

**CREACION Y PUESTA EN MARCHA DE UN
ESPACIO COWORKING EN LA CIUDAD DE GIRARDOT**

**ESNA MARCELA AYA BERNAL
GINA LIZETH DIAZ HERRAN
DANIEL MAURICIO ZAMUDIO BERRIO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
GIRARDOT**

2015

**CREACION Y PUESTA EN MARCHA DE UN
ESPACIO COWORKING EN LA CIUDAD DE GIRARDOT**

**ESNA MARCELA AYA BERNAL
GINA LIZETH DIAZ HERRAN
DANIEL MAURICIO ZAMUDIO BERRIO**

**Trabajo de grado requerido para obtener el título de especialista en Gerencia de
Proyectos**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS
GIRARDOT**

2015

Nota de aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Jurado

Girardot, 02 de marzo de 2016

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	17
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1DESCRIPCIÓN DE LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA	19
1.2FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.3OBJETIVOS	21
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.	21
1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.	21
1.4JUSTIFICACIÓN	22
2. MARCO REFERENCIAL	24
2.1MARCO TEÓRICO	24
2.2MARCO CONCEPTUAL	30
2.3MARCO TEMPORAL	33
2.4MARCO LEGAL	33
2.4.1TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.	34
2.4.2LEY DE EMPRENDIMIENTO.	35
2.4.3QUÉ PRETENDE LA LEY.	36
2.4.4COMPROMISOS DEL GOBIERNO.	36
2.4.5QUE SON LAS REDES DE EMPRENDIMIENTO.	37
2.4.6CÓMO SE FOMENTA LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA.	38

2.4.7REGULACIONES GUBERNAMENTALES.	39
2.4.8LEYES.	39
2.4.9DECRETOS.	40
3. METODOLOGIA	41
3.1DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	41
3.1.1INVESTIGACIÓN DE MERCADO.	41
3.1.2ESTUDIO TÉCNICO	48
3.1.3DISEÑO ADMINISTRATIVO	48
3.1.4ASPECTOS LEGALES Y FINANCIEROS	49
3.2CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	50
4. ESTUDIO DE MERCADO	51
4.1ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL MERCADO	51
4.1.1CLASIFICACIÓN DEL PROYECTO.	51
4.1.2DEFINICIÓN DEL SERVICIO.	52
4.2ESTUDIO Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL SERVICIO	56
4.3ESTUDIO DE LA OFERTA	59
4.3.1CARACTERÍSTICAS.	59
4.3.2ASPECTOS DIFERENCIALES.	61
4.3.3COBERTURA DE NECESIDADES QUE SATISFACE.	63
4.4INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	63
4.4.1ESTUDIO DE MERCADO PROVEEDOR.	66
4.4.2ESTUDIO DE MERCADO DISTRIBUIDOR.	67
4.4.3ESTUDIO DE MERCADO CONSUMIDOR.	69

4.4.4ANÁLISIS DE VARIABLES MACRO AMBIENTALES.	70
4.4.5ESTUDIO DE MERCADO COMPETIDOR.	73
4.5PLAN DE MERCADEO	75
4.5.1PLANES Y PROGRAMAS DE SERVICIOS.	75
4.5.2PLANES Y PROGRAMAS DE PRECIOS.	78
4.5.3PLANES Y PROGRAMAS DE PROMOCIÓN.	79
4.5.4PLANES Y PROGRAMAS DE LOGÍSTICA.	80
4.5.5PLAN DE INVERSIÓN DE MERCADEO.	80
5. ESTUDIO TECNICO	81
5.1TAMAÑO DEL PROYECTO	81
5.2LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA	87
5.2.1MACRO LOCALIZACIÓN	.87
5.2.2MICRO LOCALIZACIÓN.	88
5.3INGENIERÍA DEL PROYECTO	89
5.3.1DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.	89
5.3.2DISEÑO GRÁFICO DE PROCESOS DEL SERVICIO.	91
5.3.3LISTADO DE EQUIPOS.	93
5.3.4DESCRIPCIÓN DE INSUMOS.	93
5.3.5DISTRIBUCIÓN ESPACIAL.	95
5.3.6DISTRIBUCIÓN INTERNA.	95
5.4VALORACIÓN DE LAS VARIABLES TÉCNICAS	96
6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL	100
6.1ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA LA OPERACIÓN	100

6.1.1ESTRUCTURA ORGÁNICA.	100
6.1.2ESTRUCTURA FUNCIONAL.	101
6.2MATRIZ DOFA	110
6.2.1DIAGNOSTICO INTERNO.	110
6.2.2DIAGNOSTICO EXTERNO.	111
6.3FACTORES QUE INCIDEN EN INVERSIONES Y COSTOS DE OPERACIÓN ADMINISTRATIVOS	115
7. ESTUDIO LEGAL	116
7.1IMPLICACIONES DE LA NORMATIVIDAD	116
7.1.1QUÉ PRETENDE LA LEY.	116
7.1.2COMPROMISOS DEL GOBIERNO.	117
7.1.3QUE SON LAS REDES DE EMPRENDIMIENTO.	118
7.1.4CÓMO SE FOMENTA LA CULTURA DE EMPRENDIMIENTO EN COLOMBIA.	118
7.1.5REGULACIONES GUBERNAMENTALES.	119
7.2INSTANCIAS LEGALES DEL PROYECTO	120
7.2.1DECRETOS.	121
7.3TIPO DE SOCIEDAD A CONFORMAR	121
7.4DETERMINACIÓN DE FORMA JURÍDICA PARA ADMINISTRAR EL COWORKING.	122
7.4.1TRÁMITES PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.	123
8. ESTUDIO FINANCIERO	127
8.1PRESUPUESTO DE INVERSIONES	127
8.2GASTOS Y COSTOS DE OPERACIÓN	128
8.3INGRESOS	129

8.4FLUJO DE CAJA	130
8.5FUENTES DE FINANCIACIÓN	131
8.6 DETERMINACIÓN DE LA TASA MÍNIMA DE ACEPTACIÓN DE RENDIMIENTO PROPIA Y MIXTA	131
9. EVALUACION FINANCIERA	132
9.1EVALUACIÓN FINANCIERA CON RECURSOS PROPIOS ESCENARIO OPTIMISTA	132
10. ASPECTOS AMBIENTALES DEL PROYECTO	134
10.1IDENTIFICACIÓN Y CUANTIFICACIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL	134
10.2DESCRIPCIÓN Y EVALUACIÓN TÉCNICA DE IMPACTOS	135
10.3FASE DE CONSTRUCCIÓN	136
11. ESTUDIO DE RIESGOS DEL PROYECTO	139
12. IMPACTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL PROYECTO	143
12.1ECONÓMICOS	143
12.2SOCIALES	144
13. CONCLUSIONES	145
BIBLIOGRAFÍA	147
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	148

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. <i>Población segmento de mercado</i>	43
Tabla 2. <i>Cronograma</i>	50
Tabla 3. <i>Proyección demanda del servicio</i>	58
Tabla 4. <i>Servicios a ofrecer.</i>	62
Tabla 5. <i>Proveedor</i>	67
Tabla 6. <i>Fuerzas de Porter</i>	74
Tabla 7. <i>Paquetes a ofrecer</i>	78
Tabla 8. <i>Precios</i>	78
Tabla 9. <i>Inversión plan de mercadeo</i>	80
Tabla 10. <i>Proyección Demanda.</i>	82
Tabla 11. <i>Capacidad Diseñada.</i>	83
Tabla 12. <i>Capacidad Instalada</i>	84
Tabla 13. <i>Capacidad Utilizada</i>	85
Tabla 14. <i>Descripción de cada Piso de la Planta</i>	86
Tabla 15. <i>Equipos</i>	93
Tabla 16. <i>Materiales y suministros operacionales</i>	93
Tabla 17. <i>Materiales y suministros Administrativos</i>	94
Tabla 18. <i>Listado de Equipos</i>	96
Tabla 19. <i>Listado de insumos Operacionales</i>	96

Tabla 20. <i>Listado de insumos Administrativos</i>	97
Tabla 21. <i>Nómina</i>	98
Tabla 22. <i>Valorización Terreno</i>	99
Tabla 23. <i>Cargos</i>	101
Tabla 24. <i>Diagnostico Interno</i>	111
Tabla 25. <i>Diagnostico Externo</i>	113
Tabla 26. <i>Matriz DOFA</i>	114
Tabla 27. <i>Gastos y Costos Operacionales</i>	115
Tabla 28. <i>Presupuesto Legal y puesta en Marcha</i>	126
Tabla 29. <i>Presupuesto de Inversiones</i>	127
Tabla 30. <i>Gastos y costos de operación</i>	128
Tabla 31. <i>Ingresos</i>	129
Tabla 32. <i>Flujo de caja</i>	130
Tabla 33. <i>Tiempo de Retorno de la inversión</i>	130
Tabla 34. <i>Financiación</i>	131
Tabla 35. <i>Tasa de aceptación</i>	131
Tabla 36. <i>Identificación Impactos ambientales</i>	135
Tabla 37. <i>Plan de Manejo Ambiental</i>	138
Tabla 38. <i>Análisis de Riesgos</i>	139
Tabla 39. <i>Ponderación del Riesgo</i>	140
Tabla 40. <i>Matriz de Riesgos</i>	141

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Árbol de Problema	20
Figura 2. Procesos para hallar el tamaño de la muestra	46
Figura 3. Clasificación	51
Figura 4. Línea del Tiempo	52
Figura 5. Característica Psicológica	57
Figura 6. Característica Económica	57
Figura 7. Característica Cultural	58
Figura 8. Página web diseñada	68
Figura 9. Página web diseñada	68
Figura 10. Mercado Consumidor	69
Figura 11. . Localización	88
Figura 12. Micro localización	89
Figura 13. Logo	90
Figura 14. Diagrama de Procesos	92
Figura 15. Organigrama.	100

LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1. Rango de edades profesionales	155
Gráfica 2. Nivel socio económico profesionales	156
Gráfica 3. Genero profesionales	156
Gráfica 4. Universidad donde se graduó	157
Gráfica 5. Calificación del nivel académico de su universidad	157
Gráfica 6. Situación laboral profesionales	158
Gráfica 7. Actualmente trabaja en algo relacionado con su profesión	158
Gráfica 8. Le gustaría crear su propia empresa	159
Gráfica 9. Faltan oportunidades laborales en Girardot	160
Gráfica 10. Proyección a 2 años profesionales	160
Gráfica 11. Hay necesidad de salir de Girardot por falta de oportunidades (profesionales)	161
Gráfica 12. Conoce lugares que apoyen el emprendimiento e innovación	161
Gráfica 13. Ha asistido a un espacio coworking	162
Gráfica 14. Pagaría por utilizar un espacio coworking	162
Gráfica 15. Cuanto pagaría por este espacio	163
Gráfica 16. Como ve la proyección económica de Girardot	164
Gráfica 17. Utilizaría el alquiler de auditorios y/o sala de reuniones	164
Gráfica 18. Nivel socio económico de su empresa	165
Gráfica 19. Principal actividad económica de su empresa	166

Gráfica 20. Su empresa cuenta con programas de capacitaciones	166
Gráfica 21. Cree que su empresa necesita oportunidades de innovación tecnológica para ganar competitividad.	167
Gráfica 22. Nivel de importancia de atención al cliente en su empresa	168
Gráfica 23. Esta de acuerdo con las alianzas empresariales para el mejoramiento continuo de las empresas	168
Gráfica 24. Cree que Girardot ofrece oportunidades para mejorar su empresa día a día	169
Gráfica 25. Cuando ha necesitado resolver problemas profesionales de su empresa ha encontrado solución en Girardot.	170
Gráfica 26. En su vida empresarial ha asistido a un espacio coworking	170
Gráfica 27. Pagaría por utilizar los servicio de un espacio coworking	171
Gráfica 28. Cuanto pagaría por utilizar un espacio coworking	171
Gráfica 29. Como ve la proyección económica de Girardot	172
Gráfica 30. Utilizaría el alquiler de auditorios y/o sala de reuniones	170
Gráfica 31. Rango de edades emprendedores	174
Gráfica 32. Nivel socio económico de los emprendedores	175
Gráfica 33. Cuál es su género (emprendedores)	175
Gráfica 34. Cuál es su nivel de estudios (emprendedores)	176
Gráfica 35. Sus estudios los realizo en entidades públicas o privadas	176
Gráfica 36. Proyección profesional a 2 años (emprendedores)	177
Gráfica 37. Cree que en Girardot hay oportunidades laborales	178
Gráfica 38. Situación laboral (emprendedores)	178
Gráfica 39. Existen lugares donde apoyen al emprendimiento en Girardot	179

Gráfica 40. Cree usted necesario un espacio Coworking en la ciudad de Girardot (emprendedor)	180
Gráfica 41. Pagaría por utilizar espacios de servicio coworking (emprendedores)	180
Gráfica 42. Cuanto pagaría por utilizar espacios de servicio coworking (emprendedores)	181
Gráfica 43. Utilizaría el alquiler de auditorios y/o sala de reuniones	181

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Modelo de encuesta profesionales	149
Anexo B. Modelo de encuesta empresarios	151
Anexo C. Modelo de encuesta emprendedores	153
Anexo D. Análisis de resultado encuesta profesionales	155
Anexo E. Análisis de resultado encuesta empresarios	165
Anexo F. Análisis de resultado encuesta emprendedores	174
Anexo F. Planos arquitectónicos vista de plantas	182
Anexo G. Distribución Interna de cada planta	187
Anexo H. ACTA DE CONSTITUCIÓN GIRALABS SAS	192
Anexo I. Estatutos Básicos Sociedad por Acciones Simplificada	212

INTRODUCCION

En el siguiente trabajo se presenta la formulación del estudio de factibilidad para la creación de un espacio coworking en la ciudad de Girardot - Cundinamarca. Consiste en el arriendo de espacios de trabajo colaborativos, lo cual permite interactuar con diferentes profesionales, empresarios y emprendedores en diferentes actividades económicas. Entre los beneficios que brinda este tipo de negocio está la reducción de costos al momento de alquilar un espacio empresarial de trabajo, el aumento de redes de contacto, la flexibilidad, el conocimiento y la posibilidad de desarrollar nuevas ideas de negocio y llevarlas a la realidad convirtiéndose proyectos de alto impacto.

Para la realización de este trabajo se consideró una estructura basada en las siguientes etapas; descripción estratégica y general del entorno, descripción de la metodología a desarrollar, estudio de mercado desarrollando la descripción de los servicios y plan de marketing, estudio técnico y operativo, estudio legal, ambiental, de riesgos, finalmente plan financiero y evaluación financiera.

La metodología utilizada se aplicó en cada una de las etapas anteriormente mencionadas, recopilando información, analizando y concluyendo se determinó que en la ciudad de Girardot se requiere de un espacio coworking que incentive y apoye el desarrollo de emprendimiento y la innovación dirigidas a un nicho de mercado que requiere satisfacer sus necesidades al respecto.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la ciudad de Girardot no se desarrollan proyectos de innovación y emprendimiento debido a la ausencia de un espacio coworking que ayude al fortalecimiento de estas capacidades en emprendedores y profesionales que quieren potenciar sus talentos para acceder a mejores oportunidades en el mundo laboral y empresarial; existen empresarios que quieren obtener mejores resultados con sus negocios mediante el uso de tecnología, asesoría de profesionales en áreas específicas como mercadeo, finanzas, procesos de exportación, legal, etc., lo anterior evidencia debilidades en el talento humano de las organizaciones, y la adquisición permanente de estos profesionales se constituye en una solución costosa y en algunos casos inaccesible para algunos empresarios por lo tanto un espacio Coworking brindaría la oportunidad a los empresarios y profesionales de establecer contacto para intercambiar servicios profesionales. Ahora bien, la ausencia de un espacio coworking en la ciudad de Girardot ha generado que los profesionales emigren a otras zonas más centralizadas del país en busca de mejores oportunidades, lo que genera fuga de talento humano del municipio y por supuesto supone la no capitalización de las capacidades de los profesionales en el desarrollo de la región y la no aparición de nuevos empresarios que con su actividad económica contribuyan con la generación de fuentes de empleo y por supuesto el desarrollo económico de la región. Lo anterior supone que la fuga de talentos genera el aprovechamiento de su potencial en otras ciudades, aumentando el porcentaje de mortalidad de las pymes locales, puesto que las empresas que requieran de profesionales tendrán que vincular personal de otras regiones a altos costos y esto va en detrimento de la empresa, puesto que en muchas

ocasiones genera que la ausencia de los mismos permita la inexistencias de proyección a largo plazo y consecuente liquidan por no lograr los resultados esperados.

La creación de un espacio coworking les permite;

- ❖ Ampliar horizontes.
- ❖ Facilita el desarrollo de relaciones profesionales y sociales
- ❖ Optimiza relaciones comerciales
- ❖ Genera negocios, ideas y trabajo colaborativo

1.1 Descripción de la situación Problemática

Actualmente en la ciudad de Girardot son limitadas las estrategias que impulsen la innovación y el emprendimiento, no existen espacios adecuados que faciliten el intercambio de conocimientos de aquellas personas que buscan crear modelos de negocios sostenibles para mejorar su calidad de vida. Al ver que en Girardot existen pocas oportunidades de empleo los profesionales que necesitan ejercer su profesión se ven obligados a emigrar a otras ciudades en busca de mejores oportunidades laborales como sociales, también la ausencia de estos espacios afecta a aquellos jóvenes que tienen la intención de realizar tareas emprendedoras y potenciar sus conocimientos, hacer relaciones, compartir experiencias y realizar en proyectos de alto impacto, ejemplo de ello son las ideas que surgen en eventos que se han realizado en la ciudad como son el startup weekend y bootcamp, son ideas emprendedoras, innovadoras y futuristas que se desarrollan en un fin de semana y quedan solo en el deseo de hacerlas realidad, ya que no hay un espacio que les ayude a impulsarla, también los propietarios de Pymes que se dediquen a la actividad económica de prestación de

servicios de hotelería y turismo, publicidad y diseño gráfico, comercialización de dispositivos tecnológicos que deseen mejorar su rentabilidad y sostenimiento empresarial, y que a veces por falta de implementar estrategias en sus negocios se ven obligados a cerrarlos. En este contexto el espacio Coworking permite un intercambio de conocimiento de diferentes actores, mediante el uso de espacios colaborativos y apoyados en herramientas tecnológicas que faciliten su interacción. Lo anterior conduce al fortalecimiento de las empresas, la generación de oportunidades para los profesionales y por supuesto espacios de asesoría, consultoría que redunden en el fortalecimiento de la ciudad de Girardot.

Para interpretar la idea claramente se realiza el siguiente árbol del problema que permite conocer las causas y efectos de la problemática encontrada.

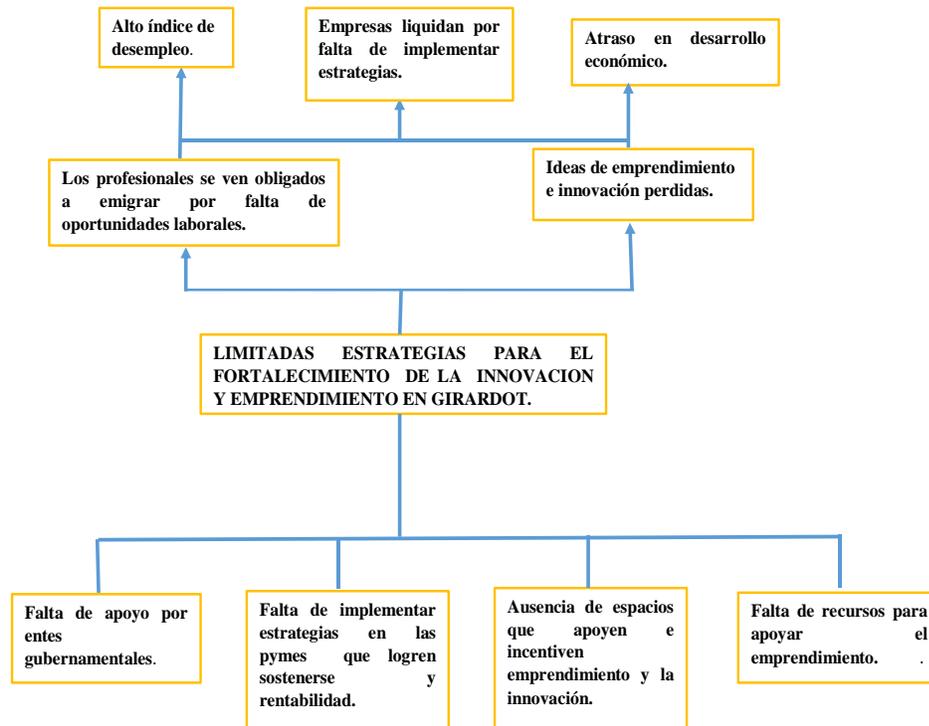


Figura 1. Árbol de Problema
 Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

1.2 Formulación del problema

¿Es viable la creación y puesta en marcha de un espacio coworking en la ciudad de Girardot?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General.

❖ Determinar la viabilidad de la creación y puesta en marcha de un espacio Coworking en la ciudad de Girardot.

1.3.2 Objetivos Específicos.

❖ Determinar la viabilidad mercadológica para la implementación de un espacio coworking en la ciudad de Girardot.

❖ Establecer la viabilidad legal y organizacional para la creación y puesta en marcha de un espacio de Coworking en la ciudad de Girardot

❖ Determinar la viabilidad técnica para la implementación de un espacio coworking en la ciudad de Girardot.

❖ Realizar una evaluación y un plan financiero basados en resultados obtenidos.

1.4 Justificación

El índice de desempleo actualmente va en aumento debido a que existen personas en condiciones inhumanas, buscamos contribuir ofreciendo la oportunidad de catalizar sus ideas convirtiéndolas en negocios sostenibles así creando conciencia de emprendimiento y obstaculizando o minimizando la migración de los profesionales a otras ciudades en busca de oportunidades. Además se desea asesorar a los empresarios para que logren una óptima rentabilidad y sus ingresos sean los esperados, ya que una alta cifra de pymes liquida por que no logran construir modelo de negocio sostenible.

Actualmente un adecuado manejo de las relaciones sociales es de vital importancia para cada individuo en el ámbito que se desarrolle, por eso se sugiere la creación de un espacio coworking, ya que el mismo permitirá la generación de relaciones profesionales, logrando una reducción del tiempo que se emplea en cerrar negociaciones, fortalecer el talento humano local, identificación de nuevos nichos de mercado para las empresas, identificación de proveedores y generación de nuevas relaciones comerciales y por supuesto generación de oportunidades laborales para los habitantes de la ciudad de Girardot. Lo anterior conduce a que personas profesionales, emprendedores y empresarios que asistan a este lugar podrán ampliar su red de contactos en tan solo pocas horas y acceder a nuevas formas de intercambio de conocimiento.

Ante esto surge la oportunidad de captar los empresarios, emprendedores y profesionales uniéndolos en un solo lugar con el fin que se conozcan entre sí, intercambien experiencias, conocimientos y generen nuevas ideas de negocio o emprendimientos de alto impacto. En este lugar

se ofrecerán espacios colaborativos, capacitaciones, cursos, talleres, conferencias, seminarios con el fin de gestionar clientes para empresarios y buscar oportunidades para emprendedores y profesionales logrando un relacionamiento mutuo entre las personas que asisten a este lugar con el fin de lograr la satisfacción y comodidad de los usuarios se ofrecerá servicio Wi fi, horario de 8:00 a.m a 12 m. y 2:00 a 6:00 p.m, aire acondicionado y un talento potenciado para mejorar las ideas de negocio que requieran las personas que llegan a este lugar.

2. MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco Teórico

Todos los seres humanos necesitamos de los demás, interactuar, dialogar, compartir experiencias y consolidar ideas de ahí es que nace coworking como una forma de trabajo que le permite a los profesionales independientes, emprendedores y pymes de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomente proyectos conjuntos.

“El termino Coworking nace a finales del siglo XVII en 1.628, haciendo referencia al trabajo colaborativo entre dios y sus ayudantes. No obstante, hasta 2005 se abrió el primer coworking oficial este fue en San Francisco y obra del programador Brad Neuberg, surgió como cooperativa sin fines de lucro y ofrecía ocho mesas dos días a la semana, wi fi gratuito, almuerzos compartidos, descansos para meditación, masajes y paseos en bicicleta.” ¹Un año después, el espacio cerró y en su lugar se instaló Hat Factory, el primer espacio a tiempo completo denominado “coworking space”.

Y entonces el mundo fue testigo del nacimiento de una red de espacios de coworking llamada “Hub”. El primero de ellos surgió en Londres y, desde entonces, se han creado más de 40 espacios en cinco continentes distintos. Se trata de la mayor red de espacios de coworking que existe hoy en día. De Londres volvemos a Estados Unidos, porque en 2007 el término “coworking” fue considerado

¹ <http://coworkingspain.es/magazine/noticias/el-coworking-tiene-su-historia>

como tendencia y empezó a formar parte del discurso de los medios de comunicación norteamericanos. Con el “boom” de esta nueva forma de trabajo, apareció en la versión inglesa de la Wikipedia su propia página. Desde entonces, las grandes capitales mundiales se han ido poco a poco llenando de coworkings. En octubre de 2012, Deskmag cifraba en 2.000 los espacios de trabajo compartido en todo el mundo y, según Work case, actualmente ya son más de 3.000. Por otro lado, recientemente la empresa Emergent Research, dedicada al estudio de tendencias tecnológicas, ha realizado una previsión de los espacios de coworking y vaticina que en el año 2018 habrá 12.000 en todo el mundo.

“Desde que en 1999 DeKoven impulsó el concepto, el coworking ha crecido a pasos inmensos y por todas partes del planeta. No estamos hablando únicamente de una nueva (o no tan nueva ya) forma de trabajar, sino también de una manera diferente de vivir. Hablar, compartir, proponer, ayudar, conectar, unir y progresar son acciones comunes en todos los espacios de coworking, sea de la ciudad que sea y se encuentre en el país que se encuentre; esta es la esencia del coworking, desde el día que se creó hasta hoy.”²

La creación de Giralabs espacio Coworking, proyecto de innovación, está orientado al emprendimiento, a fomentar el desarrollo empresarial y fortalecer falencias en el sector profesional para que tengan visión de empresarios, fomentar empleo y contribuir al desarrollo económico del país, este proyecto hace parte de los 8 objetivos del desarrollo del milenio, tiene relación con el 8 (Ocho) que se basa en establecer alianzas mundiales para fomentar desarrollo en el país, través de reducir la brecha digital y tecnológica, facilitar el acceso a los diferentes canales de conocimiento,

² <http://coworkingspain.es/magazine/noticias/el-coworking-tiene-su-historia>

mejora el proceso de educación e incentivar la población a crecer personal y profesionalmente en pro de una mejor calidad de vida, Contribuyendo a este objetivo “Giralabs” Espacio Coworking ofrecerá apoyo y asesorías en ideas de negocios a aquellas personas que emprendan logrando así un camino de éxito y superación profesional.

En el plan de desarrollo Nacional hay estrategias de fomentar el emprendimiento como:

“Potenciar la contribución la CTI en el desarrollo de iniciativas productivas que contribuyan a reducir las brechas de la población.

Se busca potenciar la contribución de la CTI en el desarrollo de iniciativas empresariales que contribuyan a reducir las brechas de la población, no solo mediante el aumento de los ingresos sino que mejoren el bienestar de las personas. Para lograr a intervención holística desde la política de CTI que contribuya decididamente a alcanzar una Colombia equitativa y sin pobreza, será necesario realizar arreglos institucionales, estratégicos y programáticos que apunten a la acción colectiva de las entidades del Gobierno Nacional que, como el MINCIT, Colciencias, MINTIC y el SENA, tienen a su cargo el diseño e implementación de las políticas de desarrollo social y de CTI. El Gobierno Nacional realizará ejercicios sectoriales de mapeo de iniciativas de CTI, especialmente de iniciativas de innovación social, con miras a fortalecer y replicar aquellas que tengan el potencial de ser escaladas vía política pública o a través de mecanismos de mercado.”³(Plan de desarrollo Nacional, 2014- 2018)

³ Plan de desarrollo Nacional, 2014- 2018

“Promover el desarrollo tecnológico y la innovación como motor de crecimiento empresarial y del emprendimiento

Esta estrategia busca incrementar la demanda de soluciones por parte de empresas, y para ello se trabajará en varios frentes. Primero, incrementar las capacidades tecnológicas de las empresas, sofisticando a través del mejoramiento productivo y la innovación, desde aquellas de bajas capacidades hasta empresas consolidadas y dinámicas.

Segundo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo trabajará en profundizar el financiamiento del emprendimiento y la innovación con el fin de apoyar la creación de nuevas empresas y líneas de negocio. Para ello, se desarrollará la cadena de financiamiento del emprendimiento y la innovación, con la creación de mecanismos de financiación alternativa que se ajusten a las necesidades según su nivel de desarrollo, ambición y potencial. Además, se implementarán y difundirán herramientas de validación temprana en mercados, y mecanismos de incubación y aceleración de proyectos e iniciativas.

Tercero, el Gobierno Nacional buscará mejorar la calidad de la gestión de la innovación en empresas, así como fomentar una cultura empresarial para la innovación. Por lo tanto se acompañará a empresas que buscan ser innovadoras a través de una estrategia creación de capacidades de gestión de la I+D+i que se basa en tres elementos: primero, el impulso a la transformación de las ideas en prototipos construidos desde la perspectiva de las necesidades, oportunidades y problemas del mercado. Segundo, la construcción de vínculos y el intercambio de conocimiento entre empresas. Tercero, acciones que fomenten una cultura empresarial de la innovación, contando con la difusión

de casos de éxito que permitan obtener lecciones aprendidas y disminuyan la percepción de riesgo sobre la inversión en CT+I.

Cuarto, con el fin de contar con una base empresarial innovadora amplia, el Gobierno Nacional realizará un ajuste normativo a los beneficios tributarios orientado a incluir la posibilidad de financiar innovación, eliminar el requisito de realizar proyectos exclusivamente a través de grupos de investigación, y permitir la emisión de créditos fiscales para pymes que accedan al instrumento. Para complementar este esfuerzo, Colciencias realizará acciones administrativas para un uso amplio de los beneficio tributarios para desarrollar proyectos de CT+I.” (Plan de desarrollo Nacional, 2014-2018)

Actualmente en Girardot y en la región del alto Magdalena no se ha establecido un coworking como tal, por lo tanto no existe competencia directa. Sin embargo en otras ciudades de Colombia existen coworking constituidos como:

❖ **HubBOG: “el pionero.** HubBog fue el primer espacio de coworking que se estableció en Colombia. Con solo tres años de funcionamiento ya figura entre uno de los 11 mejores de Latinoamérica, según el ranking publicado por The Next Web en 2013. Además del coworking, desarrolla actividades de aceleración, academia, mentoría e inversión. Por su espacio han pasado más de 80 empresas nacionales e internacionales y entre sus planes está la expansión hacia varias capitales latinoamericanas.”⁴

⁴ <http://www.nubelo.com/blog/lo-mejor-del-coworking-colombiano/>

❖ **AtomHouse: “el más incluyente.** Una novedosa y dinámica comunidad, con una atractiva oferta de coworking. Además de que tiene algunos de los precios más favorables del mercado, ofrece sus servicios las 24 horas del día con meriendas y bebidas ilimitadas incluidas. La “Hacker house” es otra de las ventajas de este sitio. Se trata de un lugar dotado de dormitorios, duchas y espacios para relajarse y entretenerse. Se ubica muy cerca de la zona financiera más tradicional de Bogotá.”⁵

❖ **Zona E: con respaldo gremial.** Este espacio es fruto de la iniciativa de varios empresarios agrupados en la Asociación Nacional de Industriales –ANDI- uno de los gremios más prestigiosos de Colombia. Su propósito es fortalecer el ecosistema de emprendimiento, otorgando a sus miembros un espacio físico acogedor y adecuado, capacitaciones y mentorías. Tienen servicio gratuito de impresión y fotocopias.

❖ **Espacio: en la ciudad de la innovación.** Este espacio de trabajo compartido está ubicado en el centro de Medellín, la ciudad más innovadora de Colombia. Tiene una interesante oferta de servicios que incluyen asesoría gratuita en relaciones públicas. También tienen un diseñador de medio tiempo al que todos los miembros pueden acudir si lo necesitan. Por si fuera poco, ofrecen un plan de asesoría en mercadeo y promueven la construcción de una comunidad de conocimiento. Sus precios son sumamente favorables.

❖ **Tequendama: a las puertas del Pacífico.** “En el suroccidente de Colombia, mirando al Pacífico, encontramos el Coworking Tequendama. Es un espacio muy amigable que busca brindar

⁵ <http://www.nubelo.com/blog/lo-mejor-del-coworking-colombiano/>

todas las comodidades para trabajar a los freelancers y nómadas digitales. Está ubicado al sur de Cali y ofrece varias posibilidades que incluyen espacios privados y compartidos, además de sala de conferencias y oficina virtual. Tiene planes diarios o mensuales, con costos bastante competitivos.”⁶

2.2 Marco Conceptual

BOOTCAMP. Evento donde un grupo de emprendedores se reúnen un fin de semana, o durante cinco días, para presentar una idea de negocio. Mezclarse en equipos y presentar finalmente un proyecto que podría transformarse después en una sociedad de empresa.

CONOCIMIENTO. Es la capacidad del hombre para comprender por medio de la razón la naturaleza, cualidades y relaciones de las cosas.

COWORKING. Es una nueva tendencia destinada a trabajadores freelance, quienes trabajan en sus casas o lugares públicos, que intenta nuclearlos en un espacio de trabajo compartido (con características similares a las de un café) en donde se fomenta la colaboración, la comunidad y el networking

CTI. Sigla de Ciencia, Tecnología e Innovación.

⁶ <http://www.nubelo.com/blog/lo-mejor-del-coworking-colombiano/>

EMPRENDEDOR. Es una persona que tiene una idea de negocio y que la percibe como una oportunidad que le ofrece el mercado y que ha tenido la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos a fin de ir al encuentro de nuevas ideas.

EMPRENDIMIENTO. Suele ser un proyecto que se desarrolla con esfuerzo y haciendo frente a diversas dificultades, con la resolución de llegar a un determinado punto.

EMPRESARIO. Aquella persona que, de forma individual o colectiva, fija los objetivos y toma las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asume la responsabilidad tanto comercial como legal frente a terceros.

EXPERIENCIA. La forma de conocimiento que se produce a partir de estas vivencias u observaciones.

IDEA. Representación mental que surge a partir del razonamiento o de la imaginación de una persona. Está considerada como el acto más básico del entendimiento, al contemplar la mera acción de conocer algo.

INNOVACIÓN. Cambio que introduce alguna novedad o varias en un ámbito, un contexto o producto.

MINCIT: Sigla de Ministerio de Comercio Industria y Turismo.

MINTIC: Sigla de Ministerio de Tecnología de Información y las comunicaciones.

NEGOCIO. Es una operación de cierta complejidad, relacionada con los procesos de producción, distribución y venta de servicios y bienes, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades de los compradores y beneficiando, a su vez, a los vendedores.

NETWORKING. Es una forma de ampliar nuestra red de contactos y detectar potenciales clientes o colaboradores.

POTENCIAR. Comunicar fuerza o energía a una cosa.

PROFESIONAL. Quien ejerce una profesión (un empleo o trabajo que requiere de conocimientos formales y especializados).

PROYECTO. Conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo.

STARTUP WEEKEND. Evento que se lleva a cabo durante un único fin de semana, en el que se pretende que los participantes desarrollen una idea innovadora para que en tan sólo 54 horas pueda convertirse en realidad.

TALENTO. Capacidad para ejercer una cierta ocupación o para desempeñar una actividad.

TECNOLOGÍA. Conjunto de conocimientos técnicos, científicamente ordenados, que permiten diseñar, crear bienes, servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de la humanidad.

2.3 Marco Temporal

El presente proyecto se formula en los meses comprendidos entre Abril y Diciembre del año 2015, en la ciudad de Girardot, Cundinamarca.

2.4 Marco Legal

Giralabs se constituirá como una empresa Sociedad por Acciones simplificadas; la cual según el acto constitutivo de la sociedad está definida por: LEY 1258 DE 2008.

No podrá constituirse con menos de cinco (5) accionistas. . (Art 343 c.c.)

- ❖ El capital de la sociedad ésta representado por títulos de igual valor.

- ❖ Los socios gestores podrán realizar aportes de industria, pero éste no forma parte del capital social. Al constituirse la sociedad, es preciso que se suscriba por lo menos el cincuenta por ciento de las acciones en que se divide el capital autorizado y pagarse por lo menos la tercera parte del valor de cada acción que se suscriba.

- ❖ El plazo para el pago total del capital no podrá exceder de un año contado a partir de la fecha de la suscripción.

- ❖ Debe siempre enunciarse el capital autorizado, el suscrito y el pagado. Así mismo al indicarse el capital suscrito debe mencionarse el pagado.

❖ Las reformas estatutarias, salvo estipulación en contrario, se aprueban con el voto unánime de los socios colectivos o gestores y por la mayoría de votos de las acciones de los comanditarios.

❖ Debe tener una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, la cual se forma con el diez por ciento de las utilidades liquidadas de cada ejercicio.

❖ Además de las causales generales de disolución, también se disuelve cuando en la compañía ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto a menos del cincuenta por ciento del capital suscrito

2.4.1 Trámites para la constitución de la empresa.

Según la legislación colombiana se constituye realizando los siguientes tramites;

- ❖ Reunir los socios para constituir la empresa.
- ❖ Verificar en cámara y comercio, que no exista un nombre o razón social, similar al del establecimiento de comercio.
- ❖ Elaborar minuta de constitución y presentarla en la notaria. Con los siguientes datos: nombre o razón social, clase de sociedad y socios, nacionalidad, duración, domicilio, aportes de capital, representante legal, distribución de utilidades, causales de disolución, otros.

- ❖ Obtener la escritura pública autenticada en la notaría.
- ❖ Registro RUT (Trámite DIAN)
- ❖ Matricular la sociedad en el registro mercantil de la cámara de comercio
- ❖ Registrar los libros de contabilidad en la cámara de Comercio.
- ❖ Obtener el certificado de existencia y representación legal.
- ❖ Renovar anualmente antes del 31 de marzo, su matrícula mercantil y de establecimiento de comercio.

