero reforzados 90cm	\$ 39.28	\$ 39.28	\$ 39.28	\$ 39.28	\$ 39.28	\$ 39.28
Basureros Metálicos	\$ 6.78	\$ 6.78	\$ 6.78	\$ 6.78	\$ 6.78	\$ 6.78
Vehiculos	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Camión Chevrolet NLR 511 EIV 3.0 2P 4X2TM DIESEL CN	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00
Equipo de Cómputo	\$ 680.66	\$ 680.66	\$ 680.66	\$ -	\$ -	\$ -
Máquina multifunción	\$ 241.31	\$ 241.31	\$ 241.31	\$ -	\$ -	\$ -
Impresoras EPSON L575 Wifi Fax Multifuncional	\$ 439.35	\$ 466.62	\$ 466.62	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Oficina	\$ 70.98	\$ 59.60	\$ 59.60	\$ 59.60	\$ 59.60	\$ 59.60
Télefono Panasonic 3 bases inalámbr	\$ 34.50	\$ 34.50	\$ 34.50	\$ 34.50	\$ 34.50	\$ 34.50
Sumadoras	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 13.60	\$ 13.60
Extintores de incendios	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86
Botiquin primero auxilios	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86
Nevera	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86
Cafetera	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86
Microondas	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86
Dispensador de agua	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86
Televisión	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86
Pizarra magnética	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86	\$ 2.86
TOTAL	\$ 6,319.40	\$ 6,308.02	\$ 6,308.02	\$ 5,627.36	\$ 5,627.36	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

En la proyección de las depreciaciones podemos observar que son valores constantes, con excepción del equipo de cómputo que solo se deprecia los tres primeros años, obteniendo un valor anual de \$6.319,40 y desde el cuarto año un total de \$5.627,36.

b. Cálculo de Ingresos

El cálculo de ingresos nos permite conocer la cantidad de recursos económicos que se va a percibir de acuerdo a la cantidad de productos que se producirán en un periodo de tiempo, para la fijación del precio se ha calculado tomando en cuenta el costo unitario más un porcentaje de rentabilidad.

Tabla 69. *Cálculo de Ingresos*

CÁLCULO DE INGRESOS							
PRODUCTOS	Unidad de Medida	Costo Total	Margen de Utilidad %	Ingresos mensuales \$	Número de servicios	Precio del servicio por hora	
Servicio de Coworking	Unidad	\$ 20,412.00	50%	\$ 9,936.00	\$ 30,348.00	5,400	\$ 5.62
TOTALES				\$ 9,936.00	\$ 30,348.00		\$ 5.62

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

De acuerdo al cálculo de ingresos se ha establecido el precio de venta de Work Space a \$5.62 con un margen de rentabilidad del 50%.

a) Proyección de Ingresos

Tabla 70. *Proyección de Ingresos.*

PROYECCIÓN DE INGRESOS		Cantidad	Precio Unitario	Total Año 1	Cantidad	Precio Unitario	Total año 2	
Producto								
Servicio de Coworking		64,800	\$ 5.62	\$ 364,176.00	65299	\$ 5.66	\$ 369,805.90	
TOTAL INGRESOS				\$ 364,176.00			\$ 369,805.90	
Cantidad	Precio Unitario	Total año 3	Cantidad	Precio Unitario	Total año 4	Cantidad	Precio Unitario	Total año 5
65802	\$ 5.71	\$ 375,522.84	66308	\$ 5.75	\$ 381,328.16	66819	\$ 5.80	\$ 387,223.22
		\$ 375,522.84			\$ 381,328.16			\$ 387,223.22

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Para los próximos años se han proyectado con el promedio de los cinco años del índice de inflación de 0,77, hasta diciembre 2021.

c. Flujo de Caja

Es un estado contable que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidos en tres categorías: actividades operativas, actividades de inversión y actividades de financiamiento. Este flujo de efectivo es importante porque evalúa la capacidad que tiene la empresa para generar liquidez; a su vez da cuenta de las necesidades de efectivo que requiere la empresa, de manera que se puede tomar las mejores decisiones económicas (Pacheco, 2015).

