



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA  
EMPRESARIAL**

Plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Ingeniera Empresarial**

**AUTORAS:**

Alvino Arce, Luz Caty (orcid.org/0000-0002-4581-082X)

Anaya Meza, Ivonne Kelly (orcid.org/0000-0002-9704-0302)

**ASESOR:**

Mg. Rodriguez Alegre, Lino Rolando (orcid.org/0000-0002-9993-8087)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Planes de negocios

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

## **Dedicatoria**

A mis padres, por siempre ser mi guía en esta vida, por darme su confianza y apoyo, motivándome a seguir mis metas.

Anaya Meza, Ivonne Kelly

A mi hijo Joe a pesar de ser tan pequeño me ha enseñado tanto, él es mi mayor felicidad en esta vida, todo lo que yo hago siempre lo realizo pensando en ti hijo, eres la luz de mis ojos, gracias a ti estoy luchando por salir adelante. Para mi madre Luz Carmen y mi padre Eustaquio Alvino quienes nunca dejaron de creer en mí pese a todas las circunstancias.

Alvino Arce, Luz Caty

## **Agradecimiento**

A mis padres, hermana y abuelos que siempre me han impulsado y apoyado a lo largo de esta etapa en mi vida.

Anaya Meza, Ivonne Kelly

Agradecer al asesor Lino Rolando Rodríguez Alegre, por brindarnos sus conocimientos y apoyo para avanzar en nuestro proyecto, sobre todo por la inmensa paciencia que tuvo.

Alvino Arce, Luz Caty

## Índice de contenidos

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA .....	14
<b>3.1. Tipo y diseño de investigación</b> .....	15
3.1.1. Tipo de investigación: Aplicada.....	15
3.1.2. Enfoque de investigación: Cuantitativo.....	15
3.1.3. Nivel de investigación: Descriptivo .....	15
3.1.4. Diseño de investigación: No Experimental .....	15
<b>3.2. Variable y operacionalización</b> .....	16
3.2.1. Variable Independiente: Plan de negocio .....	16
3.2.2 Dimensiones .....	16
<b>3.3. Población, Muestra y Muestreo</b> .....	18
3.3.1. Población .....	18
3.3.2. Muestra .....	19
3.3.3. Muestreo:.....	20
<b>3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	20
3.4.1. Técnica .....	20
3.4.2. Instrumento.....	20
3.4.3. Validez .....	21
3.4.4. Confiabilidad.....	21
<b>3.5. Procedimientos</b> .....	21
3.5.1. Desarrollo del plan de negocio.....	22
3.5.1.1. Estudio de la demanda.....	22
3.5.1.1.1. Análisis de la demanda .....	23
3.5.1.1.1.1. Proyección de la demanda .....	23
3.5.1.1.1.2. Cálculo de la demanda .....	24
3.5.1.1.2. Estudio de la oferta.....	28

3.5.1.1.2.1. Análisis del entorno del sector.....	28
3.5.1.1.3. Balance oferta-demanda.....	29
3.5.1.1.4. Estudio de comercialización .....	30
3.5.1.1.4.1. Servicio .....	30
3.5.1.1.4.2. Precio .....	31
3.5.1.1.4.3. Plaza .....	31
3.5.1.1.4.4. Promoción.....	31
3.5.1.2. Estudio técnico.....	33
3.5.1.2.1 Localización .....	33
3.5.1.2.1.1 Macro localización.....	33
3.5.1.2.1.2 Micro localización .....	35
3.5.1.2.2 Tamaño, diseño y distribución del local .....	39
3.5.1.2.2.1. Tamaño.....	39
3.5.1.2.2.2. Distribución .....	40
3.5.1.2.3. Pirámide de RSC “Mi coworking” .....	43
3.5.1.3. Estudio legal y organizacional.....	45
3.5.1.3.1. Constitución de la empresa .....	45
3.5.1.3.1.1. Reserva del nombre.....	45
3.5.1.3.1.2. Registro del nombre comercial.....	46
3.5.1.3.1.3. Licencia de funcionamiento .....	46
3.5.1.3.2. Análisis organizacional (Gestión estratégica del negocio) .....	47
3.5.1.3.2.1. Actividad comercial y marca.....	47
3.5.1.3.2.2. Misión.....	50
3.5.1.3.2.3. Visión .....	50
3.5.1.3.2.4. Valores .....	50
3.5.1.3.2.5. Estructura organizacional .....	51
3.5.1.4. Estudio económico y financiero .....	52
3.5.1.4.1. Inversiones en activos fijos .....	52
3.5.1.4.2. Evaluación Financiera .....	55
3.5.1.4.2.1. Análisis de rentabilidad (Evaluación económico-financiera).....	59
<b>3.6. Método de análisis de datos .....</b>	<b>60</b>
<b>3.7. Aspectos éticos .....</b>	<b>61</b>
<b>IV. RESULTADOS.....</b>	<b>62</b>

<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>67</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>69</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>71</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>73</b>
<b>ANEXOS</b>	

## Índice de tablas

Tabla 1. <i>Empresas MiPymes en Lima Metropolitana a inicios del 2023</i> .....	18
Tabla 2. <i>Población considerada</i> .....	19
Tabla 3. <i>Juicio de expertos</i> .....	21
Tabla 4. <i>Proyección de la demanda potencial</i> .....	27
Tabla 5. <i>Proyección mensual y semanal</i> .....	27
Tabla 6. <i>Cuadro resumen respecto a la demanda</i> .....	29
Tabla 7. <i>Paquetes que se ofrecen</i> .....	30
Tabla 8. <i>Precios de oficinas</i> .....	31
Tabla 9. <i>Clasificación de los factores</i> .....	34
Tabla 10. <i>Evaluación de factores de Macro localización</i> .....	34
Tabla 11. <i>Enumeración de los locales</i> .....	37
Tabla 12. <i>Resultado de factores de micro localización</i> .....	38
Tabla 13. <i>Características del local</i> .....	39
Tabla 14. <i>Cantidad de personal de la empresa</i> .....	51
Tabla 15. <i>Inversión de activos fijos</i> .....	52
Tabla 16. <i>Inversión de activos Intangible</i> .....	53
Tabla 17. <i>Inversión en gastos de constitución</i> .....	53
Tabla 18. <i>Gastos de puesta en marcha</i> .....	54
Tabla 19. <i>Gastos Generales y Administrativos</i> .....	54
Tabla 20. <i>Gastos de ventas del servicio</i> .....	55
Tabla 21. <i>Costo de producción del servicio</i> .....	55
Tabla 22. <i>Estructura de capital</i> .....	55
Tabla 23. <i>Aporte de la inversión</i> .....	56
Tabla 24. <i>Financiamiento con el BBVA</i> .....	56
Tabla 25. <i>Amortización e intereses del préstamo bancario</i> .....	57
Tabla 26. <i>Precios de los servicios</i> .....	57
Tabla 27. <i>Proyección anual de ventas</i> .....	57
Tabla 28. <i>Flujo de caja Económico y Financiero</i> .....	58
Tabla 29. <i>Componentes del COK</i> .....	59
Tabla 30. <i>Componentes del WACC</i> .....	59
Tabla 31. <i>Evaluación del Proyecto</i> .....	60
Tabla 32. <i>Evaluación del Proyecto</i> .....	60

## Índice de figuras

<i>Figura 1.</i> Cantidad de empresas MiPymes en Los Olivos. ....	24
<i>Figura 2.</i> Grado de aceptación del coworking. ....	24
<i>Figura 3.</i> Demanda de MiPymes interesados. ....	25
<i>Figura 4.</i> MiPymes que pagarían por el servicio dentro del rango de precios. ....	26
<i>Figura 5.</i> Página web de Mi coworking. ....	32
<i>Figura 6.</i> Facebook de Mi coworking. ....	32
<i>Figura 7.</i> Instagram de Mi coworking. ....	33
<i>Figura 8.</i> Local de Los Olivos “Av. Central”. ....	35
<i>Figura 9.</i> Local de Los Olivos “Villa sol”. ....	36
<i>Figura 10.</i> Local de Los olivos “Av. Universitaria”. ....	36
<i>Figura 11.</i> Local de Los Olivos “La Ensenada”. ....	37
<i>Figura 12.</i> Mapa de la ubicación del local. ....	39
<i>Figura 13.</i> Plano del local y sus medidas. ....	40
<i>Figura 14.</i> Distribución del local. ....	42
<i>Figura 15.</i> Diseño de la arquitectura del local. ....	42
<i>Figura 16.</i> Pirámide de RSC. ....	43
<i>Figura 17.</i> Diseño con material reciclable. ....	44
<i>Figura 18.</i> Estrategia de diferenciación. ....	48
<i>Figura 19.</i> Modelo Canvas de Mi Coworking. ....	49
<i>Figura 20.</i> Logotipo de Mi coworking. ....	50
<i>Figura 21.</i> Estructura organizacional. ....	51
<i>Figura 22.</i> Porcentaje de la demanda. ....	63
<i>Figura 23.</i> La cantidad de personas que conocen el coworking. ....	64
<i>Figura 24.</i> Disponibilidad del cliente. ....	64
<i>Figura 25.</i> Precio del servicio. ....	65
<i>Figura 26.</i> Frecuencia de usar el servicio. ....	65

## RESUMEN

La investigación determinó la viabilidad del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023. La misma fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo de nivel descriptivo y diseño no experimental, realizando 276 encuestas. Las dimensiones fueron: la viabilidad de mercado, técnica, legal-organizacional, económica-financiera. Los resultados obtenidos denotaron que el mercado disponible era 344 empresas estimándose un crecimiento de 4.7% anual. En relación a la técnica, se estableció como localización estratégica la Av. Alfredo Mendiola N° 296, Villa Sol en el distrito de Los Olivos contándose con un local de 308 m2 habilitándose 6 ambientes para coworking.

Respecto a los requerimientos legales, se determinó que a través del régimen a adoptarse será de una Mype. Como modelo de negocio se consideró al método Canvas para identificar las actividades claves del negocio. La evaluación económica se obtuvo una ganancia de S/ 60,978.77 en el primer año, obteniendo un VAN de S/ 257,716.17 y TIR de 71%. Lo que denota que el proyecto es rentable y viable.

**Palabras clave:** Plan de negocios, coworking, servicio, coworkers.

## ABSTRACT

The research determined the viability of the coworking business plan in the district of Los Olivos, 2023. It was applied with a quantitative approach of a descriptive level and non-experimental design, carrying out 276 surveys. The dimensions were: market, technical, legal-organizational, economic-financial viability. The results obtained denoted that the available market was 344 companies, estimating a growth of 4.7% per year. In relation to the technique, Av. Alfredo Mendiola No. 296, Villa Sol in the district of Los Olivos was established as a strategic location, with a 308 m<sup>2</sup> premises, enabling 6 environments for coworking.

Regarding the legal requirements, it was determined that through the regime to be adopted it will be a Mype. As a business model, the Canvas method was considered to identify the key activities of the business. The economic evaluation obtained a profit of S/ 60,978.77 in the first year, obtaining a VAN of S/ 257,716.17 and TIR of 71%. Which denotes that the project is profitable and viable.

**Keywords:** Business plan, coworking, service, coworkers.

# **I. INTRODUCCIÓN**

Son cada vez más numerosas las personas que experimentan estrés laboral por la presión del trabajo dependiente siendo cada vez creciente el número de estos casos (Fernández, 2018, p.2); sin embargo, para quienes están en búsqueda de la independencia económica, el emprendimiento es una forma de liberarse del estrés y la presión laboral y lograr la posibilidad de mejorar sus ingresos y progresar en lo personal en términos de bienestar.

El coworking ha mostrado impulso en sus cifras de crecimiento en Europa y se ha tornado cada vez más rentable en América Latina pues, los emprendedores, trabajadores independientes y profesionales de diferentes áreas han encontrado un aliado en el desarrollo de sus emprendimientos. En esencia, el concepto del coworking como idea de negocio viene asociado al hecho de que los emprendedores compartan un espacio físico con las comodidades necesarias para desarrollar de manera eficiente su trabajo teniendo la oportunidad de extender sus conexiones para sus negocios.

En el 2005, el The Hub Islington creó el primer espacio iniciándose con la captación de emprendedores a los que se les denomina hoy como coworkers. Se ubica en el corazón de Londres y combina los servicios de un espacio de oficina compartido. Ofrece una membresía flexible de escritorio compartido que incluye todo lo que necesita un emprendedor o un profesional para ejecutar un proyecto o un negocio, Entre las facilidades que ofrece se cuenta con Wifi de fibra óptica, acceso a sala de reuniones, impresoras, teléfonos, espacio de almacenamiento físico y buzones de correo de acuerdo. Es una comunidad abierta para emprendedores deseosos de contar con un espacio creativo con un entorno de aprendizaje contando con más de 15 mil personas y organizaciones en más de 100 ciudades en el mundo (Islington, 2023).

El informe de Mordor Intelligence 2023 (Mordor, 2023), analizó la creciente demanda de emprendedores, nuevas empresas y profesionales y/o trabajadores independientes los que muestran una tendencia creciente a alquilar los espacios coworking. Respecto a la segmentación en términos de mercado en América Latina, esta responde a diferentes tipos de usuarios como profesionales independientes, pequeñas y medianas empresas como las PYME y grandes corporaciones además de otros segmentos por tipo y modelo de negocio. A nivel

de los países del primer mundo, se ha pronosticado que para el año 2025 gracias a la creciente demanda se tendrán alrededor de 36,000 espacios en EE. UU., Reino Unido, China, India, entre otros países gracias a la necesidad de contar con ambientes flexibles y de bajo costo a nivel mundial.

En Brasil el desarrollo del mercado de coworking es creciente. En el 2015 solo existían 238 de estos espacios. Para el 2019 aumentaron a 1.497 (Oliveira y Melo, 2021, p. 3). Las tendencias en el crecimiento son por la intención de las empresas en reducir sus costos (Nakao y Carneior, 2018, p. 4).

En Lima, tras la pandemia los espacios de coworking se han vuelto más frecuentes teniéndose espacios de oficina equipados y son la primera opción para las empresas, consultores, teletrabajadores o emprendedores. Cada uno de estos tiene una propuesta de valor que los diferencia. Entre estos se tienen ofertas como el del Swiss Office, Garaje Coworking y Seedspace. Por ejemplo, el Swiss Office, ofrece espacios de trabajo amoblados para reuniones y proyectos, sala de reuniones por horas, Lounge Bar entre otros servicios. Seedspace, es una red global de espacios de coworking que ofrece al emprendedor acceso a una comunidad de personas con ideas afines y recursos. Garaje Coworking, es el adecuado si se busca un ambiente más relajado y creativo ubicados en los distritos de Miraflores y San (Rents, 2023).

De lo anterior, tenemos que la demanda por oficinas implementadas y amobladas hace que los espacios de coworking estén ganando terreno. En el 2021 de acuerdo con un estudio realizado se encontró que en Lima existían casi 40 empresas que ofrecían espacios colaborativos ubicados principalmente en edificios de oficinas prime o supprime, así como en centros comerciales (Vargas, 2022, p.1).

De lo expuesto, se tiene pues una creciente demanda del coworking impactando en los emprendedores, PYMES, profesionales y trabajadores independientes. Por ello, como idea de negocio, se tiene la necesidad de contar con espacios de trabajo confortables y equipados que garanticen tanta comodidad a sus usuarios y además permita incrementar su red de contactos pues el objetivo del mundo coworking es la interrelación entre los coworkers del mundo.

Tomando como referencia lo anterior, la investigación se sustenta en la propuesta de plan de negocios de una empresa que ofrezca el servicio coworking en el distrito de Los Olivos representando una oportunidad con potencial de desarrollo pues el 9% de las Mypes de Lima se ubican en Lima Norte (López, 2020, p.3) por lo que se evidencia un nicho de mercado posible atender.

Conceptualmente, un plan de negocios es el planteamiento estratégico para hacer mejoras en un modelo existente desarrollando propuestas diferenciadas que satisfagan los requerimientos de los usuarios del mercado objetivo (Akoumani, Santos y Salaverry, 2023, p. 3).

Respecto al problema de investigación, es la causa de una investigación (Arias, 2020, p. 4). De este modo, se propuso lo siguiente: ¿Será viable el plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos 2023?

Los problemas específicos fueron los siguientes:

¿Será viable el estudio de mercado del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023?

¿Será viable, en términos técnicos, el plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023?

¿Será viable legal y organizacionalmente el plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023?

¿Será viable económica y financieramente el plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023?

La justificación muestra las razones para realizar un estudio por el aporte que hace (Del Rosario y De María, 2019, p. 10). Así se propuso las siguientes justificaciones:

La justificación económica, hace referencia a la recuperación la inversión realizada en el proyecto (Fernández, 2020, p.8). Se consideró la creciente demanda de estos ambientes para evaluar su rentabilidad y viabilidad.

Para Fernández, la justificación social contribuye a la solución de un problema de la sociedad permitiendo mejorar la situación de quienes están afectados por dicha situación (2020, p. 7). La propuesta busca beneficiar tanto a personas individuales, profesionales o microempresarios de zonas aledañas al distrito de Los Olivos que no cuentan con un lugar adecuado para sus actividades de negocio al brindárseles un ambiente confortable y cómodo.

Justificación práctica, Ponce, Cervantes y Anguiano señalan que los resultados contribuyen a solucionar el problema de investigación (2021, p. 6). Así, se ofrece una solución a quienes buscan este tipo de lugares para mejorar su calidad de trabajo ampliando sus redes de contactos.

Burdiles, Castro y Simian menciona que el objetivo general denota la solución a la pregunta de investigación (2019, p. 4) expresando de forma precisa lo que se va a desarrollar (García y Sánchez, 2020, p. 5), y quedó establecido de la siguiente manera: Determinar la viabilidad del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.

De igual modo, los objetivos específicos son la resolución a las preguntas planteadas en la investigación (Tapia *et al.*, 2019, p. 6). Se propusieron los siguientes:

Determinar la viabilidad del estudio de mercado del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.

Determinar la viabilidad técnica del plan de negocio de coworking en el distrito Los Olivos, 2023.

Determinar la viabilidad legal y organizacional del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.

Determinar la viabilidad económica y financiera del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.

## **II. MARCO TEÓRICO**

Seguidamente, tenemos las investigaciones asociadas a las viabilidades propuestas:

El proyecto de Andrade Risco, *et al* (2021), denominado P'UKU ofrecía espacios coworking a los micro emprendedores gastronómicos del Perú, con la finalidad de que desarrollen sus emprendimientos en ambientes confortables y flexibles, sin tener que invertir montos elevados de capital en infraestructura e incentivando a que estos micro emprendedores gastronómicos continúen creciendo brindando un buen servicio; además de asesorarlos en marketing y logística para así puedan desarrollarse con mayor efectividad. Una desventaja para estos micro emprendedores es que la comisión por ventas mediante aplicativos está entre el 25% al 30% por cada producto solicitado. La implementación de las cocinas profesionales permitió a los colaboradores y FreeLancer del edificio coworking, se conviertan en clientes potenciales de los micro emprendedores. El análisis financiero proyectado a 10 años estimó la inversión inicial en S/. 319,645.79 soles. Los resultados de la evaluación económica y financiera mostraron a través de los indicadores VAN y TIR valores de S/. 468,098.25 y 23,96% que permitieron predecir la viabilidad y rentabilidad del proyecto estimándose una ocupación, al final del proyecto no menor al 85% y también captar más del 50% del segmento del mercado en el 2026. Ello hacía que posible que las utilidades netas sean positivas a partir del tercer año.