Ley 1429/2010 y sus decretos reglamentarios 454/2011 y 489/2013, son la base legal del funcionamiento de las empresas en Colombia.

En la legislación colombiana se encuentran leyes, decretos, resoluciones y circulares que promocionan las micro, pequeñas y medianas empresas, así como la cultura del emprendimiento y demás disposiciones que regulan el sector empresaria

2.4.2 Ley de emprendimiento.

La ley 1014 del 26 de enero del 2006, busca fomentar LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, promoviendo el espíritu emprendedor entre los estudiantes, egresados y

público en general y hacer de estas personas capacitadas para innovar, desarrollar bienes tangibles o intangibles a través de la consolidación de empresas.

La ley de emprendimiento tiene como principios fundamentales, la formación integral del ser humano, fortalecimiento de procesos de trabajo productivo, promover la asociatividad, desarrollar la personalidad y apoyar los procesos de emprendimiento sostenibles de carácter: social, cultural, ambiental, regional e internacional.

2.4.3 Qué pretende la ley.

- ❖ Promover el espíritu emprendedor.
- ❖ Desarrollar y fomentar la cultura emprendedora.
- ❖ Que Colombia tenga emprendedores con ideas de negocios exitosas.
- ❖ Crear un vínculo entre el sistema educativo, la empresa, el estado y el emprendimiento.
- ❖ Generar empresas competidoras y reconocidas en el mercado nacional e internacional.
- ❖ Promover la innovación y la creatividad.
- ❖ Fortalecer las unidades productivas existentes.

2.4.4 Compromisos del gobierno.

- ❖ Promover y garantizar el vínculo entre el sistema educativo, la empresa y el emprendimiento.

- ❖ Designar recursos monetarios públicos, físicos y humanos a través del ministerio de comercio, industria y turismo para apoyar las redes de emprendimiento.

- ❖ Buscar acuerdos con las instituciones financieras para apoyar a los nuevos emprendedores.

- ❖ Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas que apoyen las ideas de negocios.

- ❖ Establecer fondos a través de los planes semilla y de capital de riesgo para apoyar nuevos emprendedores.

2.4.5 Que son las redes de emprendimiento.

- ❖ La red de emprendimiento nacional está conformada por quince (15) instituciones públicas y privadas como lo son: Los Ministerios, SENA, Colciencias. FENALCO, ACOPI, Planeación Nacional y otras fundaciones que apoyan la cultura del emprendimiento como las Cajas de Compensación Familiar.

- ❖ Existen también la red regional para el emprendimiento adscritas a las gobernaciones departamentales como: la Secretaria de Productividad y Competitividad en Antioquia, Cámara de Comercio. Las alcaldías a través de la Secretaria de Desarrollo Social y otras instituciones.

2.4.6 *Cómo se fomenta la cultura de emprendimiento en Colombia.*

- ❖ Con la enseñanza obligatoria del emprendimiento desde el preescolar hasta la universidad.

- ❖ Creando sistemas de comunicación y orientación profesional en convenio con el SENA, ICFES y COLCIENCIAS.

- ❖ Estructurando formadores emprendedores.

- ❖ Con programas de acompañamiento para la consolidación de empresas a través de actividades como asesorías, plan padrino y otras.

- ❖ Generando programas de comunicación y promoción hacia la cultura emprendedora.

- ❖ Promocionando espacios para la asociatividad y generación de redes como: Los Prodes (Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial) coordinados por ACOPI, alianzas estratégicas entre empresas de un mismo sector económico, los CLUSTER (Concentración geográfica de empresas e instituciones especializadas y complementarias de actividades relacionadas)

- ❖ Defendiendo la cultura del emprendimiento, con estrategias de posicionamiento a través de los medios de comunicación y los centros educativos

2.4.7 *Regulaciones Gubernamentales.*

Ley 1429/2010 y sus decretos reglamentarios 454/2011 y 489/2013, son la base legal del funcionamiento de las empresas en Colombia.

En la legislación colombiana se encuentran leyes, decretos, resoluciones y circulares que promocionan las micro, pequeñas y medianas empresas, así como la cultura del emprendimiento y demás disposiciones que regulan el sector empresarial

2.4.8 *Leyes.*

Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 1116 de 2006. Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.

Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000. Publicada en el Diario Oficial No. 45.628. Marco normativo de la Promoción de la Mipyme en Colombia.

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de los micros, pequeñas y medianas empresa.

Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo.

Ley 1258 de 2008. Por la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).

Ley 1116 de 2006. Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 962 de 2005. Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.

2.4.9 Decretos.

Decreto 3820 de 2008. Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las cámaras de comercio en los programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones.

Decreto 4233 de 2004. Por medio del cual se otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mi pymes en el 2004.

Decreto 1780 de 2003. Por medio del cual se crea el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mi pymes.

3. METODOLOGIA

3.1 Diseño Metodológico de la Investigación

3.1.1 Investigación de Mercado.

“Recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. Se trata, en definitiva, de una potente herramienta, que permite a la empresa obtener la información necesaria para establecer las diferentes políticas, objetivos, planes y estrategias más adecuadas a sus intereses.”⁷

3.1.1.1 Investigación Descriptiva.

Se aplicarán tres modelos de encuesta (Ver anexos A, B, C) a la población objeto de estudio; egresados de las diferentes universidades de formación profesional en administración de empresas, administración ambiental, contaduría pública, Ingeniería financiera e ingeniería de sistemas, emprendedores que han participado en diferentes eventos de emprendimiento y propietarios de Pymes de la ciudad de Girardot especializados en tecnología, alojamiento en hoteles y aparta hoteles, dedicadas al desarrollo de sistemas informáticos y de consultoría informática, procesamiento de

⁷ <http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>

datos, portales web y publicidad, diseño y fotografía para obtener la información primaria necesaria e identificar la situación actual, comportamiento, características relevantes.

3.1.1.2 *Método de la Investigación.*

Para determinar el análisis del estudio de la investigación se hará uso del método cuantitativo, ya que ofrece una información concreta y concisa sobre la situación problemática objeto de estudio en el presente documento.

“La metodología cuantitativa permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística, se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya naturaleza sea lineal. Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y qué tipo de incidencia existe entre sus elementos”⁸

3.1.1.3 *Población y Muestra.*

3.1.1.3.1 Segmentación del Mercado.

Se identificaron tres segmentos de mercado y las características relevantes de los posibles usuarios de un espacio Coworking, como el egresado de las universidades de la ciudad, el propietario

⁸ <https://sites.google.com/site/51300008metodologia/caracteristicas-cualitativa-cuantitativa>

de las pymes, y el joven emprendedor que está en vías de elaborar y por qué no implementar un plan de negocios.

3.1.1.3.2 Tamaño del Universo.

El universo muestral está dirigido a las diferentes universidades de la ciudad de Girardot, Emprendedores y Pymes.

Tabla 1. *Población segmento de mercado*

Tipo de población	Descripción	Cantidad
Empresarios	Propietarios de pymes con actividades económicas de comercio de dispositivos tecnológicos, establecimientos especializados en tecnología, alojamiento de hoteles y similares, dedicada al desarrollo de sistemas informáticos y de consultoría informática, procesamiento de datos, portales web y publicidad, diseño y fotografía,	297
Emprendedores	Personas que desean desarrollar tareas de emprendimiento, con espíritu emprendedor e iniciativa de generación de nuevas ideas.	304
Profesionales	Egresados de las carreras de administración de empresas, ingeniería ambiental, comunicación social, Ingeniería de sistemas, Ingeniería financiera y contaduría pública.	870

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

3.1.1.4 *Tipo de Muestreo.*

3.1.1.4.1 Muestreo probabilístico.

“Técnica de muestreo en virtud de la cual las muestras son recogidas en un proceso que brinda a todos los individuos de la población las mismas oportunidades de ser seleccionados.”⁹

Se tomó la información suministrada por la cámara de comercio de Girardot, con última actualización en febrero de 2015, en la cual se filtró por Pymes ubicadas en la ciudad de Girardot, teniendo en cuenta las actividades económicas comercio de dispositivos tecnológicos, establecimientos especializados en tecnología, alojamiento en hoteles y aparta hoteles, dedicadas al desarrollo de sistemas informáticos y de consultoría informática, procesamiento de datos, portales web y publicidad, diseño y fotografía , determinando un total de 297 pymes en la ciudad de las cuales se halló la muestra con un nivel de confianza del 90% y un error de muestra del 10%, y nos arrojó como resultado aplicar 56 encuestas.

Para recolectar la información de emprendedores se averiguó con el ministerio de ciencia, tecnología e innovación y app.com que son las empresas promotoras de emprendimiento actualmente en Colombia acerca de información sobre el número de emprendedores en la ciudad de Girardot y facilitó las bases de datos de los asistentes a los tres eventos realizados sobre emprendimiento, los cuales fueron el startup weekend Girardot 2014 donde asistieron 106 personas, el bootcamp 2014 donde asistieron 109 personas y startup weekend Girardot 2015 donde asistieron 115 personas, estos

⁹ <https://explorable.com/es/muestreo-probabilistico>

eventos de emprendimiento han sido apoyados por la Gobernación de Cundinamarca y la entidad que ha facilitado los medios para que se desarrollen en la ciudad ha sido la universidad Minuto de Dios, entidad educativa que cuenta con unidad de emprendimiento y actualmente promueve emprendimiento pero aún no cuentan con la infraestructura para desarrollarlo. Esta información se filtró con el fin de conocer la población total la cual fue 304 emprendedores, se halló la muestra con un nivel de confianza del 90% y un error de muestra del 10%, y nos arrojó como resultado aplicar 56 encuestas.

Para recolectar la información de profesionales se visitaron las diferentes universidades de la ciudad que ofrecen los programas Administración de empresas, Ingeniería ambiental, Comunicación social, Ingeniería de sistemas, Ingeniería financiera y contaduría pública, información que se consolidó y nos arrojó un total de 870 egresados, se halló la muestra con un nivel de confianza del 90% y un error de muestra del 10%, y dio como resultado aplicar 64 encuestas

FORMULA PARA HALLAR TAMAÑO DE LA MUESTRA	
$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$	
MUESTRA EMPRESARIOS	
NIVEL DE ERROR (e)	0,1
TAMAÑO DE LA POBLACION (N)	297
DESVIACION ESTANDAR DE LA POBLACION	0,5
NIVEL DE CONFIANZA (N)	1,65
TOTAL MUESTRA A REALIZAR (n)	56
$n = \frac{297 \cdot 0,5^2 \cdot 1,65^2}{0,10^2 (297 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,65^2}$ $n = \frac{297 \cdot 0,25 \cdot 2,72}{0,01 (296) + 0,25 \cdot 2,72} = \frac{201,96}{3,64} = 55,48$	
MUESTRA EMPRENDEDORES	
NIVEL DE ERROR (e)	0,1
TAMAÑO DE LA POBLACION (N)	304
DESVIACION ESTANDAR DE LA POBLACION	0,5
NIVEL DE CONFIANZA (N)	1,65
TOTAL MUESTRA A REALIZAR (n)	56
$n = \frac{304 \cdot 0,5^2 \cdot 1,65^2}{0,10^2 (304 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,65^2}$ $n = \frac{304 \cdot 0,25 \cdot 2,72}{0,01 (303) + 0,25 \cdot 2,72} = \frac{206,726}{3,71} = 55,71$	
MUESTRA PROFESIONALES	
NIVEL DE ERROR (e)	0,1
TAMAÑO DE LA POBLACION (N)	870
DESVIACION ESTANDAR DE LA POBLACION	0,5
NIVEL DE CONFIANZA (N)	1,65
TOTAL MUESTRA A REALIZAR (n)	64
$n = \frac{870 \cdot 0,5^2 \cdot 1,65^2}{0,10^2 (870 - 1) + 0,5^2 \cdot 1,65^2}$ $n = \frac{870 \cdot 0,25 \cdot 2,72}{0,01 (869) + 0,25 \cdot 2,72} = \frac{591,6}{0,37} = 63,13$	

Figura 2. Procesos para hallar el tamaño de la muestra
Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

3.1.1.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.1.1.5.1 Técnicas para la recolección de datos.

Es la forma de cómo se obtiene la información para realizar el estudio de mercado, como son las fuentes primarias y secundarias.

a. Fuentes Primarias; Se consideran fuentes primarias a la información que se obtiene a través de la realización de las encuestas personales a propietarios de pymes dedicadas al comercio de dispositivos tecnológicos, diseño de páginas web. Publicidad, turismo y alojamiento, asesoría en

tecnología y fotografías, que desean implementar mejoras a sus empresas mejorando la rentabilidad y buen posicionamiento de su negocio. Profesionales egresados de las universidades de la ciudad de Girardot, en las carreras de administración de empresas, ambiental, contaduría pública, ingeniería financiera y sistemas que les guste el emprendimiento, la innovación y tengan en sus planes crear su propia empresa y jóvenes emprendedores que tengan intención de realizar tareas emprendedoras, que tiene en planes crear su propio modelo de negocio para trabajar de manera independiente. (Ver anexo A,B, C, D)

b. Fuentes Secundarias; Se consideran los medios utilizados para obtener información de apoyo al proceso de estudio de mercado.

- ❖ Información de Internet
- ❖ Universidades de la Ciudad de Girardot (centros de investigación y emprendimiento)
- ❖ Datos cámara de comercio de Girardot
- ❖ Planes de desarrollo nacional, departamental y municipal de apoyo a emprendimiento
- ❖ Base de datos de Startup Weekend y Bootcamp realizados en la ciudad.
- ❖ Casa de la cultura de Girardot.

3.1.1.6 Instrumentos de Recolección.

El instrumento que se diseñó y se aplicara en el trabajo de campo es un modelo de encuesta, la cual nos permitirá obtener información de la situación actual. (Ver anexo A, B, C)

3.1.2 Estudio Técnico

Se analizarán aspectos básicos que permitan determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto, en cuanto localización se analizan algunos factores considerando definitivos en la precisión de la dimensión y sitio del proyecto.

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se considerará a la capacidad diseñada, instalada y utilizada.

Para la ubicación del proyecto, es necesario evaluar una serie de aspectos que afectan de una u otra forma su localización mediante mecanismos que permitan darle una cuantificación y escoger el que se acerque a lo más óptimo.

El estudio de ingeniería abarca la descripción técnica del servicio, sus procesos y requerimientos de equipos, muebles y oficinas necesarias para la prestación del servicio.

3.1.3 Diseño Administrativo

De acuerdo al tamaño del proyecto se define la estructura organizacional y a la vez se definen las funciones, asignación de responsabilidades, canales de comunicación y delimitación de autoridad. También es importante mencionar cuáles serán sus condiciones de trabajo, en cuanto salario, beneficios, lugar de trabajo físico y otras características que son de interés para el personal que desee ser parte del coworking.

3.1.4 Aspectos Legales y Financieros

Giralabs espacio coworking se constituirá como una SAS teniendo en cuenta los trámites necesarios, normas y requerimientos de la legislación colombiana para la constitución de empresa, su financiamiento está sujeta a la búsqueda de inversionistas que deseen hacer parte de este proyecto.

3.2 Cronograma de Actividades

Tabla 2. Cronograma

NOMBRE DEL PROYECTO				ESPACIO COWORKING EN LA CIUDAD DE GIRARDOT														CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																				
DURACIÓN DE LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO EN MESES				14 MESES																																		
N°	FASES DEL PROYECTO	DESCRIPCION	ACTIVIDADES	ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMB		OCTUBRE		NOVIEMBR		DICIEMBRE		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO						
				01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31	01 AL 15	16 AL 31					
1	PRE INVERSION	Planteamiento del problema	Definir como se haria la creacion de un espacio coworking	■																																		
2		Descripción de la situación problemática	Recoleccion de informacion		■																																	
3		Formulación del problema	Definir el area de influencia			■																																
4		Objetivos	General y especificos				■																															
5		Justificación	Definir la razon de nuestro trabajo					■																														
6		Marco referencial	Marco teorico, conceptual, temporal y legal						■																													
7		Metodología	Recopilación de informacion y realizacion de encuestas							■																												
8		Estudio de Mercados	Clasificación del proyecto, analisis del sector, segmento del mercado y mercado competidor								■																											
9		Plan de mercado	Diseño de marketing									■																										
10		Estudio Organizacional	Organgrama y constitucion de la empresa										■																									
11		DOFA	Análisis interno y externo											■																								
12		Estudio legal	Análisis del sector a influir												■																							
13		Estudio financiero	Análisis de perdidas o ganancias													■																						
14		Evaluación financiera del proyecto	Rentabilidad														■																					
15		Aspectos ambientales del proyecto	Impacto ambiental															■																				
16		Estudio de desastres y/o riesgos del Proyecto	Análisis del impacto																■																			
17		Impactos Económicos y Social del Proyecto	Aceptamiento ante al proyecto																	■																		
18		Entregar el trabajo	Entrega de trabajo - anexos																			■																
19		Sustentación de trabajo	Defensa del proyecto																				■															
20	INVERSION	Implantación del proyecto	Desarrollo de las ideas y metas del proyecto																																			
21		Cronograma de inversiones y de trabajo	Comprar lo presupuestado y ejecutado																																			
22		Implementación de tecnología	Que sea optima para el desarrollo del recurso humano.																																			
23	OPERACIÓN	Institucionalización del proyecto																																				
24		Implementación del servicio	Cubrimiento de la necesidad																																			
25		Imprevistos	Estar atento a los cambios financieros y de tiempo, a la calidad, los impactos socioeconómicos y ambientales. No se debe permitir desviaciones por obsolescencia de equipos. Constante retroalimentación en cada una de las etapas del ciclo de vida del proyecto.																																			
26		Retroalimentación																																				
27	EVALUACION	Diagnostico y control	Permitir que las partes interesadas en el proyecto reciban una medición de su calidad y cumplimiento de sus requerimientos.																																			

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1 Estructura económica del mercado

4.1.1 Clasificación del Proyecto.

El proyecto es Clasificado bajo las siguientes características;



Figura 3. Clasificación

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

❖ Tipo de mercado. El tipo de mercado es Oligopolio, Puesto que a nivel nacional existe un reducido número de oferentes de este tipo de servicios y en la ciudad de Girardot lugar a desarrollar el proyecto la creación de un espacio Coworking “Giralabs” no existe actualmente un coworking.

La siguiente línea de tiempo permite conocer la evolución que ha tenido los espacios coworking a nivel mundial.



Figura 4. Línea del Tiempo

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

4.1.2 Definición del servicio.

Giralabs ofrece el servicio de alquiler de espacios colaborativos como son: puestos de coworking, oficinas vip, internet, sala de reunión (aires acondicionados), auditorio, material Audiovisual (proyector de video, pantalla, pizarras), equipos Informáticos (Impresoras, fotocopadoras), recepción de correspondencia y mensajería, parqueadero, asesorías, capacitaciones para fomentar sinergias y llamadas telefónica para profesionales, emprendedores y propietarios de pymes que deseen acceder a mejores oportunidades en el mundo laboral y empresarial para obtener así mejores resultados con sus negocios.

El objetivo del coworking es permitirles a los asistentes estar en un espacio totalmente acondicionado, agradable en el que puedan trabajar en sus proyectos a la vez que se relacionan con otros emprendedores e interactúan con expertos si lo desean, y a la vez se ofrece la posibilidad a los profesionales que amplíen relaciones interpersonales y tengan oportunidad de vincularse laboralmente, estos servicios los pueden adquirir mediante venta directa, a través de la

página corporativa (www.giralabs.com) y línea telefónica, los servicios se ofrecen en diferentes tipos de planes muy completos, los cuales se clasifican en diarios, semanales, mensuales con costos asequibles en horarios 8:00 a 12: 00 m y 2:00 a 6:00 p.m, atendido por personas altamente capacitadas en temas de emprendimiento y potenciar modelos de negocio, y servicios que se pueden adquirir adicionalmente como el alquiler de la sala de reuniones, el auditorio, y los encuentros mensuales de emprendimiento.

Actualmente Girardot no cuenta con un espacio coworking establecido por lo tanto no se cuenta con competencia directa, pero existen entidades como la cámara de Comercio, la gobernación de Cundinamarca, la Universidad Minuto de Dios, Net Masters, el Min Tic que apoyan el emprendimiento generando eventos para incentivar y potenciar conocimientos.

Espacios Colaborativos. Espacios de trabajo colaborativo y oficinas vip ubicadas estratégicamente para gestionar clientes de manera efectiva, gozando además de los beneficios del coworking.

Academia: A través de esta unidad de negocios se ofrecen talleres, cursos, seminarios y conferencias sobre temas de negocios, marketing, finanzas, innovación y otros temas de gran interés para los empresarios de la región. Esta oferta de capacitación está orientada hacia el logro de objetivos concretos que le permitan al emprendedor optimizar sus modelos de negocios, llegar a más clientes y aumentar sus ingresos.

Giralabs es el lugar ideal para hacer y desarrollar negocios en Girardot. Dentro de Giralabs se gestarán las innovaciones y emprendimientos de alto impacto que afronten de manera efectiva los problemas y necesidades de la ciudad.

GOLD

Paquete para ingreso mensual 192 Horas, con acceso a oficina vip cada una cuenta con café, agua, aire acondicionado, wifi y excelente iluminación. Este paquete cuenta con 500 impresiones o fotocopias en el mes, servicio de scanner, 100 minutos de llamadas locales, recepción de correspondencia, parqueadero, acceso a sala de reuniones y terraza de esparcimiento. Servicios adicionales como acceso a charlas mensuales, descuentos en cursos y talleres y acceso al auditorio.

SILVER

Paquete para ingreso semanal con un horario de 8:00 am a 6:00 pm 48 horas con acceso a espacios colaborativos con aire acondicionado, cuenta con café, agua, wifi y excelente iluminación. Este paquete cuenta con 200 impresiones o fotocopias o scanner en la semana, 20 minutos de llamadas locales, casilleros y acceso a terraza de esparcimiento. Se ofrecen servicios por costos adicionales como Oficina Vip, sala de reuniones, recepción de correspondencia, parqueadero, auditorio.

BRONZE

Paquete para ingreso diario con un horario de 8:00 am a 6:00 pm con acceso a espacios colaborativos con ventilador cuenta con café, agua, wifi y excelente iluminación y acceso a la terraza de esparcimiento, puede adquirir servicios adicionales como scanner, impresiones, fotocopias, casilleros, oficina vip, sala de reuniones, llamadas locales, recepción de correspondencia, talleres, acceso al auditorio, parqueadero

❖ Servicio Básico: Alquiler de espacios colaborativos y capacitación orientada al logro de objetivos empresariales que permitan acceder a mejores oportunidades en el mundo laboral y corporativo que quieren obtener mejores resultados con sus negocios.

❖ Servicio Real: Giralabs ofrece el servicio de potenciar sus talentos para acceder a mejores oportunidades en el mundo laboral, empresarial, a empresas y empresarios que quieren obtener mejores resultados y rentabilidad con sus negocios; se ofrecen a través de dos unidades de negocios, alquiler de oficinas colaborativas y academia, con el apoyo de excelentes profesionales, a costos asequibles, ofreciendo satisfacción, excelencia y comodidad.

❖ Servicio Esperado: Que el servicio ofrecido sea eficiente, excelente, profesionalmente reconocido y se desarrollen emprendimientos de potencial nacional e internacional.

❖ Servicio Aumentado: Brindar asesorías, espacios cómodos y confortables, además brindar procesos de garantías frente al desarrollo de las diferentes modelos de negocios.

- ❖ Servicio Potencial: Entrega del servicio en la ciudad de Girardot donde se ubicara Giralabs, y posteriormente realizar alianzas con otros espacios coworking para permitir ampliar nuestra red y la de nuestros clientes a nivel nacional e internacional.

4.2 Estudio y proyección de la demanda del servicio

La orientación de los esfuerzos dentro del proyecto es dar a conocer a la población general las características de un centro de Coworking, identificando las características comunes de los integradores, estos se identificaron como;

- ❖ El empresario; Propietarios de Pymes en Girardot que se dediquen a la actividad económica de prestación de servicios de Hotelería y Turismo, publicidad y diseño gráfico, comercialización de dispositivos tecnológicos.

- ❖ Profesionales; Personas egresadas de las universidades de Girardot, en las carreras de Administración de empresas, Administración ambiental, Hotelería y Turismo, Ingeniería de Sistemas y Financiera, Contaduría, Comunicación social.

- ❖ Emprendedores; Jóvenes que tengan la intención de realizar tareas emprendedoras.

Necesidades a satisfacer. De la información anteriormente referenciada podemos determinar que todos los mercados están compuestos por una serie de segmentos de consumidores que tienen entre ellos características comunes identificadas por medio de un modelo de encuesta aplicada donde se identificó la siguiente información:

Geográfico: Empresarios, profesionales y emprendedores de la ciudad de Girardot y a su vez con área de influencia de la región del alto Magdalena.

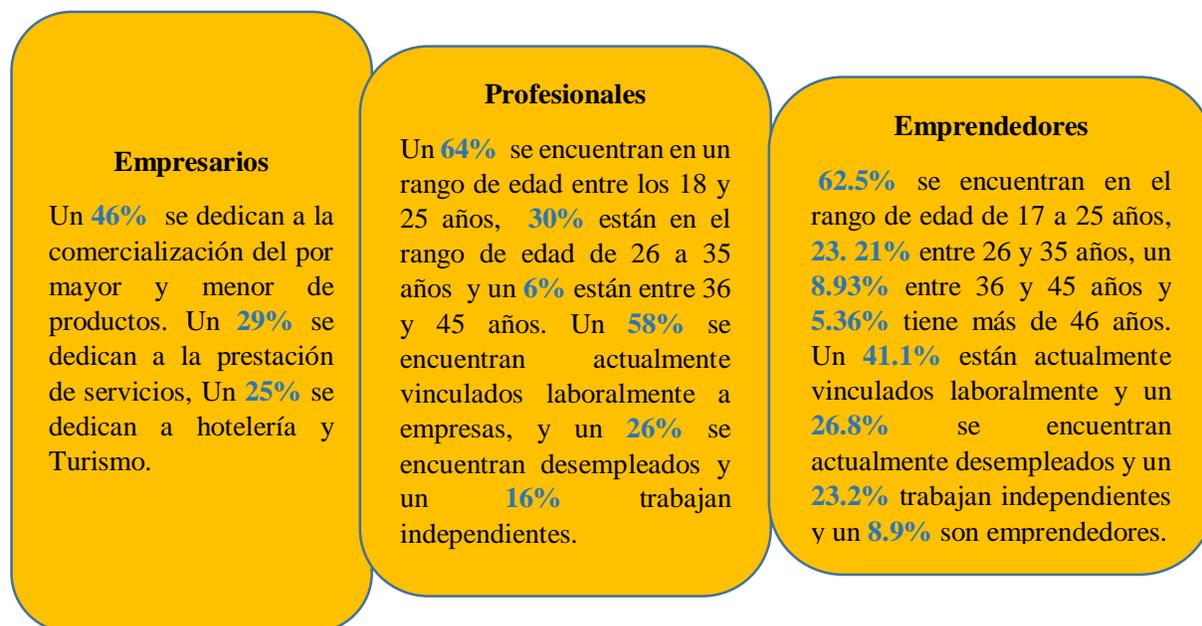


Figura 5. Característica Psicológica

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

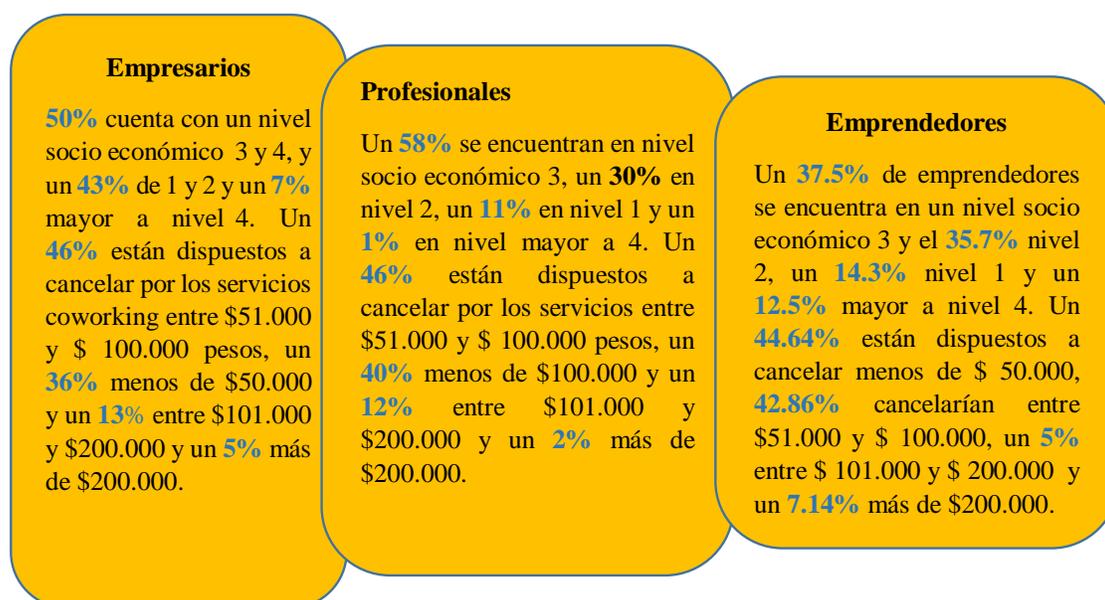


Figura 6. Característica Económica

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

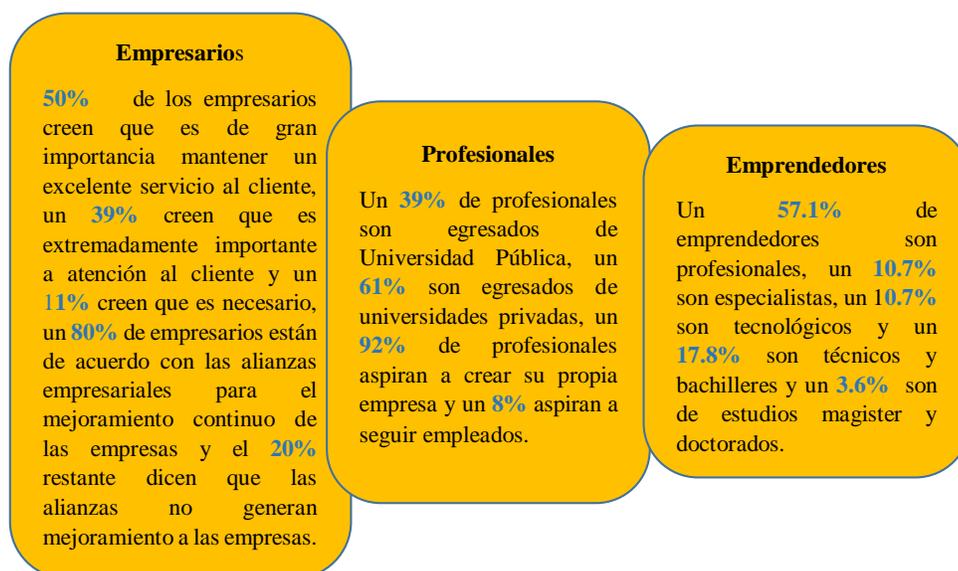


Figura 7. Característica Cultural

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Para determinar el segmento de mercado se aplicó una prueba piloto de tipo aleatoria para definir las diferentes características e identificar como se deben orientar los esfuerzos en la satisfacción de la necesidad.

Tabla 3. Proyección demanda del servicio

Servicio	Unidad	Total de puestos disponibles (día)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Servicio Gold	Puesto	15	64	120	156	180	180	180	180	180	180	180
Servicio Silver	Puesto	40	160	312	420	480	480	480	480	480	480	480
Servicio Bronce	Puesto	60	240	456	636	720	720	720	720	720	720	720
Alquiler de Auditorio	Horas	8	480	960	1200	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440
Alquiler sala de reuniones o juntas	Horas	4	320	720	960	960	960	960	960	960	960	960
Encuentros de emprendimientos	N/A	N/A	560	840	840	960	960	960	960	960	960	960
PORCENTAJE UTILIZADO			50%	64%	88%	%	%	%	%	%	%	%

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Esta proyección se realizó teniendo en cuenta las encuestas, donde la mayoría de los encuestados manifiestan que están interesados en adquirir y pagar por los servicios del coworking. Se estimó que para el año 2016 no se realizan ventas por que están en la etapa de construcción del lugar, para el año 2017 se proyecta vender el 50% de los espacios ya que en actualmente en la ciudad no existe un espacio coworking y el mercado está a la espera de la apertura de un lugar como este. Además el emprendimiento es una tendencia que va en aumento y garantizara que día a día crezca el número de interesados. Se implementaran estrategias de marketing para atraer nuevos clientes y fidelizar los existentes mediante la calidad del servicio y así aumentar a un 64% en el año 2018 las ventas y en el año 2019 aumente a un 88% de acuerdo a que ya se ha logrado posicionar en el mercado y obtener good will y a partir del cuarto año que es 2020 sea un 100% de ventas.

4.3 Estudio de la Oferta

4.3.1 Características.

Giralabs Coworking va a ofrecer espacios de trabajo a un precio asequible donde personas emprendedoras, profesionales y empresarios puedan llevar a cabo reuniones de negocio, potenciar sus conocimientos, compartir ideas con otras personas, evitar inconvenientes y aislamiento de trabajar solo en casa.

El servicio que presta Giralabs es de tipo inmobiliario donde se les subarriendan espacio de trabajo a personas que se desempeñen de manera Free lance o para aquellas que estén comenzando con su emprendimiento, por lo que ambas requieren un espacio de trabajo acorde a

las necesidades. En base a estas últimas, se ha generado una cartera de productos que las atiende e intenta dar respuesta.

Este espacio presentará dos áreas de trabajo, una con formato comunitario y la otra más personalizada o vip. La comunitaria presenta características propias de un coworking, donde las personas trabajaran o se desempeñaran en un espacio común, el cual estará acondicionado para que cada uno labore de la forma óptima, teniendo su asiento individual, con la correcta iluminación y una decoración vanguardista, la que los hará sentir cómodos y con las ganas de poder desarrollar sus propios emprendimientos. El espacio denominado vip poseerá su espacio de trabajo personalizado, vale decir una oficina aislada de los espacios comunitarios, pero dentro del mismo recinto, por ende igual deberá compartir si o si con el resto de las personas que asisten a este coworking, esto porque existen espacios que son comunes, como por ejemplo; los baños, espacios de distracción, la cocina, sala de reuniones, acceso principal, entre otros. Esto con la finalidad de no perder la esencia del coworking, de hacer y/o generar redes de contacto con otras personas. Por lo tanto los servicios ofrecidos serán clasificados en tres categorías; Gold, Silver y Bronce.

Varios de estos servicios son ofertados como paquete básico y otros son ofertados como servicios adicionales, cuya contratación tendrá un coste adicional para la clientela.

Se debe destacar que actualmente en la ciudad de Girardot no se cuenta con espacios de este tipo, existen entidades que ofrecen los diferentes servicios que se integran en el espacio de coworking en forma desarticulada como lo son las capacitaciones en emprendimiento que ofrece

la cámara de comercio, la gobernación de Cundinamarca, la Universidad Minuto de Dios, el Minic. Café internet, arrendamiento de oficinas, pero en contexto en Girardot no existe una organización que articule e integre todos estos servicios en un espacio colaborativo, hecho que se constituye en una oportunidad para el proyecto.

4.3.2 Aspectos Diferenciales.

Los aspectos diferenciales de la oferta vienen definidos en relación con los servicios, los precios, el asesoramiento y el trato personalizado.

Servicios; El negocio ofrece paquetes básicos, muy completos.

Tabla 4. *Servicios a ofrecer.*

Servicios	PAQUETES A OFRECER		
	Bronze	Silver	Gold
	Diario	Semanal	Mensual
Horario de oficina	8 Hr	48 Hr	192 Hr
Puesto de trabajo / Ventilador	Si		
Puesto de trabajo / Aire acondicionado		Si	Si
Oficina Vip			Si
Sala de reuniones			4 Hr
Estacion de café - agua	Si	Si	Si
Llamadas locales		20 Min	100 Min
Recepción de correspondencia			Si
Servicio de Internet	Si	Si	Si
Impresión - scanner - fotocopias		200 Und	500 Und
Servicio de casillero		Si	
Parqueadero			Si
Terraza - espacio colaborativo	Si	Si	Si
Auditorio / \$150.000 x Hora	Pagar	Pagar	Pagar
Sala de reuniones \$100.000 x Hora	Pagar	Pagar	Pagar
Encuentros emprendimiento \$30.000 x persona	Pagar	Pagar	Pagar

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

❖ **Precios;** La accesibilidad al precio de los distintos servicios, ya sea en la tarifa fijada para obtener el paquete básico o tarifa estipulada para los servicios adicionales.

❖ **Asesorías y capacitaciones;** Giralabs coworking ofrece dentro el paquete básico un servicio de capacitaciones y asesoramiento para ayudar a potenciar sus conocimientos.

❖ **Trato Personalizado;** Es fundamental mantener buen trato y confianza con los usuarios de este espacio. Por ello Giralabs espacio coworking se adapta a las características y los objetivos de sus clientes.

4.3.3 Cobertura de Necesidades que satisface.

Los servicios que presta Giralabs Coworking son muy amplios, al igual que las necesidades que busca satisfacer en sus clientes.

- ❖ Necesidad de contar con un espacio de trabajo.
- ❖ Necesidad de entablar relaciones con otras personas profesionales.
- ❖ Necesidad de poder trabajar en un entorno agradable
- ❖ Necesidad de asesoramiento y capacitaciones.
- ❖ Necesidad de tener ayuda para distintos servicios como recepción telefónica y gestión de faxes, recepción de correspondencia y mensajería, etc.
- ❖ Necesidad de material audiovisual.
- ❖ Necesidad de conocimientos sobre su actividad.
- ❖ Necesidad de ahorro en costes.

4.4 Investigación de Mercados

- ❖ Descripción.