Tabla 71. *Flujo de Caja.*

Descripción	FLUJO DE CAJA					
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A. INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 364,176.00	\$ 369,805.90	\$ 375,522.84	\$ 381,328.16	\$ 387,223.22
Ingresos por ventas	\$ -	\$ 364,176.00	\$ 369,805.90	\$ 375,522.84	\$ 381,328.16	\$ 387,223.22
B. EGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 119,633.34	\$ 120,668.45	\$ 121,559.10	\$ 122,456.61	\$ 123,361.02
Costos	\$ -	\$ 8,370.15	\$ 8,470.00	\$ 8,535.22	\$ 8,600.94	\$ 8,667.17
Gastos Admisnitrativos	\$ -	\$ 11,787.36	\$ 11,921.44	\$ 12,013.23	\$ 12,105.73	\$ 12,198.95
Gastos de Ventas	\$ -	\$ 99,475.83	\$ 100,277.01	\$ 101,010.65	\$ 101,749.93	\$ 102,494.90
C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)	\$ -	\$ 244,542.66	\$ 249,137.45	\$ 253,963.74	\$ 258,871.55	\$ 263,862.20
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 149,282.72					
Recursos Propios	\$ 49,282.72					
Recursos de terceros	\$ 100,000.00					
Credito a contarse a corto plazo						
Otros ingresos						
E. EGRESOS NO OPERACIONALES		\$ 143,774.57	\$ 146,433.09	\$ 149,286.53	\$ 152,286.98	\$ 155,449.43
Inversión Realizada	\$ 135,711.56					
Gastos financieros		\$ 11,164.31	\$ 9,194.84	\$ 6,975.60	\$ 4,474.89	\$ 1,657.04
Pago de credito a largo plazo		\$ 15,529.02	\$ 17,498.49	\$ 19,717.74	\$ 22,218.44	\$ 25,036.30
Utilidad antes de participaciones		\$ 217,849.32	\$ 222,444.11	\$ 227,270.40	\$ 232,178.21	\$ 237,168.86
Pago de participación de utilidades 15%		\$ 35,006.75	\$ 35,991.39	\$ 37,048.22	\$ 38,159.50	\$ 39,330.77
Utilidad antes de impuestos		\$ 182,842.57	\$ 186,452.72	\$ 190,222.18	\$ 194,018.71	\$ 197,838.08
Pago de impuestos a la renta (Tabla SRI)		\$ 82,074.48	\$ 83,748.36	\$ 85,544.98	\$ 87,434.15	\$ 89,425.31
Otros egresos						
F. FLUJOGRAMA NO OPERACIONAL (D-I)	\$ -	\$ (143,774.57)	\$ (146,433.09)	\$ (149,286.53)	\$ (152,286.98)	\$ (155,449.43)
Depreciación		\$ 6,319.40	\$ 6,319.40	\$ 6,319.40	\$ 6,319.40	\$ 6,319.40
G. FLUJO NETO GENERADO (C-F)	\$ -	\$ 107,087.49	\$ 109,023.75	\$ 110,996.60	\$ 112,903.97	\$ 114,732.17
H. SALDO INICIAL DE CAJAS	\$ -	\$ 13,571.16	\$ 120,658.65	\$ 229,682.41	\$ 340,679.01	\$ 453,582.97
I. SALDO FINAL DE CAJAS (G+H)	\$ 13,571.16	\$ 120,658.65	\$ 229,682.41	\$ 340,679.01	\$ 453,582.97	\$ 568,315.14

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

En el flujo de caja nos permite analizar el valor total de inversión por \$149.282,72, en el cual se ha obtenido un flujo neto generado para el primer año por \$107.087,49, para el segundo año por \$109.023,75 para el tercer año por \$110.996,60, para el cuarto año por \$112.996,60 y finalmente el valor de \$114.732,17 para el quinto año.

d. Punto de equilibrio

“El punto de equilibrio nos permite comparar el punto de corte entre el nivel de ingresos con los costos totales donde no se pierde, pero tampoco hay utilidad” (Pacheco, 2015). El autor Esteban (2019), explica que el punto de equilibrio “consiste

en predeterminedar un volumen de producción y ventas en la cual la empresa no sufra perdidas ni obtenga utilidades, es decir, el nivel donde los ingresos son iguales al total de costos y gastos.

Tabla 72. *Cálculo Punto de Equilibrio*

Descripción	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Total
Detalle de costos	\$ 7,482.15	\$ 888.00	\$ 8,370.15
Gastos Administrativos	\$ 11,043.36	\$ 744.00	\$ 11,787.36
Gastos de Ventas	\$ 99,475.83	\$ -	\$ 99,475.83
Gastos Financieros	\$ 11,164.31	\$ -	\$ 11,164.31
	\$ 129,165.65	\$ 1,632.00	\$ 130,797.65
Ingresos totales			\$ 364,176.00
Número de unidades			5,400
Precio unitario de venta			\$ 5.62

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Punto de Equilibrio \$ = (Costo Fijo/ (1-(Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = \$ 129.747,09

Punto de Equilibrio U= Cotos Fijos/ (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

P.E.u= 24.289 Unidades

Punto de Equilibrio % =Punto de Equilibrio\$*100/Ingresos Totales

%P.E= 35,63%

CVU = Costo Variable / Número de unidades

CVU = \$ 5,37

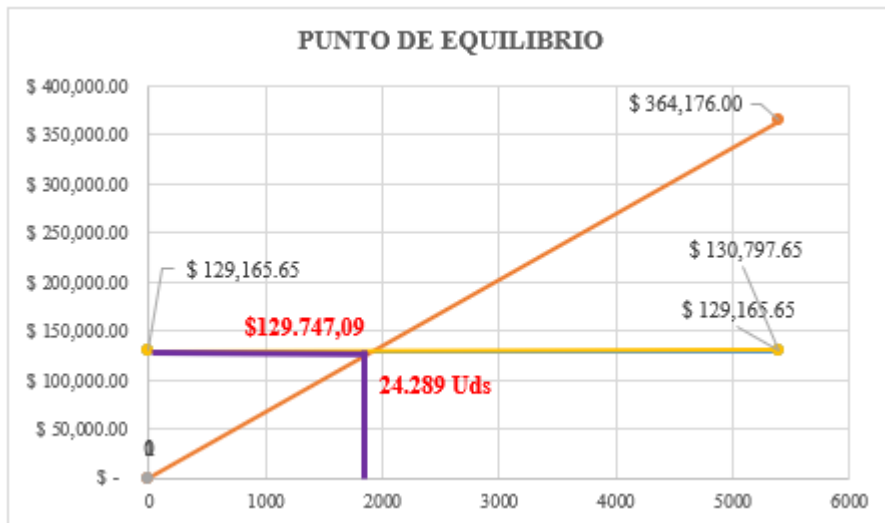


Imagen 1. *Punto de Equilibrio*

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Para el cálculo de punto de equilibrio se ha tomado los valores tales como ingresos totales por un valor de \$364.176,00 los costos fijos y variables que sumados nos da el valor de \$130.797,65 de costos totales. El cual para no perder ni ganar se deberá vender un 35,63% de las ventas que representa \$129.747,09.