Ikeda Tsukazan (2023), planteó la implementación de un plan de negocios coworking, La investigación fue de tipo exploratoria con enfoque cualitativo. Los instrumentos fueron estudios publicados y entrevistas. La inversión inicial requerida fue de S/. 196,165.76 soles que incluía los gastos de puesta en funcionamiento, el capital de trabajo e inversión en activos fijos. El aporte de los socios fue del 75% financiándose el restante mediante crédito. El análisis financiero mostró que el VAN era de S/. 78,967.65 soles y la TIR de 32,00%. La proyección estimada para recuperar la inversión inicial fue de 5 años siendo los márgenes brutos positivos desde el primer año con un crecimiento en las ventas del 10% a partir del segundo año de la proyección permitiéndose afirmar que el proyecto era viable y rentable.

Millacan (2020) analizó la viabilidad de implementar una empresa de Coworking en Quito, Ecuador. El diseño fue descriptivo con enfoque cuali-cuantitativo y temporalidad transversal. El mercado objetivo, los profesionales necesitados de ambientes confortables y equipados para realizar sus labores. La población varones y mujeres entre 20 a 55 años realizándose 384 encuestas. Se utilizaron fichas bibliográficas procesadas y evaluadas por el estudio de mercado para determinar si era viable y factible. Se estimó la inversión en 58,475.88 USD cubierta por los socios en un 34% y la diferencia con crédito bancario. Se demostró una utilidad neta equivalente del 5% durante su primer año con un crecimiento de 15.7% hasta el final de su proyección. Los indicadores VAN y TIR fueron de 48,218.45 USD y 53,6% respectivamente. Se demostró que para el tercer año se recuperó su inversión y que al final de su proyección se tuvo un beneficio del 15% sobre el costo del proyecto evidenciándose así su viabilidad y factibilidad.

Chica, et al (2019), evaluaron el resultado de implementar un ambiente coworking por el alquilar espacios a emprendedores y empresas Pymes. La investigación fue no experimental – transversal con enfoque mixto. Los instrumentos fueron las encuestas y entrevistas a agentes de comercio exterior potenciales usuarios de coworking. Se encuestó a 384 agentes de comercio exterior. El 86,72% señaló su disposición a pagar entre \$ 100 a \$ 200 y el resto entre \$ 80 y \$90 por el alquiler de espacios compartidos equipados según la necesidad del coworker. La TIR de 23,04%, evidenció la rentabilidad y viabilidad del negocio comparada con el 13,15% que era la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR). Además, se evidenció el interés del 80% de los coworker encuestados por relacionarse con otros profesionales de comercio exterior estando más del 70% dispuesto a trabajar bajo este modelo.

López Rodríguez, *et. al* (2020), determinaron que era viable la creación y funcionamiento de un espacio coworking por la aceptación e impacto generado en otros países. El alto nivel de emprendimiento evidenciado de las encuestas en la ciudad de Ahuachapán, El Salvador mostraron la factibilidad de su implementación pues un alto número de emprendedores estaban deseosos de contar con espacios coworking que les posibiliten interactuar con otros

emprendedores incrementando su red de contacto. Además, las encuestas revelaron que las Pymes y profesionales como contadores, diseñadores gráficos y administradores no necesitaban estar en un lugar de trabajo determinado sino más bien, alternando con sus clientes en espacios compartibles, amoblados y equipados siendo los espacios coworking una alternativa factible. La inversión del proyecto fue de \$ 55,435.00 y según el análisis de los resultados para los primeros 5 años de operación, las proyecciones de los flujos de caja fueron positivos. Respecto al VAN este fue de \$ 44,912.76 para el primer año proyectándose recuperar la inversión al segundo año. La TIR de 56,70% indicaba que el proyecto era viable siendo una excelente oportunidad de negocio.

Mosso (2020) en su estudio, evaluó el financiamiento de los espacios de coworking, en donde los criterios de decisión se basaron en indicadores del VAN y TIR y la relación costo-beneficio. Empleando las encuestas y visitas a ambientes de coworking ubicados en Mendoza, Argentina. El VAN obtenido fue de \$1.017.830,04 por lo que se consideró que el proyecto resultaba viable. Respecto al TIR, este fue del 40% siendo mayor a la tasa del costo capital del proyecto que fue del 38%. Ello permitió predecir que el proyecto era rentable.

Respecto a las definiciones teóricas, el plan de negocio permite visualizar y recabar información que brinda una perspectiva de la viabilidad de la propuesta negocio, en donde se analizan propuestas o acciones que permitan lograr las metas planteadas (Gaytán, 2020, párr. 2).

Carrera, et al. (2019), desde el punto de vista del emprendimiento definen el plan de negocios como la acción de crear un negocio que involucra la transformación a través de la solución a problemas, como: innovar situaciones que ayuden a las personas a un cambio beneficioso en sus vidas. Así mismo, el plan de negocio se puede ver de forma individual corporativa. En ambos casos se busca que las personas puedan desarrollarse en diferentes campos de acción para obtener finalmente rendimientos y mejoras financieras y un entorno con mayor captación de clientes.

La revista PYMEHELP (2020), nos define al plan de negocios como un conjunto de documentos en donde se va a desarrollar herramientas de planificación del

proyecto y elementos de marketing. Como prioridad se debe definir si un plan de negocios es viable técnica, financiera y económicamente, pues de ello depende la puesta en marcha de un proyecto empresarial. Así mismo, involucra desarrollar estrategias y procedimientos que permitan transformar una oportunidad en un proyecto empresarial, dado que las políticas del marketing, de recursos humanos y de las compras financieras provienen de un estudio de mercado previamente analizado y evaluado.

Reyes, *et al.* (2021), definen al plan de Negocio como aquel que permite estructurar información para ver su viabilidad y factibilidad. Para ello debe cumplir 6 estudios, aunque dependiendo de las necesidades del estudio puede omitirse alguno de ellos. Los tipos de estudios a cumplir son: el administrativo, de mercado, técnico, responsabilidad social, legal y el financiero. Todos estos o su combinación deben demostrar la posibilidad de perdurar en el mercado con el paso del tiempo.

Aldana, *et al.* (2011), menciona que existe una relación directa entre un modelo de negocio y un plan de negocio. En un plan de negocio necesariamente se deben desarrollar herramientas con habilidades administrativas y gerenciales; mientras que los modelos de negocio se enfocan más al desarrollo de competencias emprendedoras, cuya finalidad es implementar estrategias a través de la toma de decisiones. Mientras que el modelo de negocio es el punto inicial que expresa la necesidad de generar ingresos; y en el plan de negocios se define y desarrolla cómo se va a ejecutar. Se debe entender que el modelo y el plan son complementarios.

Para identificar y analizar propuestas de negocios un instrumento útil es el modelo Canvas (Lozano *et al.*, 2019, p. 5), que busca la solución a las necesidades de los posibles clientes. Este modelo permite describir como crear, entregar y captar valor, representado en nueve cuadrantes asociados a los clientes, oferta, infraestructura y el financiamiento (Mejía, 2019, p. 4).

Rubio, *et al.* crearon una plataforma Nómada Coworker, que consiste en una red de espacios coworking online donde los emprendedores pueden compartir sus ideas, conocimientos y sus proyectos en tiempo real desde cualquier lugar que se

encuentren. La creación de esta plataforma posibilita captar clientes nuevos a nivel del mundo que puedan transmitir o escuchar sobre proyectos consolidados que iniciaron como ideas de negocio. La plataforma incluye un software de gestión donde están los espacios de coworking como también data de personas con las mismas ideas de negocio o similares. Su creación se debe al impacto que viene generando estos espacios de coworking y lo llamativo que es, como objetivo principal es reemplazar los espacios físicos por espacios virtuales donde se pudieran intercambiar ideas, colaborar con los coworkers de otra parte del mundo.

Roselló (2022), en un artículo para Happy Working Lab, señala que en la actualidad se han creado a plataformas de espacios de coworking. Se estima que se tiene 35,000 mil espacios coworking por todo el mundo con la finalidad de darle facilidad al acceso a los coworkers. Estas plataformas van dirigidas a profesionales nómadas, trabajadores independientes y empresas que practican el trabajo híbrido. Se tiene un canal de captación de clientes potenciales y también fuente de ingresos y las plataformas se encuentran en formatos web, app o en ambos formatos. El espacio paga una suscripción por formar parte de la plataforma, pero el coworker también cobra una membresía al usuario con la que puede acceder a todos los espacios.

Sánchez (2020), define al coworking como un sistema nuevo que está revolucionando la manera en la que los profesionales realizan sus labores, pues se han implementado espacios compartidos sin que cada persona pierda su esencia e independencia. El coworking tiene como esencia la capacidad de interaccionar entre diferentes personas. Actualmente el coworking está permitiendo desarrollarnos en comunidad, compartiendo, interactuando e integrando a las personas a través de la creación en conjunto que tiene un mayor significado a lo que se hiciera en forma individual. Los coworkers consideran de importancia estos espacios físicos o virtuales, pues es donde comparten ideas de trabajo o ideas de negocio y de fortalecimiento de estas en beneficio de una empresa a través del trabajo corporativo en equipo.

Según la revista Aglala (2010), la viabilidad del plan de negocio permite a los empresarios y emprendedores evaluar si un proyecto es rentable, viable y factible

a partir de los recursos que se tengan, así como la sostenibilidad de la idea de negocio. Asimismo, Lázaro (2015) expresa que la viabilidad está conformada por diferentes elementos entrelazados que permiten una retroalimentación de sus datos, que resulta importante para desarrollarlo.

Cómo se viene mencionando, para determinar si un plan de negocios es viable debe demostrar las viabilidades de mercado, técnica, financiera y también la legal. Para ello se toma como referencia la estructura de plan de negocio implementado por (ARNAUT & IBERBROKERS, 2015).

Viabilidad de mercado: según (Castro *et al.*, 2015), debe brindar y suplir todas las necesidades de los clientes el tiempo que forme parte del proyecto del servicio coworking; los autores mencionan que, de las encuestas, entrevistas y análisis de resultados obtenidos, los clientes quedan satisfechos con lo que ofrece el plan de negocio que se les ha brindado.

Viabilidad Técnica. Para Sapag y Sapag, (2004), permite establecer la cualidad y coherencia de la investigación relacionada con la finalidad del proyecto que se ejecuta. Es importante porque nos permitirá identificar dónde se ubicará el negocio, el tamaño y los procesos productivos de la misma.

Viabilidad legal organizacional: Permite definir la estructura legal y corporativa de un plan de negocio determinando los lineamientos y normas necesarios para constituir una empresa y definen el tipo de organización (Sapag, 2008).

La viabilidad financiera: Para Cárdenas, *et al.* (2017) el plan financiero define la inversión a realizar y su financiamiento. Se hace el análisis de los ingresos y egresos siendo indispensable determinar el punto de equilibrio. Es importante establecer los indicadores del VAN y el TIR para conocer el estado de resultados a partir del balance general, así como el flujo de caja económico y financiero.

Para calcular el VAN se hacen modificaciones al flujo de caja proyectado para llegar al flujo de Fondos y con una tasa de deducción se evalúa el valor del proyecto en el presente (Weinberger, 2009).

La TIR permite conocer el rendimiento de un proyecto estableciendo el VAN en 0 (Luna y Sarmiento, 2019, p. 5). Determinando su rentabilidad al obtener una TIR mayor al beneficio esperado de la inversión (Valdés *et al.*, 2020, p. 6).

### **III. METODOLOGÍA**

### 3.1. Tipo y diseño de investigación

#### 3.1.1. Tipo de investigación: Aplicada

Una investigación es aplicada cuando se emplea un conjunto de conocimientos adquiridos sobre la investigación que son empleados a fin de cubrir la necesidad surgida (Ortega, 2017, p. 1). El plan de negocios de coworking se desarrolló con el objetivo de brindar ambientes de oficina compartidas en el distrito de Los Olivos.

#### 3.1.2. Enfoque de investigación: Cuantitativo

El enfoque cuantitativo sigue un proceso sistemático y ordenado, recopilando información en base a la variable a través de métodos estadísticos (Corona, 2016, p. 2). En la investigación, se hicieron encuestas a fin de determinar la demanda de mercado para implementar un espacio coworking, así como la factibilidad técnica, legal y financiera a fin de determinarse su viabilidad.

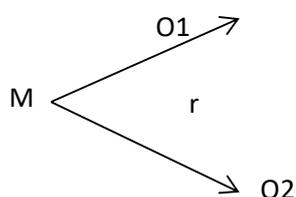
#### 3.1.3. Nivel de investigación: Descriptivo

La investigación descriptiva presenta una única variable de la cual se describen sus principales componentes, buscando las semejanzas de la población encuestada a través de sus predilecciones (Guevara, Verdesoto y Castro, 2020, p. 4). Para el plan se recolectaron datos del servicio que los usuarios esperan recibir, a través de sus preferencias y el nivel de aceptación del servicio.

#### 3.1.4. Diseño de investigación: No Experimental

Son estudios no experimentales cuando no se manipulan las variables deliberadamente, ya que sólo es necesario el método de las observaciones de los sucesos en su forma natural para después analizarlos (Alan y Cortez, 2018, p. 73). La investigación fue no experimental pues se analizó la recolección de datos en su forma natural.

Esquema del diseño:



Dónde:

M Muestra

O1 Observación de la variable antes del plan de negocio

R Relación

O2 Medición de la demanda después del plan

### **3.2. Variable y operacionalización**

Para Oyala, la variable es una característica o particularidad que debe ser medida e influye en la investigación (2021, p. 2).

#### **3.2.1. Variable Independiente: Plan de negocio**

##### **Definición conceptual**

Son documentos planificados a detalle, donde se brinda soluciones ante una problemática identificada (Cristancho et al., 2021, p. 3). Asimismo, se compone por factores de mercado, técnicos, financieros y económicos siendo necesarios para determinar su viabilidad y rentabilidad (Olivo, Avendaño, 2019, p. 7).

##### **Definición operacional**

Es la propuesta de idea de negocio en la cual se analiza los diferentes aspectos del mercado, técnicos y legales, para determinar la viabilidad económica financiera del plan de este modo determinar su desarrollo exitoso.

#### **3.2.2 Dimensiones**

Son particularidades de la variable que se cuantifican acorde a los indicadores posibilitando lograr el objetivo propuesto en la investigación (Espinoza, 2019, p. 5). Se tuvo en cuenta las siguientes dimensiones para determinar la viabilidad del plan de negocios:

### 3.2.2.1. Viabilidad de Mercado

La viabilidad de mercado está compuesta por 04 variables: la demanda, la oferta, precios y comercialización. Se verificó la existencia de un mercado potencial a través de encuestas. Se hizo el análisis de demanda, la oferta y el análisis comercial. El estudio de viabilidad incluyó las características del mercado, el área, canales de distribución, proveedores, precios, competencia y las prácticas generales de comercio en la zona recopilándose datos históricos y actuales de la demanda y la oferta (Baca Urbina, 2001). Se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{DEMANDA INSATISFECHA} = \text{OFERTA} - \text{DEMANDA}$$

### 3.2.2.2. Viabilidad técnica

Es el cálculo de la capacidad de recursos disponible en el proyecto, con el fin de presentar un servicio óptimo de calidad, precisando los requerimientos que se necesitan para cumplir con lo planteado (Díaz *et al.*, 2021, p.10).

Se identificó donde se ubicará la empresa, el tamaño y los procesos productivos de la misma. La siguiente es la fórmula para medir la viabilidad Técnica.

$$V_{tc} = \frac{\text{Procesos efectuados}}{\text{Procesos planificados}} * 100$$

### 3.2.2.3. Viabilidad legal organizacional

Permitió definir la estructura legal y corporativa de este plan de negocio, también ayudó a precisar las normas y lineamientos necesarios para constituir una empresa, a su vez ayuda a definir el tipo de organización. La viabilidad Legal-Organizacional se midió por la expresión:

$$V_{lo} = \frac{\text{Número de requisitos cumplidos}}{\text{Número de requisitos exigidos}} * 100$$

### 3.2.2.4. Viabilidad Financiera

Permitió establecer su factibilidad mediante el flujo de caja, tasa de descuento e índices de rentabilidad. Esta se evaluó mediante:

$$VAN = -I_0 \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} \quad TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

En el Anexo N° 2 se muestra la matriz de operacionalización.

### 3.3. Población, Muestra y Muestreo

#### 3.3.1. Población

Es el conjunto de personas con determinadas de características semejantes de las que se desea obtener información (Fernández, et al. 2014, p. 174 y Palella y Martin, 2008, p. 83). Según el INEI, al 31 de diciembre del 2022, las empresas activas inscritas en el Directorio Central de Empresas y Establecimientos tuvo un crecimiento del 4.7% respecto al 2021, llegando a 3 millones 118 mil 298 empresas. Lima Metropolitana tenía un total de 26 mil 473 empresas correspondiendo a Lima Norte el 22,7% que equivalía a 6 018 empresas. En el Distrito de Los Olivos se tenían 978 empresas que representaban el 16.6% del total de empresas de Lima Norte. Estas empresas corresponden a microempresas y pequeñas empresas generalmente conformadas por emprendedores, en su gran mayoría son mujeres. De las empresas formales registradas en Perú el 99.5% son MiPymes y generan casi el 91% de la PEA ocupada en el sector privado (Castillo, 2023).

**Tabla 1.** *Empresas MiPymes en Lima Metropolitana a inicios del 2023*

Ámbito geográfico urbano	Altas	
	2021	2022
	IV Trim.	IV Trim.
<b>Total</b>	<b>27 265</b>	<b>26 473</b>
Lima Norte	6 120	6 018
Lima Centro	9 064	8 760
Lima Este	6 192	5 816
Lima Sur	4 006	4024
Provincia Constitucional del Callao	1 883	1855

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática

**Tabla 2. Población considerada**

<b>Distrito</b>	<b>Número de población</b>
INEI de Mi Pymes de Los Olivos	978

Fuente: Elaboración propia

### **3.3.2. Muestra**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) afirman que es el número de individuos que conforma la población, para estudiar un fenómeno estadístico. En la determinación de la muestra se consideró a los microempresarios de la zona con actividades y negocios del sector privado.

#### **3.3.2.1. Tamaño de la muestra**

Se encuestaron a 276 MiPymes donde:

n: Tamaño de muestra buscada

E: Error de estimación máximo aceptada

N: Tamaño de la población

p: Probabilidad de que ocurra el evento

z: Parámetro estadístico que depende el nivel de confianza (NC)

q: Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

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

$$n = \frac{978 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (978 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 276$$

### **3.3.3. Muestreo:**

Es el procedimiento usado para elegir a los elementos de la muestra “se fundamenta en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios de los cuales se selecciona una totalidad de elementos de una población que interpretan lo que sucede en toda esa población” (MATA, 1997). El muestro utilizado fue el no probabilístico

#### **3.3.3.1. Criterios de inclusión:**

Micro y pequeñas empresas del distrito de los Olivos

#### **3.3.3.2. Criterios de exclusión:**

Las medianas y grandes empresas de la zona

### **3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **3.4.1. Técnica**

Debemos tener en cuenta los criterios a considerar para plantear la herramienta y los métodos de recolección de datos para lograr una investigación con resultados confiables. Es necesario realizar un proceso de recolección de datos de forma planificada teniendo claro los objetivos sobre el nivel y profundidad de la información a recolectar (Torres 2015, p.1). Azumando, Ortega y Saldaña (2019) señalan el análisis se enfoca en conseguir datos sobre la percepción de satisfacción, el uso y consumo. La técnica utilizada fue la encuesta con la que se obtuvo la información necesaria para analizar e identificar el grado de aceptación del proyecto.