Para realizar el trabajo de campo se solicitó información en la cámara de comercio para determinar los empresario de pymes dedicadas a la actividad económica de prestación de servicios de Hotelería y Turismo, publicidad y diseño gráfico, comercialización de dispositivos tecnológicos, a la vez se solicitó la base de datos a Min tic y entidades que han realizado eventos

de emprendimiento en la ciudad como son los startup weekend y bootcamp para consolidar la información de los emprendedores, creando una encuesta virtual dirigida a los empresarios y emprendedores cada una con características diferentes que nos permitieran identificar las necesidades en cada segmento. Para hallar la información de los profesionales se realizó una visita a cada de las universidades aplicando un modelo de encuesta a los programas de especialización dirigidas a las carreras de Administración de empresas, Administración ambiental, Hotelería y Turismo, Ingeniería de Sistemas y Financiera, Contaduría y Comunicación social., también se dio uso de las redes sociales usando bases de datos suministradas por la universidades para hacer encuentro con cada uno de ellos y aplicar personalmente la encuesta.

❖ Metodología.

Para determinar el análisis del estudio de la investigación se hará uso del método cuantitativo, ya que nos ofrece una información concreta y concisa sobre la situación.

❖ Población y Muestra.

Segmentación del Mercado. Se identificaron las características relevantes de los asistentes de un espacio Coworking, como el egresado de las universidades de la ciudad, el propietario de las pymes, y el joven emprendedor que está en vías de realizar un plan de negocios.

Tamaño del Universo. El universo muestral está dirigido a las diferentes universidades de la ciudad de Girardot, emprendedores y Pymes.

- ❖ Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

- ❖ Técnicas.

Es la forma de cómo se obtiene la información para realizar el estudio de mercado, como son las fuentes primarias y secundarias.

a. Fuentes Primarias; Se consideran fuentes primaria a la información que se obtiene a través de la realización de las encuestas personales a propietarios de pymes dedicadas al comercio de dispositivos tecnológicos, diseño de páginas web. Publicidad, turismo y alojamiento, asesoría en tecnología y fotografías, que desean implementar mejoras a sus empresas mejorando la rentabilidad y buen posicionamiento de su negocio. Profesionales egresados de las universidades de la ciudad de Girardot, en las carreras de administración de empresas, ambiental, contaduría pública, ingeniería financiera y sistemas que les guste el emprendimiento, la innovación y tengan en sus planes crear su propia empresa y jóvenes emprendedores que tengan intención de realizar tareas emprendedoras, que tiene en planes crear su propio modelo de negocio para trabajar de manera independiente. (Ver anexo A, B, C, D)

b. Fuentes Secundarias; Se consideran los medios utilizados para obtener información de apoyo al proceso de estudio de mercado.

- ❖ Información de Internet

- ❖ Universidades de la Ciudad de Girardot (centros de investigación y emprendimiento)

- ❖ Datos cámara de comercio de Girardot

- ❖ Planes de desarrollo nacional, departamental y municipal de apoyo a emprendimiento
- ❖ Base de datos de Startup Weekend y Bootcamps realizados en la ciudad.

- ❖ Instrumentos.

El instrumento que se diseñó y se aplicó en el trabajo de campo es un modelo de encuesta tipo aleatorio, la cual nos permite obtener información de la situación actual, en profesionales, emprendedores y empresarios.

La encuesta a los profesionales se realizó personalmente, según base de datos solicitados, las encuestas a emprendedores y empresarios se realizaron a través de una encuesta virtual. (Ver anexo A, B, C).

4.4.1 Estudio de mercado Proveedor.

La siguiente tabla relaciona los diferentes proveedores que van a suministrar los servicios y productos necesarios para el funcionamiento de espacio coworking Giralabs.

Tabla 5. Proveedor

MERCADO PROVEEDOR - SERVICIOS				
NOMBRE DE LA EMPRESA	DESCRIPCION	VALOR	CARACTERISTICAS	CAPACIDAD UTILIZADA
Empresa de energia de Cundinamarca	Servicio de Energia	\$475,8318 (valor Kwh)	Unica empresa que suministra el servicio de energia en la ciudad de Girardot, no existen planes. Su cobro es por el consumo en Kwh según el precio vigente	2800 Kwh
Claro	Servicio de Internet 20 mb	\$160.000 plan mensual	Plan de 20MB para empresas con precio fijo	20MB
Etb	Servicio de telefono	\$60.000 plan mensual	Plan de llamadas ilimitadas para Girardot y costo adicional al resto del pais	3000 minutos
Acuagyr	Servicio de acueducto y alcantarillado	\$1.466,04 M3	Unica empresa que suministra el servicio de acueducto y alcantarillado en la ciudad de Girardot, no existen planes. Su cobro es por el consumo en M3 según el precio vigente	150 M3
Ser ambiental	Servicio de limpieza	\$13.149 cargo fijo	El cobro lo hacen por medio del recibo de Acuagyr y tienen un cargo fijo según el estrato.	N/A
Proyectos Urbanisticos	Construccion de Infraestructura Giralabs todo costo	\$1.400.000.000	Sera Proyectos Urbanisticos porque el propietario es uno de los cinco socios y es quien financiara el 50% de inversion inicial quedando como socio mayoritario.	N/A
MERCADO PROVEEDOR - PRODUCTOS				
Papeleria Parker	Utiles de oficina	N/A	Los elementos necesarios se adquieren por un contrato de compra directa.	Sin definir
Plastibolsas	Utiles de Aseo	N/A	Los elementos necesarios se adquieren por un contrato de compra directa.	Sin definir
Home Center	Mobiliario (mesas, sillas, escritorios, archivadores)	N/A	Los elementos necesarios se adquieren por un contrato de compra directa.	Sin definir
Home Center	Equipos (telefonos, impresoras, fax)	N/A	Los elementos necesarios se adquieren por un contrato de compra directa.	Sin definir
Home Center	Equipos tecnologicos (computadores, ups)	N/A	Los elementos necesarios se adquieren por un contrato de compra directa.	Sin definir

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

4.4.2 Estudio de mercado Distribuidor.

❖ **Venta Directa:** Los usuarios del Giralabs coworking pueden desplazarse a diferentes lugares informar sobre todos los servicios prestados.

❖ **Venta a través de la Página:** Los clientes del coworking pueden acceder a la página corporativa (www.giralabs.com) e informarse sobre los servicios que se ofrecen, así como visualizar imágenes de la infraestructura de las que dispone el negocio y contratar los servicios.



Figura 8. Página web diseñada
Fuente; www.giralabs.com



Figura 9. Página web diseñada
Fuente; www.giralabs.com

❖ **Venta Telefónica:** Los servicios pueden contratarse por medio telefónico, igual que informarse y llegar a un acuerdo con la empresa.

4.4.3 Estudio de Mercado Consumidor.

Según encuestas aplicadas a cada segmento arrojó las siguientes características particulares. (Ver anexo A, B, C, D).

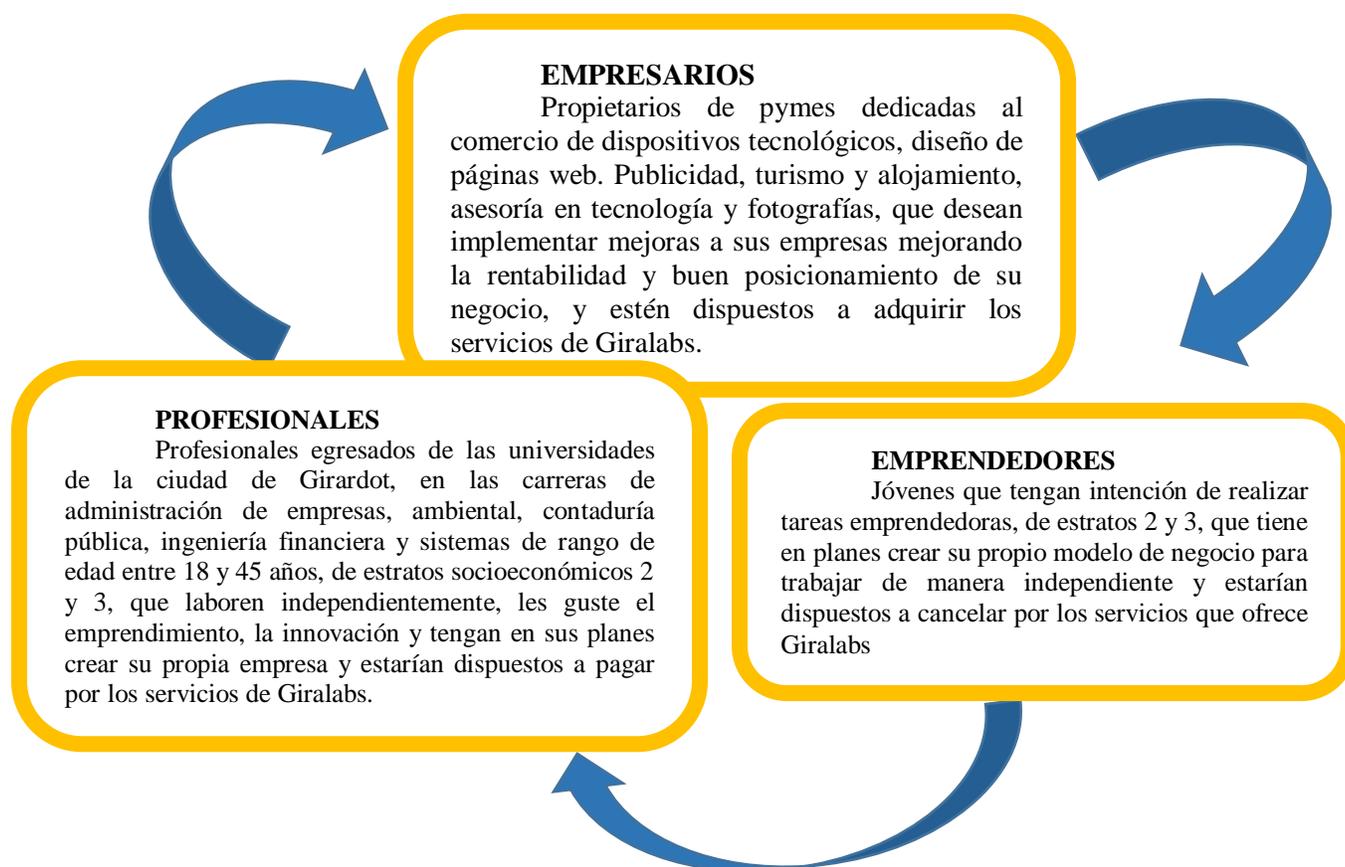


Figura 10. Mercado Consumidor
Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

4.4.4 *Análisis de Variables Macro ambientales.*

Giralabs coworking se llevara a cabo en la ciudad de Girardot ya que existen muy pocas oportunidades laborales y no hay gran cobertura de empresas multinacionales; las Pymes son creadas por empresarios locales y a veces no se proyectan a largo plazo y deben cerrar por que no logran la rentabilidad esperada, poca inversión en la ciudad por parte de entes estatales.

A continuación se van a enunciar las características macro ambientales a las cuales se enfrenta el proyecto:

❖ Características Económicas.

La economía de Girardot se basa en el comercio y la explotación turística, debido a que la mayoría de industrias que existían en la localidad cerraron sus puertas por estrategias. Actualmente, “en Girardot existen 6.613 empresas destacándose las empresas de servicios y de obras.”¹⁰

Según datos de cámara y comercio, grandes y pequeños contribuidores se encuentran organizadas y contribuyendo con impuestos. En esta información encontramos tiendas, lecherías, hipermercados, auxiliándose los habitantes con los ingresos que se genera por estas actividades comerciales debido a que no hay grandes empresas para emplearse. La realidad económica de

¹⁰ Cámara de Comercio de Girardot con actualización Febrero de 2015

Girardot se debe a la ausencia de nuevas industrias y la proyección turística del municipio como medio de desarrollo lo cual originaría nuevas fuentes de trabajo e ingreso para el habitante.

La sustentación de la mediana empresa y centros comerciales se basa principalmente en el turismo y la recreación; ya que la mayoría de establecimientos son comerciales, hoteleros, supermercados e hipermercados generando ingresos para el habitante que se beneficia por estas actividades. Girardot debe consolidarse como líder en alternativa turística de la provincia del Alto Magdalena en unificación con el distrito capital para generar paquetes turísticos que aprovechen los recursos naturales de Girardot y así fomentar un desarrollo local, a partir de los atractivos turísticos naturales del sector rural, el clima y río; fuentes económicas locales que beneficien los ingresos del municipio mientras, que en otras ciudades colombianas y extranjeras que dependen del desarrollo turístico fluvial, sus riveras son el epicentro del progreso turístico, cultural y social, en Girardot las riveras exteriorizan el atraso económico, ambiental y turístico originando una vista desagradable para el turista que visita la ciudad, además de lo anterior el aumento de contaminación visual por las pancartas publicitarias y el ruido en exceso generan desequilibrios sociales para la localidad.

❖ Características Culturales.

“La cultura es un instrumento importante para el sano desarrollo social de un ente territorial; debido a que este encierra las costumbres típicas en el modo de vida y bailes típicos de la región, generando así el sentido de pertenencia del habitante de Girardot. La palabra cultura es el resultado de cultivar los conocimientos humanos materiales e inmateriales de que cada

sociedad dispone para relacionarse con el medio y establecer formas de comunicación entre los propios individuos o grupos de individuos, se destaca a la cultura como un instrumento para el desarrollo social y sostenible del habitante de una localidad, el cual le permite un conocimiento de las costumbres sociales de los anteriores pobladores del territorio. De otra manera, el fortalecimiento cultural contribuye al desarrollo social de las personas y en la generación de empleo local.”¹¹

De igual modo el sector cultural de Girardot no cuenta con herramientas y dinero suficiente para la realización de programas culturales en pro del desarrollo social que brinde conocimientos a los jóvenes acerca de las costumbres y de la importancia de la localidad a través del tiempo en el contexto nacional. Las instituciones académicas presentan una grave ausencia en temas culturales a nivel local, docentes y estudiantes en conjunto debido a que los primeros no generan temas pedagógico-culturales para fortalecer el sentido de pertenencia para la ciudad contribuyendo al respeto por el territorio. Es de resaltar que hoy los adolescentes de Girardot carecen de herramientas culturales como: (museos, programas en el contexto cultural y ausencia de patrocinios para las personas que tienen dotes artísticas entre otros).

Por otra parte, es prioritario rescatar la identidad cultural girardoteña para fortalecer el sentido de pertenencia de los jóvenes hacia municipio y así garantizar tolerancia, respeto y valores axiológicos de la comunidad, la cultura de este territorio se ha encontrado descuidada a lo largo de las administraciones locales, ejemplo de ello se refleja en la casa de la cultura e igualmente el completo abandono del teatro cultural. Estos dos espacios formativos de sana

¹¹ Casa de la cultura Girardot

diversión y esparcimiento no cuentan con programas culturales-constructivos para el ciudadano de Girardot.

❖ Características Sociales.

En la actualidad Girardot está inundada de violencia, drogadicción, vandalismo, prostitución y desempleo entre otros. Es triste ver la niñez y la juventud perdidas en medio de una sociedad carente de recursos humanos de acción social.

Las entidades propias del municipio han sido carentes de ideas y de protagonismo para presentar soluciones serias, responsables con la comunidad pues el desempleo afecta a todos y a eso se le agrega la falta de compromiso por parte del gobierno local, hace falta sentido de pertenencia son una ciudad que tiende a desaparecer en la actividad económica, escasamente sobreviven los que se vinculan al sector turismo y entidades públicas También influye la debilidad estatal, en un gobierno capitalista donde se priman los beneficios individuales por encima de los colectivos, es difícil enfrentar las diferentes problemáticas, todo lo contrario cada vez es más notable.

4.4.5 *Estudio de Mercado Competidor.*

Actualmente la ciudad de Girardot no cuenta con espacios coworking establecidos por lo cual no existe competencia directa, dando respuesta a esta necesidad surge la creación de este espacio Coworking el cual ofrece la oportunidad de generar nuevos modelos de negocio incentivando, potenciando y fortaleciendo los conocimientos de la demanda existente.

Al ser el primer proyecto de este tipo en la zona, tiene una posición de liderazgo que se verá solidificada procurando un servicio novedoso, brindando al cliente un excelente trato.

Se pueden considerar competidores indirectos a entidades como;

Cámara de Comercio, gobernación de Cundinamarca, Min tic, Sena y Universidades.

Las 5 Fuerzas de Porter. Para poseer un análisis estratégico frente a posibles competidores y determinar el comportamiento entre ellos mismos, como a su vez relación existente entre proveedores y consumidores se analizara por medio de la herramienta de las 5 fuerzas de Porter.

Tabla 6. *Fuerzas de Porter*

Amenaza de nuevos competidores	Amenaza de productos sustitutos	Poder de negociación con proveedores	Poder de negociación con compradores	Rivalidad entre competidores existentes
Las barreras de entrada a este negocio son altas, ya que el costo de inversión es alto, también se debe manejar un modelo negocio atractivo	Sustitutos como capacitaciones brindadas por la cámara de comercio, gobernación, universidades, y entidades que apoyan	Los proveedores influyentes deben garantizar la calidad y fidelidad de los productos y servicios a buen costo	Los usuarios o clientes deben exigir un excelente servicio, satisfagan sus requerimientos y estos se entreguen a un precio muy	Actualmente no se cuenta con una competencia directa, pero a futuro si se llegase a presentar se deben crear estrategias como

Amenaza de nuevos competidores	Amenaza de productos sustitutos	Poder de negociación con proveedores	Poder de negociación con compradores	Rivalidad entre competidores existentes
para el cliente, emprendimiento también es de en Colombia suma importancia tener una cartera de clientes al momento de ejecutar un coworking. Actualmente no existe amenaza de nuevos competidores.			asequible.	convenios, mejoramiento del servicio, campañas publicitarias para garantizar la fidelidad de sus usuarios.

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

4.5 Plan de Mercadeo

4.5.1 Planes y programas de Servicios.

Giralabs ofrece espacios colaborativos amoblados con excelente iluminación y clima agradable, todos incluyen internet wi fi, tablero, estación de café y agua para trabajar bajo la tendencia coworking, también se ofrece servicio de fotocopiadora, scanner, impresión, llamadas telefónicas, recepción de mensajería, lockers. Además de brindar comodidad ofrece diferentes servicios de capacitación para intercambiar ideas, hacer networking e incluso establecer negocios.

Varios de los servicios prestados por Giralabs son ofertados en paquetes básicos que se dividen en:

GOLD

Paquete para ingreso mensual 192 Horas, con acceso a oficina vip cada una cuenta con café, agua, aire acondicionado, wifi y excelente iluminación. Este paquete cuenta con 500 impresiones o fotocopias en el mes, servicio de scanner, 100 minutos de llamadas locales, recepción de correspondencia, parqueadero, acceso a sala de reuniones y terraza de esparcimiento. Servicios adicionales como acceso a charlas mensuales, descuentos en cursos y talleres y acceso al auditorio.

SILVER

Paquete para ingreso semanal con un horario de 8:00 am a 6:00 pm 48 horas con acceso a espacios colaborativos con aire acondicionado, cuenta con café, agua, wifi y excelente iluminación. Este paquete cuenta con 200 impresiones o fotocopias o scanner en la semana, 20 minutos de llamadas locales, casilleros y acceso a terraza de esparcimiento. Se ofrecen servicios por costos adicionales como Oficina Vip, sala de reuniones, recepción de correspondencia, parqueadero, auditorio.

BRONZE

Paquete para ingreso diario con un horario de 8:00 am a 6:00 pm con acceso a espacios colaborativos con ventilador cuenta con café, agua, wifi y excelente iluminación y acceso a la terraza de esparcimiento, puede adquirir servicios adicionales como scanner, impresiones, fotocopias, casilleros, oficina vip, sala de reuniones, llamadas locales, recepción de correspondencia, talleres, acceso al auditorio, parqueadero.

ADICIONALES

Este hace referencia a los servicios que se adquieren de forma adicional como son el alquiler del auditorio por horas, alquiler de la sala de junta, y los encuentros que se realizarían de emprendimiento el cual destina un valor para cada asistente.

Tabla 7. Paquetes a ofrecer

Servicios	PAQUETES A OFRECER		
	Bronze	Silver	Gold
	Diario	Semanal	Mensual
Horario de oficina	8 Hr	48 Hr	192 Hr
Puesto de trabajo / Ventilador	Si		
Puesto de trabajo / Aire acondicionado		Si	Si
Oficina Vip			Si
Sala de reuniones			4 Hr
Estacion de café - agua	Si	Si	Si
Llamadas locales		20 Min	100 Min
Recepción de correspondencia			Si
Servicio de Internet	Si	Si	Si
Impresión - scanner - fotocopias		200 Und	500 Und
Servicio de casillero		Si	
Parqueadero			Si
Terraza - espacio colaborativo	Si	Si	Si
Auditorio / \$150.000 x Hora	Pagar	Pagar	Pagar
Sala de reuniones \$100.000 x Hora	Pagar	Pagar	Pagar
Encuentros emprendimiento \$30.000 x persona	Pagar	Pagar	Pagar

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

4.5.2 Planes y Programas de precios.

Tabla 8. Precios

Paquetes a ofrecer					
Bronze	Silver	Gold	Alquiler	Alquiler Hora	Encuentro de
Diario	Semanal	Mensual	Auditorio Hora	sala de Juntas	Emprendimiento por persona
\$ 40.000	\$ 200.000	\$ 800.000	\$ 150.000	\$ 100.000	\$ 30.000

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

4.5.3 Planes y Programas de Promoción.

La promoción del servicio de Giralabs es un eje fundamental para incursionar en el mercado, para ello se crearon estrategias de comunicación:

- ❖ Comunicación Corporativa; Dar a conocer la empresa y los diferentes planes que se ofertan por medio de canales Virtuales, orales y escritos que permiten promocionar el servicio de forma rápida y masiva, mostrando una imagen profesional y comprometida con todos los usuarios.

- ❖ Comunicación externa; Se realiza de la siguiente forma:

Marketing One to One; Consiste en la personalización de la oferta, se determina mediante conversaciones que se entablen con la clientela.

Marketing Directo; Se manejan acciones publicitarias directas mediante E- mail, y disposición de página web ofreciendo todos los servicios.

Marketing Indirecto; Consiste en las recomendaciones que los clientes realizan a terceras personas. Este proceso se apoya con redes sociales.

Este plan se llevara a la marcha antes y durante el primer año de funcionamiento del coworking.

4.5.4 Planes y programas de logística.

El servicio de distribución del servicio hacia los clientes será de forma directa, Giralabs será el encargado de cómo llegar al cliente y encargado de recibir sugerencias y opiniones. Esto genera una ventaja competitiva la cual es tener trato directo con el cliente y viceversa, lo cual es de vital importancia al momento de persuadir un posible usuario de coworking.

4.5.5 Plan de inversión de mercadeo.

Tabla 9. *Inversión plan de mercadeo*

PLAN DE INVERSION MERCADEO			
	Cantidad	Costo unit.	Costo total
Volantes	1.200	100	120.000
Periódicos locales	12	200.000	2.400.000
Página web (Hosting, Dominio y diseño)	1	3.600.000	3.600.000
Artículos promocionales	6	200.000	1.200.000
TOTAL			7.320.000

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

5. ESTUDIO TECNICO

5.1 Tamaño del Proyecto

El proyecto pretende crear un espacio de coworking donde empresarios, emprendedores y profesionales que hagan relaciones y compartan su conocimiento con el fin de potenciar sus ideas de negocio, validar y sacar al mercado

En esencia, la necesidad que queremos satisfacer es la de un grupos de empresarios, emprendedores y profesionales que quieren potenciar sus talentos para acceder a mejores oportunidades en el mundo laboral y empresarial obteniendo mejores resultados en sus negocios.

Tabla 10. Proyección Demanda.

Servicio	Unidad	Total de puestos disponibles (día)	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Servicio Gold	Puesto	15	64	120	156	180	180	180	180	180	180	180
Servicio Silver	Puesto	40	160	312	420	480	480	480	480	480	480	480
Servicio Bronce	Puesto	60	240	456	636	720	720	720	720	720	720	720
Alquiler de Auditorio	Horas	8	480	960	1200	1440	1440	1440	1440	1440	1440	1440
Alquiler sala de reuniones o juntas	Horas	4	320	720	960	960	960	960	960	960	960	960
Encuentros de emprendimientos	N/A	N/A	560	840	840	960	960	960	960	960	960	960
Porcentaje Utilizado			50%	64%	88%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

En la siguiente tabla se determina la capacidad diseñada o máxima del espacio coworking para cada tipo de puesto, los cuales son Bronce, Silver y Gold a las vez horas disponibles de alquiler de auditorio, sala de juntas y capacidad para los encuentros de emprendimiento a realizar.

Tabla 11. Capacidad Diseñada.

Servicio	Total Puestos Disponibles (Mes)	Unidad											
			2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	
Bronce	60	Puestos	480	720	720	720	720	720	720	720	720	720	720
Silver	40	Puestos	320	480	480	480	480	480	480	480	480	480	480
Gold	15	Puestos	120	180	180	180	180	180	180	180	180	180	180
Alquiler de Auditorio	160	Horas	1280	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920
Alquiler sala de reuniones o juntas	80	Horas	640	960	960	960	960	960	960	960	960	960	960
Encuentros de emprendimientos	70	Por encuentro	560	840	840	840	840	840	840	840	840	840	840

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

La tabla siguiente evidencia que para el año 2017 se proyecta vender el 50% de los espacios ya que en actualmente en la ciudad no existe un espacio coworking y el mercado está a la espera de la apertura de un lugar como este. Además el emprendimiento es una tendencia que va en aumento y garantizara que día a día crezca el número de interesados. Se implementaran estrategias de marketing para atraer nuevos clientes y fidelizar los existentes mediante la calidad del servicio y así aumentar a un 64% en el año 2018

las ventas y en el año 2019 aumente a un 88% de acuerdo a que ya se ha logrado posicionar en el mercado y obtener good will y a partir del cuarto año que es 2020 sea un 100% de ventas.

Tabla 12. Capacidad Instalada

Servicio	Total Puestos Disponibles (Mes)	Unidad										
			2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Bronce	60	Puestos	240	461	634	720	720	720	720	720	720	720
Silver	40	Puestos	160	307	422	480	480	480	480	480	480	480
Gold	15	Puestos	60	115	158	180	180	180	180	180	180	180
Alquiler de Auditorio	160	Horas	640	1229	1690	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920
Alquiler sala de reuniones o juntas	80	Horas	320	614	845	960	960	960	960	960	960	960
Encuentros de emprendimientos	70	Por encuentro	280	537,6	739,2	840	840	840	840	840	840	840

La siguiente tabla evidencia en porcentajes la capacidad utilizada proyectada a vender en los años 2017 a 2026.

Tabla 13. Capacidad Utilizada

			Capacidad Utilizada									
Servicio	Total Puestos Disponible (Mes)	Unidad	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Bronce	60	Puestos										
Silver	40	Puestos										
Gold	15	Puestos										
Alquiler de Auditorio	160	Horas	50%	64%	88%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Alquiler sala de reuniones o juntas	80	Horas										
Encuentros de emprendimientos	70	Por encuentro										

A continuación se describen cada una de las plantas del coworking, en la cual es posible identificar las instalaciones a ofrecer a sus usuarios, los planos dan a conocer una visión más real del lugar (Ver anexo E).

Tabla 14. *Descripción de cada Piso de la Planta*

ACCESO	Cuenta con parqueaderos, con una recepción en la entrada, una sala de espera, baño social, acceso al elevador para discapacitados.
PRIMER	Baños sociales, cuarto de aseo coworking, zona de lockers, espacios colaborativos con capacidad 100 personas, cafetería que es un espacio donde encuentran dispensador de agua y grecas para café.
SEGUNDO	Cuenta con baños sociales, sala de espera, tres oficinas de administración, una sala de juntas para 15 personas, y tres oficinas VIP cada una con 5 cubículos de trabajo .
TERCERO,	Auditorio de capacidad para 168 personas con baños sociales y acceso por escalera o elevador teniendo en cuenta personas discapacitadas.
TERRAZA	Terraza zona de esparcimiento adecuado para un ambiente agradable y ameno.

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

5.2 Localización de la Planta

5.2.1 Macro localización.

Giralabs coworking quedara ubicado en Colombia, Departamento de Cundinamarca, en la ciudad de Girardot. Ciudad donde se detectó la necesidad.

“Girardot hace parte de provincia de Alto Magdalena de la cual es capital. Limita al norte con el municipio de Nariño y Tocaima, al sur con el municipio de Flandes y el Río Magdalena, al oeste con el municipio de Nariño, el Río Magdalena y el municipio de Coello y al este con el municipio de Ricaurte y el Río Bogotá. Girardot es después de Soacha, la ciudad más importante de Cundinamarca por su población, centros de educación superior, economía y extensión urbana. También, es una de las ciudades con más afluencia de turistas y población flotante del país. Girardot junto con su conurbación con los municipios de Flandes y Ricaurte conforman el área urbana más importante de Cundinamarca después de Bogotá y Soacha, con más de 160.000 habitantes.”¹²

¹² http://radiocolina.com/?page_id=2197

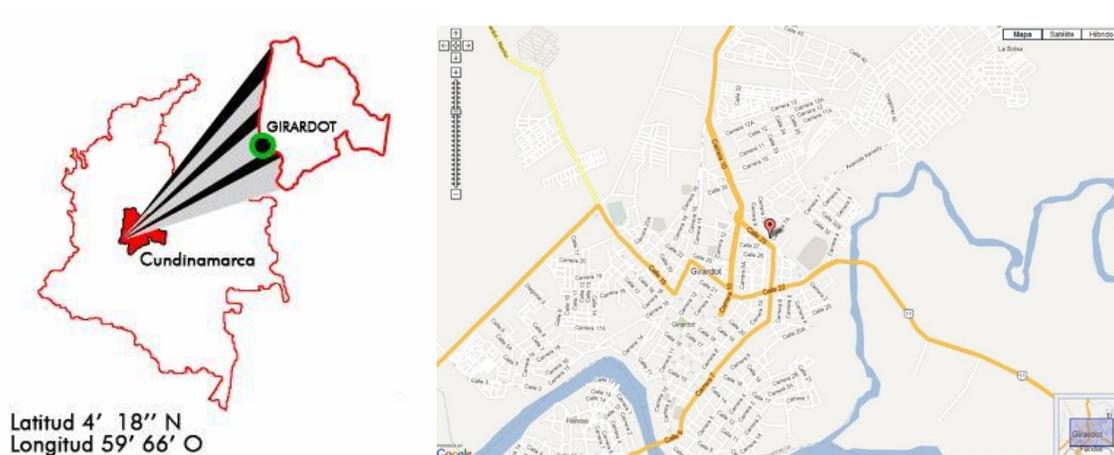


Figura 11. . Localización

Fuente: Imagen tomada de Google Maps

5.2.2 *Micro localización.*

La ubicación inicial de Giralabs será en la dirección Cra. 24 N. 09-01 Barrio La Colina Girardot- Cundinamarca esto teniendo en cuenta que en la ciudad no existe competencia directa y el POT, quedará ubicado sobre la vía panamericana de la ruta 4g, también se tiene acceso a tecnología y comunicaciones, como es redes de internet y acceso a diferentes equipos para desarrollar estrategias web, se cuenta con disponibilidad de los servicios públicos como el agua, energía eléctrica, telefonía, gas natural el sector esta crecimiento y desarrollo en construcción de viviendas, alta valorización, seguridad y buena ubicación.



Figura 12. Micro localización
Fuente: Imagen tomada de Google Maps

5.3 Ingeniería del Proyecto

5.3.1 Descripción del Servicio.

El servicio ofrecido por Giralabs, espacio de coworking donde se puedan reunir empresarios, emprendedores, profesionales que requieran adquirir y compartir conocimiento con el fin de promover el emprendimiento y la innovación. Se quiere conectar talento de Girardot y la región para que conjuntamente trabajen en proyectos de alto impacto. “si yo tengo un talento y tu tienes otro talento y los intercambiamos, juntos tendremos dos talentos”

A través de Giralabs las personas podrán potenciar sus habilidades, aprender sobre temas fascinantes, conocer el mejor talento de la región y poner en marcha emprendimientos e innovaciones que contribuyan a hacer de este un mundo mejor.

Giralabs con sus oficinas colaborativas, capacitaciones busca gestionar clientes, lograr relacionamiento con otros emprendedores, ofrecer un espacio físico con sala de reuniones, auditorio y trabajo que tengan excelente adecuación, Horario de 8:00 a.m a 12 m. y de 2:00 a 6:00 p.m, wifi, café, agua, aire acondicionado, entre otros servicios para la comodidad de los usuarios.

Ademas se ofrece talento potenciado para soportar y mejorar las ideas de negocios y Pymes de empresarios que requieren personas emprendedoras con talentos que ayuden a mejorar sus negocios y así mejorar la productividad de las empresas.

5.3.1.1 *Marca.*



Figura 13. Logo

Fuente Autores Estudio de factibilidad Giralabs

5.3.1.2 *Isologotipo.*

El logo esta compuesto por una casa que emite señal lo que quiere decir que es un hogar para hacer relaciones, crear comunidades y conocimiento aprovechando las estrategias web. ademas va a acompañado por un isotipo denominado Giralabs ((Girardot) Labs (laboratorio)) un laboratorio de ideas, negocios y contactos en Girardot.

5.3.1.3 *Slogan.*

Conocimiento, Cultura y Comunidad.

5.3.2 *Diseño gráfico de procesos del servicio.*

Inicialmente llega el cliente interesado, para coworking será el emprendedor, empresario o profesional, la secretaria les brinda la información necesaria e identifica la necesidad del cliente, según necesidad se hace contrato por mes, semana o se paga el pasadía diario. Luego se da a conocer la infraestructura que se ofrece, y los servicios que puede adquirir cancelando adicional, políticas dentro del coworking para un buen desempeño. Si el cliente necesita modelar idea de negocio se agenda una reunión con el experto en el tema, para definir requerimientos y dar solución a los mismos, lo cual surge un proyecto nuevo o modelo de negocio. Si el usuario no necesita modelar ideas de negocio ingresa y hace uso del espacio de trabajo y servicios adicionales que desee adquirir, dando fin a los procesos.

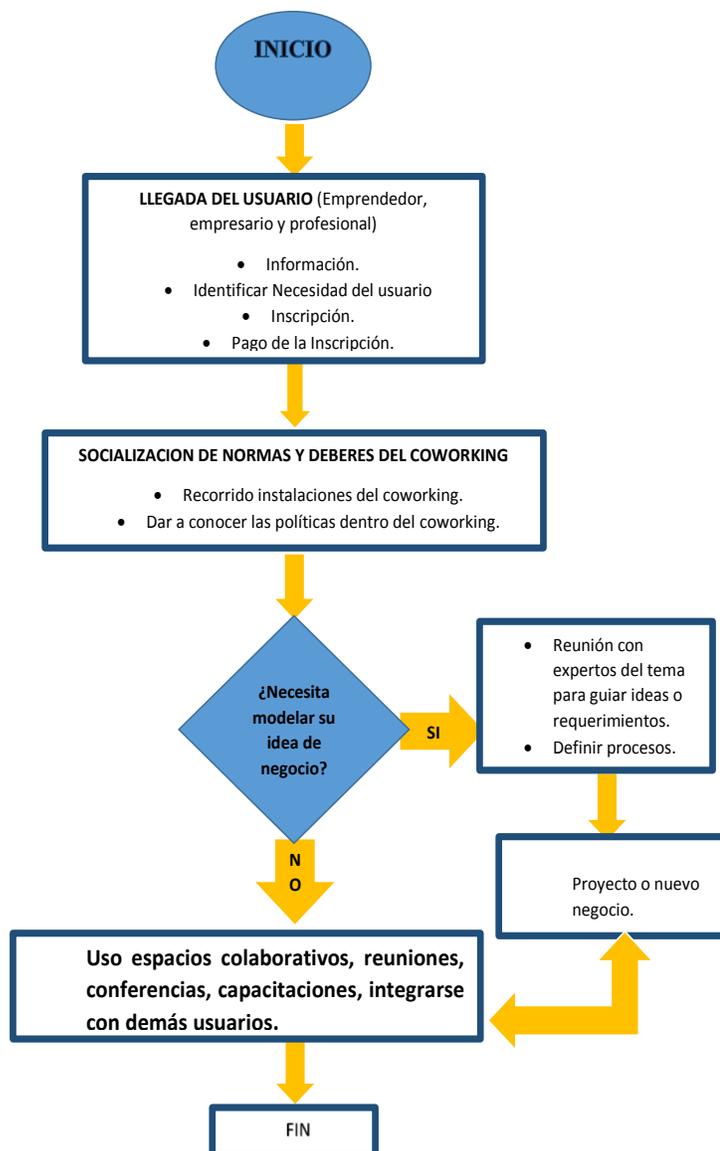


Figura 14. Diagrama de Procesos

Fuente Autores Estudio de factibilidad Giralabs

5.3.3 Listado de Equipos.

Tabla 15. Equipos

LISTADO DE EQUIPOS						
DESCRIPCION	VIDA UTIL	PESO	UND	CANT	V/UNITARIO	V/TOTAL
Fotocopiadora	3 Años	70 Kg	Und	2	\$ 900.000	\$ 1.800.000
Computador	6 Años	2 Kg	Und	20	\$ 1.200.000	\$ 24.000.000
Impresora	3 Años	6 Kg	Und	2	\$ 1.390.000	\$ 2.780.000
Ups industrial	2 Años	2 Kg	Und	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Puesto de trabajo	6 Años	11,3 Kg	Und	120	\$ 150.000	\$ 18.000.000
Sillas auxiliares	7 Años	1 Kg	Und	20	\$ 25.000	\$ 500.000
Mesa de juntas	7 Años	70 Kg	Und	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
Tablero acrilico	1 Año	15 Kg	Und	5	\$ 70.000	\$ 350.000
Sonido	2 Años	4 Kg	Und	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Dispensador de agua	9 Años	3 Kg	Und	4	\$ 449.000	\$ 1.796.000
Greca	9 Años	1 Kg	Und	4	\$ 75.900	\$ 303.600
Televisor 50"	6 Años	30 Kg	Und	3	\$ 2.150.000	\$ 6.450.000
Microfono	1 Año	0,5 Kg	Und	3	\$ 120.000	\$ 360.000
Lockers (10 pto)	10 Años	100 Kg	Und	4	\$ 1.020.000	\$ 4.080.000
Telefono	6 Años	0,5 Kg	Und	20	\$ 80.000	\$ 1.600.000
Archivador	7 Años	25 Kg	Und	3	\$ 200.000	\$ 600.000
Aire acondicionado	7 Años	30 Kg	Und	5	\$ 1.890.000	\$ 9.450.000
Silla auditorio	7 Años	5 Kg	Und	180	\$ 30.000	\$ 5.400.000
Ventiladores kdk	5 Años	2 Kg	Und	4	\$ 180.000	\$ 720.000
						\$ 81.089.600

Fuente: Autores estudio de factibilidad Giralabs

5.3.4 Descripción de Insumos.

Tabla 16. Materiales y suministros operacionales

Materiales y suministros	Unidad	Cantidad	Costo unit.	Costo total	Costo anual
Papel carta y oficio	Resma	21	7.000	147.000	1.764.000
Toner para fotocopiadora	Unidad	1	230.000	230.000	2.760.000
Toner para impresora	Unidad	1	180.000	180.000	2.160.000
Agua	Timbo	25	5.000	125.000	1.500.000
Café	Sobre	1.600	100	160.000	1.920.000
TOTAL				842.000	10.104.000

2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
5.052.000	6.769.680	9.297.701	10.661.862	10.743.712	10.748.623	10.748.917	10.748.935	10.748.936	10.748.936

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 17. Materiales y suministros Administrativos

Materiales y suministros	Unidad	Cantidad	Costo unit.	Costo total	Costo anual				
Papel carta y oficio	Resma	3	7.000	21.000	252.000				
Toner para fotocopidora	Unidad	1	230.000	230.000	2.760.000				
Toner para impresora	Unidad	1	180.000	180.000	2.160.000				
Esfero	Unidad	5	600	3.000	36.000				
Lapiz	Unidad	5	700	3.500	42.000				
Marcador	Unidad	3	1.200	3.600	43.200				
Carpeta de carton	Unidad	6	300	1.800	21.600				
Gancho legajador	Paquete	1	2.000	2.000	24.000				
Carpeta colgante	Unidad	8	800	6.400	76.800				
Az	Unidad	3	5.000	15.000	180.000				
Posit	Unidad	40	2.000	80.000	960.000				
Papel bond en pliego	Pliego	6	100	600	7.200				
Cosedora	Unidad	1	3.000	3.000	12.000				
Perforadora	Unidad	1	3.000	3.000	12.000				
Memoria usb	Unidad	1	20.000	20.000	80.000				
Sacapuntas industrial	Unidad	1	15.000	15.000	60.000				
Corrector	Unidad	1	1.500	1.500	6.000				
Pegante	Unidad	1	1.800	1.800	21.600				
Regla	Unidad	1	1.000	1.000	4.000				
Tijeras	Unidad	1	1.200	1.200	4.800				
Cinta	Unidad	3	2.500	7.500	90.000				
Resaltadores	Unidad	3	1.500	4.500	54.000				
Calculadora	Unidad	2	15.000	30.000	120.000				
Sharpie	Unidad	3	1.500	4.500	54.000				
Porta carnet	Unidad	12	1.500	18.000	72.000				
Clips	Unidad	1	2.000	2.000	24.000				
Sobre manila	Unidad	12	300	3.600	43.200				
Carpeta de presentacion	Unidad	12	300	3.600	43.200				
Jabon liquido	Unidad	3	25.000	75.000	900.000				
Papel higienico	Unidad	24	2.000	48.000	576.000				
Elementos de aseo (jgo)	Unidad	3	20.000	60.000	720.000				
TOTAL				850.100	9.459.600				
2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
4.729.800	6.337.932	8.704.724	9.981.883	10.058.513	10.063.111	10.063.387	10.063.403	10.063.404	10.063.404

5.3.5 Distribución Espacial.

Permite evidenciar la distribución espacial de cada una de las plantas del espacio coworking Giralabs. (Ver anexo E).