Para el cálculo de punto de equilibrio en unidades se ha tomado el valor porcentual del costo fijo por la cantidad de uso del servicio, entre las cuales se debe vender 24.289 como mínimo para no perder ni ganar.

e. Estado de Resultados proyectado

“El estado de resultados nos permite conocer los valores monetarios de forma resumida, donde además nos indica la cantidad de ingresos y gastos y si se ha obtenido ganancia o pérdida durante un periodo de tiempo” (Baena, 2014).

Tabla 73. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingreso por ventas	\$ 364,176.00	\$ 369,805.90	\$ 375,522.84	\$ 381,328.16	\$ 387,223.22
(-) Costo de Ventas	\$ 8,370.15	\$ 8,470.00	\$ 8,535.22	\$ 8,600.94	\$ 8,667.17
(=) UTILIDAD BRUTA DE VENTAS	\$ 355,805.85	\$ 361,335.90	\$ 366,987.62	\$ 372,727.21	\$ 378,556.05
(-) Gastos de Venta	\$ 99,475.83	\$ 100,277.01	\$ 101,010.65	\$ 101,749.93	\$ 102,494.90
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 256,330.02	\$ 261,058.89	\$ 265,976.97	\$ 270,977.28	\$ 276,061.14
(-) Gastos Administrativos	\$ 11,787.36	\$ 11,921.44	\$ 12,013.23	\$ 12,105.73	\$ 12,198.95
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 244,542.66	\$ 249,137.45	\$ 253,963.74	\$ 258,871.55	\$ 263,862.20
(-) Gastos Financieros	\$ 11,164.31	\$ 9,194.84	\$ 6,975.60	\$ 4,474.89	\$ 1,657.04
(+) Otros Ingresos					
(-) Otros Egresos					
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 233,378.35	\$ 239,942.60	\$ 246,988.14	\$ 254,396.65	\$ 262,205.16
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 35,006.75	\$ 35,991.39	\$ 37,048.22	\$ 38,159.50	\$ 39,330.77
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 198,371.60	\$ 203,951.21	\$ 209,939.92	\$ 216,237.16	\$ 222,874.38
(-) Impuesto a la renta	\$ 82,074.48	\$ 83,748.36	\$ 85,544.98	\$ 87,434.15	\$ 89,425.31
(=) UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	\$ 116,297.12	\$ 120,202.85	\$ 124,394.94	\$ 128,803.01	\$ 133,449.07

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

En el estado de resultados se puede observar que para el primer año se ha obtenido una utilidad por \$82.074,48 para el segundo año una utilidad por \$83.748,36 para el tercer año una utilidad por \$85.544,98, para el cuarto año una utilidad por \$87.434,15 finalmente para el quinto año una utilidad por \$89.425,31.

Tabla 74. Base para el Cálculo de Impuesto a la Renta.

AÑO 2022			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.310	0	0%
11.310	14.410	0	5%
14.410	18.010	155	10%
18.010	21.630	515	12%
21.630	43.250	949	15%
43.250	64.860	4.193	20%
64.860	86.480	8513	25%
86.480	115.290	13920	30%
115.290	En adelante	22563	35%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

f. Evaluación financiera

“La evaluación financiera nos permite saber que tan viable y rentable es el plan de negocio mediante diferentes indicadores de evaluación, tales como el TMAR, VAN, TIR, Beneficio Costo y Periodo de Recuperación” (Morales & Morales, 2014).

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto

“El valor actual neto permite traer rubros monetarios a presente flujos de caja futuros de negocio”.

$$VAN = -I_0 + \sum_{k=0}^n \frac{FNE_1}{(1+TIR)^1} + \frac{FNE_2}{(1+TIR)^2} + \frac{FNE_3}{(1+TIR)^3} + \frac{FNE_4}{(1+TIR)^4} + \frac{FNE_5}{(1+TIR)^5}$$

$$VAN = - \$149.282,72 + \frac{\$107.087,49}{(1+68\%)^1} + \frac{\$109.023,75}{(1+68\%)^2} + \frac{\$110.996,60}{(1+68\%)^3} + \frac{\$112.903,97}{(1+68\%)^4} + \frac{\$114.732,17}{(1+68\%)^5}$$

$$VAN = \$ 171.524,92 R//.$$

En valor actual neto (VAN) es de \$ 171.524,92 la inversión es de \$149.282,72 por lo tanto el proyecto es viable ya que el VAN es superior a 0 y es rentable ya que es superior a la inversión.

a.2) Tasa Interna de Retorno

“La tasa interna de retorno permite medir la viabilidad del plan de negocio para reducir el riesgo de inversión”.