#### **3.4.2. Instrumento**

Tejados, Mendizabal y Groncha (2013) mencionan que el cuestionario mide la autoeficacia y específicas tareas que implican para el sujeto distintos grados de dificultad, complejidad o estrés, según el objeto de estudio. Es decir, que está redactado con ítems que brindan distintos aspectos del encuestado. Para la investigación se empleó el cuestionario.

### 3.4.3. Validez

El método de juicio de expertos es la validación del instrumento basada en el conocimiento académico y experiencia de los jueces (Díaz et al., 2020, p. 3). En la investigación, se validó el cuestionario verificando su redacción y coherencia con el objetivo de elaborar las preguntas que permitieron conocer al mercado potencial. Se realizó un juicio de expertos dado por académicos de la casa de estudios.

**Tabla 3.** *Juicio de expertos*

<b>Nombres y apellidos</b>	<b>Pertenencia</b>	<b>Relevancia</b>	<b>Claridad</b>
Trujillo Valdivieso, Guido	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
Mejia Ayala, Desmond	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>
Rodríguez Alegre, Lino	<b>x</b>	<b>x</b>	<b>x</b>

Fuente: elaboración propia.

En el Anexo N° 4 se muestra la validez del cuestionario propuesto que se efectuó mediante el juicio de expertos

### 3.4.4. Confiabilidad

Analiza los ítems (preguntas) del cuestionario empleado permitiendo que la investigación se oriente a la obtención de la homogeneidad de los resultados para asegurar durante el desarrollo del proyecto precisión y consistencia (Mohajan, 2017, p. 9- 12). El cuestionario se utilizó para la dimensión de viabilidad de mercado para identificar características de los potenciales clientes, de este modo no se requiere el uso de la prueba piloto la cual requiere de medir la calidad y confiabilidad de ello.

### 3.5. Procedimientos

Se desarrolló y estructuró la investigación en tres etapas:

**Primera etapa:** Se identificó la realidad problemática, planteamiento del problema, justificación, objetivos y marco teórico. Toda la información recabada se obtuvo de tesis, artículos y revistas científicas.

**Segunda etapa:** Establecida por el desarrollo metodológico, definiendo el tipo y diseño de la investigación de acuerdo con el fin del estudio. Además, se midió la variable y la operacionalización de sus dimensiones: viabilidad de mercado, técnica, legal y financiera. Finalmente, se determinaron la población, muestra y muestreo analizado de los datos recogidos mediante las encuestas.

**Tercera etapa:** Se procesaron los datos recaudados a través del análisis estadístico, los que nos brindarán la viabilidad del plan de negocio. Por último, se presentaron las conclusiones y recomendaciones de la investigación. A continuación, se detalla el plan de negocio considerando sus cuatro viabilidades.

### **3.5.1. Desarrollo del plan de negocio**

#### **3.5.1.1. Estudio de la demanda**

##### **Descripción de la propuesta de servicio**

La propuesta del plan de negocio consiste en brindar un servicio de coworking el cual ofrecerá alquiler de espacios de trabajo, en ambientes compartidos o privados según las necesidades de los usuarios permitiendo crear una interacción entre estos y puedan lograr un aprendizaje e intercambio de sus conocimientos profesionales y desarrollar ideas de nuevos emprendimientos. Además, beneficia por el aumento de las redes de contactos, crecimiento personal, posibilidad de emprender, reducción de costos para las empresas, entre otros. El valor agregado a brindar incluye el servicio de catering que esté disponible para todos los clientes.

La distribución del local incluirá la sala de recepción amoblado donde los clientes podrán departir o ver la televisión mientras esperan recibir información de los servicios que se ofrecen. A la mano derecha se ubicarán los 5 ambientes privados y la cocina. El ambiente contará con aire acondicionado y aromatizador en todo el local además de internet gratuito y servicios higiénicos. Se tendrán 5 espacios

para áreas compartidas, así como salas pequeñas para una sola persona. El diseño será acogedor estableciéndose normas de convivencia. Se podrá realizar reservas por la página web o redes sociales.

#### **3.5.1.1.1. Análisis de la demanda**

Siendo los clientes exigentes, el precio no es más un factor primordial para considerar, intervienen además variables como la calidad del servicio.

- **Segmento Objetivo**

El público objetivo serán las micro y pequeñas empresas que buscan un ambiente propicio para sus actividades empresariales y aquellos emprendedores que necesitan este tipo de servicios por no contar con una oficina propia para hacer sus reuniones empresariales.

#### **Perfil del consumidor**

Para el público objetivo se precisó a aquellos empresarios y emprendedores quienes van a emplear nuestro servicio.

#### ***Emprendedor***

- Alto sentido de la independencia económica.
- Personas creativas.
- Innovadores y líderes con la capacidad de visualizar permanentemente oportunidades de negocios.

#### **3.5.1.1.1.1. Proyección de la demanda**

#### **Crecimiento de la población MiPymes en el distrito de Los Olivos**

Según INEI en el 2020 sólo 250 empresas fueron dadas de alta en el Distrito de los Olivos evidenciando un menor crecimiento en MiPymes. A diferencia del 2021 donde hubo un total de 1121 altas de nuevas empresas. Al segundo trimestre del 2022 se tenía un total de 978 empresas en el distrito de Los Olivos. Se estima que a finales del 2023 este número aumentará.

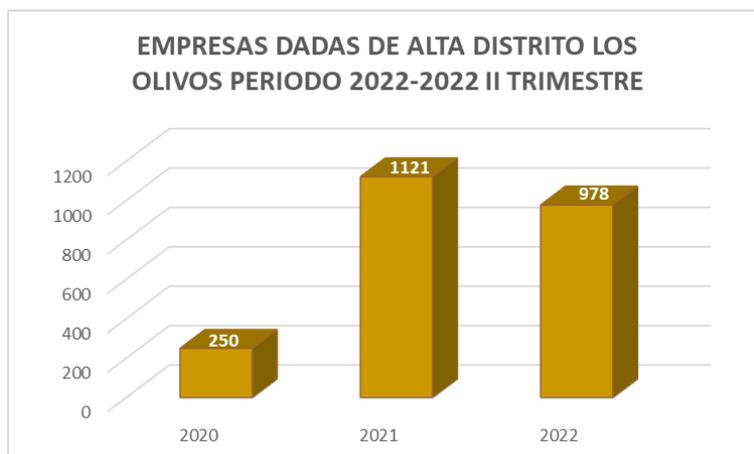


Figura 1. Cantidad de empresas MiPymes en Los Olivos.

Fuente: INEI demografía empresarial en Los Olivos 2022

### 3.5.1.1.1.2. Cálculo de la demanda

#### ➤ Demanda de la aceptación del servicio

Se ha considerado a las micro y pequeñas empresas que van a necesitar nuestro servicio. Para ello se realizó como pregunta: ¿Te gustaría contar con un espacio compartido o coworking como lugar de trabajo para sus reuniones de negocio?

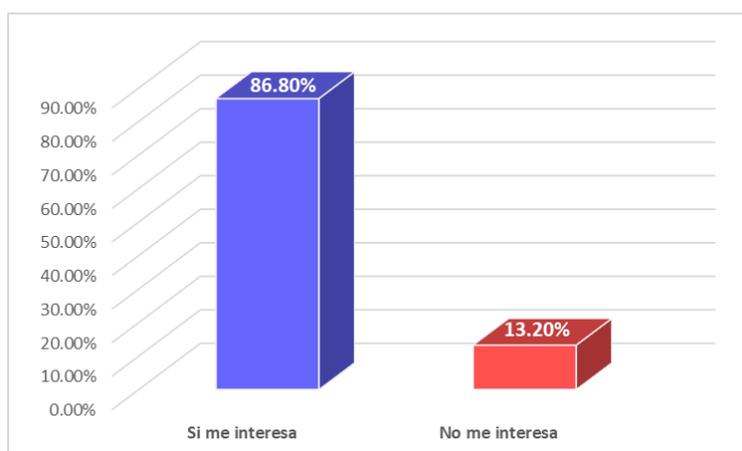


Figura 2. Grado de aceptación del coworking.

$$DD = TP * \%PCP$$

Dónde:

DD: Demanda disponible

TP: Total de población

%PCP: Porcentaje de MiPymes dispuestos a usar el servicio de coworking

**DD:  $978 * 86.8\% = 848$  MiPymes usarían el servicio de coworking**

Los resultados de la encuesta mostraron que hay 848 empresas MiPymes que estarían interesadas en la idea del negocio del coworking.

### ➤ Demanda de los MiPymes interesados

Respecto a los posible interesados, los resultados mostraron que el 85.8% de las MYPES interesadas estarían dispuestos a ser cliente del modelo de negocio de implementarse en una zona cercana a su empresa o negocio.

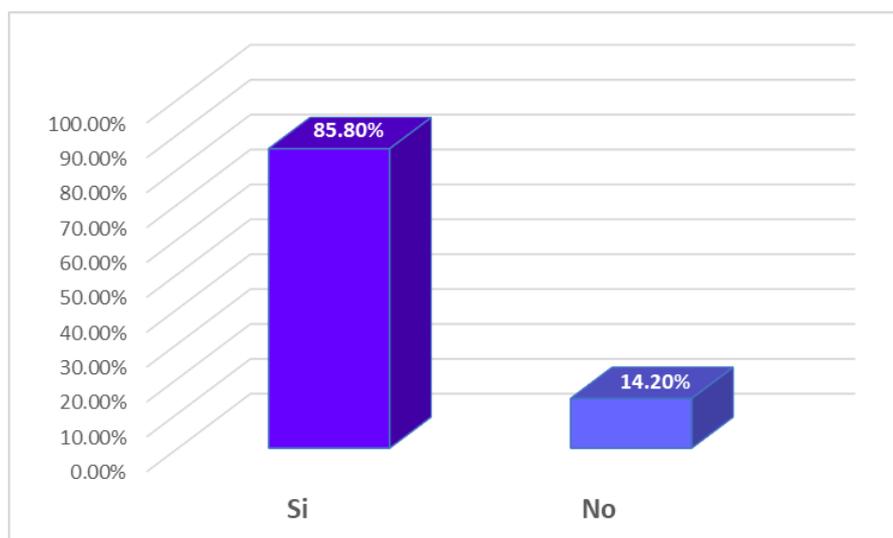


Figura 3. Demanda de MiPymes interesados.

$$DP = DD * \%PIN$$

Dónde:

DP: Demanda potencial

DD: Demanda disponible

%PIN: Porcentaje de MiPymes interesadas en el servicio de coworking

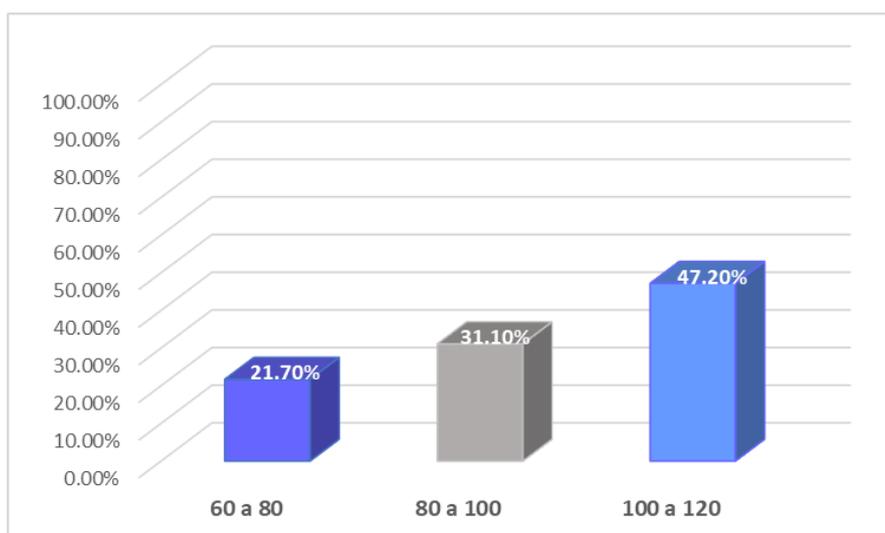
**DP: 848\*85.8% =728 empresas estarían dispuestos a ser clientes**

De la figura tenemos que el número de empresas fue de 728 MiPymes categorizadas como demanda potencial dispuesta a ser clientes de la idea de negocio.

➤ **Demanda objetiva**

Para obtener la demanda objetiva, de las empresas encuestadas se tomó en cuenta a lo que están dispuestos a pagar por este servicio. Se obtuvo que el 47.2% respondieron a la pregunta referida a este punto:

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un espacio de trabajo compartido? Estas contarían con los recursos para alquilar el servicio de coworking dentro del rango de precios establecidos.



*Figura 4.* MiPymes que pagarían por el servicio dentro del rango de precios.

$$DO = DP * \%PPP$$

Dónde:

DO: Demanda objetiva

DP: Demanda potencial

%PPP: Porcentaje de MiPymes que pagarían por el servicio

**DO= 728\* 47.2% = 344 empresas MiPymes que dispuestas a pagar.**

Al aplicarse a la fórmula para la demanda potencial se obtuvo 344 empresas MiPymes dispuestas a pagar según los precios del servicio. La proyección de la demanda se realizó estimándose en 4.7% anual el crecimiento de la demanda.

**Tabla 4. Proyección de la demanda potencial**

<b>Año</b>	<b>Tasa de crecimiento 4.7% anual</b>
2024	344
2025	360
2026	377
2027	395
2028	413
<b>Total</b>	<b>1889</b>

Fuente: elaboración propia

Para el 2028, el proyecto de coworking estima que la demanda efectiva acumulada será de 1889 empresas MiPymes como se precisa en la tabla 4.

Respecto a la demanda mensual, se estima que las empresas a ser atendidas en el 2024 serán de 20 a 37 empresas con un crecimiento progresivo estimándose ofrecer el servicio entre 5 a 10 usuarios a la semana.

**Tabla 5. Proyección mensual y semanal**

<b>Mes</b>	<b>Demanda semanal</b>	<b>Demanda mensual</b>
Enero	5	20
Febrero	5 a 6	22
Marzo	5 a 6	25
Abril	5 a 6	26
Mayo	7	28
Junio	7	28
Julio	7 a 8	29
Agosto	7 a 8	30

Setiembre	8	32
Octubre	8	32
Noviembre	8 a 9	35
Diciembre	9 a 10	37
<b>Total</b>		<b>344</b>

Fuente: elaboración propia

### **3.5.1.1.2. Estudio de la oferta**

Se analizó el entorno en el cual se encontraría el coworking con el objetivo de saber todos aquellos elementos que influyan de forma directa o indirecta en su función con la finalidad de cuantificarla.

#### **3.5.1.1.2.1. Análisis del entorno del sector**

Utilizaremos el modelo de las cinco fuerzas sectorial de Porter.

##### **Poder de negociación de los clientes**

Los clientes son las MiPymes de Los Olivos, conformadas principalmente de diversos profesionales. Por ello, los clientes cuentan con un poder de negociación bajo, debido a que este servicio es parcialmente nuevo dentro del mercado y el distrito, puesto que no hay ninguna empresa que ofrezca este servicio en el sector de localización.

Nivel de negociación: Bajo

##### **Poder negociador de los proveedores**

Los proveedores dentro del proyecto no poseen mucha fuerza de negociación, debido a que dentro del mercado existen varias empresas que ofrecen los productos que requerimos, además de que no presentan una característica única por la que se diferencien o genere un valor diferencial no permitiéndoles negociar sobre los productos requeridos.

Nivel de negociación: Bajo

##### **Amenaza de productos sustitutos**

Existen servicios similares que pueden sustituir al coworking, como espacios desde el hogar, cafeterías como Starbucks, Juan Valdez, restaurantes, entre otras de estos rubros pues en estos lugares pueden acordar reunirse. Si bien en estos lugares pueden concretizarse reuniones, no son los más idóneos para realizarlas, pues no cuentan con un espacio privado, por ello, el coworking ofrece, ambientes propicios para cada tipo de reuniones, permitiéndoles disponer de herramientas necesarias para realizarlas, asimismo les permite interactuar con otros empresarios y así incrementar sus redes de contactos.

Nivel de amenaza: Medio

### **Competidores potenciales**

En este tipo de negocio se consideran altas las barreras de entrada, debido a que, el costo de inversión es cuantioso, lo que impide por más atractivo que se es este tipo de servicio la integración al mercado con facilidad. Así mismo, se debe contar con una cartera de clientes con los que se comience a poner en marcha el negocio.

Barreras de entrada: Alto

### **Competidores directos**

Tras el análisis de las posibles empresas en el distrito de Los Olivos que ofrezcan el servicio de coworking, se detectó la ausencia de estos negocios en la zona de interés, ya que, las sedes de las principales empresas operantes de este tipo de mercado no se encuentran ubicadas en Lima Norte.

Nivel de competitividad: Bajo

#### **3.5.1.1.3. Balance oferta-demanda**

Se muestra el resumen respecto a los cálculos efectuados al balance de la oferta y demanda en la tabla adjunta.

**Tabla 6.** *Cuadro resumen respecto a la demanda*

<b>Año</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2024	344	0	344
2025	360	0	360
2026	377	0	377
2027	395	0	395
2028	413	0	413
<b>Total</b>	<b>1889</b>	<b>0</b>	<b>1889</b>

Fuente: elaboración propia.

#### **3.5.1.1.4. Estudio de comercialización**

Se empleo el marketing mix para establecer un contacto con los clientes, con la finalidad de cubrir sus necesidades mediante el desarrollo de un producto o servicio que logre satisfacer a los usuarios en precio, plaza y promoción también llamadas las 4P's (Yépez, Quimis y Sumba, 2021, p. 7).

##### **3.5.1.1.4.1. Servicio**

Nuestros clientes van a poder disfrutar de los beneficios que se especifican en la tabla 7, considerando el equipamiento adecuado para sus necesidades, contamos con 4 paquetes que son Bronce siendo un ambiente compartido, Plata siendo para máximo 4 personas, Platino capacidad de hasta 7 personas y Oro para 10 personas.

**Tabla 7. Paquetes que se ofrecen**

	<b>Bronce</b>	<b>Plata</b>	<b>Platino</b>	<b>Oro</b>
<b>Ambiente compartido</b>	x			
<b>Ambiente privado</b>		x	x	x
<b>Internet</b>	x	x	x	x
<b>Proyecto multimedia</b>		x	x	x
<b>Pantalla</b>		x	x	x
<b>Computadora</b>		x	x	x
<b>Sillón</b>		x	x	x
<b>Catering</b>		x	x	x
<b>Impresora</b>		x	x	x
<b>Seguridad</b>	x	x	x	x
<b>Servicio de limpieza</b>	x	x	x	x

Fuente: elaboración propia.