5.3.6 Distribución Interna.

Permite evidenciar la distribución interna del mobiliario en cada una de las plantas del espacio coworking Giralabs. (Ver anexo F).

5.4 Valoración de las variables técnicas

Tabla 18. Listado de Equipos

LISTADO DE EQUIPOS						
DESCRIPCION	VIDA UTIL	PESO	UND	CANT	V/UNITARIO	V/TOTAL
Fotocopiadora	3 Años	70 Kg	Und	2	\$ 900.000	\$ 1.800.000
Computador	6 Años	2 Kg	Und	20	\$ 1.200.000	\$ 24.000.000
Impresora	3 Años	6 Kg	Und	2	\$ 1.390.000	\$ 2.780.000
Ups industrial	2 Años	2 Kg	Und	2	\$ 400.000	\$ 800.000
Puesto de trabajo	6 Años	11,3 Kg	Und	120	\$ 150.000	\$ 18.000.000
Sillas auxiliares	7 Años	1 Kg	Und	20	\$ 25.000	\$ 500.000
Mesa de juntas	7 Años	70 Kg	Und	1	\$ 1.400.000	\$ 1.400.000
Tablero acrilico	1 Año	15 Kg	Und	5	\$ 70.000	\$ 350.000
Sonido	2 Años	4 Kg	Und	1	\$ 700.000	\$ 700.000
Dispensador de agua	9 Años	3 Kg	Und	4	\$ 449.000	\$ 1.796.000
Greca	9 Años	1 Kg	Und	4	\$ 75.900	\$ 303.600
Televisor 50"	6 Años	30 Kg	Und	3	\$ 2.150.000	\$ 6.450.000
Microfono	1 Año	0,5 Kg	Und	3	\$ 120.000	\$ 360.000
Lockers (10 pto)	10 Años	100 Kg	Und	4	\$ 1.020.000	\$ 4.080.000
Telefono	6 Años	0,5 Kg	Und	20	\$ 80.000	\$ 1.600.000
Archivador	7 Años	25 Kg	Und	3	\$ 200.000	\$ 600.000
Aire acondicionado	7 Años	30 Kg	Und	5	\$ 1.890.000	\$ 9.450.000
Silla auditorio	7 Años	5 Kg	Und	180	\$ 30.000	\$ 5.400.000
Ventiladores kdk	5 Años	2 Kg	Und	4	\$ 180.000	\$ 720.000
						\$ 81.089.600

Fuente: Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 19. Listado de insumos Operacionales

Materiales y suministros	Unidad	Cantidad	Costo unit.	Costo total	Costo anual				
Papel carta y oficio	Resma	21	7.000	147.000	1.764.000				
Toner para fotocopiadora	Unidad	1	230.000	230.000	2.760.000				
Toner para impresora	Unidad	1	180.000	180.000	2.160.000				
Agua	Timbo	25	5.000	125.000	1.500.000				
Café	Sobre	1.600	100	160.000	1.920.000				
TOTAL				842.000	10.104.000				
2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
5.052.000	6.769.680	9.297.701	10.661.862	10.743.712	10.748.623	10.748.917	10.748.935	10.748.936	10.748.936

Fuente: Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 20. Listado de insumos Administrativos

Materiales y suministros	Unidad	Cantidad	Costo unit.	Costo total	Costo anual				
Papel carta y oficio	Resma	3	7.000	21.000	252.000				
Toner para fotocopiadora	Unidad	1	230.000	230.000	2.760.000				
Toner para impresora	Unidad	1	180.000	180.000	2.160.000				
Esfero	Unidad	5	600	3.000	36.000				
Lapiz	Unidad	5	700	3.500	42.000				
Marcador	Unidad	3	1.200	3.600	43.200				
Carpeta de carton	Unidad	6	300	1.800	21.600				
Gancho legajador	Paquete	1	2.000	2.000	24.000				
Carpeta colgante	Unidad	8	800	6.400	76.800				
Az	Unidad	3	5.000	15.000	180.000				
Posit	Unidad	40	2.000	80.000	960.000				
Papel bond en pliego	Pliego	6	100	600	7.200				
Cosedora	Unidad	1	3.000	3.000	12.000				
Perforadora	Unidad	1	3.000	3.000	12.000				
Memoria usb	Unidad	1	20.000	20.000	80.000				
Sacapuntas industrial	Unidad	1	15.000	15.000	60.000				
Corrector	Unidad	1	1.500	1.500	6.000				
Pegante	Unidad	1	1.800	1.800	21.600				
Regla	Unidad	1	1.000	1.000	4.000				
Tijeras	Unidad	1	1.200	1.200	4.800				
Cinta	Unidad	3	2.500	7.500	90.000				
Resaltadores	Unidad	3	1.500	4.500	54.000				
Calculadora	Unidad	2	15.000	30.000	120.000				
Sharpie	Unidad	3	1.500	4.500	54.000				
Porta carnet	Unidad	12	1.500	18.000	72.000				
Clips	Unidad	1	2.000	2.000	24.000				
Sobre manila	Unidad	12	300	3.600	43.200				
Carpeta de presentacion	Unidad	12	300	3.600	43.200				
Jabon liquido	Unidad	3	25.000	75.000	900.000				
Papel higienico	Unidad	24	2.000	48.000	576.000				
Elementos de aseo (jgo)	Unidad	3	20.000	60.000	720.000				
TOTAL				850.100	9.459.600				
2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
4.729.800	6.337.932	8.704.724	9.981.883	10.058.513	10.063.111	10.063.387	10.063.403	10.063.404	10.063.404

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 21. Nómina

TABLA DENOMINA
GIRALABS

NOMINA DE PLANTA

CARGO	SALARIO MENSUAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	SUELDO BASE	AUXILIO EXTRALEGAL	VR DEVENGADO NETO MENSUAL	VR DEVENGADO AL AÑO	PARAFISCALES	PRIMA DE SERVICIOS JUNIO	PRIMA DE SERVICIOS DIC	CESANTIAS AÑO 2015	INT CESANTIAS 2015	VACACIONES 2015	TOTAL PRESTACIONES	TOTAL PRESTACIONES MENSUALES
GERENTE	2.200.000	-	2.200.000	-	2.200.000	26.400.000	352.000	1.100.000	1.100.000	2.200.000	264.000	1.100.000	6.116.000	509.667
ADMINISTRADOR	1.500.000	-	1.500.000	-	1.500.000	18.000.000	240.000	750.000	750.000	1.500.000	180.000	750.000	4.170.000	347.500
TECNOLOGIA	1.500.000	-	1.500.000	-	1.500.000	18.000.000	240.000	750.000	750.000	1.500.000	180.000	750.000	4.170.000	347.500
SECRETARIA	900.000	74.000	974.000	-	974.000	11.688.000	155.840	487.000	487.000	974.000	116.880	450.000	2.670.720	222.560
OFICIOS VARIOS	680.000	74.000	754.000	-	754.000	9.048.000	120.640	377.000	377.000	754.000	90.480	340.000	2.059.120	171.593
	6.928.000					83.136.000	1.108.480	3.464.000	3.464.000	6.928.000	831.360	3.390.000	19.185.840	1.598.820
TOTAL ANUAL \$														102.321.840
TOTAL MENSUAL \$														8.526.820

NOMINA POR OUTSORSING

CARGO	SALARIO MENSUAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	SUELDO BASE	AUXILIO EXTRALEGAL	VR DEVENGADO NETO MENSUAL	VR DEVENGADO AL AÑO	PARAFISCALES	PRIMA DE SERVICIOS JUNIO	PRIMA DE SERVICIOS DIC	CESANTIAS AÑO 2015	INT CESANTIAS 2015	VACACIONES 2015	TOTAL PRESTACIONES	TOTAL PRESTACIONES MENSUALES
CONTADOR	1.000.000	-	1.000.000	-	1.000.000	12.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-
VIGILANCIA	1.800.000	-	1.800.000	-	1.800.000	21.600.000	-	-	-	-	-	-	-	-
	2.800.000					33.600.000								
TOTAL ANUAL \$														33.600.000
TOTAL MENSUAL \$														2.800.000

	MENSUAL	ANUAL
NOMINA DE PLANTA	\$ 8.526.820	\$ 102.321.840
NOMINA POR OUTSORSING	\$ 2.800.000	\$ 33.600.000
TOTAL NOMINA	\$ 11.326.820	\$ 135.921.840

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs



Tabla 22. Valorización Terreno

GIRALABS		PROYECCION DE LA VALORIZACION DEL TERRENO									
VALORIZACION DE TERRENO		2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
TERRENO VALOR INICIAL \$	126.000.000	10%	14%	17%	20%	23%	26%	29%	31%	33%	36%
VALORIZACION		\$ 138.600.000	\$ 143.640.000	\$ 147.420.000	\$ 151.200.000	\$ 154.980.000	\$ 158.760.000	\$ 162.540.000	\$ 165.060.000	\$ 167.580.000	\$ 171.360.000

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

6. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

6.1 Estructura Organizacional para la operación

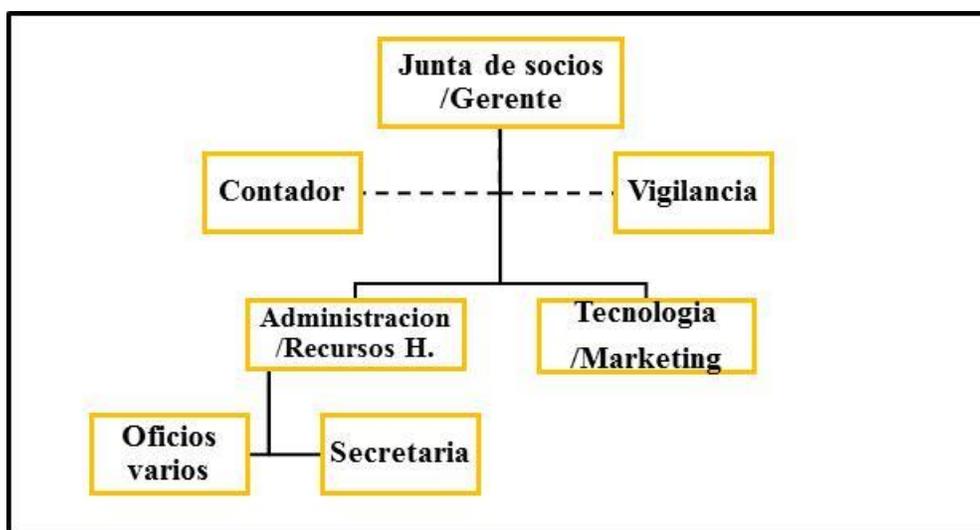


Figura 15. Organigrama.

Fuente: Autores Estudio de factibilidad Giralabs

6.1.1 Estructura orgánica.

La estructura de una organización es eficaz si le permite al personal contribuir con el cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la empresa unificados en un buen servicio ofrecido, logrando reducir la duplicidad de esfuerzos delimitando funciones y responsabilidades específicas.

La estructura orgánica en Giralabs se basa en los niveles basados a continuación;

Nivel Corporativo (Junta de Socios – Gerente): Determina la misión, la visión, objetivos y desarrolla estrategias para maximizar la rentabilidad, interpreta las estrategias determinadas a nivel corporativo y define las estrategias de cada área.

Nivel Funcional (Coordinadores De Cada Área): Desarrolla estrategias funcionales en cada una de las áreas para que ayuden a alcanzar los objetivos que se han implantado por el nivel de negocios y el nivel corporativo.

Tabla 23. *Cargos*

CARGO	PUESTOS	SALARIO MENSUAL	TIPO DE CONTRATO
GERENTE	1	2.200.000	NOMINA
ADMINISTRADOR Y RECURSOS HUMANOS	1	1.500.000	NOMINA
TECNOLOGIA Y MARKETING	1	1.500.000	NOMINA
OFICIOS VARIOS	1	680.000	NOMINA
SECRETARIA	1	900.000	NOMINA
CONTADOR	1	1.000.000	OPS
VIGILANCIA	1	1.800.000	OPS

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

6.1.2 Estructura funcional.

Perfil del gerente: Profesional en Comercio Exterior, Profesional en Tecnología y comunicaciones, Ingeniero de sistemas, Administrador de empresa.

Experiencia; Se requiere una persona significativa experiencia laboral en el mundo empresarial y en el ámbito de emprendimiento en Colombia. Experiencia en manejo de startup, en el ámbito de organización y dinamización de eventos de emprendimiento, gestor de redes

sociales, habilitado a comunicación 2.0 y entornos social media, Conocimientos avanzados en Tics y Microsoft office.

Requerimientos;

- ❖ Idioma Inglés
- ❖ Especialización en Gerencia de proyectos, o Finanzas.

Competencias;

- ❖ Profesional creativo e innovador
- ❖ Relaciones públicas en diferentes sectores
- ❖ Habilidades de comunicación.
- ❖ Que maneje el Networking.
- ❖ Liderazgo
- ❖ Pensamiento estratégico
- ❖ Dinamismo
- ❖ Energía
- ❖ Adaptable al cambio
- ❖ Empoderamiento
- ❖ Flexible
- ❖ Proactivo

Funciones;

- ❖ Diseñar, implementar y evaluar planes de desempeño en el talento humano.
- ❖ Diseñar, implementar y evaluar normas técnicas y políticas de la organización.
- ❖ Administrar estratégicamente, con responsabilidad fundamentado en conocimientos de tal forma que garantice el crecimiento y la rentabilidad de la organización.
- ❖ Trabajar en pro de la visión, misión y política organizacional.

Perfil; Administrador y Recursos Humanos

Experiencia; Manejo de los programas de Office (Word, Excel), Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria, Manejo de herramientas de oficina, Conocimiento como mínimo de un programa contable, experiencia y conocimiento en las practicas del sistema de recursos Humanos, las técnicas de administración, La ley orgánica del trabajo y sus reglamentos.

Competencias;

- ❖ Competencias comunicacionales
- ❖ Interpersonales intrapersonales y de gestión.
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Iniciativa, creatividad

- ❖ Confidencialidad y pro actividad.
- ❖ Orientación al servicio

Funciones;

❖ Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización.

❖ Mantener actualizados los documentos legales de la compañía.

❖ Revisión de la contabilización de los documentos

❖ Clasificar adecuadamente de acuerdo a los centros de costos existentes los documentos contables.

❖ Participar en la identificación de los riesgos de su área de trabajo y en la generación de acciones de mejora para su prevención.

❖ Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas.

❖ Colaboración continúa en otras labores asignadas por su jefe inmediato.

- ❖ Diseñar, proponer y aplicar las políticas, normas e instrucciones relacionadas con dotaciones, remuneraciones, reclutamiento, selección, capacitación, evaluación del personal y desvinculación, velando por la correcta y uniforme aplicación de las normas legales y reglamentarias, en materia de derechos, beneficios, obligaciones, deberes e incompatibilidades del personal.

- ❖ Planificar, dirigir y controlar la gestión financiera, contable y presupuestaria, de tesorería y control de activos de la SISS.

- ❖ Proveer de la infraestructura y servicios logísticos y de mantenimiento necesarios para el buen funcionamiento.

- ❖ Gestionar la función de compras, incluyendo las contrataciones para el suministro de bienes muebles, para la prestación de servicios, para la ejecución de acciones de apoyo, y las contrataciones de estudios, asesorías y consultorías, en los términos previstos por la normativa vigente, y de forma coordinada con las divisiones y unidades que lo requieran

- ❖ Proveer de información para la gestión interna y de información financiera y de personal a los organismos externos que corresponda.

- ❖ Dirigir y controlar el manejo de activo físico y control de inventarios.

- ❖ Organizar y planear el personal.

- ❖ Reclutar el personal.
- ❖ Selección.
- ❖ Promoción del personal
- ❖ Evaluación de desempeño del personal
- ❖ Clima laboral
- ❖ Administración del personal
- ❖ Relaciones laborales
- ❖ Prevención de riesgos laborales

Área marketing y Tecnología: Ingeniero comercial con conocimientos en TI

Experiencia; Experiencia en desarrollo de estrategias a medio y largo plazo, gestión de proyectos, canales de distribución, producto mercado y competencia de su empresa. Planificar y dirigir la política de la empresa en lo referente a productos, precios, promociones y distribución. Diseño de planes a corto, medio y largo plazo, determinando las prioridades y estrategias de los productos de la empresa. Acceder a los mercados como meta final en las mejores condiciones de competitividad y rentabilidad conocimientos en planeación y desarrollo de sistemas, elaboración

de presupuestos, políticas de uso de software, adquisición de nuevas tecnologías, presentación de estadísticas, información y reportes. Manejo 100% office y sistemas de cómputo, manejo de redes sociales y web 2.0.

Competencias;

- ❖ Excelente comunicación
- ❖ Confianza en sí mismo
- ❖ Carismático
- ❖ Conciencia empresarial
- ❖ Trabajo bajo presión
- ❖ Tolerante
- ❖ Orientación al resultado
- ❖ Dominio y buenas relaciones
- ❖ Trabajo en equipo
- ❖ Decisivo
- ❖ Visión global de la empresa
- ❖ Capacidad de planificar
- ❖ Capacidad de negociación
- ❖ Capacidad de representar la empresa y sus valores

Funciones;

- ❖ Diseñar, planificar elaborar e instaurar los planes de marketing de la empresa.
- ❖ Coordinar y controlar el lanzamiento de campañas publicitarias y de promoción.
- ❖ Dirigir y supervisarlos estudios sobre coberturas, cuotas y distribución.
- ❖ Dar soporte al área de ventas en cuanto a estrategias, políticas, canales, publicidad, merchandising.
- ❖ Hacer investigaciones comerciales de los servicios existentes o nuevos, realizando el estudio de las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de los mismos en el mercado.
- ❖ Evaluar, proponer y evaluar los diferentes procesos de publicidad y medios de comunicación de la empresa
- ❖ Fortalecer el clima laboral, la relación de la empresa con los diferentes actores con los que interactúa la organización.
- ❖ Coordinar todo tipo de evento que requiera realizar la empresa.
- ❖ Establecer un canal de comunicación interno y apropiado para mantener el éxito en la organización.

- ❖ Implementar las diferentes tecnologías avanzadas para satisfacer las necesidades de la organización.

- ❖ Actuar de forma autodidacta a los rápidos cambios tecnológicos existentes.

- ❖ Innovar, con nuevas propuestas Tecnológicas.

- ❖ Aplicar los principios, técnicas, herramientas y métodos para la construcción, implementación, instalación, mantenimiento y gestión de sistemas de información.

- ❖ Apoyar las labores de administración de proyectos informáticos y elaborar informes de carácter técnico que documenten los proyectos de desarrollo de software en los cuales participa.

- ❖ Diseñar, desarrollar, mantener y administrar aplicaciones con el objetivo de optimizar la producción y diferentes procesos.

- ❖ Identificar las necesidades de información, definir los sistemas de información, añadir funciones, realizar y gestionar cambios, generar reportes, elaborar, verificar y probar programas, entre otras actividades.

- ❖ Brindar asesoría y asistencia técnica a los usuarios, sobre los sistemas implementados.

- ❖ Generar la documentación técnica y manuales de cada sistema desarrollado.

- ❖ Cualquier otra actividad relacionada con su campo de acción dentro de la empresa.

6.2 Matriz DOFA

6.2.1 Diagnostico Interno.

Se analizan las fortalezas y debilidades a nivel interno de la empresa para determinar estrategias de mejora, se analizan las categorías; directiva, competitiva, financiera, Técnica y Recursos Humanos y luego se determina el nivel de impacto en cada una de las áreas.

Capacidad Directiva: Personal cualificado, experiencia, buena relación con proveedores, control adecuado de procesos administrativos.

Debilidades; Mala administración

Capacidad Competitiva: Se destacan las fortalezas que tenemos que son precios asequibles, servicios dirigidos a diferentes segmentos, asesoramiento, venta directa y pagina web.

Debilidades: Plan de marketing deficiente, desconocimiento del coworking.

Capacidad Financiera: Solvencia económica, planeación de inversiones y control adecuado de procesos financieros.

Debilidades: Mal manejo de recursos y modificaciones al presupuesto inicial.

Capacidad Técnica y RH: Personal profesional cualificado, estabilidad del recurso humano, equipos para el desarrollo de los procesos, infraestructura en excelentes condiciones y lugar bien ubicado.

Debilidad: Poco manejo del tema en espacios colaborativos

Tabla 24. *Diagnostico Interno*

CAPACIDAD	GRADO DEBILIDADES			GRADO FORTALEZAS			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Directiva	X			X				X	
Competitiva			X	X			X		
Financiera		X		X			X		
Tecnica y RH			X	X				X	

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

6.2.2 *Diagnostico Externo.*

Factor Político

- ❖ Oportunidad: apoyo por parte de entes estatales.
- ❖ Amenaza: actualización de leyes o procesos.

Factor Económico

- ❖ Oportunidad: ser líder y única en el mercado le permite incrementar sus ventas, buen posicionamiento y aceptación, desarrollo económico de la ciudad.

- ❖ Amenaza: priorizar sus gastos, las políticas de pago a proveedores, sus políticas de inversión, el desempleo, falta de poder adquisitivo.

Factor Social

- ❖ Oportunidad: Sector emergente. La ciudad requiere de un coworking. Personas con excelente potencial.

- ❖ Amenaza: Falta de cultura para emprender.

Factor Tecnológico

- ❖ Oportunidad: Potenciar el uso de diferentes herramientas tecnológicas, incentivar a desarrollar proyectos de alto impacto usando la tecnología.

- ❖ Amenazas: Costos para llevar a cabo los proyectos.

Factor Competitivo

- ❖ Oportunidad: No existe competencia directa.
- ❖ Amenaza: A futuro creen un coworking en la ciudad.

Factor Geográfico

- ❖ Oportunidad: Coworking con excelente ubicación.

Tabla 25. *Diagnostico Externo*

CAPACIDAD	GRADO OPORTUNIDADES			GRADO AMENAZAS			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
Factor Politico		X				X			X
Factor Economico	X				X		X		
Factor Social	X				X		X		
Factor Tecnologico	X			X			X		
Factor competitivo	X					X	X		
Factor geografico	X						X		

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 26. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA ESTRATÉGICA		
FACTORES POAM	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	1. Apoyo por parte de entes estatales.	1. Actualización de leyes o procesos.
	2. Líder y única en el mercado le permite incrementar sus ventas.	2. Desempleo.
	3. Buen posicionamiento y aceptación.	3. Falta de poder adquisitivo.
FACTORES PCI	4. Desarrollo económico de la ciudad.	4. Falta de cultura para emprender.
	5. La ciudad requiere de un coworking.	5. Costos para financiar proyectos
	6. Sector emergente	6. A futuro creen un coworking en la ciudad.
	7. Desarrollar proyectos de alto impacto.	
	8. No existe competencia directa.	
	9. Excelente ubicación	
FORTALEZAS	Estrategias FO	Estrategias FA
1. Personal cualificado y experiencia.	1. Equipo de profesionales con amplia experiencia desarrollaran tareas con calidad. (F1, O3)	1. Crear y mantener estrategias de ventas de acuerdo al poder adquisitivo de la ciudad. (F4, A3)
2. Control adecuado de procesos administrativos	2. Se ofreceran precios asequibles que permitan ser líder e incrementar las ventas. (F3, O2)	2. Controlar diferentes procesos y estar a la vanguardia de las leyes estatales. (F2, A1)
3. Precios asequibles	3. Mantener estrategias de venta para captar clientes ya que este sector crece rápidamente. (F4, O6)	
4. estrategias de venta	4. Se ofrece una infraestructura excelente en buena ubicación teniendo en cuenta que es el primer espacio coworking (F5, O5, O9)	
5. Infraestructura y excelente ubicación		
DEBILIDADES	Estrategias DO	Estrategias DA
1. Mala administración	1. Mejorar estrategias de ventas, para atacar al sector emergente y tener buen posicionamiento (D2, O6, O3)	1. Crear un excelente plan de Comunicaciones, para dar a conocer el lugar, y crear cultura de emprendimiento, logrando disminuir el desempleo. (D4, A2, A4)
2. Plan de marketing deficiente.	2. Crear un excelente plan de comunicaciones para dar a conocer el coworking, y lograr el desarrollo de proyectos de alto impacto. (D4, O7)	2. Tener una excelente administración para obtener financiación de recursos para proyectos. (D1, A5)
3. Poco manejo de coworking		
4. Empresa desconocida		

Fuente: Autores Estudio de factibilidad Giralabs

6.3 Factores que inciden en inversiones y costos de operación Administrativos

La siguiente tabla da a conocer los gastos y costos que se tienen en cuenta en la operación del coworking.

Tabla 27. *Gastos y Costos Operacionales*

Gastos de Funcionamiento	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
1. Nómina	135.921.852	144.077.163	152.721.793	161.885.100	171.598.207	181.894.099	192.807.745	204.376.210	216.638.782	229.637.109
2. Servicios Publicos	21.416.208	21.737.452	22.063.513	22.394.466	22.730.383	23.071.339	23.417.409	23.768.670	24.125.200	24.487.078
3. Gastos Legales	3.708.000	3.930.480	4.166.309	4.416.287	4.681.265	4.962.140	5.259.869	5.575.461	5.909.989	6.264.588
4. Materiales y suministros Operacionales	5.052.000	6.769.680	9.297.701	10.661.862	10.743.712	10.748.623	10.748.917	10.748.935	10.748.936	10.748.936
5. Materiales y suministros Administrativos	4.729.800	6.337.932	8.704.724	9.981.883	10.058.513	10.063.111	10.063.387	10.063.403	10.063.404	10.063.404
6. Plan de mercadeo	7.320.000	7.466.400	7.615.728	7.768.043	7.923.403	8.081.871	8.243.509	8.408.379	8.576.547	8.748.078
7. Gastos de depreciación	81.340.581	81.340.581	81.340.581	81.340.581	81.340.581	65.122.661	65.122.661	65.122.661	65.122.661	65.122.661
TOTAL	259.488.442	271.659.688	285.910.349	298.448.223	309.076.063	303.943.844	315.663.497	328.063.719	341.185.519	355.071.854

Fuente: Autores Estudio de factibilidad Giralabs

7. ESTUDIO LEGAL

7.1 Implicaciones de la Normatividad

“La ley 1014 del 26 de enero del 2006, busca fomentar LA CULTURA DEL EMPRENDIMIENTO, promoviendo el espíritu emprendedor entre los estudiantes, egresados y público en general y hacer de estas personas capacitadas para innovar, desarrollar bienes tangibles o intangibles a través de la consolidación de empresas.

La ley de emprendimiento tiene como principios fundamentales, la formación integral del ser humano, fortalecimiento de procesos de trabajo productivo, promover la asociatividad, desarrollar la personalidad y apoyar los procesos de emprendimiento sostenibles de carácter: social, cultural, ambiental, regional e internacional.”¹³

7.1.1 *Qué pretende la ley.*

- ❖ Promover el espíritu emprendedor.
- ❖ Desarrollar y fomentar la cultura emprendedora.
- ❖ Que Colombia tenga emprendedores con ideas de negocios exitosas.

¹³ Tema referenciado a la LEY 1014 del 26 de enero del 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento.

- ❖ Crear un vínculo ente el sistema educativo, la empresa, el estado y el emprendimiento.
- ❖ Generar empresas competidoras y reconocidas en el mercado nacional e internacional.
- ❖ Promover la innovación y la creatividad.
- ❖ Fortalecer las unidades productivas existentes.

7.1.2 Compromisos del gobierno.

- ❖ “Promover y garantizar el vínculo entre el sistema educativo, la empresa y el emprendimiento.
- ❖ Designar recursos monetarios públicos, físicos y humanos a través del ministerio de comercio, industria y turismo para apoyar las redes de emprendimiento.
- ❖ Buscar acuerdos con las instituciones financieras para apoyar a los nuevos emprendedores.
- ❖ Generar condiciones para que en las regiones surjan fondos de inversionistas que apoyen las ideas de negocios.
- ❖ Establecer fondos a través de los planes semilla y de capital de riesgo para apoyar nuevos emprendedores.”¹⁴

¹⁴ Tema referenciado a la LEY 1014 del 26 de enero del 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento.

7.1.3 Que son las redes de emprendimiento.

❖ La red de emprendimiento nacional está conformada por quince (15) instituciones públicas y privadas como lo son: Los Ministerios, SENA, Colciencias. FENALCO, ACOPI, Planeación Nacional y otras fundaciones que apoyan la cultura del emprendimiento como las Cajas de Compensación Familiar.

❖ Existen también la red regional para el emprendimiento adscritas a las gobernaciones departamentales como: la Secretaria de Productividad y Competitividad en Antioquia, Cámara de Comercio. Las alcaldías a través de la Secretaria de Desarrollo Social y otras instituciones.

7.1.4 Cómo se fomenta la cultura de emprendimiento en Colombia.

❖ “Con la enseñanza obligatoria del emprendimiento desde el preescolar hasta la universidad.

❖ Creando sistemas de comunicación y orientación profesional en convenio con el SENA, ICFES y COLCIENCIAS.

❖ Estructurando formadores emprendedores.

❖ Con programas de acompañamiento para la consolidación de empresas a través de actividades como asesorías, plan padrino y otras.

- ❖ Generando programas de comunicación y promoción hacia la cultura emprendedora.

- ❖ Promocionando espacios para la asociatividad y generación de redes como: Los Prodes (Programas de Desarrollo Empresarial Sectorial) coordinados por ACOPI, alianzas estratégicas entre empresas de un mismo sector económico, los CLUSTER (Concentración geográfica de empresas e instituciones especializadas y complementarias de actividades relacionadas)”¹⁵

- ❖ Defendiendo la cultura del emprendimiento, con estrategias de posicionamiento a través de los medios de comunicación y los centros educativos

7.1.5 Regulaciones Gubernamentales.

Ley 1429/2010 y sus decretos reglamentarios 454/2011 y 489/2013, son la base legal del funcionamiento de las empresas en Colombia.

En la legislación colombiana se encuentran leyes, decretos, resoluciones y circulares que promocionan las micro, pequeñas y medianas empresas, así como la cultura del emprendimiento y demás disposiciones que regulan el sector empresarial

¹⁵ Tema referenciado a la LEY 1014 del 26 de enero del 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento.

7.2 Instancias legales del proyecto

Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 1116 de 2006. Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.

Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000. Publicada en el Diario Oficial No. 45.628. Marco normativo de la Promoción de la Mi pyme en Colombia.

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de los micros, pequeñas y medianas empresa.

Ley 1429 de 2010. Por la cual se expide la ley de formalización y generación de empleo.

Ley 1258 de 2008. Por la cual se crea la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).

Ley 1116 de 2006. Por la cual se establece el Régimen de Insolvencia Empresarial en la República de Colombia y se dictan otras disposiciones.

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Ley 962 de 2005. Por la cual se dictan disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.

7.2.1 Decretos.

Decreto 3820 de 2008. Por el cual se reglamenta el artículo 23 de la Ley 905 del 2 de agosto de 2004, sobre la participación de las cámaras de comercio en los programas de desarrollo empresarial y se dictan otras disposiciones.

Decreto 4233 de 2004. Por medio del cual se otorga el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mi pymes en el 2004.

Decreto 1780 de 2003. Por medio del cual se crea el Premio Colombiano a la Innovación Tecnológica Empresarial para las Mi pymes.

7.3 Tipo de Sociedad a conformar

Sociedad por Acciones Simplificadas. Las S.A.S fueron introducidas en la legislación colombiana con la Ley 1258 del 5 de diciembre de 2008, con el fin de simplificar y crear nuevas estructuras jurídicas que se adapten a las necesidades y diferentes escenarios empresariales. Por su versatilidad, facilitan la creación de empresas que requieran un amplio campo de maniobra para su viabilidad financiera y operativa, contribuyendo así al crecimiento y desarrollo económico del país.

7.4 Determinación de forma jurídica para administrar el coworking.

Giralabs se constituirá como una sociedad por acciones simplificada; la cual según. Legislación Colombiana está definida por unos estatutos elaborados para conformar la empresa. (Ver anexo H)

❖ “En el acto de constitución de la sociedad (Ver anexo G), no se requiere la presencia de los socios.

❖ No podrá constituirse con menos de cinco (5) accionistas.

❖ El capital de la sociedad ésta representado por títulos de igual valor.

❖ Los socios Gestores podrán realizar aportes de industria, pero éste no forma parte del capital social. 5. Al constituirse la sociedad, es preciso que se suscriba por lo menos el cincuenta por ciento de las acciones en que se divide el capital autorizado y pagarse por lo menos la tercera parte del valor de cada acción que se suscriba.

❖ El plazo para el pago total del capital no podrá exceder de un año contado a partir de la fecha de la suscripción.

❖ Debe siempre enunciarse el capital autorizado, el suscrito y el pagado. Así mismo al indicarse el capital suscrito debe mencionarse el pagado.

- ❖ Las reformas estatutarias, salvo estipulación en contrario, se aprueban con el voto unánime de los socios colectivos o gestores y por la mayoría de votos de las acciones de los comanditarios.

- ❖ Debe tener una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, la cual se forma con el diez por ciento de las utilidades liquidadas de cada ejercicio.

- ❖ Además de las causales generales de disolución, también se disuelve cuando en la compañía ocurran pérdidas que reduzcan el patrimonio neto a menos del cincuenta por ciento del capital suscrito¹⁶

7.4.1 Trámites para la constitución de la empresa.

Según la legislación Colombiana se constituye realizando los siguientes tramites;

- ❖ Reunir los socios para constituir la empresa.

- ❖ Verificar en cámara y comercio, que no exista un nombre o razón social, similar al del establecimiento de comercio.

¹⁶Decreto 410 de 1971(Código de Comercio) y Ley 222 del 20 de diciembre de 1995, "por la cual se modifica el libro II del Código de Comercio.

- ❖ Elaborar minuta de Constitución (Ver anexo G) y presentarla en la Notaria. Con los siguientes datos. Nombre o Razón Social, clase de sociedad y socios, nacionalidad, duración, domicilio, aportes de capital, representante legal, distribución de utilidades, causales de disolución, otros.

- ❖ Obtener la escritura Publica autenticada en la notaria.

- ❖ Matricular la sociedad en el registro Mercantil de la cámara de comercio

- ❖ Registrar los libros de contabilidad en la cámara de Comercio.

- ❖ Obtener el certificado de existencia y representación Legal.

- ❖ Renovar anualmente antes del 31 de marzo, su matrícula mercantil y de establecimiento de comercio.