Tabla 75. Cálculo del TIR

	Inversión Inicial	\$	(149.282,72)
	Año 1	\$	107.087,49
	Año 2	\$	109.023,75
FLUJO GENERADO (C-F)	Año 3	\$	110.996,60
	Año 4	\$	112.903,97
	Año 5	\$	114.732,17
Total, Sumatoria de flujos		\$	320.807,64
Tasa Interna de Retorno (TIR)			68%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

Tabla 76. Cálculo del TMAR

TMAR	Valor	Estructura	Costo	Ponderación
Capital Propio	\$ 49.282,72	33.01%	40,0%	13,21%
Capital Financiero	\$ 100.000,00	66.99%	12%	8.04%
TOTAL DE LA INVERSIÓN	\$ 215.120,39	100%		21.24%

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Mario Quinatoa

En cuanto a la tasa interna de retorno (TIR) es del 46% y al ser comparada con la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR) del 21.24% nos dice que el proyecto es viable ya que es superior a 0 y además que es rentable ya que es superior a la TMAR.

a.3) Beneficio Costo

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria (Mejía, 2013).

Tabla 77. *Cálculo Tasa Beneficio Costo.*

	Inversión Inicial	\$	(149.282,72)
	Año 1	\$	107.087,49
FLUJO GENERADO (C-F)	Año 2	\$	109.023,75
	Año 3	\$	110.996,60
	Año 4	\$	112.903,97
	Año 5	\$	114.732,17
Total, Sumatoria de flujos		\$	320.807,64
Beneficio Costo			2,15

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

$$\text{Beneficio/Costo} = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos}}$$

$$\text{Beneficio/Costo} = \frac{\$364.176,00}{\$130.797,65}$$

$$\frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}} = \$2,15$$

De acuerdo al análisis beneficio costo nos indica que por cada dólar invertido se obtiene \$2,15 y por lo tanto es viable y rentable la inversión.

a.4) Periodo de Recuperación

Tabla 78. *Periodo de Recuperación*

			Recuperado	Saldo a recuperar	
	TMAR		21%		
	Inversión Inicial	\$	(149,282.72)		
	Año 1	\$	107,087.49	\$ 88,324.21	\$ 60,958.51
FLUJO GENERADO (C-F)	Año 2	\$	109,023.75	\$ 74,165.71	\$ (13,207.21)
	Año 3	\$	110,996.60	\$ 62,277.73	\$ (75,484.93)
	Año 4	\$	112,903.97	\$ 52,248.44	\$ (127,733.37)
	Año 5	\$	114,732.17	\$ 43,791.55	\$ (171,524.92)
	Sumatoria de flujos	\$	320,807.64	\$ 320,807.64	

Saldo a Favor

	Años	Meses	Días
\$ 88,324.21	1	9	16
\$ 107,087.49			

Fuente: Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Mario Quinatoa

El período de recuperación de la inversión será aproximadamente de un año, nueve meses y dieciséis días.

BIBLIOGRAFÍA

- Aaker, D., & Day, G. (2008). *Investigación de mercados*. Mexico.
- Alles, M. (2005). *Dirección Estrategia de los Recursos Humanos*. Buenos Aires.
- Alvarado, M. (2016). *Gestión de Talento Humano e innovación de la enseñanza y el aprendizaje*. Buenos Aires.
- Ambrosio, V. (2010). *Auditoria Practica de Estados Financieros*. Guatemala: NYU.
- Arismendi, J. (2012). *Gestión del Talento Humano como competencia*. Mexico.
- Atehortúa, F. (2015). *Gestión de la Auditoria de la calidad para las organizaciones públicas*. Colombia.
- Baca, J. (2010). *Los Principios de Las Finanzas Y Los Mercados Financieros*. Panama.
- Baena, D. (2014). *Analisis Financiero*. Ecoe Ediciones.
- Banco Mundial. (2019). Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=ZJ-CL>
- Banco Mundial y Oficina de los censos de EE.UU. (1 de Enero de 2017). *Banco Mundial*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/pais/estados-unidos>
- Bonta, P., & Farber, M. (2003). *199 preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá.
- Bravo, M., & Ubidia, C. (2009). *Contabilidad de costos*. Quito: Nuevodia.
- Brown, W. (2015). *Plantas medicinales de los Andes y la Amazonia*.
- Cabrerizo, D., & Guerra, F. (2015). *Ciencias Aplicadas*. Editex.
- Caldas, M., Carrión, R., & Heras, A. (2017). *Plan de inversiones y plan de financiación. Empresas e iniciativa emprendedora*. Editex.
- Calderón, G. (2011). *Gestión humana en las organizaciones*. Mexico.
- Challem, J., & Brown, L. (2007). *Vitaminas y Minerales esenciales para la salud*. Oregón.
- Chapman, S. (2006). *Planificacion y Control de la produccion*. Mexico: Person Education.
- Charles T. Horngren, . F. (2007). *Contabilidad de Costos*. Mexico.
- Chiavenato, I. (2013). *La gestión del talento humano*. ESIC.
- Chisnall, P. (2014). *La escencia de la investigación de mercados*. Madrid.