#### **3.5.1.1.4.2. Precio**

El costo del servicio varía de acuerdo a cada tipo de oficina que se ofrece, considerando que sean precios accesibles para nuestros clientes, dándoles un servicio de calidad con el mejor equipamiento para que puedan realizar sus labores de manera cómoda.

**Tabla 8.** *Precios de oficinas*

<b>Servicio</b>	<b>Precio venta</b>
Oficina Bronce	S/ 50.00
Oficina Plata	S/ 90.00
Oficina Platino	S/ 105.00
Oficina Oro	S/ 150.00

Fuente: elaboración propia.

#### **3.5.1.1.4.3. Plaza**

Mi coworking establecerá la distribución de manera directa con los clientes sin la presencia de intermediarios, siendo el responsable directo de la comunicación con los usuarios, recibiendo las consultas y sugerencias para mejorar el servicio ofrecido. El encargado de recepción será el responsable de brindar la información a los clientes potenciales que pregunten por el servicio de forma presencial o vía telefónica.

Asimismo, estará ubicado en una avenida cercana a la carretera central que permite a los clientes el fácil acceso hacia el establecimiento, ya que es un factor importante para que los clientes no se estén desplazando grandes distancias, considerando el tráfico de la Panamericana Norte.

#### **3.5.1.1.4.4. Promoción**

Para poder ingresar al mercado siendo un servicio novedoso en la zona, se realizará la promoción del coworking en las redes sociales como página web, Facebook e Instagram, donde se brindará información del servicio que ofrecemos, ya que es una forma rápida de contactarse con los clientes

Actualmente es de gran ayuda emplear las redes sociales para publicitar el servicio ofrecido, posibilitando aumentar a los clientes potenciales. Por este motivo, el coworking cuenta con los siguientes perfiles en redes y pagina web.



Figura 5. Página web de Mi coworking.

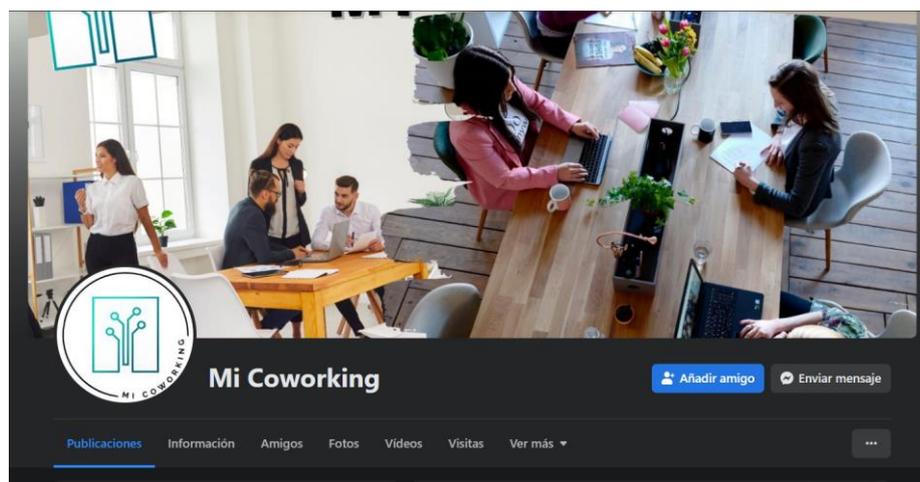


Figura 6. Facebook de Mi coworking.



*Figura 7. Instagram de Mi coworking.*

Todas las publicaciones se realizarán a través de estos medios, dado a su alcance y al costo gratuito que presentan, lo que es muy importante para el presupuesto.

### **3.5.1.2. Estudio técnico**

#### **3.5.1.2.1 Localización**

##### **3.5.1.2.1.1 Macro localización**

Según Heizar y Render (2004), la mejor alternativa para establecer la ubicación de la empresa se debe usar el método de factores ponderados mediante un análisis cuantitativo comparando entre todas las alternativas para llegar a conseguir una o varias localizaciones válidas. Nuestro principal objetivo es encontrar un establecimiento en un punto estratégico por ello usaremos el factor ponderado; hemos tomado en cuenta 4 lugares en específicos.

Se ha tomado en consideración los siguientes factores:

- **Proximidad a los clientes potenciales:** Se analizará de forma previa la ubicación del local respecto a donde se encuentra la mayor concentración de nuestros clientes potenciales.
- **Disponibilidad del local:** Se evaluará la disponibilidad del local dentro del distrito de los olivos.

- **Costos de operación:** da como referencia al pago mensual del alquiler, también al pago de servicios básicos y costo de licencia y funcionamiento.
- **Seguridad:** Ubicación del negocio en una zona segura.
- **Fácil acceso de avenidas o calles principales:** Hace referencia a que nuestro local es fácil de encontrar.
- **Proximidad de la competencia directa:** verificar si hay competencia cerca.

La principal característica que se consideró fue que esté ubicado cerca a la mayoría de nuestros futuros clientes en un lugar céntrico. Para ello se utilizó el método de factores ponderados.

**Tabla 9. Clasificación de los factores**

Calificación	Escala	Nota
1	Malo	1-2
2	Regular	3-4
3	Bueno	5-8
4	Excelente	9-10

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 10. Evaluación de factores de Macro localización**

N°	Factores	Peso	Opción 1		Opción 2		Opción 3	
			Los Olivos		Comas		Puente Piedra	
			Nota	Ponderación	Nota	Ponderación	Nota	Ponderación
1	Proximidad a los clientes potenciales	30%	9	2.7	7	2.1	7	2.1
2	Disponibilidad del local	25%	8	2	9	2.25	8	2
3	Costos de operación	20%	9	1.8	8	1.6	9	1.8
4	Seguridad de la zona	15%	8	1.2	3	0.45	3	0.45
5	Fácil acceso de avenidas y calles al local	5%	9	0.45	5	0.25	7	0.35
6	Proximidad de la competencia directa	5%	3	0.45	4	0.2	4	0.2
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>8.3</b>		<b>6.85</b>		<b>6.9</b>	

Fuente: Elaboración propia.

Se llegó a la conclusión que la mejor opción para la ubicación de nuestro proyecto es el distrito de Los Olivos, en donde se encontró una mayor ventaja competitiva con una puntuación de 8.3.

### 3.5.1.2.1.2 Micro localización

A continuación, se muestran las posibles alternativas de ubicación para el proyecto de coworking. Se tomaron en cuenta 4 locales ubicados en Los Olivos.

	<p><b>Local de los Olivos:</b></p> <p><b>Área:</b> 240 m<sup>2</sup></p> <p>Ubicación: Av. Central N° 301 - Los Olivos, cerca de esa zona hay varias empresas pequeñas.</p> <p><b>Precio de alquiler:</b> s./ 4,500</p>
--	---

Figura 8. Local de Los Olivos “Av. Central”.

 	<p><b>Local de los Olivos:</b></p> <p><b>Área:</b> 308 m<sup>2</sup></p> <p><b>Ubicación:</b> Av. Alfredo Mendiola N°296 Villa Sol - Los Olivos, al costado de este espacio se encuentra la SUNAT. El local es de un piso.</p> <p><b>Precio de alquiler:</b> s./ 4,600</p>
--	--

*Figura 9.* Local de Los Olivos “Villa sol”.

 	<p><b>Local de los olivos:</b></p> <p><b>Área:</b> 300 m<sup>2</sup></p> <p><b>Ubicación:</b> Av. Universitaria cuadra 20 - Los Olivos, cerca está un centro comercial de 3 postes, el local solo incluye el segundo piso.</p> <p><b>Precio de alquiler:</b> s./ 4,700</p>
--	--

*Figura 10.* Local de Los olivos “Av. Universitaria”.

 	<p><b>Local de Los Olivos:</b></p> <p><b>Área:</b> 120m<sup>2</sup></p> <p><b>Ubicación:</b> Av. Las Acacias N° 158</p> <p>La Ensenada - Los Olivos, el local incluye toda la casa en su totalidad.</p> <p><b>Precio de alquiler:</b> s./ 4,900</p>
--	---

Figura 11. Local de Los Olivos “La Ensenada”.

Para culminar, sumaremos la multiplicación del ponderado y la puntuación. Obteniendo el lugar más apto para nuestro proyecto.

**Tabla 11.** *Enumeración de los locales*

Distrito	Dirección	Precio
Los Olivos	Av. Central N° 301	S/ 4,500.00
Los Olivos	Av. Alfredo Mendiola N° 296 – Villa sol	S/ 4,600.00
Los Olivos	Av. Universitaria Cuadra 20	S/ 4,700.00
Los Olivos	Av. Las Acacias N° 158	S/ 4,900.00

Fuente: Elaboración propia

Los siguientes factores fueron determinantes para clasificar los locales elegidos.

- **Costo de alquiler (m<sup>2</sup>):** Interviene ya que se tiene establecido un presupuesto.
- **Accesibilidad:** Fácil acceso a las vías principales a través de varias avenidas.

- **Distribución del local:** Aprovechar cada espacio del local, además de tener áreas libres y exclusivas para los servicios ofrecidos.
- **Seguridad:** Debido a la alta tasa de inseguridad en el distrito, consideramos los posibles incidentes de robo o asalto tanto a la empresa como a los clientes.

**Tabla 12.** Resultado de factores de micro localización

N°	Factores	Peso	Opción 1		Opción 2		Opción 3		Opción 4	
			Av. Central		Av. Alfredo M.		Av. Universitaria		Av. Acacias	
			Nota	Ponderación	Nota	Ponderación	Nota	Ponderación	Nota	Ponderación
1	Costo de alquiler	35%	9	23.15	9	3.15	6	2.1	5	1.75
2	Accesibilidad	20%	6	1.2	8	1.6	8	1.6	4	0.8
3	Distribución del local	30%	7	2.1	7	2.1	6	0.63	9	2.7
4	Seguridad de la zona	15%	4	0.6	7	1.05	6	0.9	10	0.14
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>7.05</b>		<b>7.9</b>		<b>5.23</b>		<b>5.39</b>	

Fuente: Elaboración propia.

A través del método, se eligió que el establecimiento de la Av. Alfredo Mendiola N°296- Villa sol en Los Olivos. Con un resultado de 7.9 puesto que contiene todas condiciones requeridas para el proyecto.

### Ubicación del local

El local se ubicaría en un lugar estratégico y tiene características favorables para el proyecto. Esta la SUNAT al costado. Cerca se tiene comercios diversos, hay alto tránsito de personas, supermercados cerca, así como 3 universidades cercanas. Es una zona con bastante comercio. Para firmar el contrato el dueño del local indico que se debe cancelar 1 mes de alquiler y un mes de garantía. El contrato se firmará por un año.



Figura 12. Mapa de la ubicación del local.

### 3.5.1.2.2 Tamaño, diseño y distribución del local

#### 3.5.1.2.2.1. Tamaño

El local es de un solo piso, el área total del local que se eligió es de 308 m<sup>2</sup>, su ubicación en un punto estratégico. El local cumple con el espacio necesario para desarrollar un proyecto exitoso. Cuenta con los servicios básicos, contando con una banda ancha en internet. A continuación, detallaremos las características del local.

Tabla 13. Características del local

Cantidad	Primer piso
1	Recepción
5	Ambientes privados
1	Ambiente compartido
1	Área Gerencial
1	Cocina
2	Baños

Fuente: Elaboración propia



Nuestro local contará con 5 áreas privadas y separadas del resto del coworking, totalmente aislada sin ningún tipo de ruido, antes de hacer entrega al cliente de este ambiente el personal capacitado revisará todos los equipos, también la conectividad a internet, la limpieza del lugar para recién hacer entrega al cliente. Este tipo de lugares es perfecto para clientes con compañías de largo recorrido, proveedores de servicios de TI, Startups, etc.

- Una amplia área compartida

La mayor parte del local será destinada a un área compartida donde se colocará 5 mesa grandes con 52 sillas personales, también habrá mesas pequeñas para las laptops y unos muebles para que los clientes se sientan a charlar, este tipo de espacios será perfecto para cliente nómadas, autónomos, estudiantes, etc.

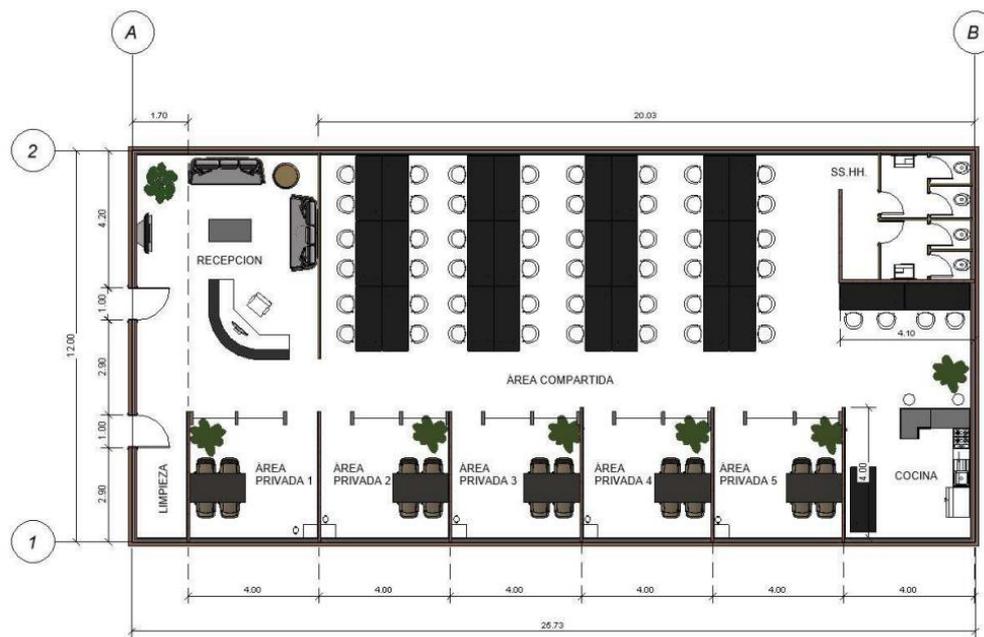
- Un área de cocina

El local contará con una cocina para preparar los catering, bocadillos, o platillos que el cliente solicitara, todos los insumos que se va a utilizar serán llevados directos a la cocina por el proveedor, se procede a revisar la fecha de caducidad del producto, también el estado en el que se encuentra, una vez que pasa el estándar de calidad recién puede pasar al correcto almacenamiento de estos productos.

- Un espacio para los servicios higiénicos

Se destinará una parte para los servicios higiénicos, será un espacio que tendrá dos divisiones, una será para las mujeres y el otro para los varones, contará con lavamanos, inodoros con bonitos diseños, porta papel, un espejo grande en la pared, un envase de jabón, un secador de manos.

En la siguiente figura se mostrará todo lo detallado en la empresa:



*Figura 14.* Distribución del local.

Nuestro local de coworking contará con buena infraestructura, se contratará el servicio de profesionales que se encargaran del diseño del local y la distribución. A continuación, se mostrará el diseño en 3D.



*Figura 15.* Diseño de la arquitectura del local.

## Responsabilidad social frente al entorno

En “Mi Coworking” se consideran importantes las prácticas de responsabilidad social, de este modo se considera aplicar un Plan de responsabilidad Empresarial en búsqueda del desarrollo sostenible de la comunidad y de la empresa.

### 3.5.1.2.3. Pirámide de RSC “Mi coworking”

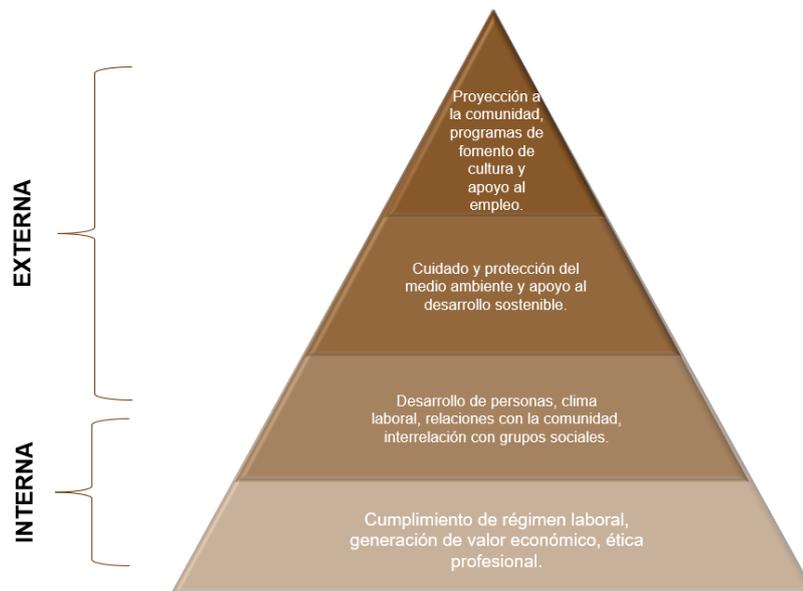


Figura 16. Pirámide de RSC.

A continuación, los primordiales objetivos para llevar a cabo la ejecución de este plan de negocio:

- Contribuir al cuidado del medio ambiente protección a nuestro planeta.
- Establecer una buena imagen empresarial, en lo externo e interno, dando prioridad a la responsabilidad con los empleados y generar un buen clima entre sus coworkers.
- Generar alianzas estratégicas con el público objetivo.

### Impacto ambiental

En “Mi Coworking” vamos a estar comprometidos con el cuidado del planeta y medio ambiente, en base a ello se busca la eficiencia energética. De este modo, por utilizarán focos led ahorradores, llaves térmicas de luz. También se consideró que los materiales y mobiliarios serán en su mayoría reciclados.

A través de los tachos segregadores se va a gestionar los residuos.



*Figura 17. Diseño con material reciclable.*

### **Con los trabajadores**

En búsqueda de un ambiente sano de trabajo, se busca su comodidad, además de buscar su crecimiento personal y profesional.

- Responsabilidad con el sueldo del personal en el tiempo y forma. Considerando el cumplimiento de los beneficios de acuerdo a ley como son las dos gratificaciones al año.
- Evaluación al personal para ser contratado, sin discriminación y constantes capacitaciones.
- Promover la igualdad y la buena conducta con los colaboradores.
- Mantendremos un contacto directo con nuestros trabajadores a través de la comunicación directa y fluida.
- La transparencia es un factor importante, ya que a través de ésta se logrará la confianza y aceptación del plan de RSE en todos los trabajadores. Esto se realizará a través de comunicaciones internas y comunicación constante con nuestros empleados.

- Los trabajadores contarán con todos los implementos necesarios para que puedan desarrollar sus funciones. Además de que conozcan y tengan presente nuestra misión, visión, valores y nuestras metas.
- Se fomentará que todo el personal siempre participe en las actividades de la empresa.
- Mejoraremos la forma de comunicarnos en las redes sociales.
- Se llevará un control sobre cada área.

### **Con la comunidad**

Nosotros como empresa tendremos muchos compromisos con la sociedad, se realizará actividades que ayudarán a mejorar el entorno de la comunidad.

- Se promoverán eventos y ferias educativas o de promoción a ideas de negocio en alianza con la Municipalidad de Los Olivos.
- Siendo participes nuestros coworkers en los eventos.
- Promoveremos el deporte a través de eventos deportivos y culturales como maratones, contribuyendo a una vida sana.