7.4.1.1 Tramites generales en la puesta en marcha.

- ❖ Tributaria (AEAT): Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores

- ❖ Agencia Tributaria (AEAT): Impuesto sobre Actividades Económicas (exentas las empresas de nueva creación durante los dos primeros ejercicios)

- ❖ Tesorería General de la Seguridad Social: Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social

- ❖ Inspección Provincial de Trabajo: Obtención y legalización del libro de Visitas

- ❖ Registro Mercantil Provincial: Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad

- ❖ Registro Mercantil Provincial: Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales

- ❖ Autoridades de certificación: Obtención de un certificado electrónico

- ❖ Trámites según la actividad

- ❖ Ayuntamientos: Licencia de actividad

- ❖ Otros organismos oficiales y/o registros: Inscripción en otros organismos oficiales y/o registro

- ❖ Tesorería General de la Seguridad Social: Inscripción de la empresa

- ❖ Tesorería General de la Seguridad Social: Afiliación de trabajadores

- ❖ Tesorería General de la Seguridad Social: Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social

- ❖ Consejería de Trabajo de la CCAA: Comunicación de apertura del centro de trabajo

- ❖ Inspección Provincial de Trabajo: Obtención del calendario laboral

- ❖ Trámites complementarios

- ❖ Oficina de Patentes y Marcas: Registro de signos distintivos

Tabla 28. *Presupuesto Legal y puesta en Marcha*

Gastos de constitucion	Unidad	Cantidad	Costo unit.	Costo total	
Inscripción de la S.A.S.				938.500	
Consultar el nombre en el RUES	Unidad	1	0	0	
Preparar Papelería	Unidad	1	5.000	5.000	
Inscripcion en la camara de comercio	Unidad	1	600.000	600.000	
Crear cuenta de ahorros	Unidad	1	300.000	300.000	
Tramitar RUT definitivo	Unidad	1	0	0	
Tramitar el registro mercantil definitivo	Unidad	1	3.500	3.500	
Resolución de facturación y firma digital	Unidad	1	0	0	
Gastos de movilización	Unidad	1	30.000	30.000	
TOTAL				938.500	
Fuente;	Autores	estudio	de	factibilidad	Giralabs

8. ESTUDIO FINANCIERO

8.1 Presupuesto de Inversiones

Tabla 29. *Presupuesto de Inversiones*

Activo	Inicio
1. Gastos de Constitución	\$ 938.500
2. Maquinaria y Equipo	\$ 81.089.600
3. Construcciones	\$ 1.302.453.221
4. Terrenos	\$ 126.000.000
5. Plan de manejo ambiental	\$ 500.000
6. Plan de seguridad y salud en el trabajo	\$ 6.790.000
Total de inversion	\$ 1.517.771.321

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

8.2 Gastos y costos de operación

Tabla 30. *Gastos y costos de operación*

Gastos de Funcionamiento	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
1. Nómina	135.921.852	144.077.163	152.721.793	161.885.100	171.598.207	181.894.099	192.807.745	204.376.210	216.638.782	229.637.109
2. Servicios Públicos	21.416.208	21.737.452	22.063.513	22.394.466	22.730.383	23.071.339	23.417.409	23.768.670	24.125.200	24.487.078
3. Gastos Legales	3.708.000	3.930.480	4.166.309	4.416.287	4.681.265	4.962.140	5.259.869	5.575.461	5.909.989	6.264.588
4. Materiales y suministros Operacionales	5.052.000	6.769.680	9.297.701	10.661.862	10.743.712	10.748.623	10.748.917	10.748.935	10.748.936	10.748.936
5. Materiales y suministros Administrativos	4.729.800	6.337.932	8.704.724	9.981.883	10.058.513	10.063.111	10.063.387	10.063.403	10.063.404	10.063.404
6. Plan de mercadeo	7.320.000	7.466.400	7.615.728	7.768.043	7.923.403	8.081.871	8.243.509	8.408.379	8.576.547	8.748.078
7. Gastos de depreciación	81.340.581	81.340.581	81.340.581	81.340.581	81.340.581	65.122.661	65.122.661	65.122.661	65.122.661	65.122.661
TOTAL	259.488.442	271.659.688	285.910.349	298.448.223	309.076.063	303.943.844	315.663.497	328.063.719	341.185.519	355.071.854

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

8.3 Ingresos

Tabla 31. Ingresos

Presupuesto ingresos	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Total No ventas										
Servicio Gold	64	120	156	180	180	180	180	180	180	180
Servicio Silver	160	312	420	480	480	480	480	480	480	480
Servicio Bronce	240	456	636	720	720	720	720	720	720	720
Alquiler de Auditorio	640	1200	1680	1920	1920	1920	1920	1920	1920	1920
Alquiler de sala de reuniones o juntas	320	720	960	960	960	960	960	960	960	960
Encuentros de emprendimientos	560	840	840	960	960	960	960	960	960	960
Total No ventas en pesos										
Servicio Gold	\$ 51.200.000	\$ 101.760.000	\$ 140.225.280	\$ 171.506.304	\$ 181.796.682	\$ 192.704.483	\$ 204.266.752	\$ 216.522.757	\$ 229.514.123	\$ 243.284.970
Servicio Silver	\$ 32.000.000	\$ 66.144.000	\$ 94.382.400	\$ 114.337.536	\$ 121.197.788	\$ 128.469.655	\$ 136.177.835	\$ 144.348.505	\$ 153.009.415	\$ 162.189.980
Servicio Bronce	\$ 9.600.000	\$ 19.334.400	\$ 26.966.400	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000
Alquiler de Auditorio	\$ 96.000.000	\$ 190.800.000	\$ 267.120.000	\$ 305.280.000	\$ 305.280.000	\$ 305.280.000	\$ 305.280.000	\$ 305.280.000	\$ 305.280.000	\$ 305.280.000
Alquiler de sala de reuniones o juntas	\$ 32.000.000	\$ 76.320.000	\$ 101.760.000	\$ 101.760.000	\$ 101.760.000	\$ 101.760.000	\$ 101.760.000	\$ 101.760.000	\$ 101.760.000	\$ 101.760.000
Encuentros de emprendimientos	\$ 16.800.000	\$ 26.712.000	\$ 26.712.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000	\$ 30.528.000
Total ingresos	\$ 237.600.000	\$ 481.070.400	\$ 657.166.080	\$ 753.939.840	\$ 771.090.470	\$ 789.270.139	\$ 808.540.587	\$ 828.967.262	\$ 850.619.538	\$ 873.570.950

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

8.4 Flujo de Caja

Tabla 32. *Flujo de caja*

Año	0	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
(+) Total Ingresos	-	237.600.000	481.070.400	657.166.080	753.939.840	771.090.470	822.990.463	808.540.587	828.967.262	850.619.538	873.570.950
(-) Total Costo Operativos	-	12.372.000	14.236.080	16.913.429	18.429.905	18.667.115	18.830.494	18.992.426	19.157.314	19.325.483	19.497.014
(-) Gastos operativos	-	247.116.442	257.423.608	268.996.920	280.018.318	290.408.948	285.113.350	296.671.070	308.906.405	321.860.036	335.574.840
(-) Total de inversion	1.517.771.321										
(=) Utilidad antes de impuestos	(1.517.771.321)	(21.888.442)	209.410.712	371.255.731	455.491.617	462.014.407	519.046.619	492.877.090	500.903.543	509.434.019	518.499.096
Flujo de caja neto	(1.517.771.321)	(21.888.442)	209.410.712	371.255.731	455.491.617	462.014.407	519.046.619	492.877.090	500.903.543	509.434.019	518.499.096

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 33. *Tiempo de Retorno de la inversión*

RETORNO DE LA INVERSION EN EL TIEMPO										
INVERSION	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
1.517.771.321	-21.888.442	209.410.712	371.255.731	455.491.617	462.014.407	519.046.619	492.877.090	500.903.543	509.434.019	518.499.096
	1.539.659.763	1.330.249.050	958.993.319	503.501.702	41.487.295	-477.559.324				

8.5 Fuentes de Financiación

Tabla 34. Financiación

FUENTES	VALOR	% INVERSION
Socio No 1 Recursos Propios	\$ 200.000.000	13%
Socio No 2 Recursos Propios	\$ 200.000.000	13%
Socio No 3 Recursos Propios	\$ 200.000.000	13%
Socio No 4 Recursos Propios	\$ 200.000.000	13%
Socio No 5 Recursos Propios	\$ 717.771.321	47%
Prestamo	\$ -	
Cofounding	\$ -	
TOTAL	\$ 1.517.771.321	

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

8.6 Determinación de la tasa mínima de aceptación de rendimiento propia y mixta

Tabla 35. Tasa de aceptación

La tasa de descuento se estima en un 23% teniendo en cuenta la tasa de oportunidad de 15% y más un 8% del riesgo, basado en factores mencionados en la evaluación financiera.

Tasa de descuento	23%
Tasa de Oportunidad	15%
TIR	17,59%
VPN	202.191.308
RBC	1,54

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

9. EVALUACION FINANCIERA

Se presenta la evaluación financiera, de acuerdo a los cálculos realizados en el estudio financiero.

9.1 Evaluación Financiera con recursos propios Escenario Optimista

Según resultados de la evaluación financiera con recursos propios el proyecto, coworking Girardot “Giralabs” es viable financieramente ya que la TIR es del 17,59% y la Tasa de oportunidad de los inversionistas es del 15%, teniendo en cuenta un 8% de riesgo, ya que la economía actual ha sufrido pérdida de valor del peso nacional, lo que ocasiona reducción en inversión, encarecimiento de bienes de capital por la devaluación y actualmente la economía se encuentra desequilibrada, y el 7% es el porcentaje de la rentabilidad por la inversión . La tasa de rentabilidad se estableció en un 7% teniendo en cuenta que el porcentaje de la tasa de interés para un CDT es del 6,78%.

El valor presente neto de los flujos con una tasa de oportunidad de 15% nos arroja un valor de \$120.082.379 lo cual es viable ya que el valor de la inversión se recupera. El valor presente neto \$120.082.379 demostró que los ingresos y gastos futuros a sus valores actuales es mayor permitiendo identificar que el ingreso neto futuro en función de pérdidas.

La relación beneficio-costo arroja un resultado de 1,54 lo cual indica que se recibirá adicionalmente por cada peso invertido 0,154 pesos lo que indica que el proyecto debe ser aceptado porque es mayor a 1.

10. ASPECTOS AMBIENTALES DEL PROYECTO

10.1 Identificación y cuantificación del Impacto Ambiental

Los impactos ambientales pueden caracterizarse de la siguiente manera:

- ❖ Impacto directo (D). Aquel cuyo efecto tiene una incidencia directa en algún componente ambiental.

- ❖ Impacto indirecto (I). Aquel cuyo efecto supone una incidencia respecto a la interdependencia de un componente ambiental.

- ❖ Impacto acumulativo (A). Aquel cuyo efecto al prolongarse en el tiempo incrementa progresivamente su efecto.

- ❖ Impacto sinérgico (S). Aquel cuyo efecto se produce cuando el efecto conjunto de la presencia simultánea de varios agentes o acciones supone una incidencia ambiental mayor que la suma de las incidencias individuales.

- ❖ Impacto a corto plazo (CP). Aquel que se produce en el mismo momento de efectuar la acción.

- ❖ Impacto a largo plazo (LP). Aquel que se produce tiempo después de ejecutarse el proyecto.
- ❖ Impacto bajo (B). Aquel cuyo efecto es mínimo sobre el componente ambiental.
- ❖ Impacto alto (A). Aquel cuyo efecto sobre el componente ambiental resulta ser muy notorio.
- ❖ Impacto medio (M). Aquel cuya intensidad de efecto presenta un grado intermedio a los anteriores.

10.2 Descripción y evaluación técnica de impactos

En esta parte, se describe los impactos que generará la ejecución de Giralabs. El análisis de impactos se inicia con la identificación de aspectos ambientales y factores de riesgo.

Tabla 36. *Identificación Impactos ambientales*

Actividad	Aspecto Ambiental	Impacto Ambiental
Movilización de personal, equipos y materiales	Contaminación auditiva	Incremento niveles de ruido y migración temporal de individuos de fauna.
Descapote y limpieza de terreno	Corte de vegetación, nivelación y compactación del terreno.	Modificación del perfil del suelo, generación de polvo e incremento de ruido.

Actividad	Aspecto Ambiental	Impacto Ambiental
Construcción de las instalaciones	Generación de ruidos y gases de combustión por utilización de maquinaria. Residuos sólidos efluentes.	Incremento niveles de ruido, generación de polvo y contaminación de aire.
Puesta en marcha de las instalaciones	Transporte de equipos y materiales. Generación de ruidos y gases por combustión.	Incremento de los niveles de ruidos, contaminación de aire y degradación de la calidad de los suelos por disposición de residuos.

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

10.3 Fase de construcción

- ❖ **Aire:** Alteración de la calidad del aire por emisión de gases

Para el descapote y limpieza del terreno se requiere de maquinaria pesada la cual generara la alteración de la calidad del aire por el uso de estos equipos. La emisión de gases por combustión, se dispersarán rápidamente en la atmósfera por la acción del viento, sin generar efectos ambientales sobre los componentes del medio, principalmente sobre los barrios cercanos.

Incremento de los niveles de ruido por la utilización de motosierras, mezcladoras, ranas y otros originarán ruidos con una intensidad entre baja y alta, siendo la fauna silvestre la más impactada, lo cual originaría el ahuyentamiento temporal de especies de fauna (principalmente aves) del área del proyecto.

- ❖ **Agua:** Degradación de calidad de aguas superficiales

Durante el transporte de combustible, componentes químicos, agregados y otros existe el riesgo de ocurrencia de derrames que podrían producir un impacto sobre las aguas almacenadas que se tengan en la obra. La severidad del impacto estará en función del volumen de combustible derramado y del tipo de hábitat afectado. El mal uso de del agua en los procesos constructivos de Giralabs contribuirá a la contaminación del agua y a la falta de concientización de la pérdida de la misma.

❖ **Fauna:** Migración Temporal de Individuos de Fauna. El ruido y vibración generada por las motosierras, retroexcavadoras, volquetas, ranas y mezcladoras generará el ahuyentamiento de fauna. Las aves por ser las más sensibles se alejarán temporalmente.

❖ **Flora:** Descapote de vegetación. Para la ejecución del proyecto se requiere el descapote de la capa vegetal y excavación a suelo optimo; estos trabajos comprenderán reforestación de las áreas afectar en donde se hará la construcción. Estos trabajos generaran excavación y esta se hará según planos.

Tabla 37. Plan de Manejo Ambiental

Aspectos e Impactos Ambientales-Fase de Construcción				
Actividad	Aspecto ambiental	Impacto ambiental	Medida de mitigación	Costo
Movilización de personal, equipos y materiales	Contaminación auditiva	Incremento niveles de ruido y migración temporal de individuos de fauna.	Realizar los trabajos que generen ruido en horario moderado. Identificar las especies en el area de trabajo y minimizar la tala de arboles (reposicion).	200.000
Descapote y limpieza de terreno	Corte de vegetación, nivelación y compactación del terreno.	Modificación del perfil del suelo, generación de polvo e incremento de ruido.	Cerramiento del lote, evitar la eliminacion de la capa vegetal mas alla del area requerida. Planificar otras rutas.	200.000
Construcción de las instalaciones	Generación de ruidos y gases de combustión por utilización de la maquinaria.	Incremento niveles de ruido, generación de polvo y contaminación de aire.	Evitar utilizar equipos que generen ruidos molestos.	-
	Riesgo de incendio por acumulación de limpieza de terreno.		No quemar malezas y evitar acumulacion de basuras .	-
Puesta en marcha de las instalaciones	Transporte de equipos y materiales.	Incremento de los niveles de ruidos, contaminación de aire y degradación de la calidad de los suelos por disposición de residuos.	Emplear metodos de trabajo que ejerzan baja presion sobre el suelo y metodos de arrastre que causen impacto minimo.	-
	Generación de ruidos y gases por combustión.		Monitorear la regeneracion y eliminar las malezas para permitir el crecimiento de las mismas.	100.000
			Total	500.000

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

11. ESTUDIO DE RIESGOS DEL PROYECTO

Tabla 38. Análisis de Riesgos

RIESGO GENERICO	CLASIFICACION	NIVEL	CAUSAS	AREA DE IMPACTO	CONSECUENCIAS	RESPUESTA
Riesgos Propiedad						
Terrorismo	Natural	Alto	Naturales	Edificios	posibles efectos ocasionados por el riesgo, economicos, sociales, administrativos entre otros.	Establecer polizas contra todo riesgo en caso de un accidente.
Fenomenos Naturales				Equipos		
Fuego				Automoviles		
Riesgos a Activos Monetarios						
Robos y fraudes	Gerencia	Alto	Malos manejos contables	Tesorerias	Robos continuos, Afecta la moral y buen nombre de la empresa.	Sistemas de control centralizado en gerencia. Fortalecimiento de control existente.
Asaltos			Malos manejos	Coworking	Mala manipulacion de registro de operaciones.	Monitoreo y mejoras politicas.
Riesgos humanos						
Salud y seguridad de los empleados	Operativo	Medio	Falta de prevencion	Funcionarios	Daño salud e integridad fisica de la persona.	Establecer actividades de promoción y prevencion tendientes a mejorar las condiciones de trabajo y la salud de los empleados.
Leves laborales						
Riesgos Comerciales						
Contratos mal especificados	Comercial	Medio	Errores al elaborarlos	Contratos clientes, proveedores, socios	Perdida de responsabilidades.	Realizar ajustes y modificaciones.
Riesgos de mercado			Perdida de la capacidad adquisitiva	Areas de mercado	Reduccion de ventas e ingresos.	Crear estragias de mercadeo para sostenimiento.
Riesgos de reputacion			Desconocimiento del lugar	Area de comunicaciones	Baja rentabilidad.	Crear estrategias para logra el buen posicionamiento y good will
Riesgos Informacion						
Seguridad Fisica	Tecnologia	Alto	Falta de implementar politicas deseguridad, backup de sistemas, desarrollo seguro de software, analisis de codigos de seguridad.	Documentacion, archivos de informacion.	Incendios, cortos, perdida de informacion por falla del sistema, Violacion a la seguridad del sistema, consecuencias legales.	Formulacion de politicas y reglamentacion de la norma especifica sobre riesgos tecnologicos y seguridad informatica, adquisición y actualización de equipos informaticos.
Sistemas de informacion						
Procedimientos de acceso						
Confidencialidad						
Aspectos tecnicos						
Riesgos Legales						
Leves de competitividad	Gerencia	Alto	Incertidumbre y ambigüedad en la parte de aplicar las leyes.	Areas comerciales y financieras	Multas, suspension de actividades, inhabilitacion de actividades, intervencion judicial.	Revisar cada uno de los procedimientos antes de ser aprobados.
Proteccion de informacion						Acuerdos contractuales.
Leves tributarias						Implementar politicas y procedimientos de cumplimiento.
Leves economicas						Contribuir con la emision de un codigo de etica o conducta.
Leves de publicidad						Establecer limitaciones en operaciones.
Riesgos Politicos						
Poder general	Gerencia	alto	Grupos armados en la zona.	Areas comerciales y financieras	Inseguridad de orden publico.	Contacto con autoridades competentes.
Derechos de propiedad			Fuertes implicaciones		Consecuencias economicas.	Reconocimiento de las dificultades.
Riesgos Operativos						
Ineficiencia en operaciones	Gerencia	Alto	Problemas detectados.	Todas las areas	Malestar organizacional	Implementar mecanismos para mejorar el clima organizacional.
Informacion erronea			Cambios constantes.		Revelacion inadecuada de informacion al	Mejorar el proceso de selección de personal
Uso inapropiado de los recursos			Deficiencias constantes en el sistema		Atraso en procedimientos	Importantes inversiones.
Procesos ineficientes			Falta de motivacion e incentivos		Falta de compromiso y responsabilidad.	Optimizar las labores y mejorar la calidad.

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 39. *Ponderación del Riesgo*

ID	RIESGO	PROBABILIDAD
R-01	Riesgos a propiedad	Bajo
R-02	Riesgos a activos monetarios	Bajo
R-03	Riesgos Humanos	Alto
R-04	Riesgos comerciales	Alto
R-05	Riesgos de informacion	Medio
R-06	Riesgos Legales	Alto
R-07	Riesgos politicos	Bajo
R-08	Riesgos operativos	Alto

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 40. Matriz de Riesgos

MATRIZ DE RIESGOS CREACION COWORKING EN LA CIUDAD DE GIRARDOT								
#	Riesgo	Posible resultado	Síntoma	Probabilidad	Impacto	Prioridad	Respuesta de Prevencion	Responsable de la acción de respuesta
1	De propiedad	Efectos ocasionados por el riesgo tanto ,economicos, sociales, administrativos entre otros.	Naturales	Bajo	Alto	6	Establecer polizas contra todo riesgo en caso de un accidente.	Gerente
2	A activos monetarios	Robos continuos, Afecta la moral y buen nombre de la empresa. Mala manipulacion de registro de operaciones.	Malos manejos contables.	Bajo	Alto	6	Sistemas de control centralizado en gerencia. Fortalecimiento de control existente.	Gerente
3	Humanos	Daño salud e integridad fisica de la persona.	Falta de prevencion	Bajo	Medio	8	Establecer actividades de promoción y prevencion tendientes a mejorar las condiciones de trabajo y la salud de los empleados.	Administrador y Recursos Humanos
4	Comerciales	Perdida de responsabilidades. Reduccion de ventas e ingresos. Baja rentabilidad.	Errores al elaborarlos. Perdida de la capacidad adquisitiva.Desconocimiento del lugar	Medio	Alto	3	Realizar ajustes y modificaciones.Crear estragias de mercadeo para sostenimiento. Crear estrategias para logra el buen posicionamiento y good will	Comercial
5	De informacion	Incendios, cortos, perdida de informacion por falla del sistema,Violacion a la seguridad del sistema, consecuencias legales	Falta de implementar politicas deseguridad, backup de sistemas, desarrollo seguro de software, analisis de codigos de seguridad.	Medio	Alto	3	Formulacion de politicas y reglamentacion de la norma especifica sobre riesgos tecnologicos y seguridad informatica, adquisición y actualizacion de equipos informaticos.	Tecnologia
6	Legales	Multas, suspension de actividades, inhabilitacion de actividades, intervencion judicial.	Incertidumbre y ambigüedad en la parte de aplicar las leyes.	Alto	Alto	1	Revisar cada uno de los procedimientos antes de ser aprobados. Acuerdos contractuales.Implementar politicas y procedimientos de cumplimiento. Estabecer limitaciones en operaciones.	Gerente
7	Politico	Inseguridad de orden publico. Consecuencias economicas.	Grupos armados en la zona. Fuertes implicaciones	Bajo	Alto	6	Contacto con autoridades competentes.Reconocimiento de las dificultades.	Gerente
8	Operativo	Malestar organizacional. Revelacion inadecuada de informacion al cliente. Atraso en procedimientos,Falta de compromiso y responsabilidad.	Problemas detectados. Cambios constantes. Deficiencias constantes en el sistema.Falta de motivacion e incentivos	Alto	alto	1	Implementar mecanismos para mejorar el clima organizacional.Mejorar el proceso de selección de personal.Optimizar las labores y mejorar la calidad. Importantes inversiones.	Administrador y Recursos Humanos

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

Tabla 41. Plan de acción de Riesgos

PLAN DE ACCION CREACION COWORKING EN LA CIUDAD DE GIRARDOT							
#	Riesgo	Síntoma	Probabilidad	Impacto	Prioridad	Accion de Gestion	Responsable de la acción de respuesta
1	De propiedad	Naturales	Bajo	Alto	6	Establecer polizas contra todo riesgo en caso de un accidente.	Gerente
2	A activos monetarios	Malos manejos contables.	Bajo	Alto	6	Sistemas de control centralizado en gerencia. Fortalecimiento de control existente.	Gerente
3	Humanos	Falta de prevencion	Bajo	Medio	8	Establecer actividades de promoción y prevencion tendientes a mejorar las condiciones de trabajo y la salud de los empleados.	Administrador y Recursos Humanos
4	Comerciales	Errores al elaborarlos. Perdida de la capacidad adquisitiva.Desconocimiento del lugar	Medio	Alto	3	Realizar ajustes y modificaciones.Crear estragias de mercadeo para sostenimiento. Crear estrategias para lograr el buen posiconamiento y good will	Comercial
5	De informacion	Falta de implementar politicas deseguridad, backup de sistemas, desarrollo seguro de software, analisis de codigos de seguridad.	Medio	Alto	3	Formulacion de politicas y reglamentacion de la norma especifica sobre riesgos tecnologicos y seguridad informatica, adquisición y actualizacion de equipos informaticos.	Tecnologia
6	Legales	Incertidumbre y ambigüedad en la parte de aplicar las leyes.	Alto	Alto	1	Revisar cada uno de los procedimientos antes de ser aprobados. Acuerdos contractuales.Implementar politicas y procedimientos de cumplimiento. Estabecer limitaciones en operaciones.	Gerente
7	Politico	Grupos armados en la zona. Fuertes implicaciones	Bajo	Alto	6	Contacto con autoridades competentes.Reconocimiento de las dificultades.	Gerente
8	Operativo	Problemas detectados. Cambios constantes. Deficiencias constantes en el sistema.Falta de motivacion e incentivos	Alto	alto	1	Implementar mecanismos para mejorar el clima organizacional.Mejorar el proceso de selección de personal.Optimizar las labores y mejorar la calidad. Importantes inversiones.	Administrador y Recursos Humanos

Fuente; Autores estudio de factibilidad Giralabs

12. IMPACTOS ECONÓMICOS Y SOCIALES DEL PROYECTO

12.1 Económicos

La evaluación económica del proyecto consiste en determinar las ventajas que tiene desde el punto de vista de la sociedad para poder apreciarlo desde una visión macroeconómica, es por eso que la sostenibilidad de la creación del espacio coworking Giralabs va más allá del aspecto económico que pretende alcanzar rentabilidad y maximización de su utilidad, está enfocada también en la generación de conocimiento, desarrollo, potenciar ideas de negocio para crear empresas que ayuden a generar empleo en la ciudad, calidad de vida y desarrollo económico.

- ❖ Se caracteriza por hacer negocio generando conocimiento y venderlo en un mercado global, pasando a ser un factor productivo el conocimiento y generador de ingresos.

- ❖ El desarrollo de conocimiento y proyectos de alto impacto aporta al desarrollo social y económico, ya que se revela un cambio de paradigma de competitividad, de evolución, de crecimiento.

- ❖ Incentiva a explorar nuevas oportunidades laborales, no solo pensar en estar vinculados a una empresa laboralmente, sino en desarrollo profesional y personal creando modelos de negocios rentables y sostenibles, siendo parte de la sociedad del conocimiento.

12.2 Sociales

Desarrollo; Una de las contribuciones del proyecto para conseguir los objetivos socioeconómicos es contribuir a la disminución del desempleo, fomentando emprendimiento y el desarrollo de nuevos modelos de negocio, logrando desarrollo en la economía de la ciudad y una sociedad equitativa.

Satisfacción de una necesidad; La ejecución de los servicios ofrecidos por Giralabs, cumplen la necesidad a empresarios de pymes que deseen incrementar su rentabilidad y ampliar su red de negocios, profesionales y emprendedores que tengan intención de desarrollar ideas de negocio.

- ❖ Se busca materializar las ideas innovadoras, que resuelvan desafíos sociales, problemáticas existentes por medio de herramientas y recursos.

- ❖ Orientar y ofrecer un espacio de trabajo colaborativo, a costos asequibles generando múltiples ventajas.

13. CONCLUSIONES

❖ La información primaria se obtuvo aplicando una serie de encuestas, a los emprendedores que han asistido a los tres eventos de emprendimiento realizados en la ciudad, los empresarios de pymes de actividades económicas específicas, y profesionales egresados de las universidades Piloto, Cundinamarca y Minuto de Dios en las carreras de Ingeniería Financiera, Sistemas, Contaduría Pública, Administración de empresas y ambiental

❖ El espacio coworking Girardot, será el primero en la zona del alto magdalena, por lo tanto captará gran mercado existente y a la espera que se generen proyectos de alto impacto, que aporten al desarrollo de la región.

❖ La estructura organizacional se elaboró y se determinó según necesidad para brindar un servicio personalizado, de calidad y con potencial humano.

❖ La puesta en marcha de Giralabs generará oportunidad, desarrollo, innovación, emprendimiento ayudando a fortalecer ideas, proyectos, empresas de tal manera que el potencial intelectual se desarrolle en la región y no emigre a otras ciudades.

❖ Giralabs ha demostrado su viabilidad técnica, administrativa y financiera, teniendo en cuenta los indicadores de la TIR, VPN, Y RBC, y los diferentes impactos que tendrá su puesta en marcha, por lo que se determina como un proyecto innovador, rentable, sostenible, de gran interés para la ciudad.

❖ Giralabs contara con una infraestructura en excelente condiciones, amplia, adecuada, cómoda, segura con buena ubicación en zona de alto desarrollo urbanístico, sobre la vía principal de la ruta 4g, y fácil acceso para los clientes.

BIBLIOGRAFIA

Bernal, Cesar A. (Segunda edición). Introducción a la administración de las organizaciones.
Pearson. Colombia.

Bernal. Cesar A. (Tercera edición). Metodología de la investigación. Pearson. Colombia.

Mendez, L. Rafael. (Octava Edición). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá.DC.

Miranda, J. J. (cuarta edición). Gestión de Proyectos.

Project Management Institute. (Quinta Edición). Guía del Pmbok.

Serna Gomez, Humberto. (Once Edición). Gerencia estratégica. Bogotá. DC.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Jimenez, M. (s.f.). *Guia de los fundamentos para la direccion de proyectos (PMBOK)*. Global Standard.

Lledo, P. (2011). *Director de proyectos*. canada: victoria,BC.

Miranda, J. J. (cuarta edicion). *Gestion de Proyectos*.

Velasquez, O. Q. (2006).

ANEXO A. MODELO DE ENCUESTA PROFESIONALES

ENCUESTA PROFESIONALES

Realizada por: Estudiantes de la especialización Gerencia de proyectos de la Universidad Minuto de Dios de la ciudad de Girardot.

Objetivo: Se pretende hacer el estudio de viabilidad y factibilidad para crear en la ciudad de Girardot un espacio coworking (es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores, y empresas de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos), con este motivo solicitamos a usted muy amablemente contestar las siguientes preguntas;

1. ¿En qué rango de edad está usted?
 - a. 18-25 años
 - b. 26-35 años
 - c. 36-45 años
 - d. Más de 46 años

2. ¿Cuál es su nivel socio económico?
 - a. Nivel 1
 - b. Nivel 2
 - c. Nivel 3
 - d. Mayor a nivel 4

3. ¿Cuál es su género?
 - a. Hombre
 - b. Mujer

4. ¿Cuál fue la universidad donde término sus estudios profesionales?
 - a. Universidad minuto de Dios
 - b. Universidad Piloto
 - c. Universidad de Cundinamarca
 - d. Universidad a distancia UNAD
 - e. Universidad de otra ciudad

5. Califique de 1 a 5 el nivel académico de su universidad en donde
 - a. Es deficiente
 - b. Es regular
 - c. Es buena
 - d. Es muy buena
 - e. Es excelente

6. ¿Cuál es su situación laboral?
 - a. Independiente
 - b. Empleado
 - c. Desempleado
 - d. Pensionado

7. Actualmente trabaja en algo relacionado con su profesión?
 - a. Si
 - b. No

8. ¿Le gustaría crear su propia empresa?
 - a. Si
 - b. No

9. ¿Está de acuerdo que en la ciudad de Girardot faltan oportunidades labores y profesionales?
 - a. Si
 - b. No

10. Cuál es su proyección profesional hacia el futuro en 2 años?
 - a. Ser Empleado____
 - b. Emprendedor____
 - c. seguir Estudiando____

- d. Ejercer profesión
 - e. Independiente.____
11. ¿Siente la necesidad de salir de la ciudad de Girardot por falta de oportunidades?
 - a. Si
 - b. No
 12. Conoce de lugares que ayuden a promover el emprendimiento y la innovación en la ciudad?
 - a. Si ¿Cuál? _____
 - b. No
 13. ¿En su vida profesional a tenido la oportunidad de asistir a un espacio coworking?
 - a. Si
 - b. No
1. ¿Pagaría usted por utilizar estos espacios de coworking en la ciudad de Girardot?
 - a. Si
 - a. No
 2. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este espacio
 - a. Menos de \$50.000
 - b. Entre \$51.000 a \$100.000
 - c. Entre \$101.000 a \$200.000
 - d. Más de \$200.000
 3. ¿Cómo ve la proyección económica y de desarrollo de Girardot?
 - a. Deficiente
 - b. Regular
 - c. Buena
 - d. Muy buena
 - e. Excelente

Fuente; Autores estudio de mercado Coworking Girardot

ANEXO B. MODELO DE ENCUESTA EMPRESARIOS

ENCUESTA EMPRESARIOS

Realizada por: Estudiantes de la especialización Gerencia de proyectos de la Universidad Minuto de Dios de la ciudad de Girardot.

Objetivo: Se pretende hacer el estudio de viabilidad y factibilidad para crear en la ciudad de Girardot un espacio coworking (es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores, y empresas de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos), con este motivo solicitamos a usted muy amablemente contestar las siguientes preguntas;

1. ¿Cuál es el nivel socioeconómico de su empresa?
 - a. Entre nivel 1 y 2 _____
 - b. Entre nivel 3 y 4 _____
 - c. Más de nivel 4 _____

2. ¿Cuál es su principal actividad económica?
 - a. Comercialización al por mayor y menor de productos _____
 - b. Construcción de obra civiles _____
 - c. Hotelería y turismo _____
 - d. Transporte _____
 - e. Prestadora de servicios. _____ ¿Cuáles? _____

3. ¿Su empresa cuenta con programas de capacitaciones para sus trabajadores?
 - a. Si _____
 - b. No _____

4. ¿Cree que su empresa necesita oportunidades para resolver retos de innovación tecnológica que le ayude a ganar competitividad y lograr una mejor posición de marca?
 - a. Si _____
 - b. No _____

5. Califique el nivel de importancia del servicio al cliente en su empresa
 - a. Extremadamente importante _____
 - b. Muy importante _____
 - c. Ligeramente importante _____
 - d. Para nada importante _____

6. Esta de acuerdo que las alianzas empresariales ayudan al mejoramiento continuo de las empresas y dan nuevas oportunidades
 - a. Si _____
 - b. No _____

7. ¿Cree que Girardot ofrece las oportunidades necesarias para ayudar a mejorar su empresa día a día?
 - a. Si _____
 - b. No _____

8. ¿Cuándo ha necesitado resolver necesidades profesionales de su empresa las ha encontrado en la ciudad de Girardot?
 - a. Si _____
 - b. No _____

9. ¿En su vida empresarial ha asistido a espacio coworking?
 - a. Si _____
 - b. No _____

10. ¿Pagaría usted por utilizar estos espacios de coworking en la ciudad de Girardot?
 - a. Si _____
 - b. No _____

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este espacio
 - a. Menos de \$50.000 _____
 - b. Entre \$51.000 a \$100.000 _____

- c. Entre \$101.000 a \$200.000 _____
 - d. Más de \$200.000 _____
12. Cómo ve la proyección económica y de desarrollo de Girardot?
- a. Deficiente _____
 - b. Regular _____
 - c. Buena _____
 - d. Muy buena _____
 - e. Excelente _____

Fuente; Autores estudio de mercado Coworking Girardot

ANEXO C. MODELO DE ENCUESTA EMPRENDEDORES

ENCUESTA A EMPRENDEDORES

Realizada por: Estudiantes de la especialización Gerencia de proyectos de la Universidad Minuto de Dios de la ciudad de Girardot.

Objetivo: Se pretende hacer el estudio de viabilidad y factibilidad para crear en la ciudad de Girardot un espacio coworking (es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores, y empresas de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos), con este motivo solicitamos a usted muy amablemente contestar las siguientes preguntas;

4. ¿En qué rango de edad está usted?
 - a. 17-25 años _____
 - b. 26-35 años _____
 - c. 36-45 años _____
 - d. Más de 46 años _____

5. ¿Cuál es su nivel socio-economico?
 - a. Nivel 1 _____
 - b. Nivel 2 _____
 - c. Nivel 3 _____
 - d. Mayor a nivel 4 _____

6. ¿Cuál es su género?
 - a. Hombre _____
 - b. Mujer _____

7. ¿Cuál es su nivel de estudios?
 - a. Bachiller _____
 - b. Técnico _____
 - c. Tecnológico _____
 - d. Profesional _____
 - e. Especialista _____
 - f. Magister o doctorado _____

8. Sus estudios los realiza o realizó en:
 - a. Entidades publicas _____
 - b. Entidades privadas _____

9. ¿Cuál es su proyección profesional hacia el futuro en 2 años?
 - a. Ser Empleado _____
 - b. Emprendedor _____
 - c. seguir Estudiando _____
 - d. Ejercer profesión _____
 - e. Independiente _____

10. ¿Cuál es su situación laboral?
 - a. Independiente _____
 - b. Empleado _____
 - c. Desempleado _____
 - d. Emprendedor _____

11. ¿Piensa que en Girardot hay oportunidades laborales?
 - a. Si _____
 - b. No _____

12. ¿En qué tipo de proyecto le gustaría estar vinculado?
 - a. Social
 - b. Privado
 - c. Público

13. En la experiencia que tiene como emprendedor, podría decir si en Girardot existen lugares donde aporten al emprendimiento, la tecnología e innovación
 - a. Si ____ ¿Cuál? _____
 - b. No ____

14. ¿Cree usted necesario un espacio coworking en la ciudad de Girardot?
 - b. Si
 - c. No

15. ¿Pagaría usted por utilizar estos espacios de coworking en la ciudad de Girardot?
 - b. Si
 - d. No

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este espacio
 - e. Menos de \$50.000
 - f. Entre \$51.000 a \$100.000
 - g. Entre \$101.000 a \$200.000
 - h. Más de \$200.000

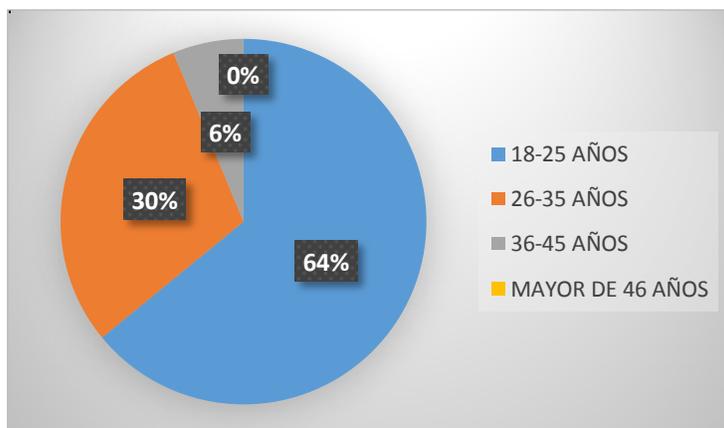
17. ¿Cómo ve la proyección económica y de desarrollo de Girardot?
 - f. Deficiente
 - g. Regular
 - h. Buena
 - i. Muy buena
 - j. Excelente

Fuente; Autores estudio de mercado Coworking Girardot

ANEXO D. ANÁLISIS DE RESULTADO ENCUESTA PROFESIONALES

Según la encuesta realizada a los profesionales que se encuentran en el segmento de mercado para el espacio coworking arrojó que un 64% de ellos están en un rango de edad entre los 18 a 25 años, un 30% entre los 26 a 35 años y un 6% entre los 36 a 45 años.