- Codigo de trabajo. (2010). *Wikiguate*. Obtenido de <https://wikiguate.com.gt/codigo-de-trabajo/>
- Colina, M. A., Molina, Z. A., & Riapira, E. H. (2014). acceso a la financiación en pymes colombianas: una mirada desde sus indicadores financieros1. *INNOVAR*, 149-160 .
- Constitución del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de http://www.industrias.ec/archivos/CIG/file/SEGURIDAD/Constitucion_ECU.pdf
- Constitución Política de Ecuador. (2008). Obtenido de https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf
- Córdova, M. (2015). *Mercado de Valores*. Bogota.
- Cortés, J. (2009). *Técnicas de Prevención de Riesgos Laborales*. México.
- Coss Bu, R. (2006). *Ánalisis y Evaluación de Proyectos de Inversión*. México.
- Cruz, R. (2008). *Marketing Internacional*. Argentina.
- Cuatrecasas Arbós, L. (4 de July de 2012). El producto: análisis de valor.
- Cuelho, C., Bonilha, I., & Manfron, M. (2015). Actuación de las propiedades bioactivas de la yerba mate. *Cubana de Farmacia*, 49(2).
- Cuesta, A. (2016). *Gestión del Talento Humano y del conocimiento*.
- Dalton, M. (2016). *Relaciones Humanas*. Buenos Aires.
- Datar, . M. (2012). *Contabilidad de Costos*. Ecuador.
- Dávalos, A. (2009). *La economía de mercado y el desafío de los valores cooperativos*. Lima : Endara.
- Domínguez, G. (2016). *Didactica y aplicacion de la administracion de operaciones*. Mexico: Anagrama.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de Marketing*. Buenos Aires: Granica.
- Espín, A. (2015). *Administración de recursos humanos*. España: ESIC.
- Esteban, L. (2019). La contabilidad de gestión como herramienta para la toma de decisiones. *Relaciones Laborales*, 6, 85-96.
- Estupiñan, R. (2011). *Auditoria Gubernamental*. Madrid.
- .Férrandez, E. (2013). *Iniciación a los Recursos Humanos*.

- Fernández, J. (2012). *Gestión por Procesos*. Madrid: ESIC.
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Tecnología de Costa Rica.
- Galeano, M. (2004). *Diseños de Proyectos de la Investigación Cualitativa*. Medellín: Universidad EAFIT.
- García, C. (2015). *Sistema para la Determinación de Remuneración del Personal*. México.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato. (s.f.). Obtenido de <https://gadmatic.ambato.gob.ec/gadmatic/docs/requisitos.pdf>
- Gómez, N. (2011). *La Administración de Operaciones*. Narcea.
- Gonzales, P., & Ramos, R. (2014). *Introducción al turismo*. México.
- Grueso, P. (2016). *Organizaciones saludables y procesos organizacionales e individuales comprensión y retos*. Bogota: Universidad del Rosario.
- Hansen, B. L. (2015). *Control de calidad: teoría y aplicaciones*. Mexico.
- Heller, E. (2004). *Psicología del Color*. Baelona: Gustavo Gili, SL.
- Henao, O., & Córdoba L., J. F. (2007). Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica . *Entramado*, 18-29 .
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- Instituto de Estadísticas y Censos. (Septiembre de 2018). *INEC*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. (s.f.).
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. (s.f.).
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual*. (s.f.). Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>
- ISO 26000 Guía de responsabilidad social. (2010). Obtenido de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>
- Junta Nacional de Defensa del Artesano. (s.f.). Obtenido de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Fundamentos de Marketing*. Mexico.

- Krajewski, L. (2013). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. Buenos Aires: Malqaso.
- Lamb, C., Hair, J., & Macdaniel. (2002). *Marketing*. Colombia: Internacional Thomson Editores.
- Levinson, M. (2011). *Mercados financieros internacionales*. Madrid.
- Lopez, J. (2011). Propuesta para reducir la rotación de personal. *Revista Vinculado*,
- Macazaga, J., & Pascual, A. (s.f.). *Organización basada en procesos*.
- Malhotra, N. (2014). *Investigación de mercados un enfoque aplicado*. Mexico.
- Marquéz, M. (2010). *Métodología de seis sigma a través de Excel*. Madrid.
- Marquéz, R. (2009). *Guía pedagógica para la impartición del bloque de contenidos de las bebidas sin alcohol en el C.F.G.M de técnico en servicios de restauración*. Madrid.
- Mejía, F. (22 de Marzo de 2013). *Una introducción al análisis económico: Costo Efectividad y Costo Beneficio*. Obtenido de <http://pubdocs.worldbank.org/en/412081463422874348/Core-Sesion-4-Introduccion-a-Analisis-Costo-beneficio-y-Costo-efectividad-F-Mejia.pdf>
- Ministerio de Trabajo . (2018). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/>
- Ministerio de Trabajo*. (26 de Septiembre de 2012). Obtenido de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/03/CODIGO-DEL-TRABAJO-1.pdf>
- Miranda, J. (2012). *Gestión por Proyectos*. Colombia.
- Molla, A., Berenguer, G., Gómez, M., & Quintanilla, I. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: UOC.
- Morales, A., & Morales, J. (2014). *Planeación Financiera*. México: Grupo.
- Morillo, M. (2015). Analisis de la cadena de valor industrial y la cadena de valor agregado a las pequeñas y medianas industrias. *FACES*, 53-70.
- Munch, L. (2011). *Fundamentos de la Organización*. México: Trillas, S.A.
- Muñoz, A. (2008). *Gestión de Proyectos*. España.
- Muñoz, D. (2009). *Administración de Operaciones*. Mexico: Cengage Learning.
- Murali, D. (2016). *Estadística en el control de calidad*: . Mexico.