### **3.5.1.3. Estudio legal y organizacional**

#### **3.5.1.3.1. Constitución de la empresa**

Se decidió que la empresa será una S.A.C siendo la abreviación de Sociedad Anónima Cerrada, su razón social será Mi coworking S.A.C. Se contará con más de 10 personas laborando en nuestras oficinas, el coworking pertenecerá al régimen MYPE ara sus declaraciones tributarias mensuales.

Nuestro coworking está conformado principalmente por el administrador, que es la persona que tendrá el máximo poder para tomar las decisiones en la empresa.

Seguidamente, se precisan los trámites para la constitución legal de la empresa:

##### **3.5.1.3.1.1. Reserva del nombre**

- Primero se busca un nombre disponible y se realiza el pago de S/ 6.00 de la tasa registral.
- Determinar con que tipo de sociedad el negocio.

- En la Sunarp, presentar copia del DNI y la solicitud de reserva de nombre, que te permite considerar 3 opciones.
- Se deberá de realizar el pago de S/ 24.00.

#### **3.5.1.3.1.2. Registro del nombre comercial**

- Empleando el código de arancel cancelar en el Banco de la Nación el monto de S/ 534.99.
- Presentar en la mesa de partes de Indecopi los requisitos, que son 3 copias del formulario de solicitud, copia de DNI, enviar copia del logotipo y recibo de pago.
- En la Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial se publicará tras a ver cumplido con los requisitos previos, en caso de que se suscite una oposición se esperará 30 días hábiles.
- Concluido el período, si resulta positivo se recibirá el certificado de registro.

#### **3.5.1.3.1.3. Licencia de funcionamiento**

De acuerdo a la regulación de licencias del distrito de Los Olivos, se debe cumplir con los requisitos siguientes:

- Acercarse a la municipalidad y solicitar el ticket para ser atendido en el módulo de licencias donde se entregan los requisitos para ser evaluados y establezca el nivel de riesgo.
  - Declaración jurada dependiendo si es persona natural o jurídica.
  - En cuestión de la persona jurídica, presentar copia del DNI
  - Presentar la solicitud de inspección de seguridad para medir el nivel de riesgo, dependiendo de ello se realizará el pago de S/ 166.30 si es de riesgo bajo y si es de riesgo medio se pagará S/ 183.70.
- Se programará la fecha de inspección posterior a los 5 días de haber obtenido la licencia de funcionamiento.
- Pasados los 2 días se obtendrá el certificado ITSE.

### **3.5.1.3.2. Estudio organizacional**

Se analizará los aspectos que hacen referencia al planeamiento estratégico de la empresa.

#### **3.5.1.3.2.1. Actividad comercial y marca**

La empresa Mi coworking brindara servicio de alquiler de oficinas compartidas, para aquellos profesionales autónomos y empresarios, es un lugar donde podrán conectar y crear oportunidades profesionales. Estos espacios estarán amoblados y cómodos para nuestros clientes también se contará con horarios flexibles. Nuestro espacio de coworking busca inspirar que nuestros clientes desarrollen su creatividad.

-Estrategia genérica: Diferenciación

Nuestra empresa Mi coworking pondrá a su total disposición toda la infraestructura basándose en el concepto coworking o más conocido como cotrabajo, que significado un lugar donde los diferentes profesionales independientes o emprendedores pueden compartir un espacio de trabajo físico, cuenta con un ambiente ideal para el desarrollo de sus proyectos profesionales. Asimismo, tras el aumento de los profesionales independientes, deben centrarse en el desarrollo de sus actividades primordiales, buscando minimizar costos de alquiler de oficinas, licencias y materiales. Como respuesta a esta gran necesidad es cuando aparece el concepto de coworking que les permite ahorrar dinero y tiempo, permitiéndoles enfocarse en hacer crecer su negocio.

La estrategia elegida a utilizar es la diferenciación, la que se enfoca en ofrecer exclusividad en su servicio, contando infraestructura adecuada, ofreciendo comodidad, alta tecnología y un plus adicional de catering, lo que permitirá a nuestros usuarios a disfrutar de exquisitos platillos en un ambiente acogedor y tranquilo, permitiéndoles mantenerse enfocados en sus labores. Así mismo, la propuesta de valor que ofrecemos es el servicio personalizado con asesoramiento considerados en el costo del paquete, ofreciendo talleres y charlas a nuestros coworkers. Cabe recalcar que la capacidad de compartir y aceptar la ayuda de otros miembros está muy presente en este servicio, así como se menciona en la

consultora Nielsen en su investigación realizada el 2014, donde un 68% están dispuestos a colaborar con sus medios y un 66% a recibirlos (Nielsen, 2014).

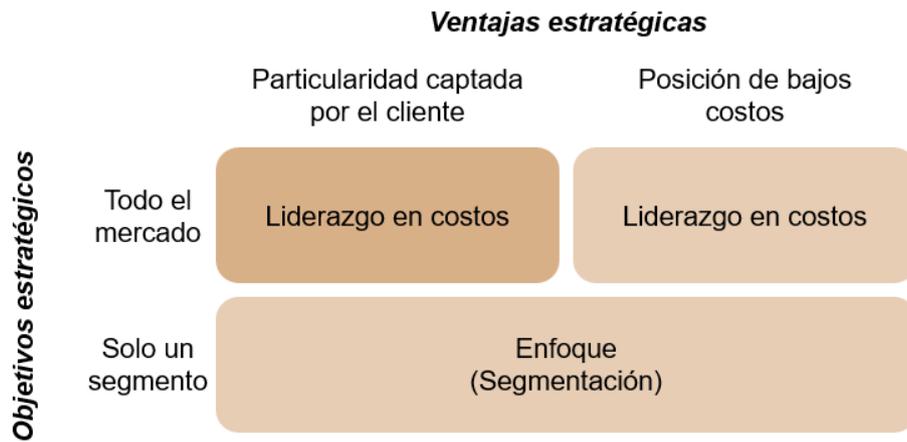


Figura 18. Estrategia de diferenciación.

Hemos empleado el modelo canvas para hacer un análisis riguroso de nuestro modelo de negocio y estará estructura en 9 pasos que son elementos fundamentales para un proyecto. A continuación, se detalla el modelo canvas

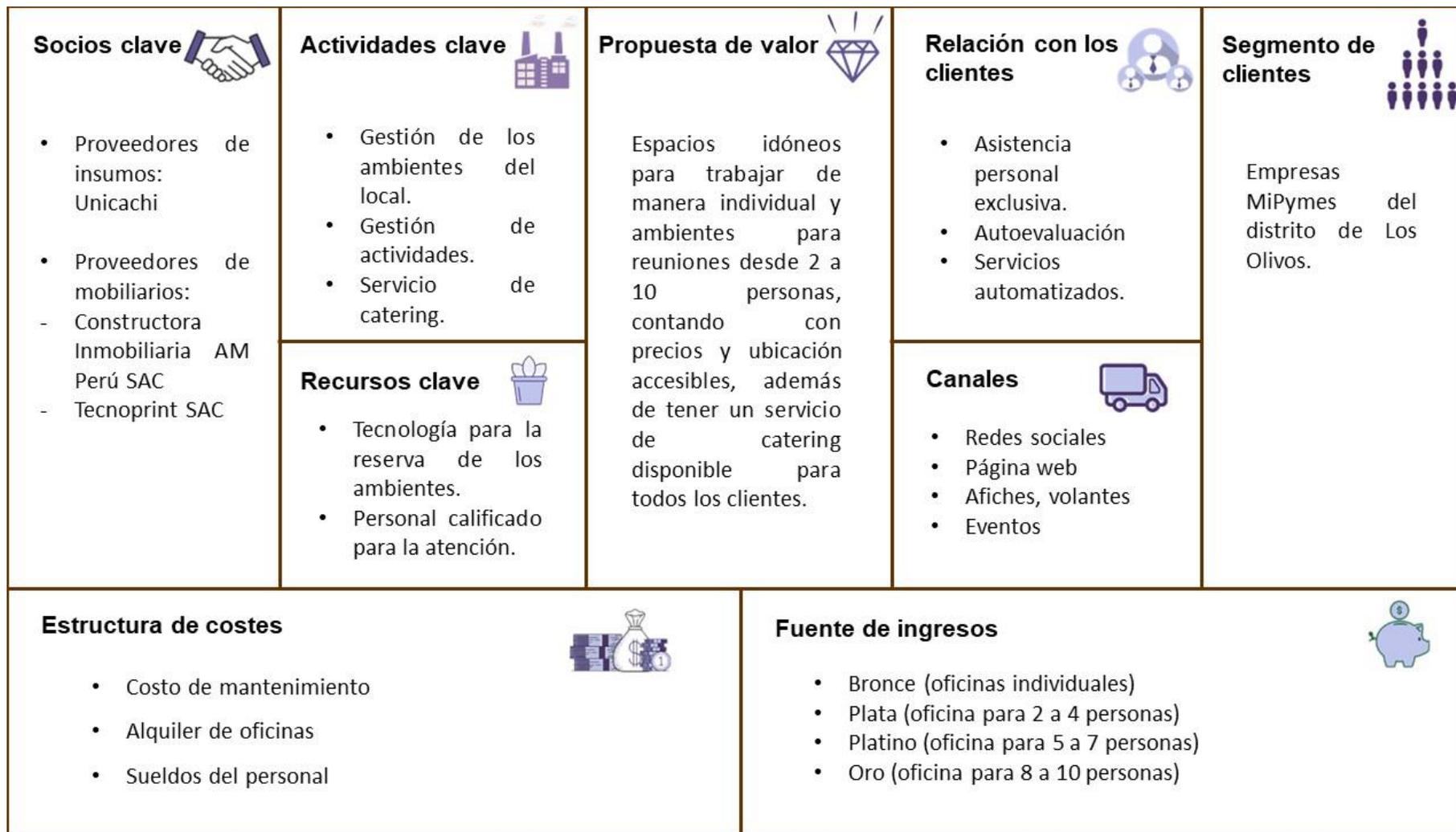


Figura 19. Modelo Canvas de Mi Coworking.

Nombre de la empresa:

**Razón social:** Mi Coworking S.A.C.

**Logo:**



*Figura 20.* Logotipo de Mi coworking.

#### **3.5.1.3.2.2. Misión**

Brindar a nuestros clientes un servicio de calidad con un ambiente cómodo y personalizado, queremos promover el éxito y el desarrollo de nuestros clientes, ofreciéndoles ambientes de trabajos compartidos de acuerdo a sus necesidades.

#### **3.5.1.3.2.3. Visión**

Ser una empresa reconocida y altamente competitiva en el mercado nacional que brinda calidad en sus servicios y satisfacción a sus clientes.

#### **3.5.1.3.2.4. Valores**

- Ser respetuosos con los clientes y compañeros de trabajo
- Ser innovadores siendo atentos a las variaciones que se suscitan.
- Ser empáticos como colaboradores.
- Ser responsables
- Saber trabajar en equipo

### 3.5.1.3.2.5. Estructura organizacional

El modelo organizacional de Mi coworking es horizontal con la finalidad de contar con una mejor comunicación y fluidez entre los colaboradores. Se detalla el grafico del organigrama:



*Figura 21.* Estructura organizacional.

Para la contratación del personal se evaluará de manera rigurosa, deberá contar con experiencia y al menos debe de tener conocimiento en este rubro.

En la tabla N° 15 se detalla el total del personal requerido para un óptimo funcionamiento de la empresa. Nuestro equipo estará conformado por 6 personas que estarán en la planilla de la empresa, éstas tienen un cargo y deberán de cumplir en su totalidad.

**Tabla 14.** Cantidad de personal de la empresa

Personal	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Administrador	1	S/ 1,800.00	S/ 21,600.00
Recepcionista	1	S/ 800.00	S/ 9,600.00
Soporte técnico	1	S/ 1,300.00	S/ 15,600.00
Limpieza	1	S/ 800.00	S/ 9,600.00
Cocineros	2	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00

Fuente: elaboración propia.

### 3.5.1.4. Estudio económico y financiero

#### 3.5.1.4.1. Inversiones en activos fijos

Los activos fijos del proyecto son todos los inmuebles y equipos que se necesitan para comenzar el proyecto, estos activos están detallados a continuación.

**Tabla 15.** *Inversión de activos fijos*

<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
<b>DESCRIPCION</b>	<b>UNIDA D DE MEDID A</b>	<b>CANTIDA D</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL COSTO SIN IGV</b>	<b>IGV 18%</b>	<b>TOTAL COSTO CON IGV</b>
Estabilizador	unidad	8	S/ 59.00	S/ 472.00	S/ 84.96	S/ 556.96
Laptop	unidad	5	S/ 2,200.00	S/ 11,000.00	S/ 1,980.00	S/ 12,980.00
Computadoras	unidad	7	S/ 1,500.00	S/ 10,500.00	S/ 1,890.00	S/ 12,390.00
Sistemas de camaras de seguridad	unidad	2	S/ 890.00	S/ 1,780.00	S/ 320.40	S/ 2,100.40
Cafetera	unidad	2	S/ 650.00	S/ 1,300.00	S/ 234.00	S/ 1,534.00
impresoras Hp multifuncional laser	unidad	2	S/ 8,200.00	S/ 16,400.00	S/ 2,952.00	S/ 19,352.00
impresora multifuncional canon	unidad	1	S/ 900.00	S/ 900.00	S/ 162.00	S/ 1,062.00
Proyector multimedia	unidad	5	S/ 2,000.00	S/ 10,000.00	S/ 1,800.00	S/ 11,800.00
Equipos de sistemas de alarma	unidad	1	S/ 700.00	S/ 700.00	S/ 126.00	S/ 826.00
Hervidor	unidad	2	S/ 200.00	S/ 400.00	S/ 72.00	S/ 472.00
Microondas	unidad	2	S/ 450.00	S/ 900.00	S/ 162.00	S/ 1,062.00
Refrigeradora	unidad	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 270.00	S/ 1,770.00
Televisor de 60°	unidad	1	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00	S/ 270.00	S/ 1,770.00
Escritorio para el administrador	unidad	1	S/ 320.00	S/ 320.00	S/ 57.60	S/ 377.60
Lockers x25	unidad	2	S/ 500.00	S/ 1,000.00	S/ 180.00	S/ 1,180.00
Mesa grande	unidad	5	S/ 380.00	S/ 1,900.00	S/ 342.00	S/ 2,242.00
Mesas personales	unidad	5	S/ 200.00	S/ 1,000.00	S/ 180.00	S/ 1,180.00
Módulo de atencion al cliente	unidad	1	S/ 510.00	S/ 510.00	S/ 91.80	S/ 601.80
Pizarras acrilicas	unidad	8	S/ 45.00	S/ 360.00	S/ 64.80	S/ 424.80
Sillas de comodas personales	unidad	52	S/ 48.00	S/ 2,496.00	S/ 449.28	S/ 2,945.28
sillas tipo gamer	unidad	20	S/ 65.00	S/ 1,300.00	S/ 234.00	S/ 1,534.00
sillas de gerencias	unidad	1	S/ 95.00	S/ 95.00	S/ 17.10	S/ 112.10
sillones de tres cuerpos	unidad	3	S/ 630.00	S/ 1,890.00	S/ 340.20	S/ 2,230.20
		<b>TOTALES</b>	<b>S/ 23,542.00</b>	<b>S/ 68,223.00</b>	<b>S/ 12,280.14</b>	<b>S/ 80,503.14</b>

Fuente: Elaboración propia.

## Inversión en Activo Intangible

**Tabla 16.** *Inversión de activos Intangible*

<b>ACTIVOS INTANGIBLES</b>						
<b>Descripcion</b>	<b>Unidad de medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo unitario</b>	<b>Total costo sin IGV</b>	<b>IGV 18%</b>	<b>Total costo con IGV</b>
Licencia de antivirus	unidad	16	S/ 40.00	S/ 640.00	S/ 115.20	S/ 755.20
Licencia de office	unidad	16	S/ 55.00	S/ 880.00	S/ 158.40	S/ 1,038.40
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 95.00</b>	<b>S/ 1,520.00</b>	<b>S/ 273.60</b>	<b>S/ 1,793.60</b>

Fuente: Elaboración propia.

## Inversión en Gasto Pre-Operativos

En el siguiente cuadro se incluyó todo aquel gasto que involucra el marco legal, son aquellos requisitos que las entidades públicas piden para constituir una empresa. El total de todo lo que se tendría que pagar a la ley es de S/ 3,061.08.

**Tabla 17.** *Inversión en gastos de constitución*

<b>Gastos de contitucion</b>		
<b>Detalle</b>	<b>Unidad</b>	<b>Costo</b>
Consulta de nombre en SUNARP	1	S/ 4.00
Reserva de nombre en SUNARP	1	S/ 18.00
Elaboración de minuta		S/ 200.00
Gastos notariales inscripción minuta (s/50.000)	1	S/ 339.83
Gastos registrales inscripción minuta	1	S/ 136.00
Legalización libros contables (500 hojas foliadas)	500	S/ 250.00
Imprenta emisión (facturas, boletas, n/c y n/d, guía	1	S/ 344.05
Municipalidad de Los Olivos	1	S/ 327.70
Registro de marca	1	S/ 484.49
Vigencia de poder RRPP	1	S/ 29.66
Publicación diario oficial el peruano	1	S/ 36.44
Busqueda y constancias	1	S/ 61.23
Busqueda y reportes	1	S/ 25.68
Licencia de funcionamiento	1	S/ 415.89
Vigencia de poder rrpp	1	S/ 23.00
Inspec. tecnica de seguridad en defensa civil	1	S/ 165.11
Elaboración plano de distribución	1	S/ 200.00
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 3,061.08</b>

Fuente: Elaboración propia.

En esta tabla se consideró todo lo que es referente con alquiler del local, parte de la seguridad, la campaña publicitaria sobre todo lo que tiene que ver con la adecuación del local para dar marcha al proyecto.

**Tabla 18. Gastos de puesta en marcha**

Detalle	Unidad	Costo	Total
Alquiler del local	2	S/ 4,600.00	S/ 9,200.00
Extintores de ABC polvo químico seco 6kg	3	S/ 72.00	S/ 216.00
Extintor Co2 fuego clase B de 5 libras	3	S/ 115.00	S/ 345.00
Extintor de agua presurizada 9 litros	3	S/ 145.00	S/ 435.00
<b>Campaña Publicitaria:</b>	1		
<b>volantes</b>	2000	S/ 0.04	S/ 140.00
<b>Inauguración publicitaria</b>	1	S/ 1,100.00	S/ 2,200.00
<b>Afiches publicitarios en los postes</b>	100	S/ 20.00	S/ 2,000.00
<b>Adecuación de local:</b>			
<b>Sistema de agua para los servicios higienicos</b>	1	S/ 3,000.00	S/ 3,000.00
<b>Construcción de divisiones+mampara+puertas</b>	1	S/ 10,500.00	S/ 10,500.00
<b>- Sistema eléctrico + mano de obra</b>	1	S/ 2,800.00	S/ 2,800.00
<b>- Tapizado de paredes + mano de obra</b>	1	S/ 8,500.00	S/ 8,500.00
<b>- Decoración de local + mano de obra</b>	1	S/ 7,200.00	S/ 7,200.00
<b>TOTAL</b>			<b>S/ 46,536.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 19 se consideró toda parte administrativa también gastos generales que requiere el proyecto. El gasto es de S/. 13,597.79 mensual a S/. 163,173.48 anual.