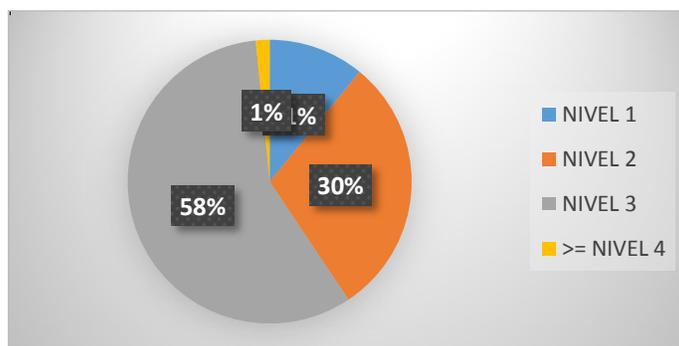
Gráfica 1. Rango de edades profesionales



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

A la pregunta realizada cuál es su nivel socio económico un 58% de los encuestados respondieron que Nivel 3, un 30% Nivel 2, un 11% nivel 1 y un 1% mayor igual Nivel 4.

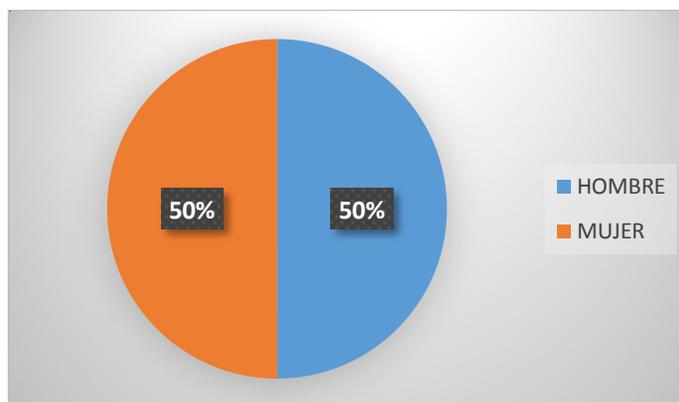
Gráfica 2. Nivel socio económico profesionales



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Según encuesta aplicada un 50% son hombres y un 50% mujeres.

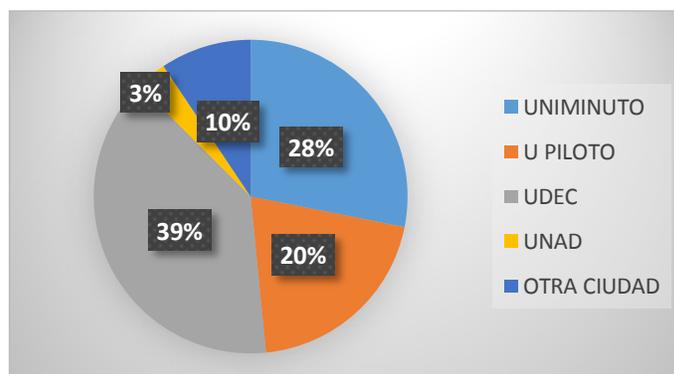
Gráfica 3. Genero profesionales



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

De las encuestas aplicadas a profesionales un 39% son egresados de la Universidad Cundinamarca, un 28% Universidad Minuto de Dios, un 20% son de la Universidad Piloto, un 10% son egresado de otras universidad fuera de Girardot y un 3% son de la Universidad Nacional.

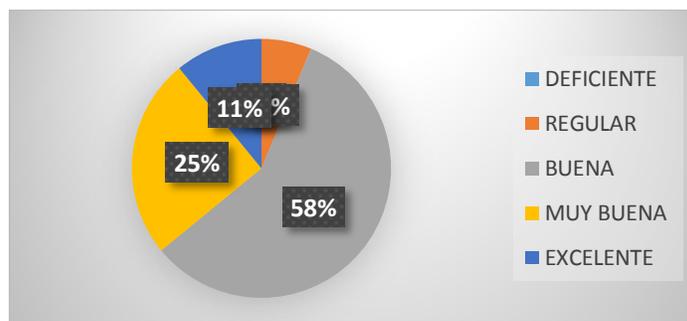
Gráfica 4. *Universidad donde se graduó*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Se preguntó cómo calificaría el nivel académico de la universidad donde se graduó y los encuestados dijeron un 58% Buena, 25% Muy buena, 11% Excelente y un 6% Regular.

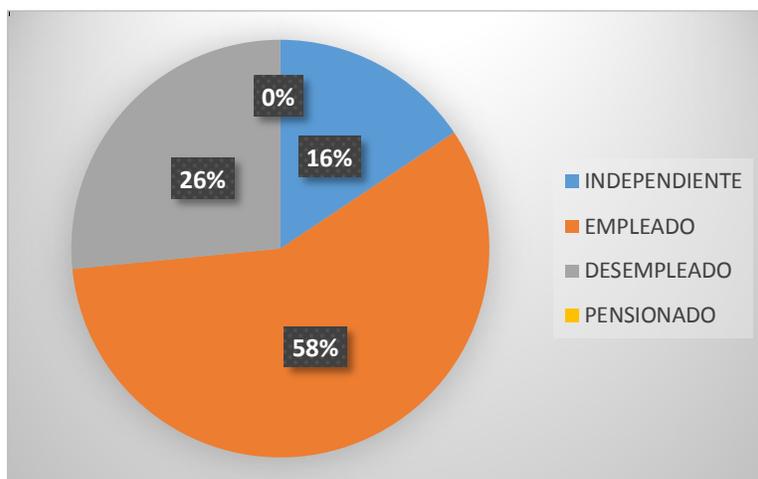
Gráfica 5. *Calificación del nivel académico de su universidad*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Se preguntó a los profesionales encuestados sobre su situación laboral y un 58% se encuentran empleados, un 26% son desempleados y un 16% son independientes, todos en busca en mejorar su calidad de vida personal y laboral.

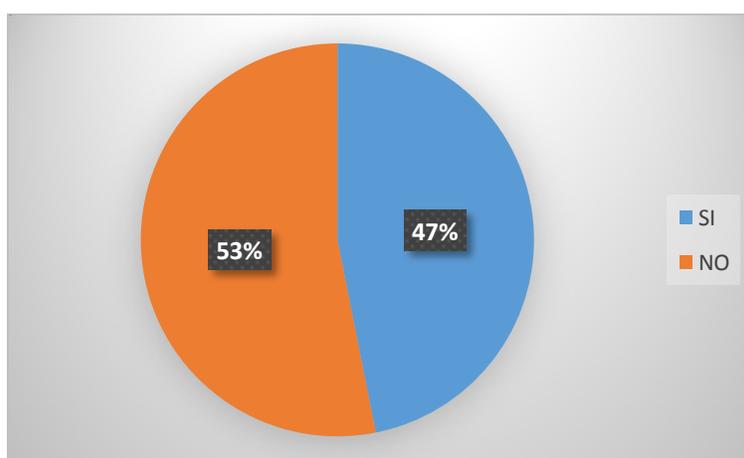
Gráfica 6. Situación laboral profesionales



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

A la pregunta si actualmente trabaja en algo relacionado con su profesión los que se encuentran como empleados e independientes respondieron en un 53% que No y un 47% que Si, se debe a la falta de oportunidades laborales generando desviación de lo que se ha estudiado.

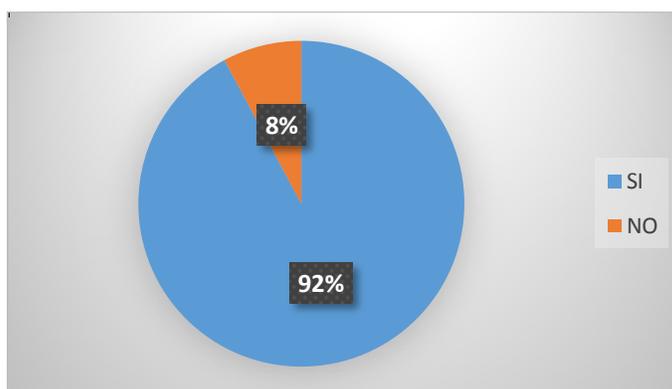
Gráfica 7. Actualmente trabaja en algo relacionado con su profesión



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

En esta pregunta se logra evidenciar un alto índice de expectativas y ganas de salir delante y de emprendimiento de los profesionales ya que un 92% respondió que les gustaría crear su propia empresa y un 8% No.

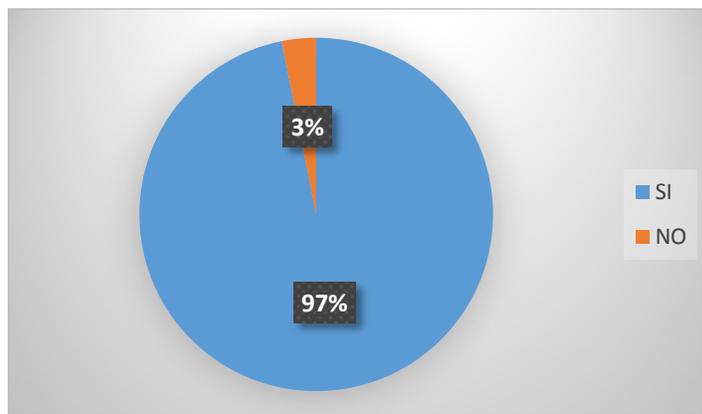
Gráfica 8. *Le gustaría crear su propia empresa*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Se preguntó a los profesionales que si creen que hacen falta oportunidades laborales en Girardot y un 97% dicen Si y un 3% No, esto nos da pauta para demostrar que la creación de un espacio coworking ayudaría a minimizar las faltas de oportunidades.

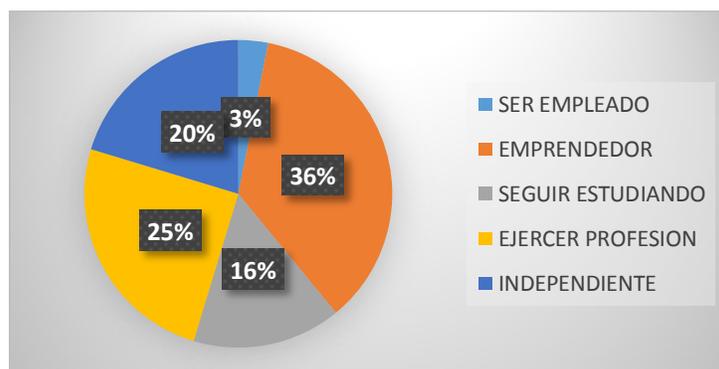
Gráfica 9. *Faltan oportunidades laborales en Girardot*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

En esta pregunta todas las respuestas son punto clave, en una proyección a 2 años los profesionales en un 36% quieren ser emprendedores con formación de negocio propio, un 25% seguir ejerciendo su profesión, un 20% ser independientes, un 16% seguir estudiando y complementar sus carreras y un 3% ser empleados.

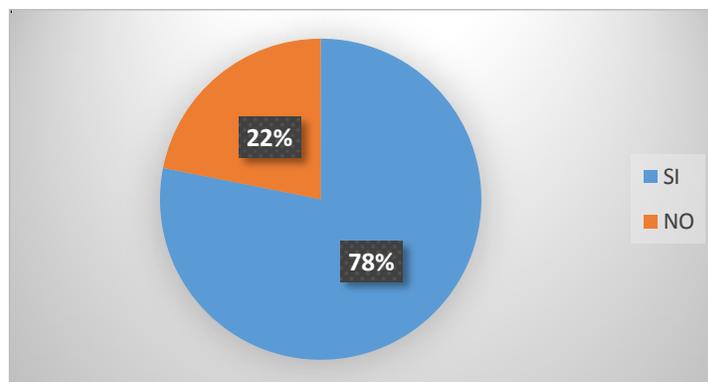
Gráfica 10. *Proyección a 2 años profesionales*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 78% de los profesionales encuestados creen que Si hay necesidad de salir de la ciudad de Girardot por falta de oportunidades y un 22% no cree que haya necesidad de migrar.

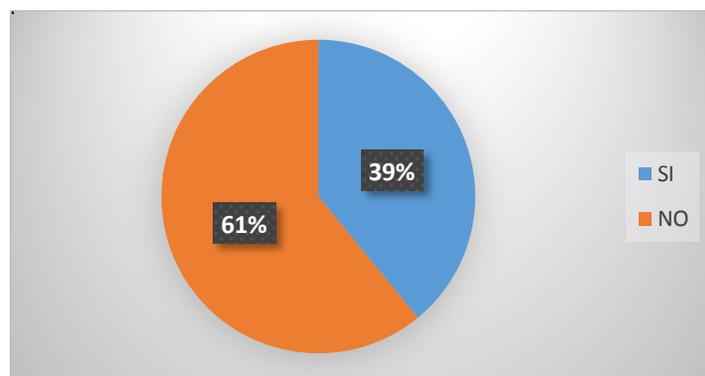
Gráfica 11. *Hay necesidad de salir de Girardot por falta de oportunidades (profesionales)*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Según la pregunta realizada sobre conocimiento de lugares que apoyen el emprendimiento e innovación, un 61% no conoce de lugares y un 39% si como el Sena y Cámara de comercio.

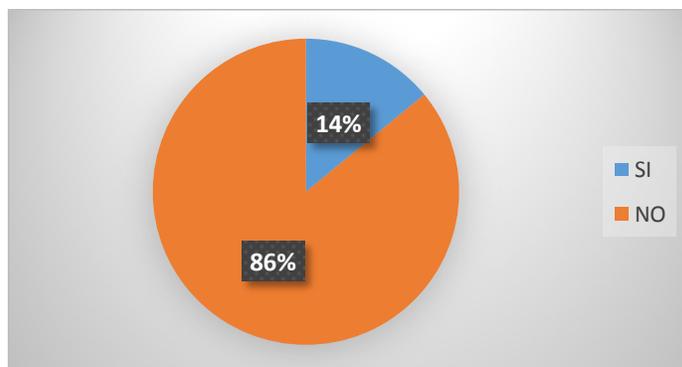
Gráfica 12. *Conoce lugares que apoyen el emprendimiento e innovación*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 86% de los profesionales no han asistido a un espacio coworking y un 14% si han logrado asistir en Bogotá, Ibagué y otros.

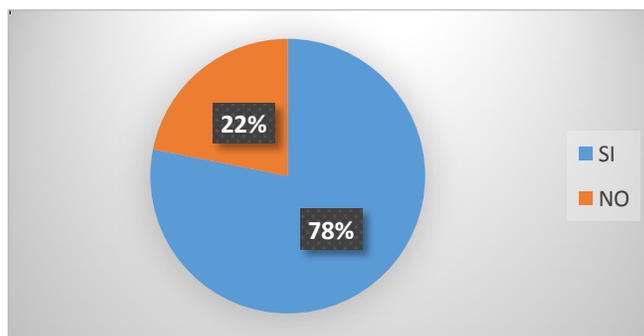
Gráfica 13. *Ha asistido a un espacio coworking*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

78% de los profesionales encuestados pagarían por utilizar un espacio coworking y un 22% no. Esto nos muestra el nivel de aceptación.

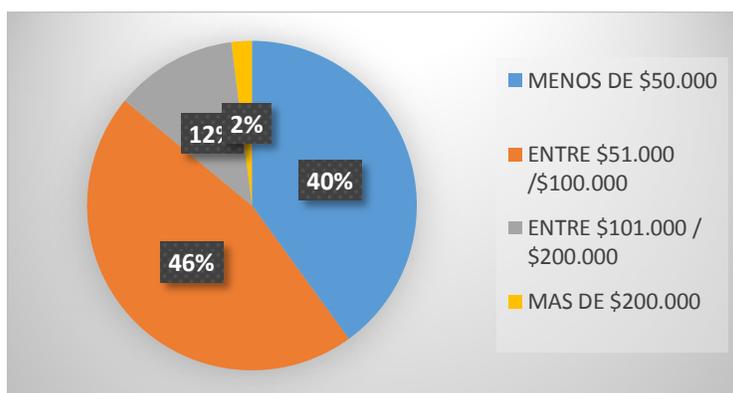
Gráfica 14. *Pagaría por utilizar un espacio coworking*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Del 78% de los encuestados que pagarían por utilizar un espacio coworking el 46% pagaría entre \$51.000 a \$100.000, un 40% menos de \$50.000, un 12% entre \$101.000 a \$200.000 y un 2% más de \$200.000

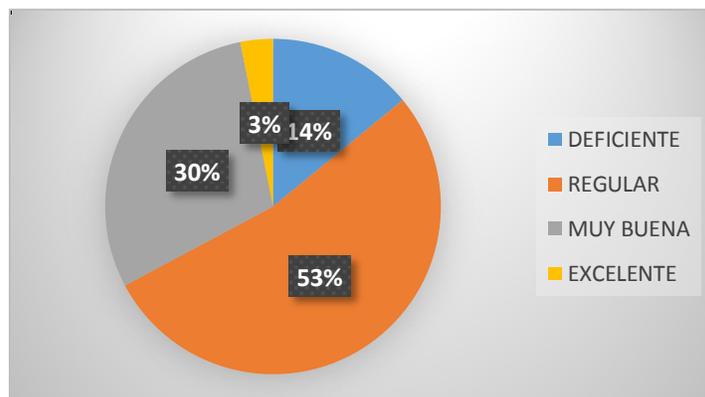
Gráfica 15. *Cuanto pagaría por este espacio*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

53% de los encuestados profesionales piensan que la proyección económica de Girardot es regular, un 30% Muy buena, 4% deficiente y un 3% Excelente, debido a que no se encuentran muchas fuentes o canales de trabajo.

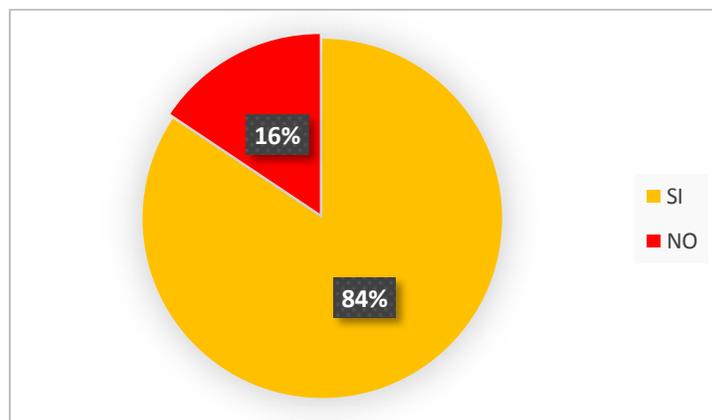
Gráfica 16. Como ve la proyección económica de Girardot



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 84% de los encuestas arroja que los profesionales si utilizarían el alquiler de auditorios y/o salas de reuniones y un 16% no haría uso de eso.

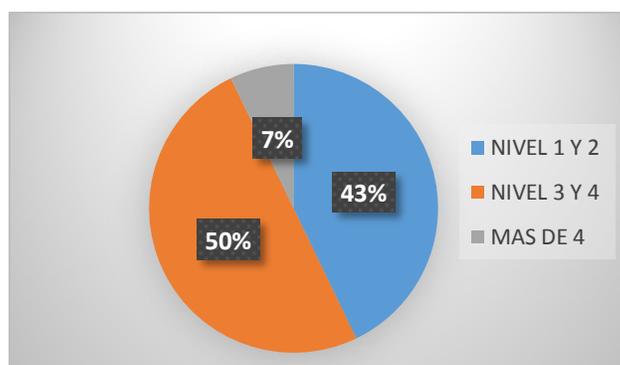
Gráfica 17. Utilizaría el alquiler de auditorios y/o sala de reuniones



ANEXO E. ANÁLISIS DE RESULTADO ENCUESTA EMPRESARIOS

Se realizó encuesta a empresarios para saber el nivel socio económico de su empresa y un 50% se encuentran entre el Nivel 3 y 4, un 43% nivel 1 y 2 y un 7% mayor a 4.

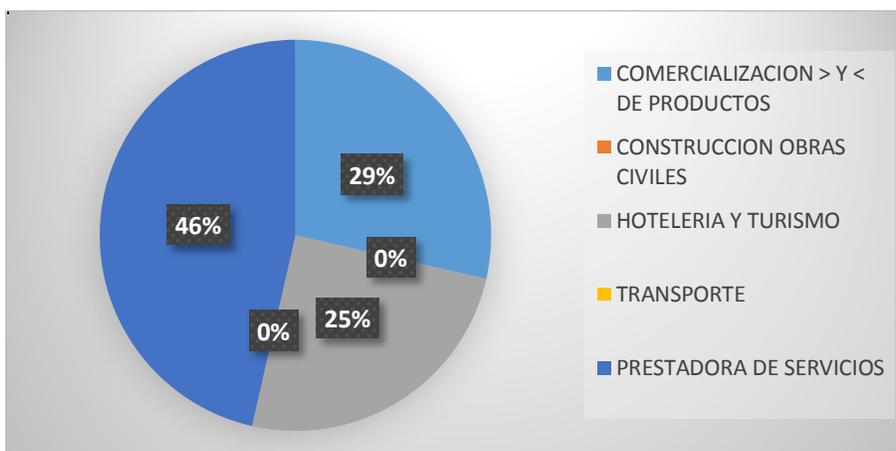
Gráfica 18. Nivel socio económico de su empresa



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 46% de los empresarios encuestados se dedican a la comercialización del < y > de productos, un 29% prestadores de servicios y un 25% hotelería y turismo.

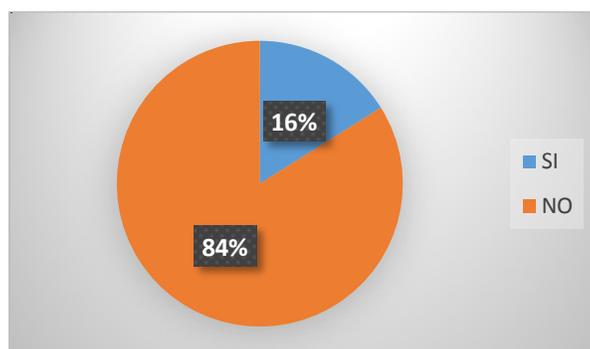
Gráfica 19. *Principal actividad económica de su empresa*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Muchas empresas no cuentan con programas de capacitaciones se evidencio en la pregunta formulada con un 84% No y un 16% que si; el no fortalecer los conocimientos de nuestros colaboradores no incentiva el trabajo de ellos y no se contribuye al mejoramiento continuo.

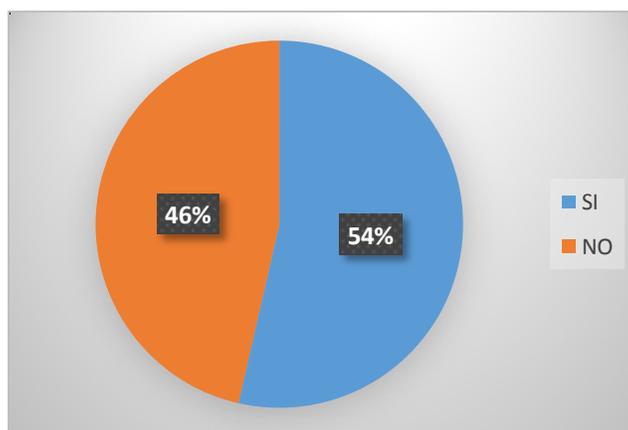
Gráfica 20. *Su empresa cuenta con programas de capacitaciones*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Se preguntó a los empresarios si creían que necesitaban oportunidades de innovación tecnológica para mejorar su competitividad en el mercado y un 54% dicen que sí y un 46% no.

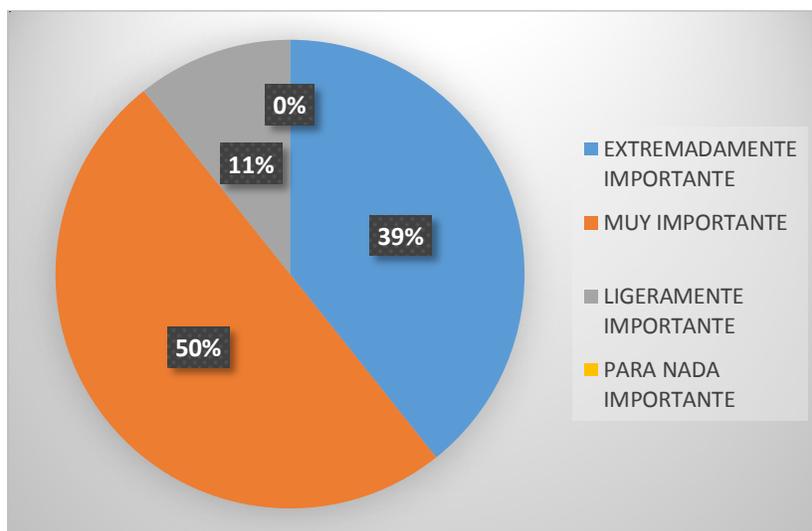
Gráfica 21. Cree que su empresa necesita oportunidades de innovación tecnológica para ganar competitividad.



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 50% de los empresarios encuestados creen que la atención al cliente es muy importante para mejorar la calidad de sus productos o servicios brindados, un 39% dice que es extremadamente importante y un 11% ligeramente importante.

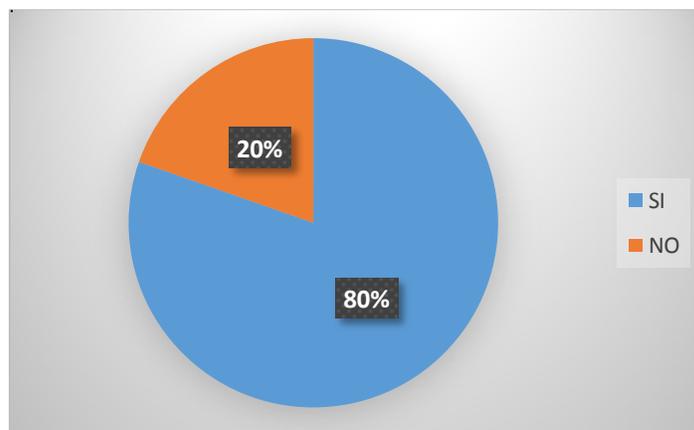
Gráfica 22. Nivel de importancia de atención al cliente en su empresa



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Esta información es muy importante ya que se evidencia un nivel del 80% de aceptación en las alianzas con otras empresas para mejorar una con otra y posicionarse en el mercado, un 20% no cree que sea necesario realizar alianzas para mantener un mejoramiento continuo.

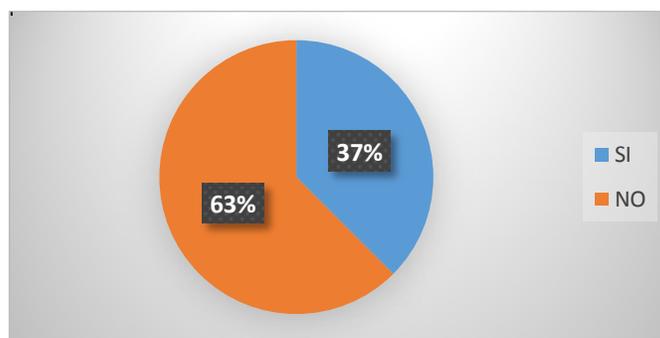
Gráfica 23. Esta de acuerdo con las alianzas empresariales para el mejoramiento continuo de las empresas



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

A la pregunta formulada si Girardot ofrece oportunidades para mejorar su empresa día a día un 63% de los empresarios encuetados respondieron que No y un 37% dicen que Girardot si brinda oportunidad de mejorar en sus empresas. La cobertura de oportunidades no abarca todo el mercado y por eso muchas empresas tienden a desaparecer, la falta de charlas, capacitaciones, programar de desarrollo y otros son de gran importancia para todas aquellas pymes en formación.

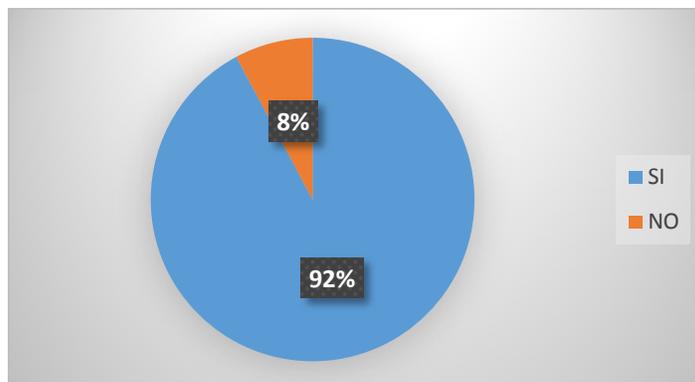
Gráfica 24. Cree que Girardot ofrece oportunidades para mejorar su empresa día a día



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 92% encuentra soluciones para resolver problemas profesionales y un 8% no, lo que pasa es que no se encuentran esas soluciones canalizadas o definidas en un lugar específico.

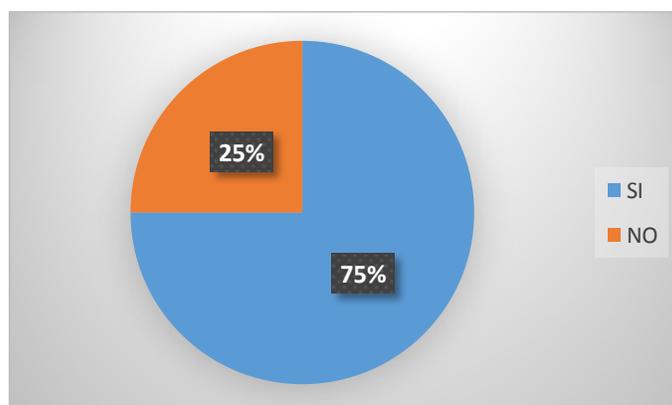
Gráfica 25. *Cuando ha necesitado resolver problemas profesionales de su empresa ha encontrado solución en Girardot.*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Gran porcentaje de los resultados de la encuesta con 78% dice si haber asistido a un espacio coworking y un 25% no han tenido la oportunidad de asistir a uno de estos espacios.

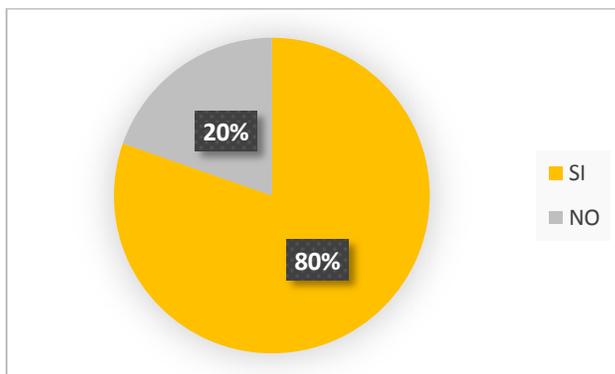
Gráfica 26. *En su vida empresarial ha asistido a un espacio coworking*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 80% de los empresarios encuestados respondieron que si pagarían por utilizar los servicios de un espacio coworking y un 20% no pagarían por hacer uso de ellos.

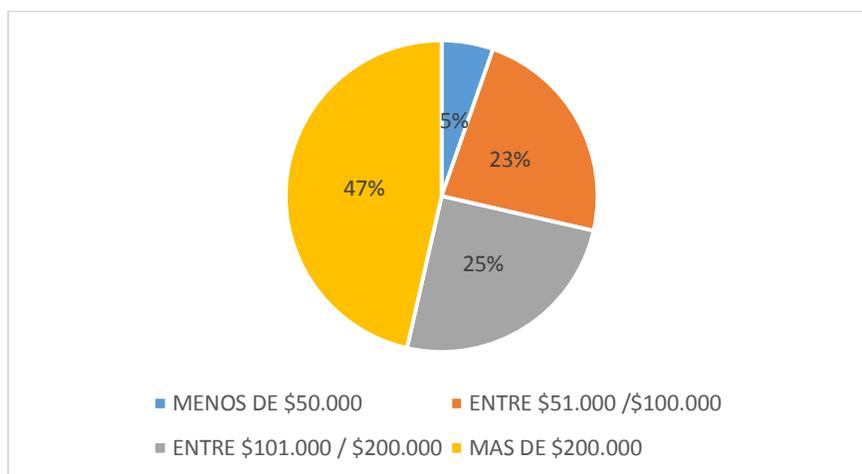
Gráfica 27. *Pagaría por utilizar los servicio de un espacio coworking*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Del 80% de empresarios que pagarían por utilizar el espacio coworking un 5% pagaría menos de \$50.000, un 23% que pagarían entre \$51.000 a \$100.000, un 25% entre \$101.000 a \$200.000 y un 47% más de \$200.000 estos datos nos sirven para establecer las tarifas de los servicios a brindar

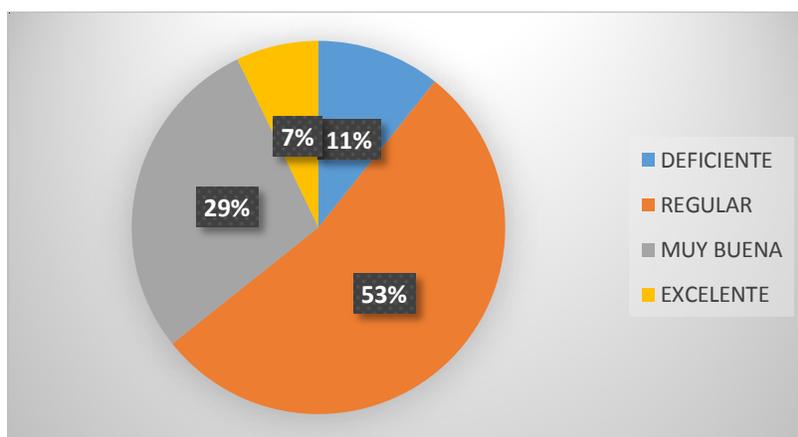
Gráfica 28. *Cuanto pagaría por utilizar un espacio coworking*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

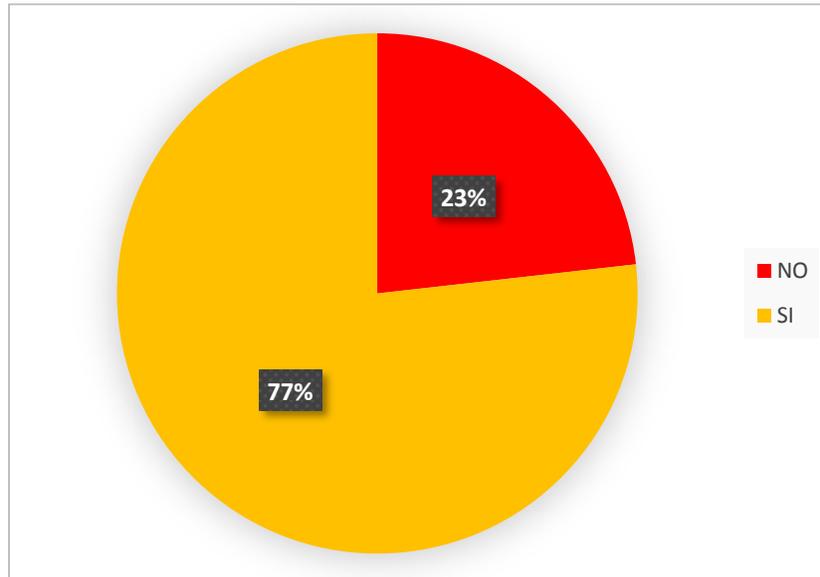
Por falta de oportunidades de mejora en el desarrollo un 53% de los encuestas dicen que la proyección económica de Girardot es regular, un 29% muy buena, un 11% deficiente y un 7% excelente, debido a que no hay una cobertura total para todas las empresas.

Gráfica 29. Como ve la proyección económica de Girardot



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Gráfica 30. *Utilizaría el alquiler de auditorios y/o sala de reuniones*

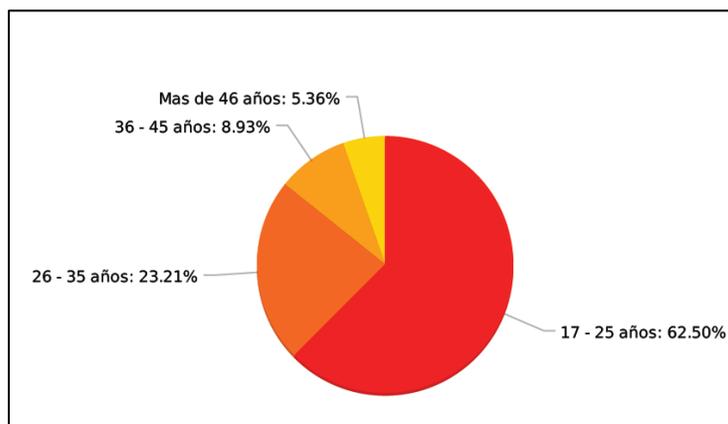


Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

ANEXO F. ANÁLISIS DE RESULTADO ENCUESTA EMPRENDEDORES

Un 62,5% de emprendedores se encuentran en un rango de edad entre los 17 a 25 años, un 23,21% están entre 26 a 35 años, un 8,93% entre 36 a 45 años y un 5,36% son mayores de 46 años.