- Nava Rosillón, M. A. (2009). Análisis financiero: una herramienta clave para una gestión financiera eficiente . *Venezolana de Gerencia*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO. (16 de Noviembre de 2013). *Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación FAO*. Obtenido de <http://www.fao.org/home/es/>
- Otero, M. (2008). *El nuevo mundo de las finanzas microempresariales*. Mexico.
- Pacheco, J. (2015). *Análisis de Estados Financieros*. Lima: Macro EIRL.
- Paez, J. M. (2015). *El coste de la defensa*. España: Gobierno de Navarra .
- Pichincha, B. d. (s.f.). *Banco de Pichincha Ecuador*. Obtenido de <https://www.pichincha.com/portal/>
- Prieto, J. (2009). *Investigacion de mercados*. Madrid.
- Quintero, J., & Sánchez, J. (2013). La cadena de valor: Una herramienta del pensamiento estratégico. *TeloS*, 377-389.
- Rivas, J. (2013). *Comportamiento del consumidor decisiones y estrategias de marketing*.
- Rubira, A. (2013). *Investigación de Mercados*. Madrid: Mac Person.
- Servicio de Rentas Internas. (s.f.). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-personas-naturales>
- Sinisterra Valencia, G. (4 de July de 2011). Contabilidad de costos. *Ecoe*.
- Valdez, P. (2013). *Manual de deshidratación*. Chile.

ANEXOS

CEPAL/CELADE Redatam+SP			
Base de datos			
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010			
Área Geográfica			
Toda la Base de Datos			
Crosstab			
de Grandes grupos de edad			
por Sexo			
Grandes grupos de edad Sexo			
	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	2.301.172	2.227.253	4.528.425
De 15 a 64 años	4.430.857	4.583.512	9.014.169
De 65 años y mas	445.854	495.051	940.905
Total	7.177.683	7.305.816	14.483.499

Anexo 1. Dimensión Geografía Ecuador

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Mario Quinatoa

PROVINCIAS	ÁREA KM2	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIONAL	TCP
REGIÓN SIERRA	60361,84	6.081.342	931	1,43%
AZUAY	8309,58	712.127	86	1,91%
BOLIVAR	3945,38	183.841	47	0,90%
CAÑAR	3146,08	225.184	72	0,94%
CARCHI	3780,45	164.524	44	0,81%
COTOPAXI	6108,23	409.205	67	1,75%
CHIMBORAZO	6499,72	458.581	71	1,42%
IMBABURA	4587,51	398.244	87	1,83%
LOJA	11062,73	448.968	41	1,15%
PICHINCHA	9535,91	2.578.287	270	2,28%
TUNGURAHUA	3386,25	504.583	149	1,50%

Anexo 2. Dimensión Geográfica Región Sierra

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Mario Quinatoa

CEPAL/CELADE Redatam+SP			
Base de datos			
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010			
Área Geográfica			
Selección\PROVIN_18.sel			
Crosstab			
de Grandes grupos de edad			
por Sexo			
AREA # 18	TUNGURAHUA		
Grandes grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 0 a 14 años	72.324	70.459	142.783
De 15 a 64 años	152.912	166.385	319.297
De 65 años y mas	19.547	22.956	42.503
Total	244.783	259.800	504.583

Anexo 3. Dimensión Geográfica Tungurahua

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Mario Quinatoa

CEPAL/CELADE Redatam+SP			
Base de datos			
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010			
Área Geográfica			
Selección\PROVIN_18.sel			
Crosstab			
de Grandes grupos de edad			
por Sexo			
AREA # 1801	AMBATO		
Grandes grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 0 a 14 años	47.345	46.038	93.383
De 15 a 64 años	100.903	109.746	210.649
De 65 años y mas	11.582	14.242	25.824
Total	159.830	170.026	329.856

Anexo 4. Dimensión Geográfica Ambato

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Mario Quinatoa

CEPAL/CELADE Redatam+SP			
Base de datos			
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010			
Filtro			
VIVIENDA.UR=1			
Área Geográfica			
Selección\PROVIN_18.sel			
Crosstab			
de Grandes grupos de edad			
por Sexo			
AREA # 1801	AMBATO		
Grandes grupos de edad	Sexo		Total
	Hombre	Mujer	
De 0 a 14 años	21.779	20.909	42.688
De 15 a 64 años	52.269	57.218	109.487
De 65 años y mas	5.716	7.294	13.010
Total	79.764	85.421	165.185

Anexo 5. Dimensión Geográfica Zona Urbana de Ambato

Fuente: INEC (2010)

Elaborado por: Mario Quinatoa

CEPAL/CELADE Redatam+5P

Base de datos
Ecuador::Censo de Población y Vivienda 2010

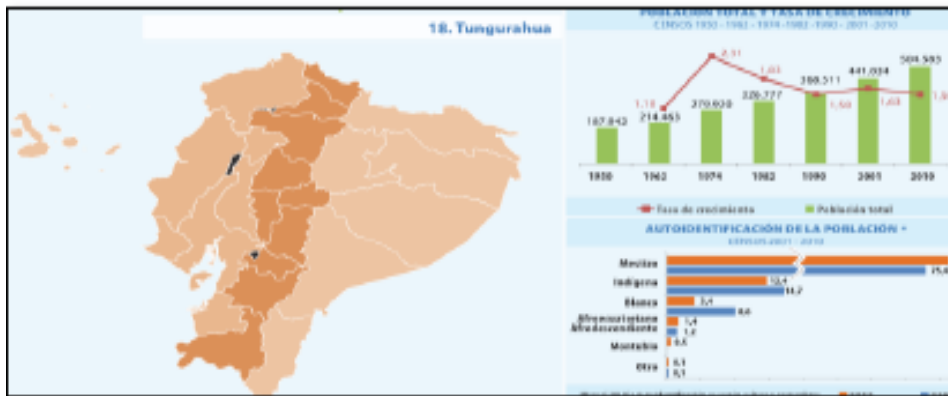
Filtro
VIVIENDA.UR=1

Area Geográfica
Selección\PROVIN_18.sel

Crosstab
de Grandes grupos de edad
por Sexo

AREA # 1801		AMBATO		
Grandes grupos de edad Sexo				
	Hombre	Mujer	Total	
De 0 a 14 años	21.779	20.909	42.688	
De 15 a 64 años	52.269	57.218	109.487	
De 65 años y más	5.716	7.294	13.010	
Total	79.764	85.421	165.185	