**Tabla 19. Gastos Generales y Administrativos**

Concepto	Costo mensual	Costo anual
Local	S/ 4,600.00	S/ 55,200.00
Electricidad	S/ 300.00	S/ 3,600.00
Agua	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Artículos de limpieza	S/ 900.00	S/ 10,800.00
Internet /cable	S/ 180.00	S/ 2,160.00
Mano de obra administrativo	S/ 7,169.00	S/ 86,028.00
Depreciación de equipo área de Calidad y Logística	S/ 98.50	S/ 1,182.00
Depreciación de equipo área de Comunicación e	S/ 100.29	S/ 1,203.48

<b>Imagen</b>		
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 13,597.79</b>	<b>S/ 163,173.48</b>

Fuente: Elaboración propia.

En el área de venta el único personal que interviene es la recepcionista es la que se encarga de ofrecer el servicio y concluir con la venta del servicio. Para los gastos de publicidad se incluyó todo lo que tiene que ver con redes sociales y página web.

**Tabla 20. Gastos de ventas del servicio**

<b>Concepto</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo anual</b>
Gastos de publicidad y promoción	S/ 2,000.00	S/ 24,000.00
Sueldo personal ventas (recepcionista)	S/ 800.00	S/ 9,600.00
Depreciación de equipo y mobiliario de atención al cliente	S/ 490,00	S/ 5,880.00
<b>Total</b>	<b>S/ 2,800.00</b>	<b>S/ 39,480.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 21. Costo de producción del servicio**

<b>Costo de servicios</b>		
<b>Costo e inversion</b>	<b>Costo mensual</b>	<b>Costo Anual</b>
Zona administrativa	S/ 650.00	S/ 7,800.00
Tel./cable/internet	S/ 180.00	S/ 2,160.00
Agua	S/ 220.00	S/ 2,640.00
Luz	S/ 250.00	S/ 3,000.00
Costo de mano de obra	S/ 7,169.00	S/ 86,028.00
Costo de utiles de oficina	S/ 295.00	S/ 3,540.00
Costo de materia prima para la cocina	S/ 550.00	S/ 6,600.00
<b>Total</b>	<b>S/ 8,664.00</b>	<b>S/ 111,768.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5.1.4.2. Evaluación Financiera

#### Financiamiento

Nuestro plan de negocio necesita una inversión de S/ 146,165.87 para su ejecución se establece que las dos socias aporten S/ 51,117.08 siendo el 34.97% del total, por lo tanto, se necesita de un préstamo del 65.03% de la inversión, es decir, S/ 95,048.79.

**Tabla 22. Estructura de capital**

<b>ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO</b>				
<b>Inversion</b>	<b>Inversion sin IGV</b>	<b>Aporte propio</b>	<b>Prestamo</b>	<b>Total</b>
Activo Fijo Tangible	S/ 68,223.00		S/ 68,223.00	S/ 68,223.00
Activo Intangible	S/ 51,117.08	S/ 51,117.08		S/ 51,117.08
Capital de trabajo	S/ 26,825.79		S/ 26,825.79	S/ 26,825.79
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 146,165.87</b>	<b>S/ 51,117.08</b>	<b>S/ 95,048.79</b>	<b>S/ 146,165.87</b>
<b>PORCENTAJE</b>		<b>34.97%</b>	<b>65.03%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 23. Aporte de la inversión**

<b>Aporte de inversión</b>	
Socia 1	S/ 25,558.54
Socia 2	S/ 25,558.54
Prestamo bancario	S/ 95,048.79
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 146,165.79</b>

Fuente: Elaboración propia.

La selección de la entidad financiera elegida se obtuvo a través de una investigación en el portal financiero de la SBS, el cual indicaría que el BBVA con un 14.26% tiene un menor porcentaje de interés para préstamos mayores de un año. El monto del préstamo es S/. 146,165.79, se determinó que el préstamo sería de un plazo de 3 años. A continuación, el detalle del financiamiento.

**Tabla 24. Financiamiento con el BBVA**

<b>Financiamiento</b>	
<b>PRESTAMO</b>	S/ 95,048.79
<b>TCEA</b>	14.26% BBVA
<b>TEM</b>	1.80%
<b>TIEMPO (AÑOS)</b>	3
<b>FRECUENCIA</b>	12
<b>PERIODOS (MENSUALIDADES)</b>	36 meses
<b>CUOTA</b>	<b>S/ 3,260.56</b>

Fuente: Elaboración propia.

Se precisa que el préstamo sería para un periodo de 3 años, siendo 36 meses. Con todo interés que se le pagaría al banco se llega al monto total de S/ 117,380.09. En la tabla 25 se puede apreciar el detalle del financiamiento.

El detalle del préstamo se encuentra en el Anexo N° 5.

**Tabla 25. Amortización e intereses del préstamo bancario**

<b>Año</b>	<b>Deuda</b>	<b>Interes</b>	<b>Amortización</b>	<b>Cuota</b>
Año 1	S/ 95,048.79	S/ 11,814.56	S/ 27,312.14	S/ 3,260.56
Año 2	S/ 65,281.03	S/ 7,654.94	S/ 31,471.76	S/ 3,260.56
Año 3	S/ 0.00	S/ 2,861.81	S/ 36,264.89	S/ 3,260.56
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 22,331.30</b>	<b>S/ 95,048.79</b>	<b>S/ 117,380.09</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **Ingreso Anual**

**Tabla 26. Precios de los servicios**

<b>Producto</b>	<b>Precio venta</b>	<b>IGV 18%</b>	<b>Valor venta</b>
Bronce oficinas personales (por día)	S/ 50.00	S/ 9.00	S/ 41.00
Plata para 02 a 04 personas (por día)	S/ 90.00	S/ 16.20	S/ 73.80
Platino para 05 a 07 personas (por día)	S/ 105.00	S/ 18.90	S/ 86.10
Oro para 08 a 10 personas (por día)	S/ 150.00	S/ 27.00	S/ 123.00

Fuente: Elaboración propia.

Se proyecta un aumento anual en las ventas de 4.7%

**Tabla 27. Proyección anual de ventas**

<b>Año1</b>	<b>Año2</b>	<b>Año3</b>	<b>Año4</b>	<b>Año5</b>
S/ 307,500.00	S/ 321,952.50	S/ 337,084.27	S/ 352,927.23	S/ 369,514.81
S/ 59,400.00	S/ 62,191.80	S/ 65,114.81	S/ 68,175.21	S/ 71,379.45
S/ 63,000.00	S/ 65,961.00	S/ 69,061.17	S/ 72,307.04	S/ 75,705.47
S/ 76,500.00	S/ 80,095.50	S/ 83,859.99	S/ 87,801.41	S/ 91,928.07
<b>S/ 506,400.00</b>	<b>S/ 530,200.80</b>	<b>S/ 555,120.24</b>	<b>S/ 581,210.89</b>	<b>S/ 608,527.80</b>

Fuente: Elaboración propia.

### **Flujo de caja**

#### **Flujo económico y financiero**

**Tabla 28. Flujo de caja Económico y Financiero**

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>INGRESOS</b>						
Ventas		S/ 506,400.00	S/ 530,200.80	S/ 555,120.24	S/ 581,210.89	S/ 608,527.80
<b>Total de ingresos</b>		<b>S/ 506,400.00</b>	<b>S/ 530,200.80</b>	<b>S/ 555,120.24</b>	<b>S/ 581,210.89</b>	<b>S/ 608,527.80</b>
<b>EGRESOS</b>						
Flop de inversión	<b>S/ 146,165.87</b>					
GPO - Intangible	S/ 51,117.08					
Activos - Tangible	S/ 68,223.00					
Capital de trabajo	S/ 26,825.79					
<b>Flujo de operación</b>		<b>S/ 314,421.48</b>	<b>S/ 324,256.39</b>	<b>S/ 334,553.55</b>	<b>S/ 345,334.67</b>	<b>S/ 356,622.50</b>
Costo de producción		S/ 111,768.00	S/ 112,078.20	S/ 112,402.98	S/ 112,743.02	S/ 113,099.05
Gastos de Ventas		S/ 39,480.00	S/ 41,335.56	S/ 43,278.33	S/ 45,312.41	S/ 47,442.10
Gastos Administrativo		S/ 163,173.48	S/ 170,842.63	S/ 178,872.24	S/ 187,279.23	S/ 196,081.36
Flujo de impuestos igv 18%		<b>S/ 91,152.00</b>	<b>S/ 95,436.14</b>	<b>S/ 99,921.64</b>	<b>S/ 104,617.96</b>	<b>S/ 109,535.00</b>
<b>Total de Egresos</b>	<b>S/ 146,165.87</b>	<b>S/ 405,573.48</b>	<b>S/ 419,692.54</b>	<b>S/ 434,475.19</b>	<b>S/ 449,952.63</b>	<b>S/ 466,157.51</b>
<b>Flujo de caja económico</b>	<b>S/ 146,165.87</b>	<b>S/ 100,826.52</b>	<b>S/ 110,508.26</b>	<b>S/ 120,645.05</b>	<b>S/ 131,258.26</b>	<b>S/ 142,370.29</b>
<b>Financiamiento</b>						
Préstamo	S/ 95,048.79					
Amortización (-)		S/ 27,312.14	S/ 31,471.76	S/ 36,264.89		
Interés (-)		S/ 11,814.56	S/ 7,654.94	S/ 2,861.81		
seguro degravamen (-)		S/ 721.05	S/ 483.25	S/ 105.08		
<b>Total financiamiento</b>	<b>S/ 95,048.79</b>	<b>S/ 39,847.75</b>	<b>S/ 39,609.95</b>	<b>S/ 39,231.78</b>		
<b>Flujo de caja financiero</b>	<b>S/ 51,117.08</b>	<b>S/ 60,978.77</b>	<b>S/ 70,898.32</b>	<b>S/ 81,413.27</b>	<b>S/ 131,258.26</b>	<b>S/ 142,370.29</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 3.5.1.4.2.1. Análisis de rentabilidad (Evaluación económico-financiera)

Se utilizó indicadores para evaluar y determinar la rentabilidad del proyecto respecto a la inversión de capital. Para ello se emplea el costo de oportunidad (COK).

#### Cálculo del modelo CAPM

$$\text{COK} = R_f + B (R_m - R_f) + \text{Riesgo país}$$

Donde:

Rf: Tasa libre de riesgo

Rm: Rentabilidad del mercado

B: Beta apalancada

El detalle de las fuentes de cada elemento se expresa en los Anexos 5 a 8.

**Tabla 29. Componentes del COK**

Elementos del COK	
Rf	3,7%
Rosko país	1,77%
Rm	21,00%
Beta	3,18%
COK	60,48%

Fuente: Elaboración propia.

Se establece el COK en 60,48%. El porcentaje es lo adecuado para nuestro proyecto.

Una vez que se obtuvo el COK, el siguiente paso sería obtener el WACC dando como resultado un 30% para después determinar el VAN y TIR de nuestro plan de negocio.

A continuación, se evidencia la fórmula empleada.

$$\text{WACC} = (K_d * D (1-T) + K_e * E) / (D+E)$$

**Tabla 30. Componentes del WACC**

<b>Ke: Rentabilidad exigida</b>	<b>60,48%</b>
<b>Kd: costo de deuda financiera, interes</b>	<b>14,26%</b>

<b>T: (impuesto a la renta)</b>	1%
<b>D: deuda financiera</b>	S/ 95,048.79
<b>E: Capital aportado por accionistas</b>	S/ 51,117.08
<b>%D: Deuda financiera</b>	65,03%
<b>%Ke: Capital aportado</b>	34,97%
<b>WACC</b>	<b>30%</b>

Fuente: Elaboración propia.

Con el WACC podremos analizar los flujos de caja para ver qué tan valorado es nuestro proyecto de coworking.

A través de la evaluación se pudo determinar el VAN y el TIR, determinando que el proyecto es rentable.

**Tabla 31. Evaluación del Proyecto**

Flujo de ingreso de ingresos		Flujo de egresos		total	
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
1	S/ 506,400.00	1	S/ 405,573.48	1	S/ 100,826.52
2	S/ 530,200.80	2	S/ 419,692.54	2	S/ 110,508.26
3	S/ 555,120.24	3	S/ 434,475.19	3	S/ 120,645.05
4	S/ 581,210.89	4	S/ 449,952.63	4	S/ 131,258.26
5	S/ 608,527.80	5	S/ 466,157.51	5	S/ 142,370.29

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 32. Evaluación del Proyecto**

Indicador	económico
<b>VAN</b>	S/ 257,716.17
<b>TIR</b>	71%

Fuente: Elaboración propia 2023

Es así como se puede indicar nuestro plan de negocio es rentable, donde el VAN es S/ 257,716.17 y el TIR es 71%.

### 3.6. Método de análisis de datos

Alan y Cortez (2018, p. 13) explican que el análisis cuantitativo tiene como propósito cuantificar un problema y entender el alcance de los resultados proyectables para una población superior. El plan de negocio adaptó el análisis

descriptivo ya que se estudió e interpretó la información brindada por los resultados del cuestionario consiguiendo gráficas y tablas de frecuencia como parte del estudio de mercado, describieron aspectos de la muestra para conocerla y realizar las proyecciones necesarias.

### **3.7. Aspectos éticos**

Respecto a los detalles éticos la investigación se ha ceñido a lo señalado en la Resolución del Consejo Universitario N° 0340-2021/UCV.

La información reunida y utilizada, se citó y referenció de forma pertinente de acuerdo a las Normas ISO 690-2 para asegurar lo auténtico y confiable que se ha extraído. La autenticidad del proyecto se realizó a través de la aplicación Turnitin para corroborar que el porcentaje de similitud es menor a lo establecido. Para finalizar la identidad de las empresas MiPymes encuestadas estarán de manera anónima.

## **IV. RESULTADOS**

Al culminar el desarrollo del proyecto, todas las evaluaciones avalaron a los objetivos específicos y se muestra en los siguientes resultados.

### Viabilidad de mercado

1. ¿Cuándo tiene alguna reunión de negocios donde las realiza?

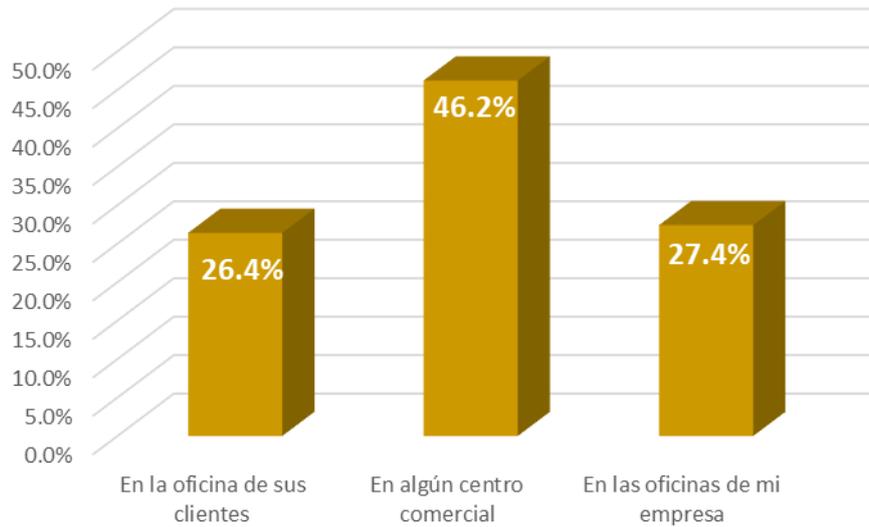
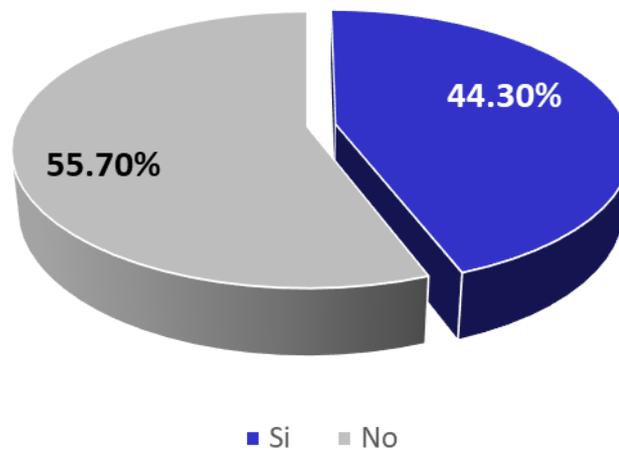


Figura 22. Porcentaje de la demanda.

Se analizó que el 46.2% de los encuestados no tienen una oficina adecuada para sus reuniones de trabajo, siendo así una necesidad que nosotros que podemos cubrir.

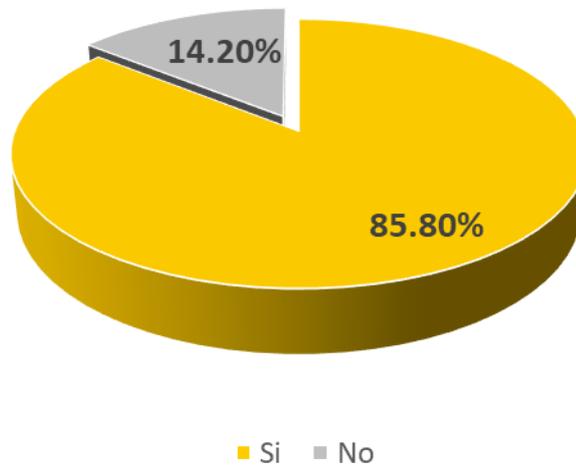
2. ¿Conoce usted, en que consiste los espacios de trabajos compartidos, que son llamados coworking?



*Figura 23.* La cantidad de personas que conocen el coworking.

En el grafico se observa que el 44.3% de los encuestados conocen lo que es un coworking o tienen alguna noción acerca del término. El 55.7% no conoce o no tiene idea de lo que significa un espacio de coworking

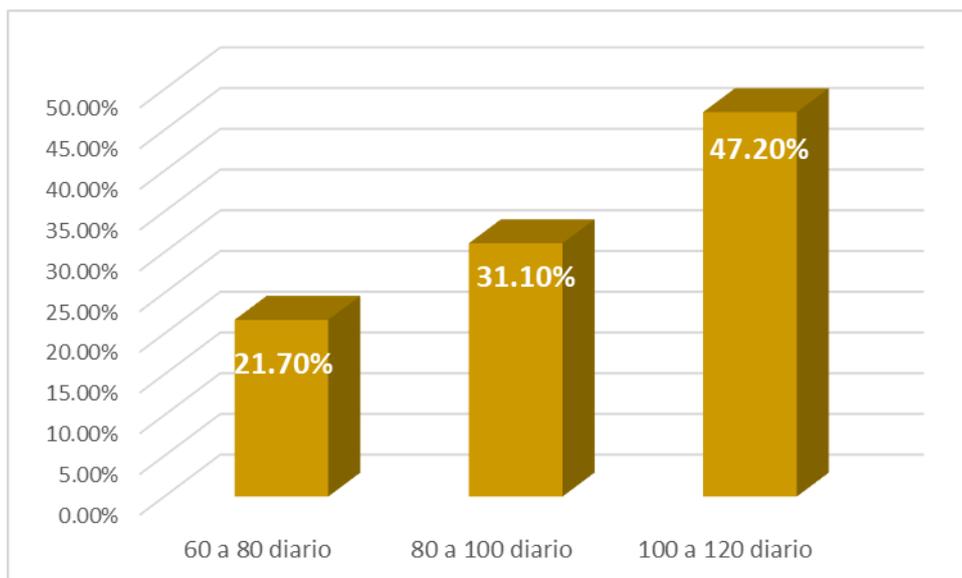
3. ¿Estaría dispuesto(a) a ser cliente de este modelo de negocio de implementarse en una zona cercana a su empresa o negocio?