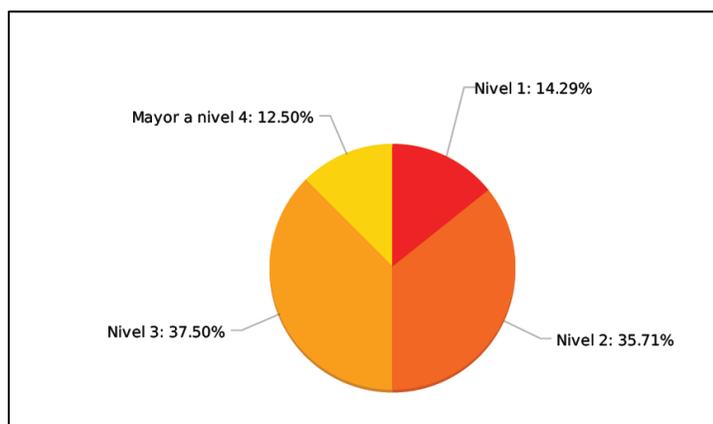
Gráfica 31. *Rango de edades emprendedores*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Se preguntó a los emprendedores cual era el nivel socio económico de cada uno de ellos y un 37,50% son de nivel 3, un 35,71% Nivel 2, un 14,29% son nivel 1 y un 12,5% son mayores a nivel 4.

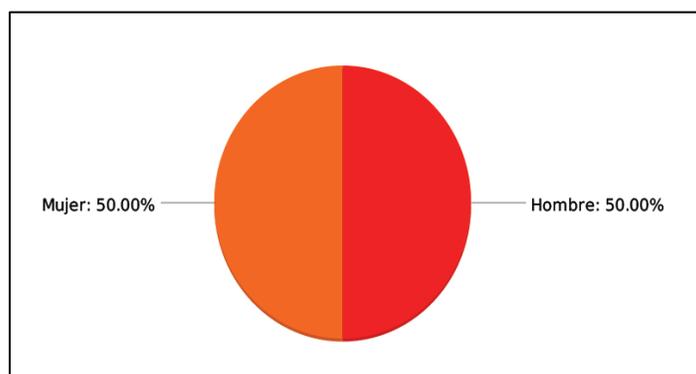
Gráfica 32. Nivel socio económico de los emprendedores



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 50% de los encuetados emprendedores son mujeres y el otro 50% son hombres.

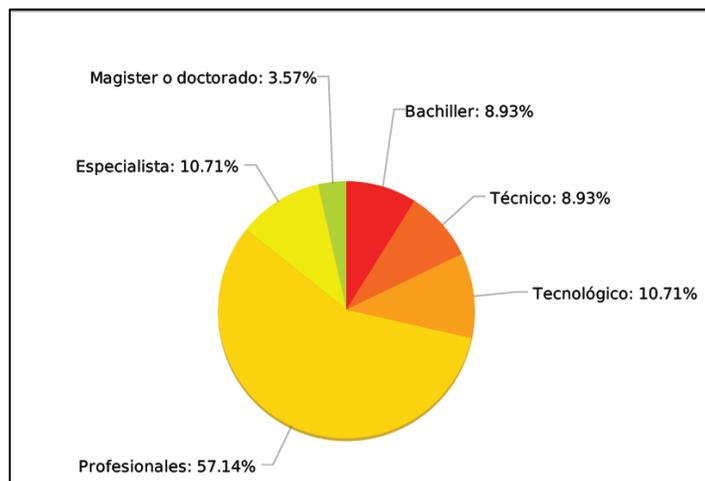
Gráfica 33. Cuál es su género (emprendedores)



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Se preguntó a los emprendedores cuál era su nivel de estudios y los resultados fueron que un 57,14% son profesionales, un 10,71% son especialistas y tecnológicos, un 8,93% son Técnicos y bachilleres y un 3,57% son magister o tienen un doctorado. Emprendedor puede ser cualquier persona con o sin estudios solo debe tener idea de negocio, evolucionar sus pensamientos.

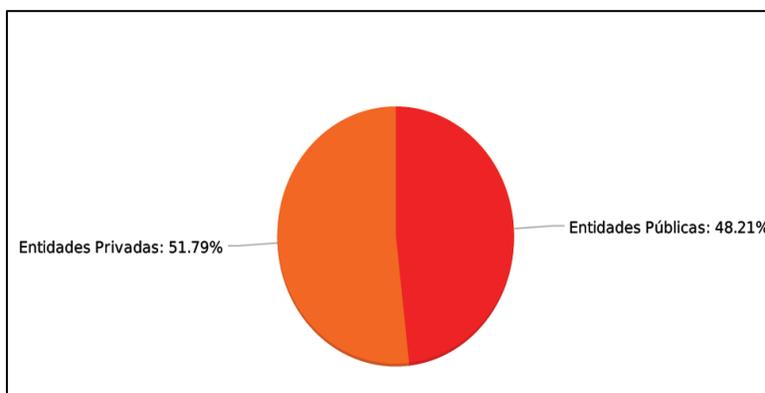
Gráfica 34. *Cuál es su nivel de estudios (emprendedores)*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

51,79% de los encuestados realizaron sus estudios en entidades privadas y un 48,21% en entidades públicas.

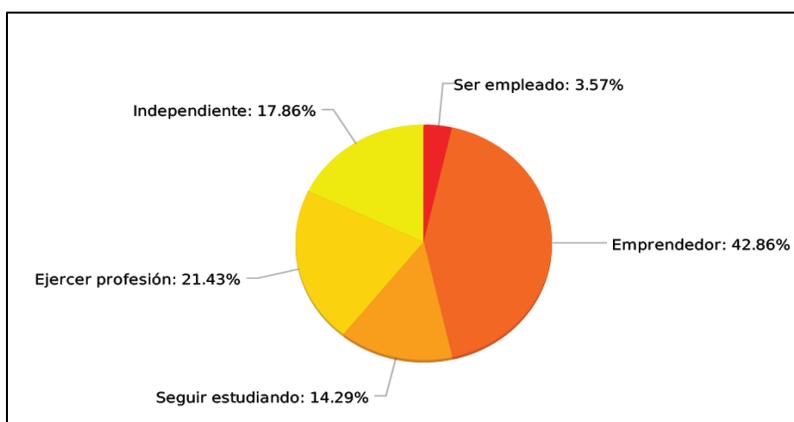
Gráfica 35. *Sus estudios los realizo en entidades públicas o privadas*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

La proyección que resulto de la pregunta generada es en un 42,86% seguir con sus ideas de emprendimiento, un 21,43% ejercer su profesión, un 17,86% ser independientes, un 14,29% seguir estudiando y un 3,57% ser empleados.

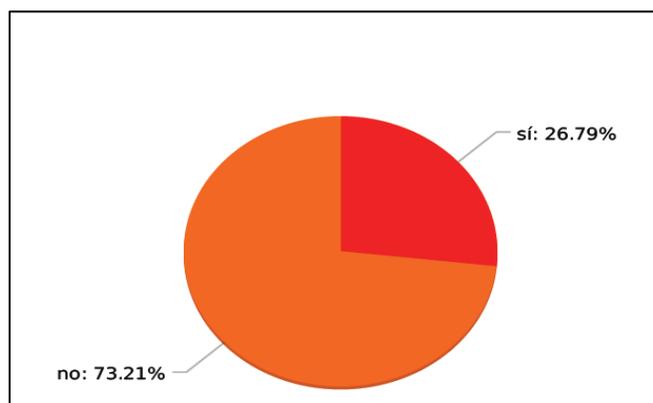
Gráfica 36. *Proyección profesional a 2 años (emprendedores)*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Los emprendedores creen en un 73,21% que no existen oportunidades laborales en Girardot y un 26,79% que si, debido a que no hay una cobertura de planes de desarrollo donde involucre todo tipo de proyecto o servicio.

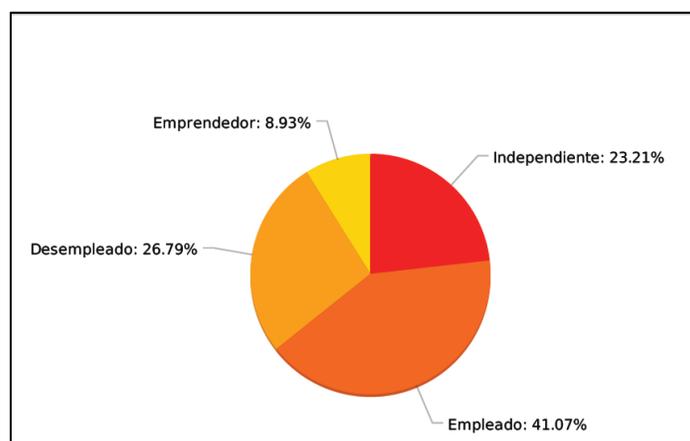
Gráfica 37. Cree que en Girardot hay oportunidades laborales



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 41,07% son emprendedores empleados con ideas de negocio pero no con la oportunidad de sacarlas a flote, un 26,79% se encuentran desempleados, un 23,21% son independientes y un 8,93% son emprendedores con negocio propio.

Gráfica 38. Situación laboral (emprendedores)

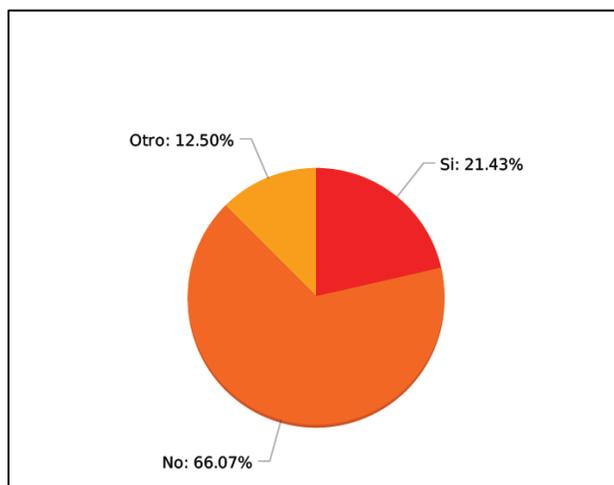


Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 66.07% de los emprendedores no conoce lugar en Girardot que apoye al emprendimiento e innovación, un 21,43% si conoce y un 12,50% identifica lugares como el Sena,

Banco de proyectos municipal y desarrollo, Fondo emprender, Cámara de comercio, algunas universidades y centros de formación.

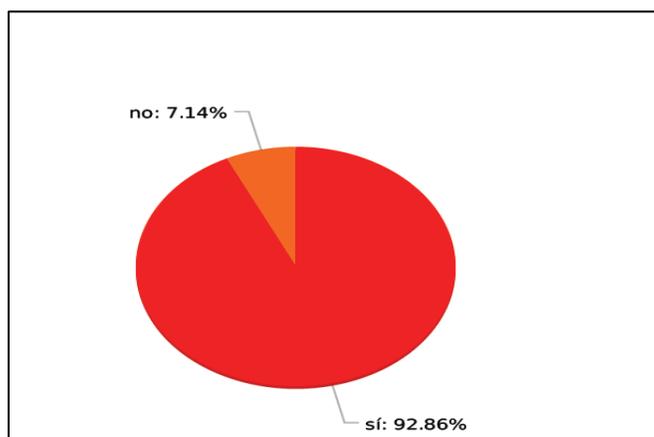
Gráfica 39. *Existen lugares donde apoyen al emprendimiento en Girardot*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Casi que en un 100% los resultados a la pregunta si cree necesario un espacio coworking en Girardot un 92.86% dicen que si y un 7,14% piensan que no.

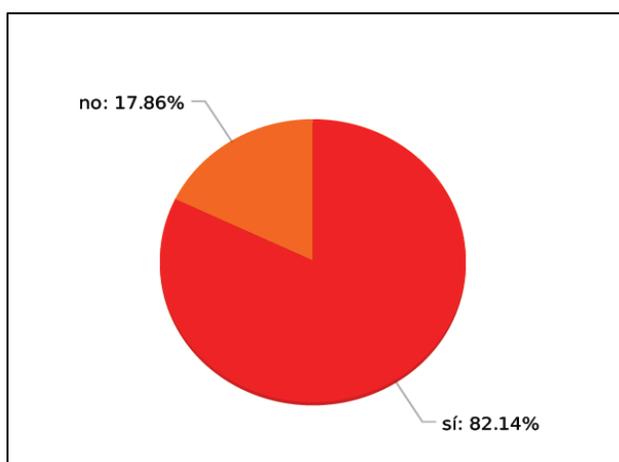
Gráfica 40. Cree usted necesario un espacio Coworking en la ciudad de Girardot (emprendedor)



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 82,14% de los encuestados pagarían por utilizar un espacio coworking y un 17,86% no.

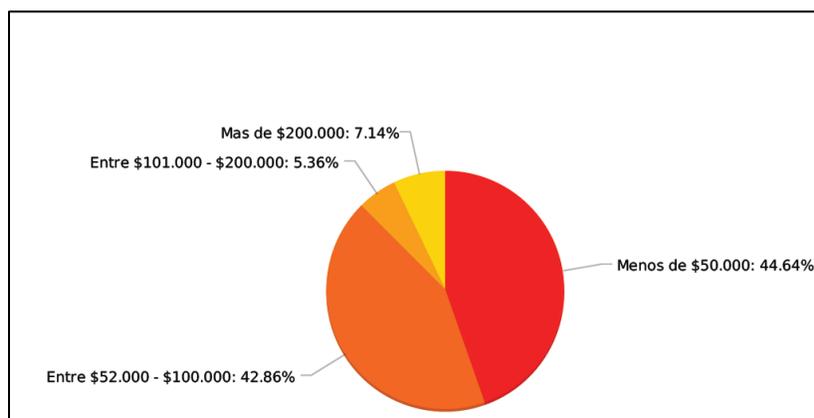
Gráfica 41. Pagaría por utilizar espacios de servicio coworking (emprendedores)



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

Un 44.64% de los emprendedores están dispuestos a pagar menos de \$50.000, un 42,86% entre \$52.000 y \$100.000, un 7,14% más de \$200.000 y un 5,36% entre \$101.000 y \$200.000

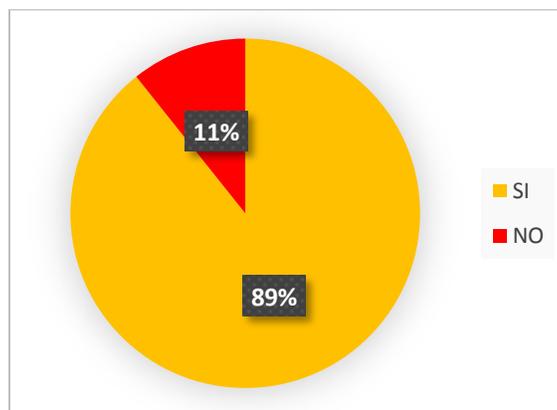
Gráfica 42. *Cuanto pagaría por utilizar espacios de servicio coworking (emprendedores)*



Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

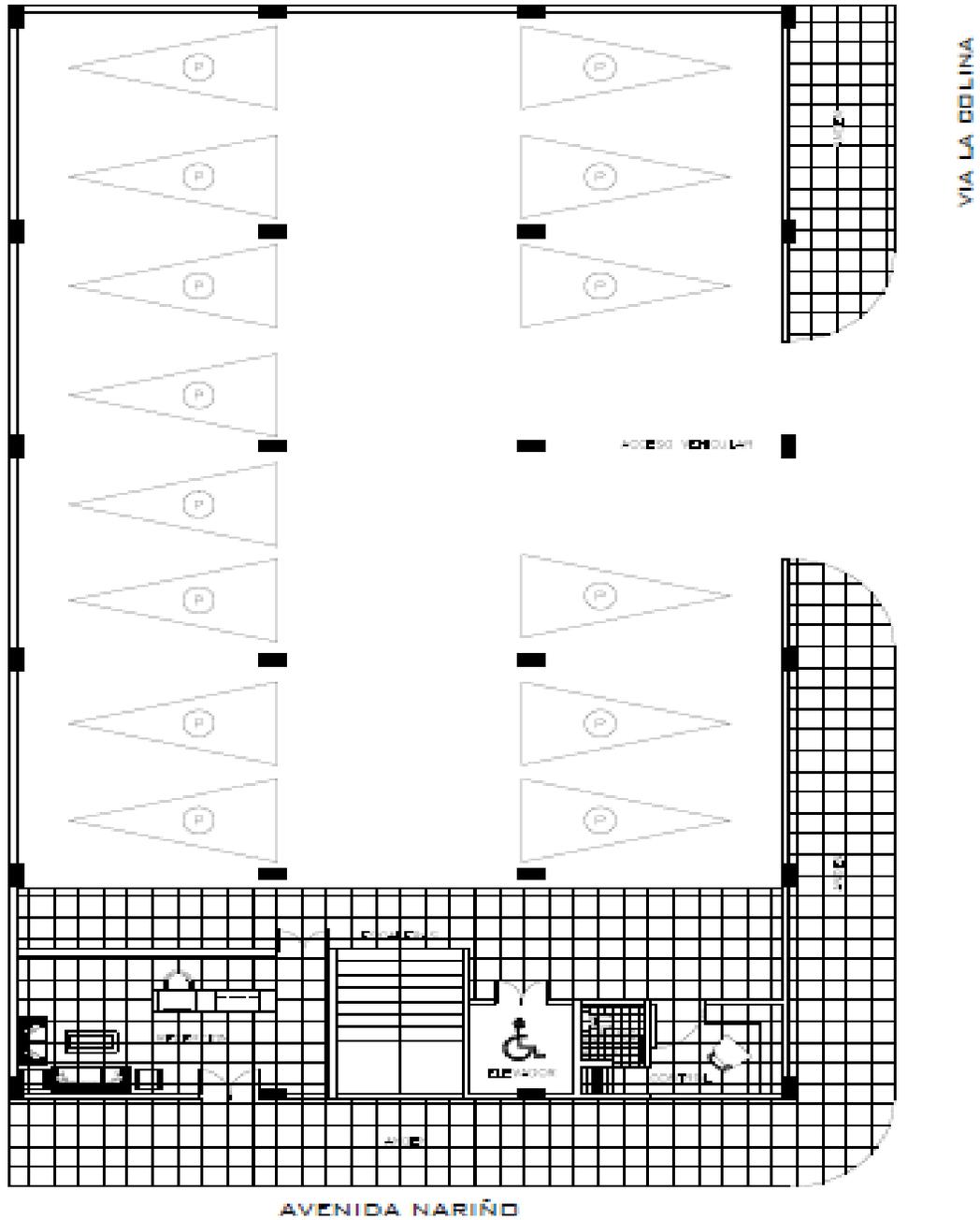
Un 89% de los empresarios alquilarían el uso de auditorios y/o sala de reuniones y un 11% de los encuestados no harían uso de estos espacios.

Gráfica 43. *Utilizaría el alquiler de auditorios y/o sala de reuniones*

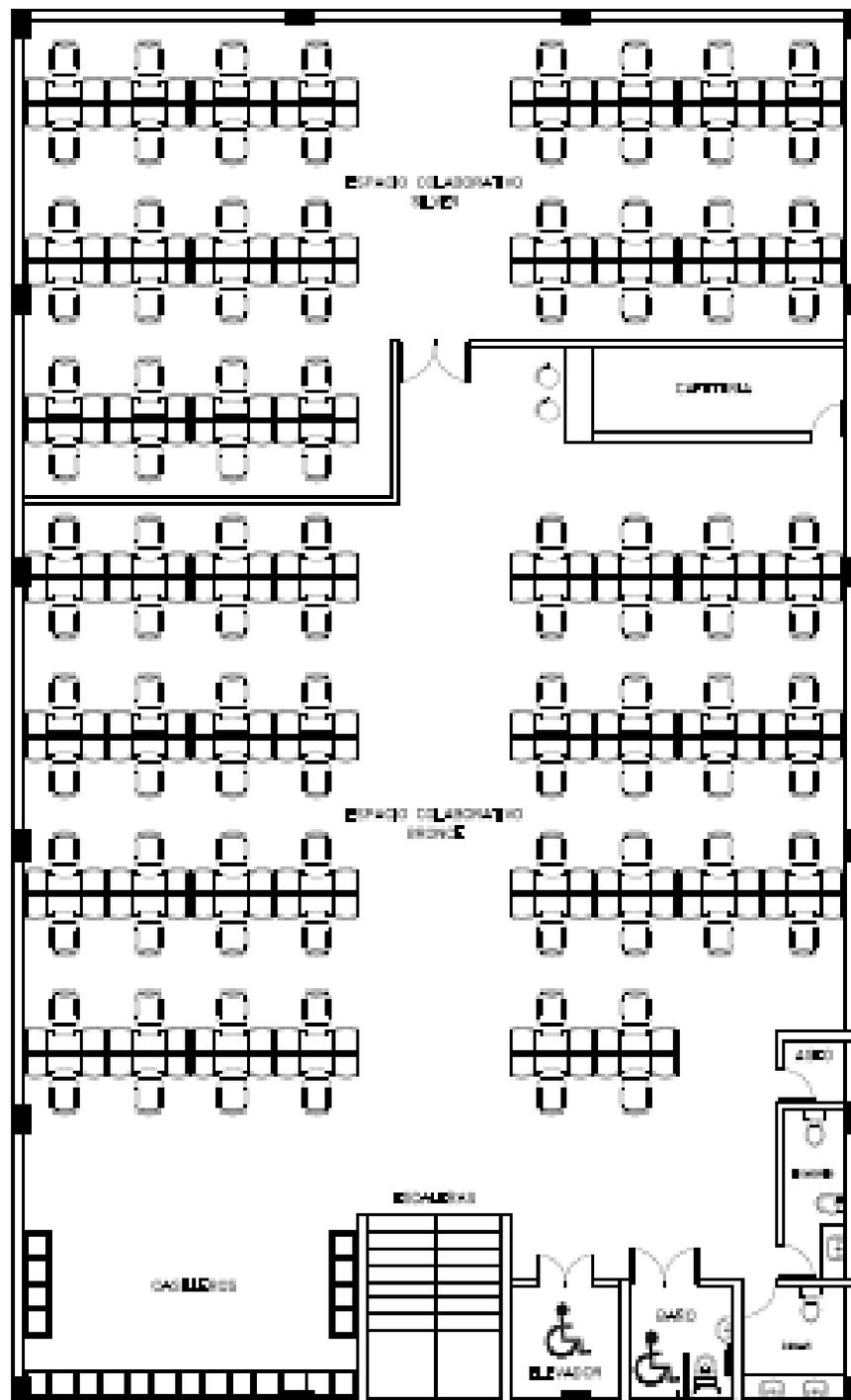


Fuente: Autores estudio de mercado Coworking Girardot

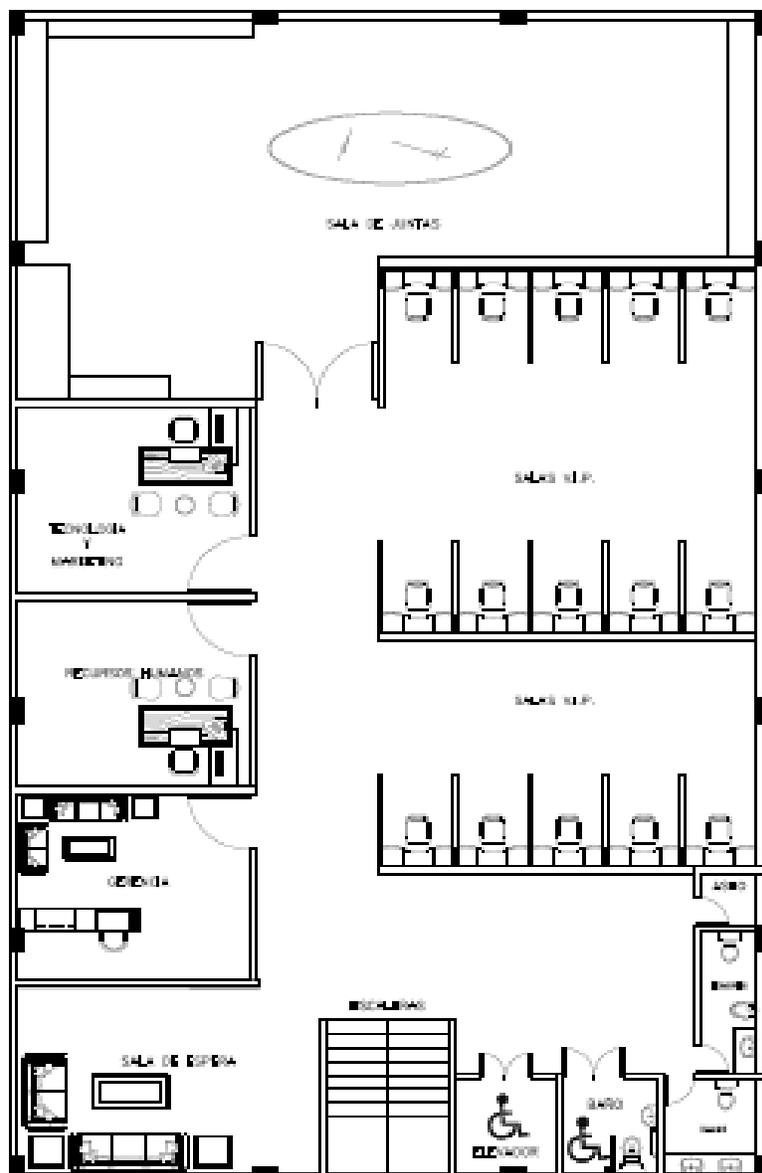
ANEXO F. PLANOS ARQUITECTÓNICOS VISTA DE PLANTAS



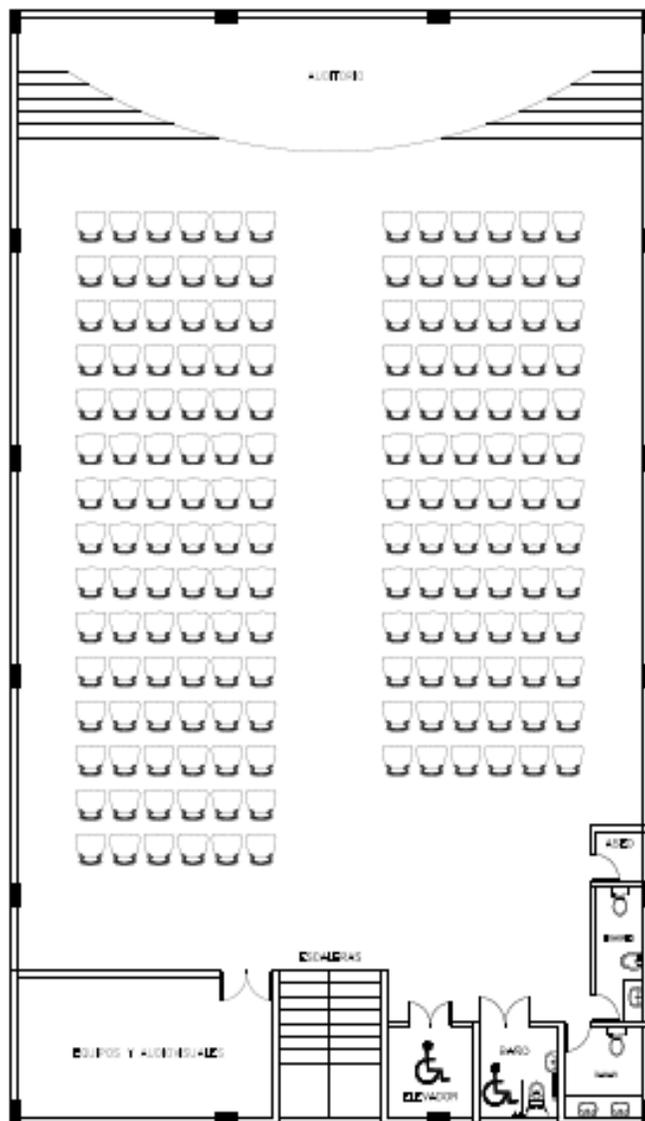
PLANTA ACCESO Y PARQUEADEROS



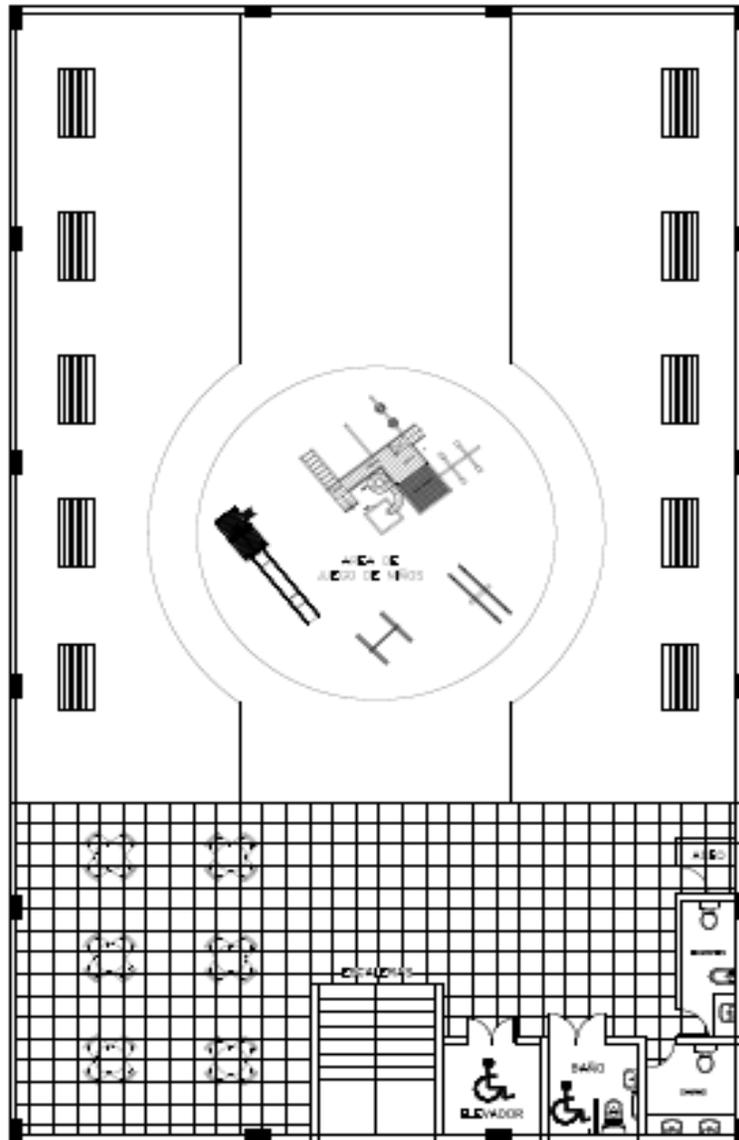
PLANTA PRIMER PISO



PLANTA SEGUNDO PISO

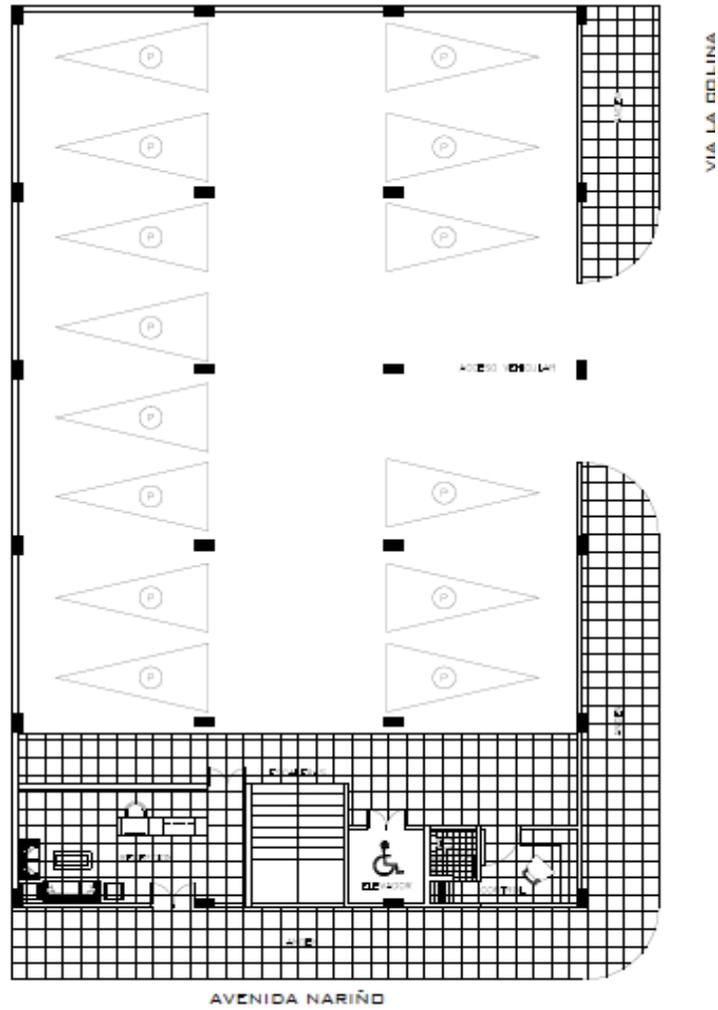


PLANTA TERCER PISO

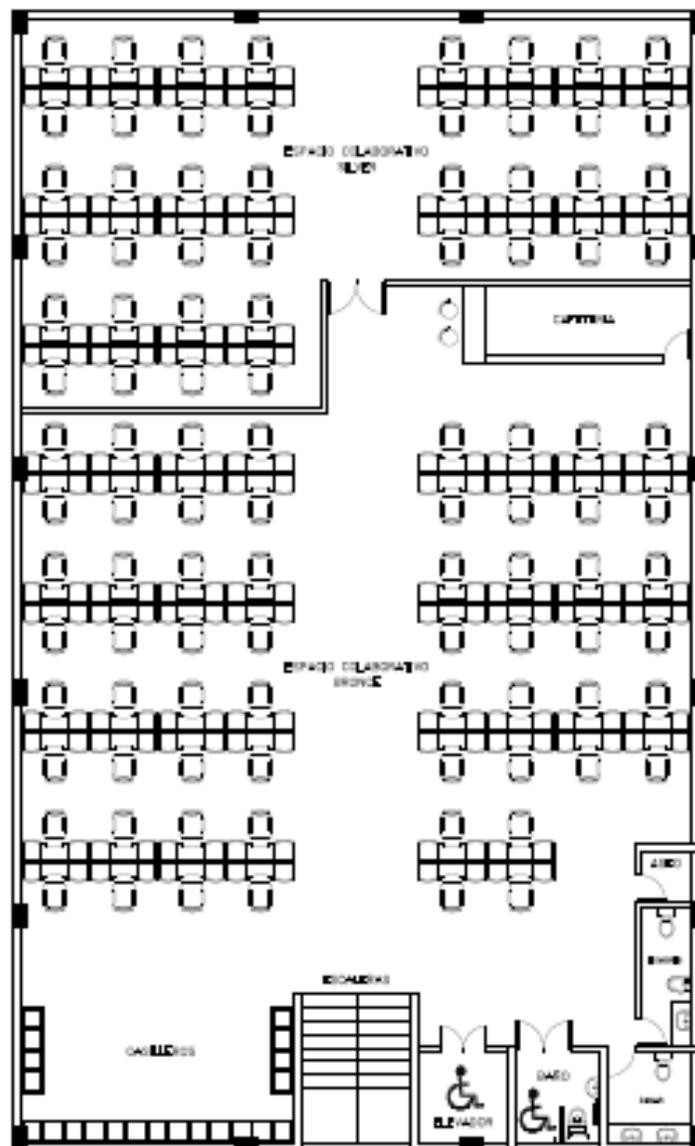


PLANTA TERRAZA SOCIAL

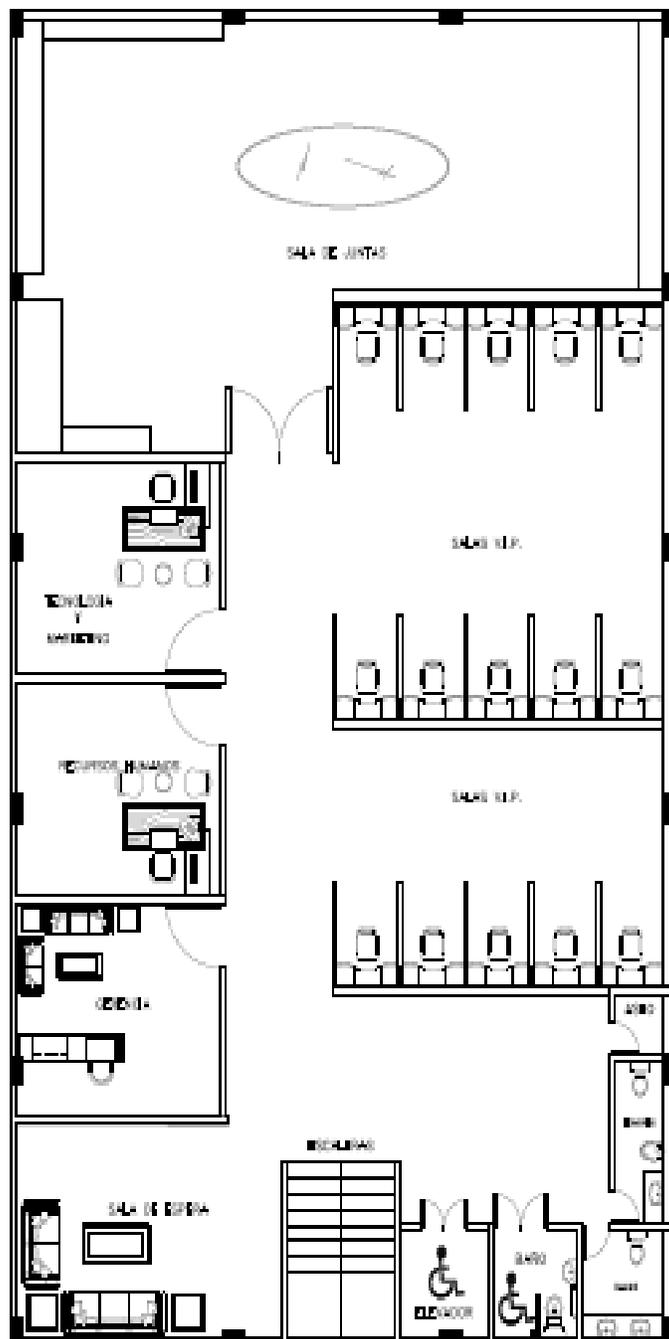
ANEXO G. DISTRIBUCIÓN INTERNA DE CADA PLANTA