Anexo 6. Dimensión Demográfica Género
Fuente: INEC (2010)
Elaborado por: Mario Quinatoa



Anexo 7. Tasa de Crecimiento Población Tungurahua
Fuente: INEC (2010)
Elaborado por: Mario Quinatoa



Anexo 8. Tasa de Crecimiento Población Ambato
Fuente: INEC (2010)
Elaborado por: Mario Quinatoa

TABLA DE AMORTIZACIÓN (METODO FRANCES)					
CLIENTE		Work Space			
Capital	100,000.00				
Tasa de Interés	12.00%				
Plazo en meses	60				
Frecuencia en el año	12				
Fecha de inicio de la tabla					
01/10/2022					
Periodo de gracia en meses					
0					
133,466.69					
int. 33,466.69					
Número pagos	FECHA	Pago de Capital	Pago de Interés	DIVIDENDO	CAPITAL Pendiente
1	31-oct-22	1,224.44	1,000.00	2,224.44	98,775.56
2	30-nov-22	1,236.69	987.76	2,224.44	97,538.87
3	30-dic-22	1,249.06	975.39	2,224.44	96,289.81
4	29-ene-23	1,261.55	962.90	2,224.44	95,028.26
5	28-feb-23	1,274.16	950.28	2,224.44	93,754.10
6	30-mar-23	1,286.90	937.54	2,224.44	92,467.20
7	29-abr-23	1,299.77	924.67	2,224.44	91,167.42
8	29-may-23	1,312.77	911.67	2,224.44	89,854.65
9	28-jun-23	1,325.90	898.55	2,224.44	88,528.76
10	28-jul-23	1,339.16	885.29	2,224.44	87,189.60
11	27-ago-23	1,352.55	871.90	2,224.44	85,837.05
12	26-sep-23	1,366.07	858.37	2,224.44	84,470.98
		15,529.02	11,164.31		
13	26-oct-23	1,379.74	844.71	2,224.44	83,091.24
14	25-nov-23	1,393.53	830.91	2,224.44	81,697.71
15	25-dic-23	1,407.47	816.98	2,224.44	80,290.24
16	24-ene-24	1,421.54	802.90	2,224.44	78,868.70
17	23-feb-24	1,435.76	788.69	2,224.44	77,432.94
18	24-mar-24	1,450.12	774.33	2,224.44	75,982.82
19	23-abr-24	1,464.62	759.83	2,224.44	74,518.21
20	23-may-24	1,479.26	745.18	2,224.44	73,038.95
21	22-jun-24	1,494.06	730.39	2,224.44	71,544.89
22	22-jul-24	1,509.00	715.45	2,224.44	70,035.89
23	21-ago-24	1,524.09	700.36	2,224.44	68,511.81
24	20-sep-24	1,539.33	685.12	2,224.44	66,972.48
		17,498.49	9,194.84		
25	20-oct-24	1,554.72	669.72	2,224.44	65,417.76
26	19-nov-24	1,570.27	654.18	2,224.44	63,847.49
27	19-dic-24	1,585.97	638.47	2,224.44	62,261.53
28	18-ene-25	1,601.83	622.62	2,224.44	60,659.70
29	17-feb-25	1,617.85	606.60	2,224.44	59,041.85
30	19-mar-25	1,634.03	590.42	2,224.44	57,407.82
31	18-abr-25	1,650.37	574.08	2,224.44	55,757.45
32	18-may-25	1,666.87	557.57	2,224.44	54,090.58
33	17-jun-25	1,683.54	540.91	2,224.44	52,407.05
34	17-jul-25	1,700.37	524.07	2,224.44	50,706.67
35	16-ago-25	1,717.38	507.07	2,224.44	48,989.29
36	15-sep-25	1,734.55	489.89	2,224.44	47,254.74
		19,717.74	6,975.60		
37	15-oct-25	1,751.90	472.55	2,224.44	45,502.84
38	14-nov-25	1,769.42	455.03	2,224.44	43,733.43
39	14-dic-25	1,787.11	437.33	2,224.44	41,946.32
40	13-ene-26	1,804.98	419.46	2,224.44	40,141.34
41	12-feb-26	1,823.03	401.41	2,224.44	38,318.30
42	14-mar-26	1,841.26	383.18	2,224.44	36,477.04
43	13-abr-26	1,859.67	364.77	2,224.44	34,617.37
44	13-may-26	1,878.27	346.17	2,224.44	32,739.10
45	12-jun-26	1,897.05	327.39	2,224.44	30,842.04
46	12-jul-26	1,916.02	308.42	2,224.44	28,926.02
47	11-ago-26	1,935.18	289.26	2,224.44	26,990.83
48	10-sep-26	1,954.54	269.91	2,224.44	25,036.30
		22,218.44	4,474.89		
49	10-oct-26	1,974.08	250.36	2,224.44	23,062.22
50	09-nov-26	1,993.82	230.62	2,224.44	21,068.39
51	09-dic-26	2,013.76	210.68	2,224.44	19,054.63
52	08-ene-27	2,033.90	190.55	2,224.44	17,020.73
53	07-feb-27	2,054.24	170.21	2,224.44	14,966.50
54	09-mar-27	2,074.78	149.66	2,224.44	12,891.72
55	08-abr-27	2,095.53	128.92	2,224.44	10,796.19
56	08-may-27	2,116.48	107.96	2,224.44	8,679.71
57	07-jun-27	2,137.65	86.80	2,224.44	6,542.06
58	07-jul-27	2,159.02	65.42	2,224.44	4,383.03
59	06-ago-27	2,180.61	43.83	2,224.44	2,202.42
60	05-sep-27	2,202.42	22.02	2,224.44	0.00
		25,036.30	1,657.04		

Anexo 9. Tabla de Amortización.

Fuente: Banco Pichincha

Elaborado por: Mario Quinatoa



REPÚBLICA DEL ECUADOR
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPALIDAD DE AMBATO



CÓDIGO: GADMA-102
0045200
VALOR
ESD 100

DECLARACIÓN INICIAL ACTIVIDAD ECONÓMICA PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS

PARA USO INSTITUCIONAL

No. CIU: _____ REG: _____ FLOW: _____

INFORMACIÓN QUE DEBE LLENAR EL CONTRIBUYENTE

- DATOS GENERALES:**
Razón Social (nombres y apellidos) _____
Nombre Comercial: _____
Cédula Identidad: _____ RUC _____ Fecha Inicio _____
Nombre del Representante legal (persona jurídica) _____
- DIRECCIÓN DE LA EMPRESA Y/O NEGOCIO:** _____
Calle (s) N° _____
Parroquia: _____ Referencia: _____
Teléfonos: _____ Celular: _____ e mail: _____
- DIRECCIÓN DOMICILIARIA DEL PROPIETARIO DEL NEGOCIO O REPRESENTANTE LEGAL:**
Calle (s) N° _____
Parroquia: _____ Referencia: _____
Teléfonos: _____ Celular: _____ e mail: _____
- ACTIVIDAD ECONÓMICA:**
Principal: _____ Secundaria: _____

DECLARACIÓN PATRIMONIAL DE SU ACTIVIDAD ECONÓMICA

DESCRIPCIÓN DE BIENES QUE POSEE PARA EL NEGOCIO	
ACTIVOS	VALOR ESTIMADO
Caja - Bancos	
Mercadería	
Muebles y Enseres	
Máquina y Equipo	
Herramientas	
Vehículos	
Edificios	
Terranos	
Otros	
TOTAL ACTIVOS	
(-) TOTAL PASIVOS	
(=) PATRIMONIO	

Nota: Las personas naturales obligadas a llevar contabilidad y las personas jurídicas, solo deben llenar los casilleros marcados con asterisco (), con datos que serán tomados del Balance de Situación Inicial del negocio o empresa.

Calificación Artesanal _____ N° _____

Rótulo SI NO

D. Imp. Renta Risc

Medio Ambiente

Imp. Valor Agregado

Productos Adicionales

Turismo

Uso de Suelo

En caso de tener Prueba propia realizar Cupón al revenue

DECLARACIÓN: Declaro que todos los datos son verificables y correctos. Me comprometo a comunicar cualquier cambio de actividad, suspensión momentánea o cierre de negocio. Me someto a las sanciones que establecen las leyes pertinentes.

Contribuyente _____ Fecha _____ Recibido por _____

OBSERVACIONES: _____

El plazo para el pago de Pagos y 1,5 por mil será 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la Renta.

Anexo 10. Declaración Inicial de la actividad Económica
Fuente: GAD Municipalidad de Ambato
Elaborado por: Mario Quinatoa



REPÚBLICA DEL ECUADOR
GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPALIDAD DE AMBATO
DEPARTAMENTO DE PLANIFICACIÓN
Sección de Régimen Urbanístico

Nº 005300

Ambato, _____

SOLICITUD PARA INSTALACIÓN DE ANUNCIO PUBLICITARIO

Señor:
JEFE SECCIÓN RÉGIMEN URBANÍSTICO
Presente -

De mi consideración:

Yo, _____ portador de la cédula de identidad No. _____
solicito la autorización para instalar el anuncio publicitario o propaganda visual en mi actividad ubicada en:

el mismo que será de tipo (adhesado, pedestal, valla, wincha, etc.) Detallar _____

_____ con la siguiente leyenda _____

_____ y se exhibirá por _____ días
_____ meses _____ tiempo indefinido, con un material de: (latón, acrílico, panaflex, madera,
tela, etc.) _____

_____ y de las
siguientes medidas (detallar largo, ancho, espesor) _____

Atentamente,

Firma del propietario

ANEXO: Copia de la Cédula de Identidad y RUC.
Gráfico del rótulo con las medidas a escala: 1 original y 3 copias.
Formulario de Permiso de Anuncios Publicitarios.

ORIGINAL

Anexo 11. *Declaración Inicial de la actividad Económica*

Fuente: GAD Municipalidad de Ambato

Elaborado por: Mario Quinatoa