*Figura 24.* Disponibilidad del cliente.

El 85.8% de los encuestados respondió que utilizaría el servicio de coworking. Considerando la proximidad a su centro laboral, que les permite ahorrar tiempo al desplazarse.

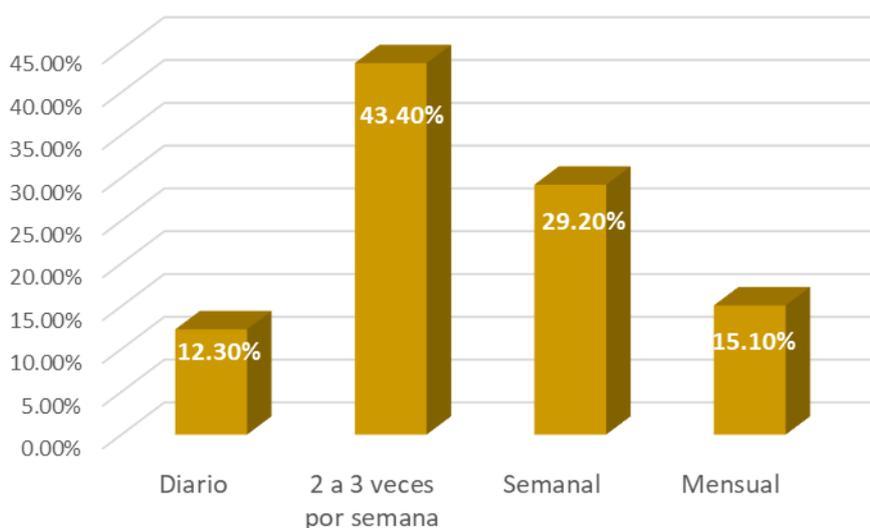
4. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un espacio de trabajo compartido?



*Figura 25. Precio del servicio.*

Se observó que el 47.2% de los encuestados pagaría de 100 a 120 soles y el otro 31.10% entre 80 a 100 soles. Los precios establecidos han sido en base a estos resultados.

5. ¿Con que frecuencia estaría utilizando los espacios de trabajo compartido?



*Figura 26. Frecuencia de usar el servicio.*

De los encuestados el 43.4% estaría dispuesto a acudir al coworking de 2 a 3 veces por semana.

### **Viabilidad técnica**

Se identificó la localización que será en Los Olivos en la Av. Alfredo Mendiola N° 296, siendo de 308m<sup>2</sup>, siendo de 12 metros por 27.5 metros.

### **Viabilidad Legal y Organizacional**

El proyecto será una sociedad anónima cerrada, determinada por el número de trabajadores y el tamaño de la empresa se acoge al Régimen MYPE cumpliendo con todos los documentos y requisitos exigidos por la municipalidad para su funcionamiento con todas sus licencias, las entidades piden más de 11 documentos.

Con referente al estudio organizacional se evaluó la actividad mercantil, la estructura orgánica del coworking, por ello se empleó el modelo Canvas.

### **Viabilidad económica y financiera**

Se analizó la viabilidad financiera con el flujo de caja se pudo determinar que en el primer año hay una ganancia de S/. 60,978.77 con un COK de 60.48% y un WACC de 30%.

## **V. DISCUSIÓN**

1. Se realizaron 276 encuestas a empresas MiPymes, el 86.8% de los MiPymes les gustaría contar con un espacio compartido o coworking para sus reuniones de trabajo, el 85.8% estarían dispuestos a ser clientes de este modelo de negocio de implementarse en los olivos, se llegó a la conclusión que los resultados obtenidos coinciden con López y Arbieto (2018) en su plan donde propusieron implementar el servicio de coworking en Europa. Mediante la aplicación de una encuesta obtuvo que el 91% de la población utilizaría el servicio que ofrecen.
2. Con relación a la viabilidad técnica, se estimó que el tamaño del local es de 308 m<sup>2</sup> para el plan de negocio del coworking en Los Olivos. Como es el caso de Alcalá (2018) donde pretende iniciar un negocio de coworking en el Perú, brindando un servicio de calidad, y es aceptado por el 80% de la población.
3. En cuanto a la evaluación de la viabilidad legal y organizacional se estableció que será persona jurídica y razón social S.A.C., régimen MYPE cumpliendo con todos los procedimientos y requisitos requeridos para la constitución legal de la sociedad, siendo una suma de 11 procesos legales. Para el estudio organizacional, se estableció la estructura orgánica para la actividad comercial. El proyecto empleó la metodología Canvas que resume los aspectos claves del negocio. Es así que Flores (2017) presentan un servicio innovador “coworking Nework” al sector empresarial, promoviendo el uso de estos sitios de coworking, además de obtener popularidad por su presentación novedosa de su servicio.
4. En tanto el análisis económico y financiero de nuestro proyecto da como resultado positivo un VAN de S/ 257,716.17 soles y un TIR de 71%, así mismo también tenemos el plan de negocio de Pérez y Soza (2019) el cual pusieron “coworking el nuevo mundo empresarial”, con una metodología similar a la nuestra, obteniendo resultados positivos con un VAN de S/3,800.521. y un TIR de 205%.

## **VI. CONCLUSIONES**

Luego de analizar el plan Mi Coworking en el distrito de Los Olivos se considera que es un proyecto viable y se puede invertir por las siguientes razones:

1. El estudio de mercado demostró que el 85.8% de los encuestados estarían dispuestos a usar este tipo de servicio. La demanda efectiva se estimó en 344 empresas MiPymes estimándose un crecimiento anual del 4.7%.
2. Con relación a la viabilidad técnica se identificó la ubicación estratégica por el Método de factores Ponderados, se determinó a través de la encuesta que el 46.2% no tiene oficina para realizar su reunión de negocios y el local donde se desarrollaría el proyecto tendrá un área de 308 m<sup>2</sup>.
3. La viabilidad legal y organizacional para la constitución de la empresa, fue necesario identificar las obligaciones tributarias del coworking, es así que el proyecto se incluye al Régimen MYPE. Los requisitos legales son más de 11 documentos que exigen las entidades del estado. Empleando la metodología Canvas para la viabilidad organizacional, analizando factores internos y externos que se involucran para el desarrollo del plan.
4. La evaluación económica y financiera evidenció que el proyecto es óptimo con una inversión de S/. 146,165.87, lo cual el 65.03% de ello será cubierto por el préstamo bancario y lo restante por las dos socias, demandando de una tasa de descuento al 34.97%, se logrará una ganancia de S/. 60,978.77 en el primer año, teniendo un VAN de S/. S/ 257,716.17 así como un TIR de 71%, siendo superior al COK de 60.48%.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se consideró oportuno enfatizar en lo siguiente.

1. Se recomienda establecer bien el mercado objetivo antes de iniciar el proyecto. Debido a que, se puede incurrir en una mayor inversión en marketing para alcanzar a los clientes y en caso se diera esa situación afectaría en los costos operacionales, como el alquiler, servicios, etc.
2. Cumplir con todas las exigencias legales y monetarias, para constituir la empresa.
3. Enfocar adecuadamente las preguntas de la encuesta debido a la influencia sobre el cálculo de la demanda, así como de la oferta, para poder determinar la demanda insatisfecha el cual nos permitirá proyectar las ventas.
4. Realizar un constante monitoreo de los ingresos y egresos posteriores, evaluando su rentabilidad puesto que pueden suscitarse escenarios que afecten o alteren los costos del negocio.

## REFERENCIAS

AKOUMANI, Messan, SANTOS, Edicreia y SALLABERRY, Jonatas. Influências da inovação do modelo de negócios na orientação empreendedora e no desempenho organizacional: Evidências nos supermercados catarinenses. Revista Catarinense da Ciência Contábil [em línea]. Enero-diciembre 2023, vol. 22. [Fecha de consulta: 30 de abril de 2023].

Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/4775/477573824003/>

ISSN: 1808-3781

ALAN D. y Cortez L. Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica. Editorial UTMACH [en línea]. 2018. [Fecha de consulta: 25 de mayo de 2023].

Disponible en

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4->

[Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf](#)

ISBN: 978-9942-24-093-4

ANDRADE Risco, Cristina, et al. Plan y Diseño de una Propuesta de Negocio “P’UKU: Coworking Gastronómico en el Distrito de San Isidro”. Tesis (Magíster en Administración estratégica de empresas). Surco: Pontificia Universidad Católica del Perú, 2021.

Disponible en:

<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20686/Pla>

[n%20y%20Dise%C3%B1o%20de%20una%20Propuesta%20de%20Negocio%](#)

[20P%C2%B4UKU%20Coworking%20Gastron%C3%B3mico-](#)

[ANDRADE.pdf?sequence=1](#)

ARIAS, Juan. Plantear y formular un problema de investigación: un ejercicio de razonamiento. Revista lasallista de investigación [en línea]. Julio 2020, vol. 17.

[Fecha de consulta: 8 de mayo de 2023].

Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/rlsi/v17n1/1794-4449-rlsi-17-01-301.pdf>

ASPECTOS clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. Cristancho Gerson [et al.]. Suma de negocios. Enero-junio 2021. [Fecha de consulta: 28 de mayo de 2023].

Disponible en <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v12n26/2027-5692-sdn-12-26-41.pdf>

ISSN 2215-910X

BURDILES, Patricio, CASTRO, Magdalena y SIMIAN, Daniela. Planificación y factibilidad de un proyecto de investigación clínica Planificación y factibilidad de un proyecto de investigación clínica. Revista Médica Clínica Las Condes [en línea]. Enero-febrero, 2019. Vol. 30. [Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023].

Disponible en  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864019300082>

Buscar y reservar el nombre de una empresa en la Sunarp. 4 de diciembre de 2021. Disponible en: <https://www.gob.pe/271-buscar-y-reservar-el-nombre-de-una-empresa-en-la-sunarp>

CHICA, Ezeta y FREIRE, Rosero. Análisis de factibilidad para la creación de un ambiente coworking para comercio exterior en la ciudad de Guayaquil. Tesis (INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE). Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, 2019.

Disponible en: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12329>

CORONA, José. Apuntes sobre métodos de investigación. Medisur [en línea]. Enero- febrero 2016, vol. 14, n°1. [Fecha de consulta: 30 de junio de 2023].

Disponible en <http://scielo.sld.cu/pdf/ms/v14n1/ms16114.pdf>

ISSN: 1727-897X

DEL ROSARIO, Lorena Y DE MARÍA, Lorheny. Ruta metodológica para avanzar en el periplo de la investigación educativa con variable compuesta o predicativa. Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas [en línea]. 2019, N° 42. [Fecha de consulta: 14 de mayo de 2023].

Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7066112>

ISSN-e 1856-1594

DIAZ, Jenny et al. Factibilidad económica de la producción de *Chondracanthus chamissoi*, cultivo vía esporas en laboratorio, San Andrés-Pisco, Perú. Arnaldoa [en línea]. 2021, vol. 28, N° 1. [Fecha de consulta: 30 de mayo de 2023].

Disponible en:

[http://dev.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2413-32992021000100163&lng=pt&nrm=iso](http://dev.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2413-32992021000100163&lng=pt&nrm=iso)

ISSN: 2413-3299

EL método criterio de expertos en las investigaciones educacionales: visión desde una muestra de tesis doctorales. Díaz Yohan [et al.]. Revista Cubana de Educación Superior [en línea]. Enero-abril 2020. [Fecha de consulta: 28 de mayo de 2023].

Disponible en [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0257-43142020000100018&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S0257-43142020000100018&script=sci_arttext&tlng=pt)

ISSN 0257-4314

FERNÁNDEZ, Victor. Tipos de justificación en la investigación científica. Espíritu Emprendedor TES [en línea]. Julio-septiembre 2020, vol. 4, N° 3. [Fecha de consulta: 8 de mayo de 2023].

Disponible en:

<https://pdfs.semanticscholar.org/71f7/cf858fbedf4242804c95cdf6eea94b0d381.pdf>

ISSN 2602-8093

GARCÍA, José y SÁNCHEZ, Paola. Diseño teórico de la investigación: instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. Información tecnológica [en línea]. Diciembre 2020, vol. 31, N° 6. [Fecha de consulta: 30 de mayo de 2023].

Disponible en [https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000600159&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-07642020000600159&script=sci_arttext)

ISSN 0718-0764

GAYTÁN, Juan. El plan de negocios y la rentabilidad. Mercados y negocios [en línea]. Julio-diciembre 2020, vol. 21, N° 42. [Fecha de consulta: 1 de junio de 2023].

Disponible en [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2594-01632020000200143&script=sci_arttext)

ISSN 2594-0163

GUEVARA, Gladys, Verdesoto, Alexis y Castro, Nelly. Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). RECIMUNDO: Revista Científica de la Investigación y el Conocimiento [en línea]. Abril-julio 2020, Vol. 4, N°. 3. [Fecha de consulta: 30 de mayo de 2023].

Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591592>

ISSN-e 2588-073X

LÓPEZ Silva, Edita, PEJERREY Pasco, Addy y SUCA Apaza, Maribel. Plan de marketing para el lanzamiento de oficinas coworking en el distrito de Los Olivos. Tesis (Magíster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial). Jesús María: Universidad del Pacífico, 2020.

Disponible en: [https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2969/LopezEdita\\_Tesis\\_maestria\\_2020.pdf?sequence=1](https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2969/LopezEdita_Tesis_maestria_2020.pdf?sequence=1)

LÓPEZ, José, Magaña, Daysi, Nerio, Ángel y Torrento Ana. Propuesta de un plan de negocios para el funcionamiento de un coworking space en la ciudad de Ahuachapán, departamento de Ahuachapán. Tesis (Administrador de empresas). Santa Ana: Universidad de El Salvador, 2020.

Disponible en: <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/21825/>

LOZANO, Luis, CAICEDO, Jorge, FÉRNANDEZ, Teófilo y ONOFRE, Ronny. EL modelo de negocio: Metodología canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. Revista Ciencia e Investigación [en línea]. 2019, vol. 4. [Fecha de consulta: 8 de mayo de 2023].

Disponible en <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/786/576>

E-ISSN: 2528 -8083

LUNA, Kléber y SARMIRNTO, Henry. Evaluación económica bajo el enfoque difuso: Caso industrias de la ciudad de Cuenca- Ecuador. Revista Venezolana de Gerencia [en línea]. 2019, vol. 24, N° 86. [Fecha de consulta: 10 de mayo de 2023].

Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/290/29059356016/29059356016.pdf>  
ISSN: 1315-9984

MEJÍA, Juan. Propósitos organizacionales como alternativa para los problemas que proponen los modelos canvas y lean canvas. Innovar [en línea]. Abril-Junio 2019, vol. 29, n° 72. [Fecha de consulta: 28 de mayo de 2023].

Disponible en [http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0121-50512019000200031&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=s0121-50512019000200031&script=sci_arttext)  
ISSN 0121-5051

MILLACAN Medina, Mauricio. Análisis de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a ofrecer espacios de coworking en la ciudad de Quito año 2019. Tesis (Magíster en Administración de Empresas). Quito: Universidad Politécnica Salesiana, 2020.

Disponible en <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19263/1/UPS-MSQ040.pdf>

MOSSO, Macarena. Plan de negocio "Espacio de coworking". Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo, 2020.

Disponible en: [https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos\\_digitales/15796/mossoplandenegocioespacio-decoworking.pdf](https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15796/mossoplandenegocioespacio-decoworking.pdf)

NAKAO, Breno; CARNEIRO, Clarissa. Uma nova configuração do trabalho: Análise interpretativa da literatura de coworking. Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão [en línea]. Mago-agosto 2018, n.º2, vol. 16. [Fecha de consulta: 30 de abril de 2023].

Disponible em: <https://www.redalyc.org/journal/5707/570761049004/>  
ISSN: 1678-2089

OLIVEIRA, Luiz y MELO, Danilo. Ambientes de coworking como potencializadores da inovação. Revista Pensamento Contemporâneo em Administração [en línea]. Julio-setiembre 2021, n.º 3, vol. 15. [Fecha de consulta: 19 de abril de 2023].

Disponible en <https://www.redalyc.org/journal/4417/441769583006/>

ISSN: 1982-2596

OLIVO, Martha y AVENDAÑO, Hugo. Plan de negocios para la creación de una empresa procesadora y comercializadora de chocolate. Revista científico – profesional [en línea]. Marzo, 2019, vol. 4, N° 3. [Fecha de consulta: 29 de abril de 2023].

Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7164288>

ISSN-e 2550-682X

Obtener licencia de funcionamiento para negocios de riesgo bajo o medio. 25 de agosto de 2021. Disponible en: <https://www.gob.pe/20844-obtener-licencia-de-funcionamiento-para-negocios-de-riesgo-bajo-o-medio?child=21198>

ORTEGA, Julio. Cómo se genera una investigación científica que luego sea motivo de publicación. Journal of the Selva Andina Research Society [en línea]. Julio- agosto 2017. [Fecha de consulta: 20 de junio de 2023].

Disponible en [http://www.scielo.org.bo/pdf/jsars/v8n2/v8n2\\_a08.pdf](http://www.scielo.org.bo/pdf/jsars/v8n2/v8n2_a08.pdf)

ISSN: 2072-9308

OYOLA, Alfredo. La variable. Scielo [en línea]. 2021, N° 1. [Fecha de consulta: 20 de mayo de 2023].

Disponible

en

[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2227-47312021000100016](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2227-47312021000100016)

ISSN: 2227-4731

PONCE, Héctor, CERVANTES, Diana y ANGUIANO, Beatriz. Análisis de calidad de artículos educativos con diseños experimentales. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo [en línea]. Julio-diciembre 2021, vol. 12, n.º 23. [Fecha de consulta: 19 de abril de 2023].

Disponible en  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-74672021000200103](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672021000200103)  
ISSN: 2007-7467

PREGUNTA, hipótesis y objetivos de una investigación clínica. Tapia Lorena [et al]. Revista Médica Clínica Las Condes [en línea]. Enero-febrero 2019, vol. 30. [Fecha de consulta: 19 de abril de 2023].

Disponible en  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0716864019300069>

Registrar una marca. 11 de agosto de 2022. Disponible en:  
<https://www.gob.pe/334-registrar-una-marca-registrar-nombre-comercial-de-tu-negocio-en-indecopi>

SÁNCHEZ, Fabio. Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos. Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria [en línea]. Enero-junio 2019. [Fecha de consulta: 10 de mayo de 2023].

Disponible en [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=s2223-25162019000100008&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=s2223-25162019000100008&script=sci_arttext)  
ISSN 2223-2516

VALDÉS, Gonzalo, RODRÍGUEZ, Emilio, MIRANDA, Christian y LILLO, Jorge. Estudio de viabilidad de sistemas fotovoltaicos como fuentes de energía distribuida en la ciudad de Arica, Chile. Información Tecnológica [en línea]. Junio 2020, vol. 31, N° 3. [Fecha de consulta: 10 de mayo de 2023].  
Disponible en <https://www.scielo.cl/pdf/infotec/v31n3/0718-0764-infotec-31-03-249.pdf>  
ISSN 0718-0764

YÉPEZ, Génesis, QUIMIS, Nayle y SUMBA, Ruth. El marketing mix como estrategia de posicionamiento en las MIPYMES ecuatorianas. Polo del Conocimiento: Revista científico – profesional [en línea]. 2021, vol. 3, n° 16. [Fecha de consulta: 8 de junio de 2023].

Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926929>

ISSN: 2550 - 682X

# **ANEXOS**

Anexo 1. Matriz de coherencia

<b>TÍTULO</b>	<b>PROBLEMAS</b>	<b>OBJETIVOS</b>
	<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
	¿Será viable el plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos 2023?	Determinar la viabilidad del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.
	<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>
Plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023	¿Será viable el estudio de mercado del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023?	Determinar la viabilidad del estudio de mercado del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.
	¿Será viable, en términos técnicos, el plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023?	Determinar la viabilidad técnica del plan de negocio de coworking en el distrito Los Olivos, 2023.
	¿Será viable legal y organizacionalmente el plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023?	Determinar la viabilidad legal y organizacional del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.
	¿Será viable económica y financieramente el plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023?	Determinar la viabilidad económica y financiera del plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.

Anexo 2. Matriz de operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems/parámetros	Escala/ Niveles de medición
Plan de negocio	Lázaro (2015) expresa que está conformada por diferentes elementos que están entrelazados, permitiendo les que haya una retroalimentación de sus datos, que resulta importante para desarrollarlo. el plan de negocio permitirá a un emprendedor o empresario poder evaluar la factibilidad, los recursos, viabilidad y sostenibilidad de su idea de negocio	Para diseñar un plan de negocios es necesario desarrollar la viabilidad de mercado, legales, técnicas, financieras y de esa manera se encontrará su viabilidad	Viabilidad de mercado	Demanda insatisfecha	Demanda insatisfecha = Demanda - oferta	Nominal
			Viabilidad técnica	Índice de procesos	$Vtc = \frac{\text{Procesos efectuados}}{\text{Procesos planificados}} \times 100$	Razón
			Viabilidad legal y organizacional	Requisitos legales para formar una empresa	REQUISITOS LEGALES: $\left( \frac{\text{NÚMERO DE REQUISITOS EJECUTADOS}}{\text{NÚMERO DE REQUISITOS PROGRAMADOS}} \right) * 100$	Razón
			Viabilidad económica y financiera	VAN TIR	$VAN = -I_0 \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t}$ $TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$	Razón

### Anexo 3. Instrumento de recolección de datos

1. ¿A qué actividad se dedica?

Independiente

Asistente administrativo

Secretaria

2. ¿Cuál es su edad?

14 – 20

21 – 30

31 – 40

40 a más

3. ¿Cuándo tiene alguna reunión de negocios donde las realiza?

En la oficina de sus clientes

En algún centro comercial

En las oficinas de mi empresa

4. ¿Conoce usted, en que consiste los espacios de trabajos compartidos, que son llamados coworking?

Si

No

5. Sabías que los espacios de coworking le ofrecen servicios como: Servicios que incluyen internet y teléfono, área amoblada y comfortable, laptops, fotocopiadoras e impresoras, espacios privados, entre otros.

Si

No

6. ¿Te gustaría contar con un espacio compartido o coworking como lugar de trabajo para sus reuniones de negocio?

Si me interesa

No me interesa

7. ¿Le resultaría atractivo al contar en la Urb. Villa sol con un espacio de trabajo compartido?

Si

No

8. ¿Consideras que el espacio compartido de trabajo o coworking contribuiría a incrementar tu red de contactos?

Si

No

9. ¿Consideras que este espacio de trabajo compartido contribuiría a fortalecer su emprendimiento o empresa?

Si

No

10. ¿Estaría dispuesto(a) a ser cliente de este modelo de negocio de implementarse en una zona cercana a su empresa o negocio?

Si

No

11. ¿Qué aspecto considera de su interés, si se afilia como cliente una vez implementado el Coworking Space?

Costos cómodos

Espacios confortables

Servicios diversos

Todas las anteriores

12. ¿Por qué medios le gustaría tener información acerca del coworking?

Televisión y radio

Páginas Webs

Redes sociales

13. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar por un espacio de trabajo compartido?

60 a 80 diario

80 a 100 diario

100 a 120 diario

14. ¿Con que frecuencia estaría utilizando los espacios de trabajo compartido?

Diario

2 a 3 veces por semana

Semanal

Mensual

15. ¿Qué área considera usted o le resulta más atractiva dentro de la oferta de los espacios de trabajo compartido?

Bronce (oficinas personales)

Plata (Oficina con capacidad para 02 a 04 personas)

Platino (Oficina con capacidad para 05 a 07 personas)

Oro (Oficina con capacidad de 08 a 10 personas)

## Anexo 4. Matriz de evaluación por juicio de expertos

## Anexo 5. Cuadro de amortización

<b>Cuadro de Amortizacion</b>				
N°	Cuota	Capital	Intereses	Saldo
<b>0</b>				S/ 95,048.79
<b>1</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,131.06	S/ 1,129.50	S/ 92,917.73
<b>2</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,156.39	S/ 1,104.17	S/ 90,761.34
<b>3</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,182.01	S/ 1,078.55	S/ 88,579.33
<b>4</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,207.94	S/ 1,052.62	S/ 86,371.39
<b>5</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,234.18	S/ 1,026.38	S/ 84,137.21
<b>6</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,260.73	S/ 999.83	S/ 81,876.49
<b>7</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,287.59	S/ 972.97	S/ 79,588.89
<b>8</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,314.78	S/ 945.78	S/ 77,274.12
<b>9</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,342.28	S/ 918.27	S/ 74,931.83
<b>10</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,370.12	S/ 890.44	S/ 72,561.72
<b>11</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,398.28	S/ 862.28	S/ 70,163.43
<b>12</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,426.78	S/ 833.78	S/ 67,736.65
<b>13</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,455.62	S/ 804.94	S/ 65,281.03
<b>14</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,484.80	S/ 775.76	S/ 62,796.23
<b>15</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,514.33	S/ 746.23	S/ 60,281.90
<b>16</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,544.21	S/ 716.35	S/ 57,737.69
<b>17</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,574.44	S/ 686.12	S/ 55,163.25
<b>18</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,605.03	S/ 655.52	S/ 52,558.21
<b>19</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,635.99	S/ 624.57	S/ 49,922.22
<b>20</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,667.32	S/ 593.24	S/ 47,254.91
<b>21</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,699.01	S/ 561.55	S/ 44,555.89
<b>22</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,731.09	S/ 529.47	S/ 41,824.81
<b>23</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,763.54	S/ 497.02	S/ 39,061.27
<b>24</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,796.38	S/ 464.18	S/ 36,264.89
<b>25</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,829.61	S/ 430.95	S/ 33,435.28
<b>26</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,863.24	S/ 397.32	S/ 30,572.04
<b>27</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,897.26	S/ 363.30	S/ 27,674.78
<b>28</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,931.69	S/ 328.87	S/ 24,743.09
<b>29</b>	S/ 3,260.56	S/ 2,966.53	S/ 294.03	S/ 21,776.57
<b>30</b>	S/ 3,260.56	S/ 3,001.78	S/ 258.78	S/ 18,774.79
<b>31</b>	S/ 3,260.56	S/ 3,037.45	S/ 223.11	S/ 15,737.34
<b>32</b>	S/ 3,260.56	S/ 3,073.55	S/ 187.01	S/ 12,663.79
<b>33</b>	S/ 3,260.56	S/ 3,110.07	S/ 150.49	S/ 9,553.72
<b>34</b>	S/ 3,260.56	S/ 3,147.03	S/ 113.53	S/ 6,406.69
<b>35</b>	S/ 3,260.56	S/ 3,184.43	S/ 76.13	S/ 3,222.27
<b>36</b>	S/ 3,260.56	S/ 3,222.27	S/ 38.29	S/ 0.00
<b>TOTAL</b>	<b>S/ 117,380.09</b>	<b>S/ 95,048.79</b>	<b>S/ 22,331.30</b>	<b>S/ 95,048.79</b>

## Anexo 6. Bonos del tesoro de USA, Var. 10 años (Rf)



Fuente: BCRP (2023)

## Anexo 7. Riesgo del país (Rp)

**Riesgo país de Perú baja siete puntos básicos y cierra en 1.77 puntos porcentuales**

Perú, con 1.77 puntos porcentuales, reportó el riesgo país más bajo de la región, según el banco de inversión JP Morgan.

Economía 2022-6-21

**A más de diez meses del gobierno de Castillo, qué dicen los indicadores económicos de Perú**

El riesgo país es sensible a los riesgos político y social, los cuales han aumentado durante la administración de Pedro Castillo.

Economía 2022-6-7

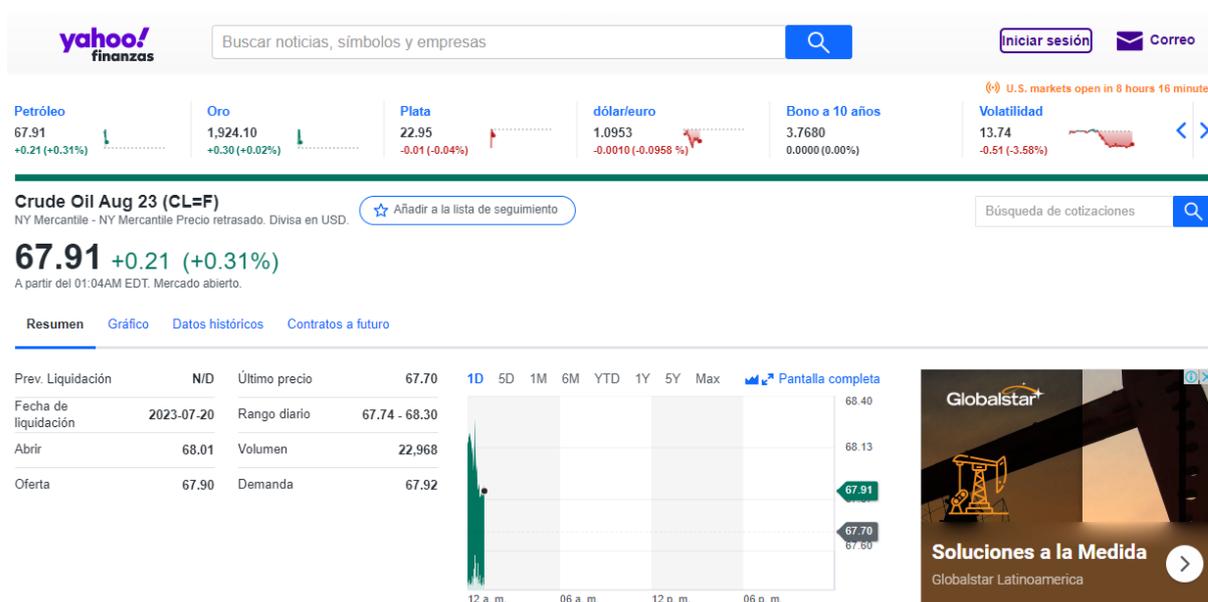
**Perú pierde atractivo para inversiones frente a Chile debido a conflictos políticos y sociales**

Tasa de interés de los bonos soberanos peruanos supera a la de los bonos chilenos, debido al mayor riesgo país.

Mercados 2022-4-20

Fuente: Diario Gestión (2023)

## Anexo 8. Rentabilidad del mercado (Rm)



Fuente: Yahoo finanzas (2023)

## Anexo 9. Beta apalancada



### Betas por sector (EE. UU.)

Datos utilizados : múltiples servicios de datos

Fecha de análisis : los datos utilizados son de enero de 2023

Descargue como un archivo de Excel en su lugar : <https://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/betas.xls>

Para conjuntos de datos globales: [https://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/data.html](https://www.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/data.html)

Video de YouTube que explica los datos : <https://www.youtube.com/watch?v=xsm7tgc5jg>

Variable

Declaración se puede obtener haciendo clic aquí

Download

Detalle sobre qué empresas están incluidas en cada industria

Nombre de la industria	Número de empresas	Beta	Relación D/E	Tasa efectiva de impuestos	beta sin apalancamiento	Valor en efectivo/empresa	Beta no apalancada corregida por efectivo	Alto Riesgo	Desviación estándar de la equidad
Publicidad	58	1.63	44.99%	6.39%	1.22	9.35%	1.35	0.6867	52.72%
Aeroespacial	77	1.41	26.06%	8.60%	1.18	3.77%	1.23	0.4721	37.56%
Transporte aéreo	21	1.42	186.33%	10.47%	0.59	14.90%	0.69	0.4403	37.73%
Vestir	39	1.32	51.57%	12.04%	0.96	6.02%	1.02	0.5220	38.51%
Automóviles y Camiones	31	1.54	50.19%	3.00%	1.12	8.67%	1.23	0.6906	52.61%
Autopartes	37	1.47	42.66%	9.30%	1.12	7.13%	1.20	0.5099	39.52%
Banco (Centro de dinero)	7	1.08	216.38%	16.25%	0.41	44.30%	0.74	0.2235	19.59%
Bancos (Regionales)	557	0.50	64.62%	18.84%	0.34	17.66%	0.41	0.1757	16.76%
Bebida (Alcohólica)	23	1.01	22.91%	9.39%	0.86	1.86%	0.88	0.5871	49.87%
Bebida (suave)	31	1.30	15.27%	6.42%	1.17	2.66%	1.20	0.6105	41.72%
Radiodifusión	26	1.32	146.83%	15.76%	0.63	10.39%	0.70	0.5584	46.90%
Corretaje y Banca de Inversión	30	1.20	201.09%	15.32%	0.48	30.76%	0.69	0.3545	28.00%
Materiales de construcción	45	1.28	28.93%	16.71%	1.05	4.44%	1.10	0.4208	29.19%
Servicios para empresas y consumidores	164	1.17	27.47%	9.43%	0.97	4.80%	1.02	0.5384	45.78%
Televisión por cable	10	1.26	107.27%	21.95%	0.70	1.47%	0.71	0.4068	25.41%
Químico (Básico)	38	1.25	48.30%	9.83%	0.92	4.54%	0.96	0.5270	46.58%

Fuente: Damodaran (2023)

## Anexo 10. Modelo de negocios vs plan de negocio

MODELO DE NEGOCIOS	PLAN DE NEGOCIOS
Identificación y exploración de oportunidades	Desarrollo de rutina, sistemas, algoritmos y estructuras.
Explotación de ideas creativas. Impulso al pensamiento innovador.	Formulación de la operación del negocio.
Orientación a la creación de valor.	Orientación a la captura de valor.
Aprendizaje experimental/prueba y error.	Explotación de un modelo probado.
Análisis, revisión y reformulación.	Aseguramiento de la sustentabilidad.
<b>BASE PARA EL DESARROLLO FUTURO DE UN BUEN PLAN DE NEGOCIOS.</b>	<b>BASE PARA LA ROBUSTEZ Y ESCALONAMIENTO DEL NEGOCIO Y/O BÚSQUEDA DE FINANCIAMIENTO.</b>

Fuente: Revista ciencias estratégicas (2018)

## Anexo 11. Requisitos para solicitar licencia de funcionamiento en la municipalidad de los olivos

### - Procedimientos

ESTRUCTURA DE COSTOS DE LA TASA POR DERECHO DE TRAMITACIÓN	<p>Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento serán exigibles como máximo, los siguientes requisitos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Solicitud de Licencia de Funcionamiento, con carácter de declaración jurada, en la cual se consignará lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Número de RUC y DNI o carné de extranjería del solicitante, tratándose de personas jurídicas o naturales, según corresponda.</li> <li>• DNI o carné de extranjería del representante legal en caso de personas jurídicas, u otros entes colectivos, o tratándose de personas naturales que actúen en representación.</li> </ul> </li> <li>2. Copia de la vigencia de poder del representante legal, en caso de personas jurídicas u otros entes colectivos. Tratándose de representación de personas naturales, se requerirá carta poder con firma legalizada.</li> <li>3. Declaración Jurada de observancia de condiciones de seguridad (hasta 100 m2) ó ITSE de Detalle o Multidisciplinaria (más de 500 m2).</li> <li>4. Pago de la tasa de acuerdo a lo especificado en el TUPA.</li> <li>5. Adicionalmente serán exigibles los siguientes requisitos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Copia simple del título profesional en el caso de servicios relacionados con la salud.</li> <li>• Informar sobre el número de estacionamientos de acuerdo a la normativa vigente, en la Declaración Jurada</li> <li>• Copia simple de la autorización sectorial respectiva en el caso de aquellas actividades que conforme a Ley, la requieren de manera previa al otorgamiento de la licencia de funcionamiento</li> <li>• Copia simple de autorización expedida por el Instituto Nacional de Cultura, conforme a la Ley N° 28296. Ley General de Patrimonio Cultural de la Nación.</li> </ul> </li> </ol> <p>(*) DE ACUERDO A LA LEY N° 28976. LEY MARCO DE LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO, NO ES NECESARIO UN CERTIFICADO DE ZONIFICACIÓN O COMPATIBILIDAD DE USO, PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO.</p>
COSTOS Y PLAZOS	
PROCEDIMIENTO PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	
REQUISITOS PARA OBTENER LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO	
TIPOS DE INSPECCIÓN DE DEFENSA CIVIL	

Fuente: Elaborado por la municipalidad de los olivos

## Anexo 12. Costo y plazos para solicitar licencia de funcionamiento

**LOS COSTOS Y PLAZOS SON LOS SIGUIENTES:**  
De acuerdo al TUPA aprobado mediante Ordenanza N° 274-2014 y ratificado mediante Acuerdo de Concejo N° 2361/MML.

EX – POST:	COSTO	PLAZO MÁXIMO
Hasta 100 mt <sup>2</sup> .	S./ 39.50	10 DÍAS HÁBILES
EX – ANTE:	COSTO	PLAZO MÁXIMO
Más de 100 hasta 500 mt <sup>2</sup>	S./ 242.60	10 DÍAS HÁBILES
MULTIDISCIPLINARIA:	COSTO	PLAZO MÁXIMO
Mayor a 500 mt <sup>2</sup>	S./ 36.70	10 DÍAS HÁBILES



Fuente: Elaborado por la municipalidad de los olivos



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, LINO ROLANDO RODRIGUEZ ALEGRE, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA EMPRESARIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis Completa titulada: "Plan de negocio de coworking en el distrito de Los Olivos, 2023.", cuyos autores son ALVINO ARCE LUZ CATY, ANAYA MEZA IVONNE KELLY, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 13.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis Completa cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 12 de Julio del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
LINO ROLANDO RODRIGUEZ ALEGRE <b>DNI:</b> 06535058 <b>ORCID:</b> 0000-0002-9993-8087	Firmado electrónicamente por: LRRODRIGUEZA el 24-07-2023 16:04:11

Código documento Trilce: TRI - 0587250