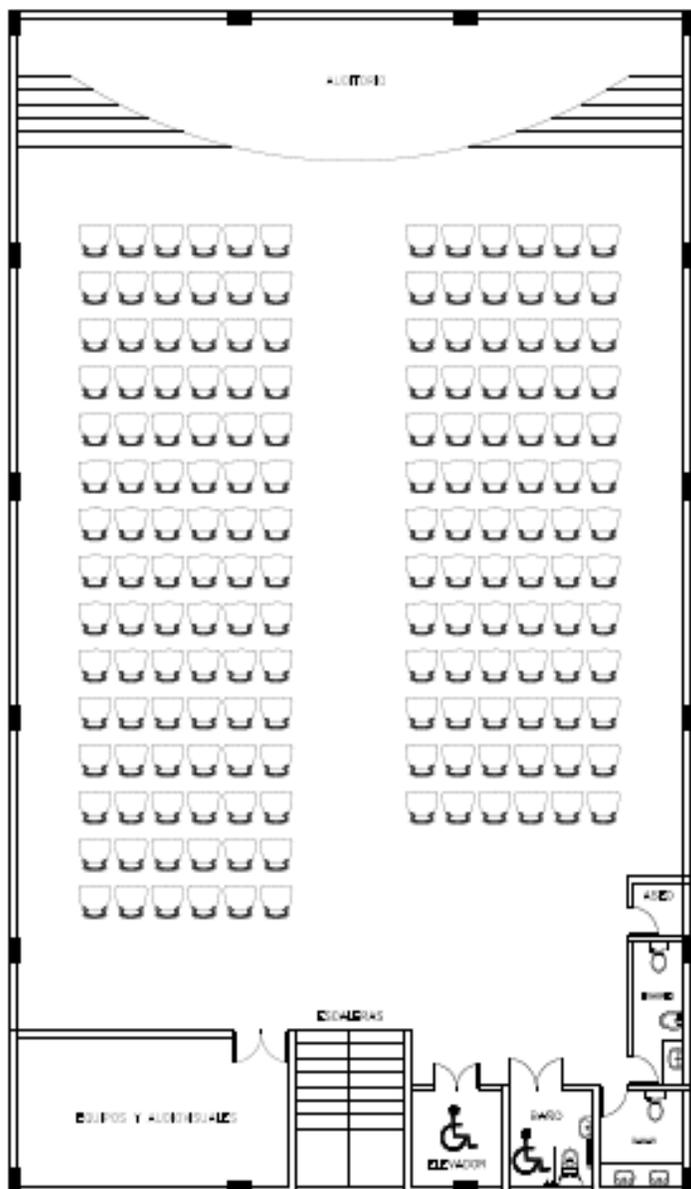
PLANTA ACCESO Y PARQUEADEROS



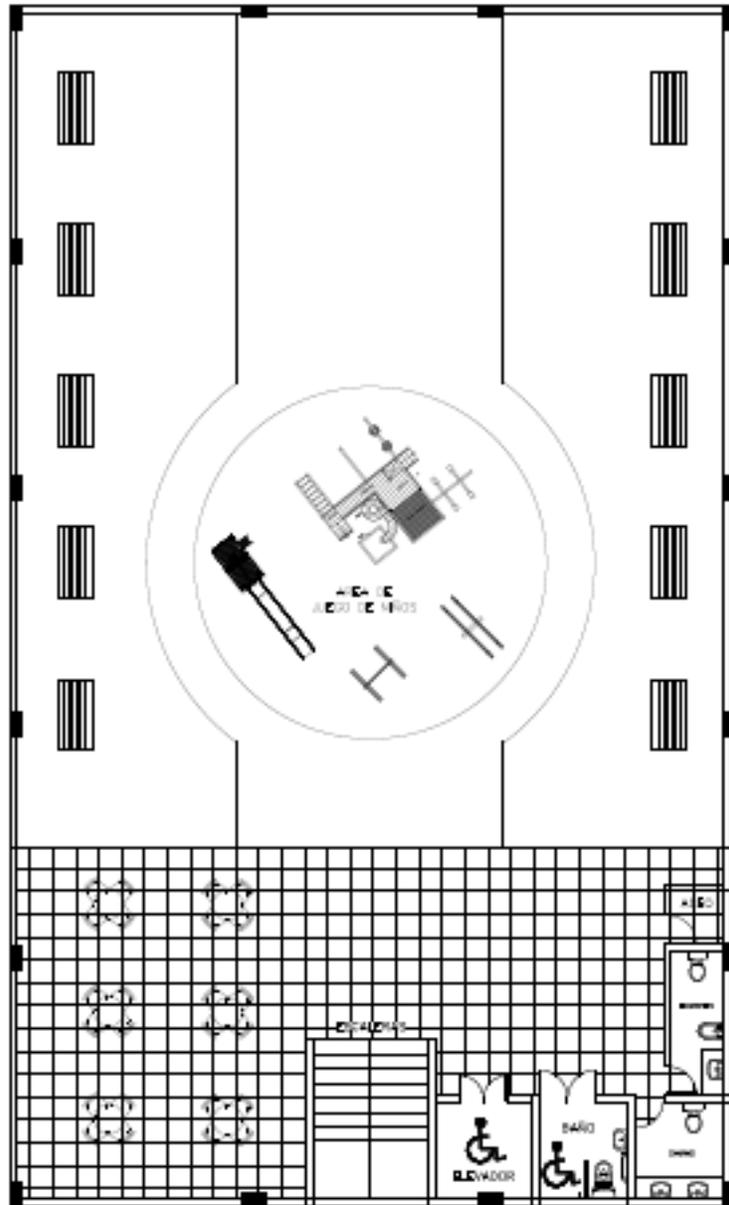
PLANTA PRIMER PISO



PLANTA SEGUNDO PISO



PLANTA TERCER PISO



PLANTA TERRAZA SOCIAL

ANEXO H. ACTA DE CONSTITUCIÓN GIRALABS SAS

Esna Marcela Aya Bernal, de nacionalidad colombiana, identificado con c.c. 1.070.593.895, domiciliado en la ciudad de Girardot, declara -previamente al establecimiento y a la firma de los presentes estatutos-, haber decidido constituir una sociedad por acciones simplificada denominada Giralabs, para realizar cualquier actividad civil o comercial lícita, por término indefinido de duración, con un capital suscrito de QUINCE MILLONES DE PESOS (\$15.000.000), dividido en MIL CUATROCIENTAS (1.500) acciones ordinarias de valor nominal de DIEZ MIL PESOS (\$10.000) cada una, que han sido liberadas en su previa entrega del monto correspondiente a la suscripción al representante legal designado y que cuenta con un único órgano de administración y representación, que será el representante legal designado mediante este documento.

Una vez formulada la declaración que antecede, el suscrito ha establecido, así mismo, los estatutos de la sociedad por acciones simplificada que por el presente acto se crea.

ESTATUTOS

Capítulo I. Disposiciones legales

Artículo 1°. Forma.- La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará GIRALABS SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2°. Objeto social.- La sociedad tendrá como objeto principal el alquiler de espacios colaborativos. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3°. Domicilio.- El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Girardot Cundinamarca y su dirección para notificaciones judiciales será la Cra. 24 No 09-01 Barrio la

colina. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4°. Término de duración.- El término de duración será indefinido.

Capítulo II. Reglas sobre capital y acciones

Artículo 5°. Capital Autorizado.- El capital autorizado de la sociedad es de QUINCE MILLONES DE PESOS (\$15.000.000), dividido en MIL QUINIENTAS acciones de valor nominal de DIEZ MIL PESOS cada una (\$10.000).

Artículo 6°. Capital Suscrito.- El capital suscrito inicial de la sociedad es de QUINCE MILLONES DE PESOS (\$15.000.000), dividido MIL QUINIENTAS en acciones de valor nominal de DIEZ MIL PESOS cada una (\$10.000).

No. DE ACCIONISTAS	NOMBRE ACCIONISTA	No. DE ACCIONES C/U	V/r. NOMINAL DE ACCION	CA PITAL TOTAL C/U	% DE PARTICIPACION C/U
1	ESNA MARCELA AYA BERNAL	300	10.0 00	3.00 0.000	20%
2	GINA LIZETH DIAZ	300	10.0 00	3.00 0.000	20%
3	DANIEL MAURICIO ZAMUDIO	300	10.0 00	3.00 0.000	20%
4	PEDRO LEON GUTIERREZ	300	10.0 00	3.00 0.000	20%
5	YOVANNI QUIJANO	300	10.0 00	3.00 0.000	20%
TOTAL		1.500	10.0 00	15.0 00.000	100%

Artículo 7°. Capital Pagado.- El capital pagado de la sociedad es de QUINCE MILLONES (\$15.000.000), dividido en MIL QUINIENTAS acciones de valor nominal de DIEZ MIL PESOS cada una (\$10.000).

Parágrafo. Forma y Términos en que se pagará el capital.- El monto de capital suscrito se pagará, en dinero efectivo, dentro de los 24 meses siguientes a la fecha de la inscripción en el registro mercantil del presente documento.

Artículo 8°. Derechos que confieren las acciones.- En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiriere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

Artículo 9°. Naturaleza de las acciones.- Las acciones serán nominativas y deberán ser inscritas en el libro que la sociedad lleve conforme a la ley. Mientras que subsista el derecho de preferencia y las demás restricciones para su enajenación, las acciones no podrán negociarse sino con arreglo a lo previsto sobre el particular en los presentes estatutos.

Artículo 10°. Aumento del capital suscrito.- El capital suscrito podrá ser aumentado sucesivamente por todos los medios y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. Las acciones ordinarias no suscritas en el acto de constitución podrán ser emitidas mediante decisión del representante legal, quien aprobará el reglamento respectivo y formulará la oferta en los términos que se prevean reglamento.

Artículo 11°. Derecho de preferencia.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas, aprobada mediante votación de uno o varios accionistas que representen cuando menos el setenta por ciento de las acciones presentes en la respectiva reunión, el reglamento de colocación preverá que las acciones se coloquen con sujeción al derecho de preferencia, de manera que cada accionista pueda suscribir un número de acciones proporcional a las que tenga en la fecha del aviso de oferta. El derecho de preferencia también será aplicable respecto de la emisión de cualquier otra clase títulos, incluidos los bonos, los bonos obligatoriamente convertibles en acciones, las acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, las acciones con dividendo fijo anual y las acciones privilegiadas.

Parágrafo Primero.- El derecho de preferencia a que se refiere este artículo, se aplicará también en hipótesis de transferencia universal de patrimonio, tales como liquidación, fusión y escisión en cualquiera de sus modalidades. Así mismo, existirá derecho de preferencia para la cesión de fracciones en el momento de la suscripción y para la cesión del derecho de suscripción preferente.

Parágrafo Segundo.- No existirá derecho de retracto a favor de la sociedad.

Artículo 12°. Clases y Series de Acciones.- Por decisión de la asamblea general de accionistas, adoptada por uno o varios accionistas que representen la totalidad de las acciones suscritas, podrá ordenarse la emisión de acciones con dividendo preferencial y sin derecho a voto, con dividendo fijo anual, de pago o cualesquiera otras que los accionistas decidieren, siempre que fueren compatibles con las normas legales vigentes. Una vez autorizada la emisión por la asamblea general de accionistas, el representante legal aprobará el reglamento correspondiente, en el que se establezcan los derechos que confieren las acciones emitidas, los términos y condiciones en que podrán ser suscritas y si los accionistas dispondrán del derecho de preferencia para su suscripción.

Parágrafo.- Para emitir acciones privilegiadas, será necesario que los privilegios respectivos sean aprobados en la asamblea general con el voto favorable de un número de accionistas que represente por lo menos el 75% de las acciones suscritas. En el reglamento de colocación de acciones privilegiadas, que será aprobado por la asamblea general de accionistas, se regulará el derecho de preferencia a favor de todos los accionistas, con el fin de que puedan suscribirlas en proporción al número de acciones que cada uno posea en la fecha del aviso de oferta.

Artículo 13°. Voto múltiple.- Salvo decisión de la asamblea general de accionistas aprobada por el 100% de las acciones suscritas, no se emitirán acciones con voto múltiple. En caso de emitirse acciones con voto múltiple, la asamblea aprobará, además de su emisión, la reforma a las disposiciones sobre *quórum* y mayorías decisorias que sean necesarias para darle efectividad al voto múltiple que se establezca.

Artículo 14°. Acciones de pago.- En caso de emitirse acciones de pago, el valor que representen las acciones emitidas respecto de los empleados de la sociedad, no podrá exceder de los porcentajes previstos en las normas laborales vigentes.

Las acciones de pago podrán emitirse sin sujeción al derecho de preferencia, siempre que así lo determine la asamblea general de accionistas.

Artículo 15°. Transferencia de acciones a una fiducia mercantil.- Los accionistas podrán transferir sus acciones a favor de una fiducia mercantil, siempre que en el libro de registro de accionistas se identifique a la compañía fiduciaria, así como a los beneficiarios del patrimonio autónomo junto con sus correspondientes porcentajes en la fiducia.

Artículo 16°. Restricciones a la negociación de acciones.- Durante un término de cinco años, contado a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil de este documento, las acciones no podrán ser transferidas a terceros, salvo que medie autorización expresa, adoptada en la asamblea general por accionistas representantes del 100% de las acciones suscritas. Esta restricción quedará sin efecto en caso de realizarse una transformación, fusión, escisión o cualquier otra operación por virtud de la cual la sociedad se transforme o, de cualquier manera, migre hacia otra especie asociativa.

La transferencia de acciones podrá efectuarse con sujeción a las restricciones que en estos estatutos se prevén, cuya estipulación obedeció al deseo de los fundadores de mantener la cohesión entre los accionistas de la sociedad.

Artículo 17°. Cambio de control.- Respecto de todos aquellos accionistas que en el momento de la constitución de la sociedad o con posterioridad fueren o llegaren a ser una sociedad, se aplicarán las normas relativas a cambio de control previstas en el artículo 16 de la Ley 1258 de 2008.

Capítulo III. Órganos sociales

Artículo 18°. Órganos de la sociedad.- La sociedad tendrá un órgano de dirección, denominado asamblea general de accionistas y un representante legal. La revisoría fiscal solo será provista en la medida en que lo exijan las normas legales vigentes.

Artículo 19°. Sociedad devenida unipersonal.- La sociedad podrá ser pluripersonal o unipersonal. Mientras que la sociedad sea unipersonal, el accionista único ejercerá todas las atribuciones que en la ley y los estatutos se le confieren a los diversos órganos sociales, incluidas las de representación legal, a menos que designe para el efecto a una persona que ejerza este último cargo.

Las determinaciones correspondientes al órgano de dirección que fueren adoptadas por el accionista único, deberán constar en actas debidamente asentadas en el libro correspondiente de la sociedad.

Artículo 20°. Asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas la integran el o los accionistas de la sociedad, reunidos con arreglo a las disposiciones sobre convocatoria, quórum, mayorías y demás condiciones previstas en estos estatutos y en la ley.

Cada año, dentro de los tres meses siguientes a la clausura del ejercicio, el 31 de diciembre del respectivo año calendario, el representante legal convocará a la reunión ordinaria de la asamblea general de accionistas, con el propósito de someter a su consideración las cuentas de fin de ejercicio, así como el informe de gestión y demás documentos exigidos por la ley.

La asamblea general de accionistas tendrá, además de las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio, las contenidas en los presentes estatutos y en cualquier otra norma legal vigente.

La asamblea será presidida por el representante legal y en caso de ausencia de éste, por la persona designada por el o los accionistas que asistan.

Los accionistas podrán participar en las reuniones de la asamblea, directamente o por medio de un poder conferido a favor de cualquier persona natural o jurídica, incluido el representante legal o cualquier otro individuo, aunque ostente la calidad de empleado o administrador de la sociedad.

Los accionistas deliberarán con arreglo al orden del día previsto en la convocatoria. Con todo, los accionistas podrán proponer modificaciones a las resoluciones sometidas a su aprobación y, en cualquier momento, proponer la revocatoria del representante legal.

Artículo 21°. Convocatoria a la asamblea general de accionistas.- La asamblea general de accionistas podrá ser convocada a cualquier reunión por ella misma o por el representante legal

de la sociedad, mediante comunicación escrita dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles.

En la primera convocatoria podrá incluirse igualmente la fecha en que habrá de realizarse una reunión de segunda convocatoria, en caso de no poderse llevar a cabo la primera reunión por falta de quórum.

Uno o varios accionistas que representen por lo menos el 20% de las acciones suscritas podrán solicitarle al representante legal que convoque a una reunión de la asamblea general de accionistas, cuando lo estimen conveniente.

Artículo 22°. Renuncia a la convocatoria.- Los accionistas podrán renunciar a su derecho a ser convocados a una reunión determinada de la asamblea, mediante comunicación escrita enviada al representante legal de la sociedad antes, durante o después de la sesión correspondiente. Los accionistas también podrán renunciar a su derecho de inspección por medio del mismo procedimiento indicado.

Aunque no hubieren sido convocados a la asamblea, se entenderá que los accionistas que asistan a la reunión correspondiente han renunciado al derecho a ser convocados, a menos que manifiesten su inconformidad con la falta de convocatoria antes que la reunión se lleve a cabo.

Artículo 23°. Derecho de inspección.- El derecho de inspección podrá ser ejercido por los accionistas durante todo el año. En particular, los accionistas tendrán acceso a la totalidad de la información de naturaleza financiera, contable, legal y comercial relacionada con el

funcionamiento de la sociedad, así como a las cifras correspondientes a la remuneración de los administradores sociales. En desarrollo de esta prerrogativa, los accionistas podrán solicitar toda la información que consideren relevante para pronunciarse, con conocimiento de causa, acerca de las determinaciones sometidas a consideración del máximo órgano social, así como para el adecuado ejercicio de los derechos inherentes a las acciones de que son titulares.

Los administradores deberán suministrarles a los accionistas, en forma inmediata, la totalidad de la información solicitada para el ejercicio de su derecho de inspección.

La asamblea podrá reglamentar los términos, condiciones y horarios en que dicho derecho podrá ser ejercido.

Artículo 24°. Reuniones no presenciales.- Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito, en los términos previstos en la ley. En ningún caso se requerirá de delegado de la Superintendencia de Sociedades para este efecto.

Artículo 25°. Régimen de quórum y mayorías decisorias: La asamblea deliberará con un número singular o plural de accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones suscritas con derecho a voto. Las decisiones se adoptarán con los votos favorables de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más uno de las acciones con derecho a voto presentes en la respectiva reunión.

Cualquier reforma de los estatutos sociales requerirá el voto favorable del 100% de las acciones suscritas, incluidas las siguientes modificaciones estatutarias:

- (i) La modificación de lo previsto en el artículo 16 de los estatutos sociales, respecto de las restricciones en la enajenación de acciones.
- (ii) La realización de procesos de transformación, fusión o escisión.
- (iii) La inserción en los estatutos sociales de causales de exclusión de los accionistas o la modificación de lo previsto en ellos sobre el particular;
- (iv) La modificación de la cláusula compromisoria;
- (v) La inclusión o exclusión de la posibilidad de emitir acciones con voto múltiple; y
- (vi) La inclusión o exclusión de nuevas restricciones a la negociación de acciones.

Parágrafo.- Así mismo, requerirá determinación unánime del 100% de las acciones suscritas, la determinación relativa a la cesión global de activos en los términos del artículo 32 de la Ley 1258 de 2008

Artículo 26°. Fraccionamiento del voto: Cuando se trate de la elección de comités u otros cuerpos colegiados, los accionistas podrán fraccionar su voto. En caso de crearse junta directiva, la totalidad de sus miembros serán designados por mayoría simple de los votos emitidos en la correspondiente elección. Para el efecto, quienes tengan intención de postularse confeccionarán planchas completas que contengan el número total de miembros de la junta directiva. Aquella plancha que obtenga el mayor número de votos será elegida en su totalidad.

Artículo 27°. Actas.- Las decisiones de la asamblea general de accionistas se harán constar en actas aprobadas por ella misma, por las personas individualmente delegadas para el efecto o por una comisión designada por la asamblea general de accionistas. En caso de delegarse

la aprobación de las actas en una comisión, los accionistas podrán fijar libremente las condiciones de funcionamiento de este órgano colegiado.

En las actas deberá incluirse información acerca de la fecha, hora y lugar de la reunión, el orden del día, las personas designadas como presidente y secretario de la asamblea, la identidad de los accionistas presentes o de sus representantes o apoderados, los documentos e informes sometidos a consideración de los accionistas, la síntesis de las deliberaciones llevadas a cabo, la transcripción de las propuestas presentadas ante la asamblea y el número de votos emitidos a favor, en contra y en blanco respecto de cada una de tales propuestas.

Las actas deberán ser firmadas por el presidente y el secretario de la asamblea. La copia de estas actas, autorizada por el secretario o por algún representante de la sociedad, será prueba suficiente de los hechos que consten en ellas, mientras no se demuestre la falsedad de la copia o de las actas.

Artículo 28°. Representación Legal.- La representación legal de la sociedad por acciones simplificada estará a cargo de una persona natural o jurídica, accionista o no, quien (no, ESTA PARTE DEPENDE DE LA FORMA DE ADMINISTRACIÓN QUE ADOPTE LA SOCIEDAD) tendrá suplentes, designado para un término de un año por la asamblea general de accionistas.

Las funciones del representante legal terminarán en caso de dimisión o revocación por parte de la asamblea general de accionistas, de deceso o de incapacidad en aquellos casos en que

el representante legal sea una persona natural y en caso de liquidación privada o judicial, cuando el representante legal sea una persona jurídica.

La cesación de las funciones del representante legal, por cualquier causa, no da lugar a ninguna indemnización de cualquier naturaleza, diferente de aquellas que le correspondieren conforme a la ley laboral, si fuere el caso.

La revocación por parte de la asamblea general de accionistas no tendrá que estar motivada y podrá realizarse en cualquier tiempo.

En aquellos casos en que el representante legal sea una persona jurídica, las funciones quedarán a cargo del representante legal de ésta.

Toda remuneración a que tuviere derecho el representante legal de la sociedad, deberá ser aprobada por la asamblea general de accionistas.

Las facultades del Representante legal son: La sociedad será gerenciada, administrada y representada legalmente ante terceros por el representante legal, quien no tendrá restricciones de contratación por razón de la naturaleza ni de la cuantía de los actos que celebre. Por lo tanto, se entenderá que el representante legal podrá celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la sociedad. El Representante legal suplente cumplirá las funciones del principal ante las ausencias temporales o absolutas de aquel.

El representante legal se entenderá investido de los más amplios poderes para actuar en todas las circunstancias en nombre de la sociedad, con excepción de aquellas facultades que, de acuerdo con los estatutos, se hubieren reservado los accionistas. En las relaciones frente a terceros, la sociedad quedará obligada por los actos y contratos celebrados por el representante legal.

Le está prohibido al representante legal y a los demás administradores de la sociedad, por sí o por interpuesta persona, obtener bajo cualquier forma o modalidad jurídica préstamos por parte de la sociedad u obtener de parte de la sociedad aval, fianza o cualquier otro tipo de garantía de sus obligaciones personales.

Capítulo IV. Disposiciones Varias

Artículo 29°. Enajenación global de activos.- Se entenderá que existe enajenación global de activos cuando la sociedad se proponga enajenar activos y pasivos que representen el cincuenta por ciento o más del patrimonio líquido de la compañía en la fecha de enajenación. La enajenación global requerirá aprobación de la asamblea, impartida con el voto favorable de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones presentes en la respectiva reunión. Esta operación dará lugar al derecho de retiro a favor de los accionistas ausentes y disidentes en caso de desmejora patrimonial.

Artículo 30°. Ejercicio social.- Cada ejercicio social tiene una duración de un año, que comienza el 1° de enero y termina el 31 de diciembre. En todo caso, el primer ejercicio social se

contará a partir de la fecha en la cual se produzca el registro mercantil de la escritura de constitución de la sociedad.

Artículo 31°. Cuentas anuales.- Luego del corte de cuentas del fin de año calendario, el representante legal de la sociedad someterá a consideración de la asamblea general de accionistas los estados financieros de fin de ejercicio, debidamente dictaminados por un contador independiente, en los términos del artículo 28 de la Ley 1258 de 2008. En caso de proveerse el cargo de revisor fiscal, el dictamen será realizado por quien ocupe el cargo.

Artículo 32°. Reserva Legal.- la sociedad constituirá una reserva legal que ascenderá por lo menos al cincuenta por ciento del capital suscrito, formado con el diez por ciento de las utilidades líquidas de cada ejercicio. Cuando esta reserva llegue al cincuenta por ciento mencionado, la sociedad no tendrá obligación de continuar llevando a esta cuenta el diez por ciento de las utilidades líquidas. Pero si disminuyere, volverá a apropiarse el mismo diez por ciento de tales utilidades, hasta cuando la reserva llegue nuevamente al límite fijado.

Artículo 33°. Utilidades.- Las utilidades se repartirán con base en los estados financieros de fin de ejercicio, previa determinación adoptada por la asamblea general de accionistas. Las utilidades se repartirán en proporción al número de acciones suscritas de que cada uno de los accionistas sea titular.

Artículo 34°. Resolución de conflictos.- Todos los conflictos que surjan entre los accionistas por razón del contrato social, salvo las excepciones legales, serán dirimidos por la Superintendencia de Sociedades, con excepción de las acciones de impugnación de decisiones de

la asamblea general de accionistas, cuya resolución será sometida a arbitraje, en los términos previstos en la Cláusula 35 de estos estatutos.

Artículo 35°. Cláusula Compromisoria.- La impugnación de las determinaciones adoptadas por la asamblea general de accionistas deberá adelantarse ante un Tribunal de Arbitramento conformado por un árbitro, el cual será designado por acuerdo de las partes, o en su defecto, por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Girardot. El árbitro designado será abogado inscrito, fallará en derecho y se sujetará a las tarifas previstas por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Girardot. El Tribunal de Arbitramento tendrá como sede el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Girardot, se regirá por las leyes colombianas y de acuerdo con el reglamento del aludido Centro de Conciliación y Arbitraje de la Cámara de Comercio de Girardot.

Artículo 36°. Ley aplicable.- La interpretación y aplicación de estos estatutos está sujeta a las disposiciones contenidas en la Ley 1258 de 2008 y a las demás normas que resulten aplicables.

Capítulo V. Disolución y Liquidación

Artículo 37°. Disolución.- La sociedad se disolverá:

1° Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuere prorrogado mediante documento inscrito en el Registro mercantil antes de su expiración;

2° Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social;

3° Por la iniciación del trámite de liquidación judicial;

4° Por voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único;

5° Por orden de autoridad competente, y

6° Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo del cincuenta por ciento del capital suscrito.

Parágrafo primero.- En el caso previsto en el ordinal primero anterior, la disolución se producirá de pleno derecho a partir de la fecha de expiración del término de duración, sin necesidad de formalidades especiales. En los demás casos, la disolución ocurrirá a partir de la fecha de registro del documento privado concerniente o de la ejecutoria del acto que contenga la decisión de autoridad competente.

Artículo 38°. Enervamiento de las causales de disolución.- Podrá evitarse la disolución de la sociedad mediante la adopción de las medidas a que hubiere lugar, según la causal ocurrida, siempre que el enervamiento de la causal ocurra durante los seis meses siguientes a la fecha en que la asamblea reconozca su acaecimiento. Sin embargo, este plazo será de dieciocho meses en el caso de la causal prevista en el ordinal 6° del artículo anterior.

Artículo 39°. Liquidación.- La liquidación del patrimonio se realizará conforme al procedimiento señalado para la liquidación de las sociedades de responsabilidad limitada. Actuará como liquidador el representante legal o la persona que designe la asamblea de accionistas.

Durante el período de liquidación, los accionistas serán convocados a la asamblea general de accionistas en los términos y condiciones previstos en los estatutos y en la ley. Los accionistas tomarán todas las decisiones que le corresponden a la asamblea general de accionistas, en las condiciones de quórum y mayorías decisorias vigentes antes de producirse la disolución.

DETERMINACIONES RELATIVAS A LA CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

1. Representación legal.- Los accionistas constituyentes de la sociedad han designado en este acto constitutivo, a (ESNA MARCELA AYA BERNAL), identificado con el documento de identidad No. (1.070.593.895), como representante legal de GIRALABS SAS, por el término de 1 año.

ESNA MARCELA AYA BERNAL participa en el presente acto constitutivo a fin de dejar constancia acerca de su aceptación del cargo para el cual ha sido designado, así como para manifestar que no existen incompatibilidades ni restricciones que pudieran afectar su designación como representante legal de GIRALABS SAS.

2. Actos realizados por cuenta de la sociedad en formación.- A partir de la inscripción del presente documento en el Registro Mercantil, GIRALABS SAS asume la totalidad de los

ANEXO I. ESTATUTOS BÁSICOS SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA

Girardot, 1 de diciembre de 2015

Por medio del presente documento privado,ⁱ Nosotros,

NOMBRE ⁱⁱ	IDENTIFICACIÓN			Domicilio
	Tipo de Identificación	Número	Lugar de Expedición	
ESNA MARCELA AYA BERNAL ⁱⁱⁱ	Cédula de Ciudadanía	1.070. 593.895	Girardot	Girardot

Manifestamos con la firma de este documento nuestra voluntad de constituir una sociedad comercial del tipo: Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual se regirá por los siguientes estatutos:

Capítulo I. Nombre, Nacionalidad, Domicilio, Objeto y Duración de la Sociedad

Artículo 1. Nombre, nacionalidad y domicilio.

La sociedad se denomina^{iv}GIRALABS^vSAS. Es una sociedad comercial por acciones simplificada, de nacionalidad colombiana. El domicilio principal de la sociedad es la ciudad de^{vi}DOMICILIO DE LA SOCIEDAD^{vii}La sociedad podrá crear sucursales, agencias y establecimientos por decisión de su Asamblea General de Accionistas.

Artículo 2. Objeto:

La sociedad puede realizar, en Girardot, Cundinamarca cualquier actividad lícita, comercial.

Artículo 3. Duración.

La sociedad tendrá vigencia indefinida.

Capítulo II. Capital y Acciones**ARTÍCULO 4. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO**

VALOR NOMINAL DE LAS ACCIONES	\$ 10.000)
CLASE DE ACCIONES	Nominativas y Ordinarias

CAPITAL AUTORIZADO	
No. DE ACCIONES	^{viii} VALOR TOTAL ^{ix}
1.500	^x 15.000.000 ^{xi}

CAPITAL SUSCRITO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
1.500	15.000.000

CAPITAL PAGADO	
No. DE ACCIONES	VALOR TOTAL
1500	15.000.000

Parágrafo. El capital suscrito ha sido pagado en su totalidad en dinero en efectivo

Artículo 5. Derechos derivados de cada acción.

Cada acción nominativa confiere los siguientes derechos a su propietario: a) El de deliberar y votar en la Asamblea de Accionistas de la Sociedad; b) El de percibir una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los beneficios sociales establecidos por los balances de fin de ejercicio; c) El de negociar las acciones con sujeción a la ley y a los estatutos; d) El de inspeccionar libremente los libros y papeles sociales, dentro de los cinco (5) días hábiles anteriores a la fecha en que deban aprobarse los balances de fin de ejercicio, en los eventos previstos en el artículo 20 de la ley 1258 de 2008; y e) El de recibir, en caso de liquidación de la sociedad, una parte proporcional a su participación en el capital de la sociedad de los activos sociales, una vez pagado el pasivo externo de la sociedad.

Capítulo III. Dirección, Administración, Representación y Revisoría Fiscal de la Sociedad**Artículo 6. Órganos Sociales:**

La dirección de la sociedad es ejercida por la Asamblea General de Accionistas o, de modificarse su composición accionaria en tal sentido y de conformidad con la ley, lo será por su único accionista. La administración y representación legal está a cargo del Representante legal.

ARTÍCULO 7. DIRECCIÓN DE LA SOCIEDAD: ASAMBLEA GENERAL DE ACCIONISTAS.

La Asamblea se compone de los accionistas inscritos en el Libro de Registro de Acciones, o de sus representantes o mandatarios reunidos en el domicilio social o fuera de él, con el quórum y en las condiciones previstas en estos estatutos y en la ley. La asamblea ejerce las funciones previstas en el artículo 420 del Código de Comercio. La asamblea será convocada por el representante legal mediante comunicación escrita que incluirá el orden del día correspondiente a la reunión convocada, dirigida a cada accionista con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles. Para deliberar en cualquier tipo de reunión, se requerirá de uno o varios accionistas que representen cuando menos la mitad más una de las acciones suscritas. En cualquier tipo de reunión, la mayoría decisoria estará conformada por el voto favorable de un número singular o plural de accionistas que represente al menos la mitad más una de las acciones presentes. Se podrán realizar reuniones por comunicación simultánea o sucesiva y por consentimiento escrito.

Artículo 8. Administración y Representación Legal de la Sociedad

La administración y representación legal de la sociedad está en cabeza del representante legal, quien tendrá un suplente que podrá reemplazarlo en sus faltas absolutas, temporales o accidentales

La representación legal puede ser ejercida por personas naturales o jurídicas, la Asamblea General de Accionistas, designara a los representantes legales por el período que libremente determine o en forma indefinida, si así lo dispone, y sin perjuicio de que los nombramientos sean revocados libremente en cualquier tiempo.

Artículo 9. Facultades de los representantes legales

Los representantes legales pueden celebrar o ejecutar todos los actos y contratos comprendidos en el objeto social o que se relacionen directamente con la existencia y funcionamiento de la sociedad.

Artículo 10. Revisoría Fiscal.

La sociedad no tendrá Revisor Fiscal mientras no esté obligada por la Ley. De llegar a encontrarse en los supuestos legales que hacen obligatoria la provisión de dicho cargo, se procederá a la designación por parte de la asamblea general de accionistas, y su nombramiento se efectuará con posterioridad a la constitución de la sociedad.

CAPÍTULO IV. Estados Financieros, Reservas y Distribución de Utilidades**ARTÍCULO 11. ESTADOS FINANCIEROS Y DERECHO DE INSPECCIÓN.**

La sociedad tendrá ejercicios anuales y al fin de cada ejercicio social, el 31 de diciembre, la Sociedad deberá cortar sus cuentas y preparar y difundir estados financieros de propósito general de conformidad con las prescripciones legales y las normas de contabilidad establecidas, los cuales se someterán a la consideración de la Asamblea de Accionistas en su reunión ordinaria junto con los informes, proyectos y demás documentos exigidos por estos estatutos y la ley.

Tales estados, los libros y demás piezas justificativas de los informes del respectivo ejercicio, así como éstos, serán depositados en las oficinas de la sede principal de la administración, con una antelación mínima de cinco (5) días hábiles al señalado para su aprobación.

ARTÍCULO 12. RESERVA LEGAL:

De las utilidades líquidas de cada ejercicio la sociedad destinará anualmente un diez por ciento (10%) para formar la reserva legal de la sociedad hasta completar por lo menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito.

ARTÍCULO 13. UTILIDADES, RESERVAS Y DIVIDENDOS.

Aprobados los estados financieros de fin de ejercicio, la Asamblea de Accionistas procederá a distribuir las utilidades, disponiendo lo pertinente a reservas y dividendos. La repartición de dividendos se hará en proporción a la parte pagada del valor nominal de las acciones. El pago del dividendo se hará en efectivo, en las épocas que defina la Asamblea de Accionistas al decretarlo sin exceder de un año para el pago total; si así lo deciden los accionistas en Asamblea, podrá pagarse el dividendo en forma de acciones liberadas de la misma sociedad. En este último caso, no serán aplicables los artículos 155 y 455 del Código de Comercio.

CAPÍTULO V. Disolución y Liquidación

Artículo 14. Causales de Disolución.

La sociedad se disolverá ante la ocurrencia de cualquiera de las siguientes causales:

1. Por vencimiento del término previsto en los estatutos, si lo hubiere, a menos que fuera prorrogado mediante documento inscrito en el registro mercantil antes de su expiración.
2. Por imposibilidad de desarrollar las actividades previstas en su objeto social.
3. Por la iniciación del trámite de liquidación judicial.
4. Por las causales previstas en los estatutos.
5. Por la voluntad de los accionistas adoptada en la asamblea o por decisión del accionista único.
6. Por orden de autoridad competente.
7. Por pérdidas que reduzcan el patrimonio neto de la sociedad por debajo de cincuenta por ciento del capital suscrito.

Artículo 15. Liquidación.

Llegado el caso de disolución de la sociedad, se procederá a la liquidación y distribución de los bienes de acuerdo con lo prescrito en la ley en relación con las sociedades de responsabilidad limitada.

Artículo 16. Liquidador.

Hará la liquidación la persona o personas designadas por la Asamblea de Accionistas. Si no se nombrara liquidador, tendrá carácter de tal del Representante Legal.

Artículo 17. Sujeción a las Normas Legales.

En cuanto al desarrollo y término de la liquidación, el liquidador o los liquidadores se sujetarán a las normas legales vigentes en el momento de efectuarse la liquidación.

Capítulo VI. Resolución de Conflictos

Artículo 18. Arbitramento.

Todas las diferencias que ocurran a los accionistas entre sí, o con la sociedad o sus administradores, en desarrollo del contrato social o del acto unilateral, incluida la impugnación de determinaciones de asamblea o junta directiva con fundamento en cualquiera de las causas legales, será resuelta por un tribunal arbitral compuesto por 1 Abitro que decidirá en Derecho, designados por el Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá. El tribunal, sesionará en el Centro antes mencionado y se sujetará a las tarifas y reglas de procedimiento vigentes en él para el momento en que la solicitud de arbitraje sea presentada.

Capítulo VII. Artículo 19. Remisión Normativa.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 del Código de Comercio y 45 de la ley 1258 de 2008, en lo no previsto en estos estatutos la sociedad se regirá por lo dispuesto en la ley 1258 de 2008; en su defecto, por lo dispuesto en las normas legales aplicables a las sociedades anónimas; y en defecto de éstas, en cuanto no resulten contradictorias, por las disposiciones generales previstas en el Título I del libro Segundo del Código de Comercio.

Capítulo VIII. Disposiciones Transitorias

Artículo 1. Transitorio. Nombramientos.

Hasta cuando la Asamblea disponga lo contrario, sin perjuicio de las facultades de elección y remoción consagradas en estos estatutos, se hacen los siguientes nombramientos:

Representante Legal Principal
Se designa en este cargo a: ESNA MARCELA AYA BERNAL, identificado con la Cédula de Ciudadanía No. 1.070.593.895 de Girardot.
La persona designada como Representante Legal Principal Estando presente acepta el cargo

Firma:
