



**“Design Flex
Market Place Por Demanda”
Parte II**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN**

María Fernanda E. Loaiza M.

**Profesor Guía: Nicole Pinaud V.
Profesor Co-Guía: Pedro R. Fuentes.**

Santiago, junio de 2021.

INDICE DE CONTENIDO

<u>1.</u>	<u>OPORTUNIDADES DE NEGOCIO</u>	<u>7</u>
1.1	Identificación de la necesidad y oportunidad de mercado	7
1.2	Tendencias actuales de publicidad en Panamá	7
<u>2.</u>	<u>ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES Y CLIENTES</u>	<u>8</u>
2.1.	Tamaño de mercado	8
2.2.	Actores claves de la industria	8
2.2	Clientes	8
<u>3.</u>	<u>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR</u>	<u>9</u>
3.1	Propuesta de Valor	9
3.2	Descripción de la empresa	9
3.3	Estrategia de crecimiento	9
<u>4.</u>	<u>PLAN DE MARKETING</u>	<u>10</u>
4.1	Objetivos de marketing	10
4.2	Estrategia de segmentación	10
<u>5.</u>	<u>PLAN DE OPERACIONES</u>	<u>11</u>
5.1.	Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones	11
5.2.	Flujo de operaciones	13
5.3.	Plan de Desarrollo e Implementación	14

5.4.	Dotación	14
5.5.	Operaciones Post Contratación	15
5.5.1.	Flujo de Pago	16
5.5.2.	Garantías del Contrato	16
5.5.3.	Pago al Profesional Autónomo (Freelance)	16
6.	<u>EQUIPO DE PROYECTO</u>	17
6.1.	Equipo gestor	17
6.2.	Estructura organizacional	18
6.2.1.	Capacidades y competencias requeridas Terminar perfil de puesto	19
6.3.	Incentivos y compensaciones	22
7.	<u>PLAN FINANCIERO</u>	23
7.1	Tabla de supuestos generales	23
7.2	Estimación de ingresos	23
7.3	Plan de Inversiones	24
7.4	Proyección de Estado de Resultado	24
7.5	Cálculo de tasa de descuento	25
7.6	Proyección de Flujo de Caja	25
7.7	Evaluación financiera del proyecto	26
7.8	Balance General	27
7.9	Fuentes de financiamiento	28

7.10	Ratios Financieros	28
7.11	Análisis de sensibilidad	29
8.	<u>RIESGOS CRÍTICOS</u>	30
8.1	Riesgos con los clientes	30
8.2	Riesgos con los Freelancers	31
9.	<u>PROPUESTA INVERSIONISTA</u>	33
10.	<u>CONCLUSIONES</u>	34
Anexos		38
ANEXO 1:	Socios claves de la industria	38
ANEXO 2:	Análisis Pestle	39
ANEXO 3:	Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	40
ANEXO 4:	Encuestas realizadas a empresas MIPYMES	41
ANEXO 5:	Modelo de Negocios	53
ANEXO 6:	Estrategia de Comunicación	54
ANEXO 7:	Esquema de Publicidad o Marketing	55
ANEXO 8:	Presupuesto de Marketing	56
ANEXO 9:	Cronograma de Comunicación	57
ANEXO 11:	Estilo e Imagen	59
ANEXO 12:	Visual Web y Aplicación Móvil	61

ANEXO 13: Cotización de Servicios Legales	62
ANEXO 14: Interacción con la Plataforma	63
ANEXO 15: Flujo de Pagos (Método de Pago)	66
ANEXO 16: Garantías del Contrato	67
ANEXO 17: Crecimiento y Escalabilidad	68
ANEXO 18: Capacidades de Design Flex	69

Resumen Ejecutivo

Dada la necesidad actual de los nuevos negocios o empresas en proceso de recreación de su marca, Design Flex es una propuesta de market place que reúne a profesionales autónomos de la industria de la publicidad y mercadeo en una vitrina donde las empresas en busca de atender sus necesidades de crear oportunidades de posicionamiento en sus distintos rubros, encuentran en este modelo de negocio un acercamiento entre clientes y profesionales idóneos (freelancers) para el desarrollo de estos servicios e indirectamente creará un beneficio para todos.

La propuesta de valor de Design Flex se concentra en que los clientes pueden acceder, en una sola plataforma, a esta cartera de servicios de una forma rápida, eficiente, accesible económicamente y sin moverse de su hogar u oficina, a través de los freelancers que a su vez podrán publicar sus anuncios vendiendo sus servicios de manera que el cliente podrá ver su currículum, portafolio de trabajos, rating y precios, lo que se convierte en una oportunidad para aumentar su cartera de clientes e ingresos.

Los servicios como plataforma podrán alcanzar aproximadamente al 1% del mercado potencial identificado que asciende a \$248,216,400.00 que contempla a la micro, pequeñas y medianas empresas, incluyendo a los nuevos emprendedores como parte de los microempresarios.

1. OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

1.1 Identificación de la necesidad y oportunidad de mercado

Las PYMES en Panamá comprenden más del 90% del total de empresas existentes, aunque representan el 30% de la producción nacional. La crisis del COVID-19 la mayoría de las MIPYME y nuevos emprendedores se vieron en la necesidad de reinventar sus marcas, ajustar costos, publicitar, promocionar y abrirse a nuevos negocios a través de los canales virtuales como redes sociales y presencia digital que se manejan en la actualidad.

Por otro lado, los freelancers se esfuerzan en conectar con nuevos clientes. Sin embargo, los costos de promocionarse restan mucho de sus ingresos, por lo que recurren a métodos convencionales como trabajos *“in house”* en compañías. Este modelo de negocio crea una oportunidad para Design Flex de ofrecer sus servicios y conectar de forma eficaz a las empresas con profesionales del marketing con mayor facilidad.

1.2 Tendencias actuales de publicidad en Panamá

Las agencias publicitarias en Panamá son tradicionales, dado su modelo de negocio, sus costos son elevados, lo que lleva a que grandes compañías sean las que manejen sus estrategias de publicidad y marketing a través de estas, volviendo más inaccesible a las pequeñas empresas poder costear proyectos a través de dichas agencias.

Ver detalles en la Parte I del Plan de Negocios

2. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, COMPETIDORES Y CLIENTES

Design Flex es un modelo de negocio se centra en las actividades de marketing y publicidad. En Panamá existen alrededor de 20 agencias de publicidad registradas. Dado que es una plataforma 100% digital que utiliza herramientas y tecnologías disponibles actualmente para brindar servicios de publicidad y marketing

2.1. Tamaño de mercado

El tamaño estimado del mercado potencial es de \$248,216,400.00 que comprenden el 0.5% de los gastos de publicidad y marketing de las MiPymes y nuevos emprendimientos; con aumentos anuales de entre 25% a 15% para llegar a un mercado de 1% de total al final de cinco años.

2.2. Actores claves de la industria

En la actualidad no existe negocio similar a este en Panamá, por lo que sus competidores directos serían las agencias publicitarias tradicionales y los freelancers que trabajen fuera de la plataforma.

2.3. Clientes

El Sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de Panamá (MIPYME) cuenta con 61,025 empresas registradas y nuevos negocios. Por otro lado, los clientes estratégicos que son los profesionales autónomos o freelancers que buscan dar a conocer su trabajo.

Ver detalles en la Parte I del Plan de Negocios.

3. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y PROPUESTA DE VALOR

3.1 Propuesta de Valor

En Panamá se establecerá una plataforma por primera vez que permitirá que los clientes se conecten con profesionales de la industria de una manera fácil y sencilla. La propuesta de valor de Design Flex para los usuarios, se centra en que accedan a la cartera de servicios de una forma rápida, eficiente, accesible y sin moverse de su hogar u oficina, a través de profesionales idóneos para cada campo de servicio.

3.2 Descripción de la empresa

DesignFlex es un “Market Place” en una plataforma digital donde profesionales independientes del sector de la publicidad y mercadeo anuncian sus trabajos a través de la plataforma para conectar con nuevos clientes de manera fácil, rápida y segura para ambas partes.

3.3 Estrategia de crecimiento

Para la estrategia de crecimiento de este proyecto, se busca captar el 0.5% del mercado potencial, con clientes en busca de transformación de su negocio o refrescar su imagen o posicionamiento digital, al igual que captar profesionales que busquen expandir sus ingresos.

Ver detalles en la Parte I del Plan de Negocios.

4. PLAN DE MARKETING

4.1 Objetivos de marketing

Al primer año se espera alcanzar al 0.5% del total de las empresas lo que significa 305 y 250 freelancers para atender la demanda y llegar a un mercado de 1% de total al final de cinco años. La estrategia de marketing para llevar a Design Flex al conocimiento del mercado, inicia con una estrategia agresiva en anuncios publicitarios tradicionales, volanteo y marketing digital. Lo que llevará a captar clientes y profesionales en el primer año, para los siguientes se establece una estrategia de incremento en ventas con un *bunch* de anuncios para captar a nuevos usuarios a la plataforma y finalizar con la incrementación de la cuota del mercado para la marca.

4.2 Estrategia de segmentación

Se harán dos estrategias donde la primera se concentra en los nuevos emprendedores y apoyar en la creación de su marca, también como su presencia en redes sociales. La segunda trata de segmentación personalizada, hacia las empresas que buscan precisar campañas o lanzamientos de sus productos o servicios.

Ver detalles en la Parte I del Plan de Negocios.

5. PLAN DE OPERACIONES

5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

Para dar inicio a esta propuesta, se debe llevar a cabo la parte fundamental de esta compañía, la creación de la página web. Dado esto, se diseña una plataforma amigable para los usuarios y los servicios profesionales que se ofrecen.

a. Definir el objetivo de la pagina

La plataforma permitirá una interacción fluida entre el usuario que navega en ella en busca de un servicio y la comunicación con los expertos en diseño y marketing. Atraer a los posibles clientes con la contratación de servicios en línea con imágenes y videos reales de cada una de las categorías que se ofrecen.

b. Elegir el estilo

El estilo es esencial, porque de esta manera el cliente se siente identificado con la marca, por lo que se entrega una visión simple que explica todos los servicios de modo que pueda ser entendido por todo aquel que visite la plataforma y continúe su interacción de manera fluida.

c. Creación de mapa de contenido

En este punto, se enlistarán por categorías cada uno de los servicios que DesignFlex ofrece, también se podrá encontrar sugerencias de trabajos realizados para una mejor visualización de lo que el cliente requiera.

d. Interacción en la Plataforma

Para iniciar a interactuar en la página web de Design Flex, el cliente debe estar consiente de lo que busca para su proyecto y cómo visualiza su idea. Es una plataforma que permite la fácil navegación a través de sus ventanas, con un lenguaje que el usuario pueda reconocer sin la necesidad de conocer la industria.

Del mismo modo, en la página de bienvenida encontrará una descripción de lo que podrá hallar en Design Flex, las políticas de trabajo, la misión, visión y objetivos, de la mano de la filosofía de los socios aliados. Seguido, en la ventana inicial podrá reconocer los servicios que se ofrecen y una descripción de lo que puede esperar al contratarlos, en esta ventana se despliega un listado de estos servicios según su categoría.

Una vez que el usuario escoja el servicio con el que desea trabajar su proyecto, se abrirá una nueva ventana donde se muestra una pequeña reseña del servicio escogido. Por ejemplo: el usuario ha hecho clic en “Diseño de Logo”, y de inmediato aparecerá una descripción de esto, como: “Destaca entre la multitud de empresas con un logo que se ajuste a la personalidad y cultura de tu marca”. Más adelante, se encontrará con diversos “anuncios” de los distintos freelancers, donde el usuario podrá filtrar según sus necesidades y las características que busca.

Una vez, que el usuario se encuentre buscando qué oferta le atrae más o se adapta mejor a su marca, al dar clic en el anuncio seleccionado se desplegará la descripción del trabajo que ofrece ese anunciante o profesional autónomo. Al escogerse

por uno de los profesionales, se muestran los planes que ofrece cada uno de estos, sus precios por trabajo realizado, tiempo de entrega, y bondades del servicio. También, el usuario podrá interactuar con él a través de mensajes e informar al vendedor lo que desea.

Al terminar de conversar con el profesional y decidirse por uno de sus planes, el cliente entra en el proceso de pago, donde se detallan los servicios contratados y sus garantías, los precios por servicio. Una vez conciliado todo lo anterior, se procede hacer el pago. El cliente hará clic en “Opciones de Pago” y escogerá la más conveniente para él. Para finalizar la experiencia del contrato, el profesional entregará su trabajo final por medio de la plataforma, donde el cliente podrá calificar la atención que recibió y demás detalles respecto al proyecto realizado a través de Design Flex.

En seguimiento de lo antes expuesto, el usuario podrá crear una cuenta o perfil de él en la plataforma, donde por medio de éste, marcará sus gustos. Así, la próxima vez que entre a la página web se encuentre con servicios más ajustados a sus preferencias y especificaciones. **(Ver ANEXO 13: Interacción en la Plataforma)**

5.2. Flujo de operaciones

Dada la naturaleza del negocio (plataforma digital), se ha descrito la manera en la que los usuarios interactúan en la página web: iniciando en la página de bienvenida a Design Flex, donde se describe la filosofía de la marca y los servicios que se ofrecen. Seguido de esto, el usuario encontrará un listado por categorías de los distintos productos que pueden encontrar con nosotros.

En cada una de las categorías, encontrarán un plan detallado de estrategias que pueden contratar, junto con las especificaciones del profesional detrás del servicio, donde el usuario podrá explorar a detalle lo que busca y ponerse en contacto con el consultor que le guiará en el proceso del servicio contratado.

5.3. Plan de Desarrollo e Implementación

La inversión inicial está calculada en un monto de \$289,524.00 dólares, lo cuáles serán proporcionados por los inversionistas.

Plan de implementación desarrollado en la Carta Gantt.

Tarea	Responsables	Semanas														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Diseño de Página Web	Depto. Marketing Digital / Depto. Creativo	■	■													
Desarrollo y Creación de la Plataforma	Departamento de IT			■	■	■										
Reclutamiento de Freelancers	Administrador / Head Hunters				■	■	■	■	■	■						
Promoción de la marca	Marketing Digital / Exterior					■	■	■	■	■	■					
Inducción a Freelancers	Dpto. IT / Marketing Digital					■	■									
Captación de Clientes	Gerencia de Mercadeo					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

5.4. Dotación

Una vez que se inicie la primera fase de puesta en marcha de la plataforma, se tomará en cuenta que la misma mantendrá diferentes anunciantes freelance que estarán trabajando de manera directa con el cliente a través de la plataforma de Design Flex, por lo que se presta un servicio de 24 horas, todos los días. Sin embargo, se ha considerado que el personal de soporte técnico se encuentre disponible siempre que sea requerido, para el buen funcionamiento de las operaciones en línea.

Para los servicios de carácter legal de la empresa, se considera tercerizar los mismos, desde los servicios generales o de limpieza de las oficinas, asesores legales, mensajería y otros que sean requeridos en ocasiones que se amerite. El personal del área de Contabilidad y Finanzas se mantiene como in house para lograr llevar todo lo referente a los compromisos de la marca

Dentro de las propuestas a mediano plazo, se espera contar con Design Flex en distintas versiones virtuales, en aplicaciones para dispositivos móviles o teléfonos inteligentes, siendo necesario robustecer la infraestructura informática y ampliar la visibilidad digital. Se considera, dentro de las propuestas a largo plazo, ampliar los servicios que ofrece la marca a través de su plataforma, por lo que será necesaria la contratación de nuevos profesionales en distintas ramas que ofrezcan más servicios a la cartera de productos de Design Flex.

5.5. Operaciones Post Contratación

Como se explica en los puntos anteriores, una vez que el usuario entra en la plataforma puede escoger entre los distintos anunciantes (o freelancers) el que mejor se ajuste a sus necesidades. Al escogarlo, éste puede optar por una serie de paquetes que ofrecen distintas bondades o características. Luego de ello, el usuario realiza el pago por los servicios contratados e inicia el proceso de creación.

Para describir el proceso interno de gestión luego de la contratación y pago del cliente, se han desarrollado los siguientes puntos que explican en detalle estos procesos:

5.5.1. Flujo de Pago

Al hacer el pago a través de la plataforma, el usuario se encuentra ante una ventana que se desplegará para escoja las distintas opciones de pago para contratar los servicios del freelancers a través de la página web.

En las opciones a escoger, podrá hallar: opción a pagos por tarjeta de crédito, tarjetas de débito aprobadas, pago a través de PayPal, transferencias bancarias o depósitos directos en la cuenta de la compañía. Aunque estos últimos son una medida que toma más tiempo, es posible ofrecer esta opción para quienes no cuenten con tarjetas de crédito. **(Ver Anexo 14: Pagos)**

Una vez, que el pago es efectuado a través de los distintos medios antes mencionados, la inversión o pago del cliente queda en estado interno de “en proceso” hasta que el profesional o anunciante entregue el trabajo contratado y finalice el contrato.

5.5.2. Garantías del Contrato

Para los clientes, se ofrecen distintas garantías para proteger su inversión hasta el momento donde el anunciante entrega el proyecto contratado. (Ver Anexo 15)

5.5.3. Pago al Profesional Autónomo (Freelance)

Para los pagos por servicios de los anunciantes, primeramente, el mismo deberá detallar en sus respectivos anuncios, todas las características de los paquetes ofertados mediante la plataforma, tiempos de entrega y más acerca de esto.

Posterior a que el anunciante haya entregado exitosamente, a través de la plataforma, el producto final contratado, existirá un “tiempo de garantía”, por si existen solicitudes de reclamo (este tiempo va desde 3 días, o un mes en casos que lo amerite evaluación por parte de los agentes). De no presentar el cliente ningun reclamo en el tiempo de garantía, el pago acumulado de sus contrataciones, se hará efectivo cada 30 días, por el medio pactado con Design Flex.

6. EQUIPO DE PROYECTO

6.1. Equipo gestor

1. Keysi March:

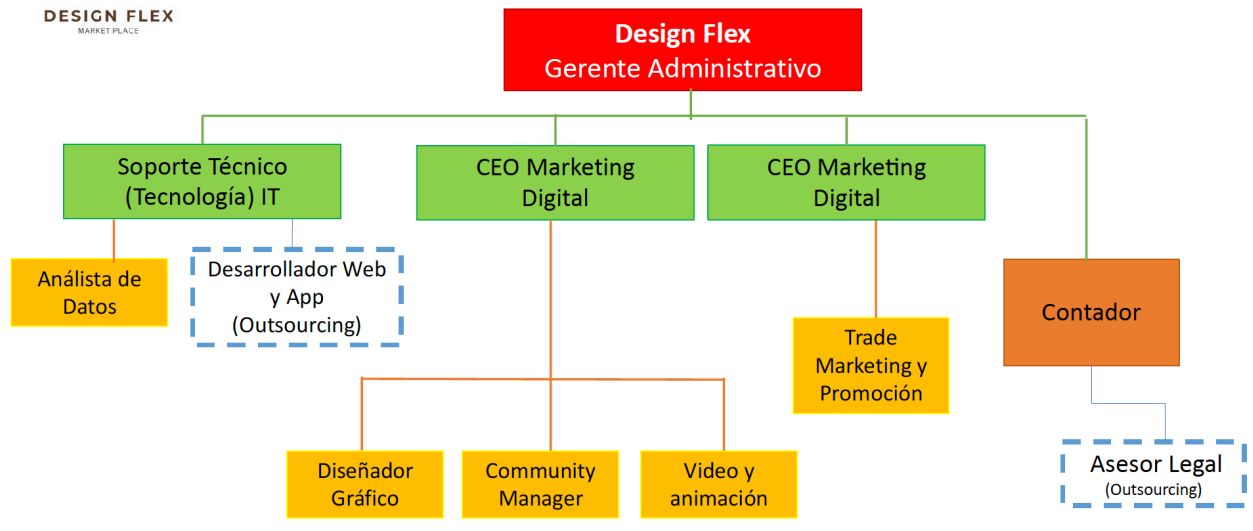
Licenciada en Mercadeo y Publicidad con énfasis en Diseño Gráfico, con más de 10 años de experiencia en el área de publicidad, mercadeo y artes gráficas dirigiendo campañas de publicidad, creando identidades de marcas y desarrollando estrategias de marketing y publicidad entre otros. Dentro de las experiencias laborales a lo largo de estos años, ha funcionado como creadora y desarrolladora de diversas empresas dirigidas en el ámbito del Marketing, Eventos y Marketing Digital.

Actualmente funciona como persona independiente, propietaria de una empresa con más de 8 años en el mercado dedicada al Marketing Digital y al Branding de Marcas, en donde ofrezco a mis clientes servicios de calidad, eficientes y a precios de mercado.

2. Maria Fernanda Loaiza:

Licenciada en Administración Marítima y Portuaria, con trayectoria en las áreas de logística, distribución y supply chain a nivel internacional. Esta ha desempeñado roles gerenciales en distintas multinacionales, como JCDecaux, como ejecutiva para Centroamerica y el Caribe en el desarrollo y análisis comercial, apoyando diversas campañas publicitarias para compañías como Procter & Gamble, Copa Airlines, Unilever, Twenty Century Fox Latam, L'Oreal Internacional y otras de gran trayectoria mundial, a través de su rol como Merchandising Analytic Manager. Adicional, la misma ha impulsado diferentes proyectos de innovación tecnológica y transformación digital en las compañías marítimas donde ejerce actualmente. Por su rol en una de las multinacionales más grandes de mundo en el sector de la publicidad exterior o out of home, aporta a este proyecto gran experiencia en difusión y posicionamiento de marcas.

6.2. Estructura organizacional



Gráfica Organigrama Design Flex.

Fuente propia

6.2.1. Capacidades y competencias requeridas Terminar perfil de puesto

1. Personal interno (administrativos de Desing Flex)

Todo el personal administrativo pasará por un proceso de contratación, donde se le harán entrevistas y según el cargo se fijan las competencias académicas y profesionales que requieren cada una de las asignaciones. En este sentido, los gerentes de servicios deberán ser profesionales con título académico o experiencia comprobada en carreras afines a los servicios a dirigir.

2. Profesionales Autónomos (freelancers)

Para iniciar en el proceso de inscripción de nuevos profesionales autónomos, se puede indicar que éstos no requieren de un título o grado académico para empezar a trabajar con Design Flex, ya que estos pueden ser profesionales empíricos o académicos que buscan trabajar de manera independiente. Sin embargo, los mismos deberán subir a la plataforma ejemplos de trabajos realizados por ellos, ya sea través de fotos, videos, testimonios, etc. Aunque no es requerida una experiencia comprobada, los candidatos deberán pasar por un proceso interno de aceptación a su suscripción a la plataforma, donde se evaluarán su perfil para confirmar que concuerde con los valores de la marca y los servicios ofrecidos a través de esta plataforma web.

Al ser una empresa de servicios de marketing a través de una plataforma web, la estructura no necesita ser robusta, la cual estará conformada de la siguiente manera, abajo detallada:

1. Gerencia de Marketing Digital

Su misión es encontrar huecos de mercado, y marcar las estrategias a seguir, tanto creativa como de medios, es la persona responsable por la planificación del *marketing* de la empresa en el medio digital. Esta gerencia está conformada por: un gerente de Marketing Digital, un Community Manager, un Departamento de Diseño Gráfico

2. Gerencia de Marketing y Publicidad

En esta área el personal encargado llevará a cabo las tareas de promoción de la marca a través de la creación de campañas u ofertas que serán enviadas a los distintos

clientes que se registren en la base de datos. Del mismo modo se encargará de buscar los medios de difusión de la marca para la captación de nuevos clientes. Esta gerencia está conformada por un Gerente de Marketing y Publicidad, por agentes de ventas o ejecutivos de cuentas y agentes de atención al cliente

3. Departamento Creativo

El departamento creativo está bajo la Gerencia de Marketing Digital y representa el núcleo más característico de una empresa dedicada a la publicidad. Su cometido es encontrar un mensaje que consiga lo que el anunciante quiere obtener del público al que se dirige. Este departamento está conformada por, diseñadores gráficos y creativos.

4. Gerencia de Informática y telecomunicaciones

El departamento de gestión de TI es un departamento funcional del departamento de gestión general, responsable de planificar, organizar, dirigir, ejecutar y desarrollar la operación y gestión de los sistemas de TI e infraestructura técnica. Esta gerencia está conformada por un gerente de IT, analista de datos, y desarrollador de plataforma (outsourcing)

5. Departamente de Contabilidad

El Departamento financiero será es el encargado de la gestión y el cobro de los presupuestos enviados a los clientes, así como del pago de los distintos proveedores con los que trabaja Design Flex. Como en cualquier empresa, es el departamento que se encarga de llevar la contabilidad, de hacer los balances, de tratar con los bancos.

6. Contrataciones terciarizadas (outsourcing)

- Desarrollador de Plataforma: iniciaran con el proceso de creación de la plataforma, diseño y estructura.
- Asesor Legal: para temas jurídicos y carácter legal que se ameriten.

6.3. Incentivos y compensaciones

Para esta compañía se ha diseñado un plan de compensaciones que representa la filosofía de retribuciones por el desempeño de la empresa, por lo que están alineadas con la cultura de DesignFlex.

Los empleados conocen y son conscientes de su propio valor, por lo que establecer un rango salarial es fundamental para mejorar la competitividad salarial de los profesionales que trabajan en DesignFlex, con salarios que atractivos.

Recordando que la compensación es una herramienta de gestión que nos permite desarrollar el talento y establecer una cultura orientada al desempeño que afecta a los profesionales de la empresa a nivel personal y profesional, buscar tener y apoyar el talento interno, no sólo con retribuciones económicas sino también con el desarrollo de nuevas capacidades, habilidades y talentos por medio de cursos y certificaciones que mantengan al equipo motivado y actualizado.

7. PLAN FINANCIERO

7.1 Tabla de supuestos generales

Los principales supuestos adoptados con los cuales se han realizado las estimaciones, proyecciones y análisis financieros corresponden a:

- Al no existir una data específica para la rama de actividad concerniente a comunicación, publicidad y marketing dentro de las estadísticas de operación y de producción, se estimó y proyectó la demanda e ingresos en base a los reportes existentes de generación de ingresos de las empresas objetivo.
- Se contempló una tasa de 25% para la estimación de los impuestos.
- La depreciación de los activos fijos se estimó a 5 años.
- Se considera que la inversión inicial se dará por la vía de aportes de inversionistas.

7.2 Estimación de ingresos

La estimación de los ingresos se realizó en base a las consideraciones incluidas en el punto 4.8 relacionadas a la demanda potencial y estimaciones de la participación de Design Flex en esa demanda. De esta forma, se proyectó un ingreso por ventas como se detalla en el siguiente cuadro.

INGRESOS POR VENTAS (AL CONTADO)					
SERVICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Diseño Gráfico	170,649	213,311	255,973	307,168	368,601
Marketing Digital	170,649	213,311	255,973	307,168	368,601

Video y Animación	68,260	85,324	98,123	117,748	141,297
Música y Audio	34,130	42,662	49,062	58,874	70,649
Tecnología y Programación	170,649	213,311	255,973	307,168	368,601
Escritos y Traducciones	68,260	85,324	98,123	117,748	141,297
Total	682,595	853,244	1,013,227	1,215,873	1,459,047

Las estimaciones de crecimiento consideran las principales preferencias de los encuestados, dándole un crecimiento diferenciado y más representativo a los mismos con un crecimiento del 25% para el segundo año. A partir de este año se estima un crecimiento menor que se estabiliza al año quinto en 20%.

7.3 Plan de Inversiones

El plan de inversiones está constituido por la inversión inicial requerida y los gastos de puesta en marcha del proyecto. No se previeron nuevas inversiones durante los cinco años siguientes.

Estas inversiones están dirigidas principalmente al diseño de la plataforma, página web y aplicaciones, así como la ejecución la publicidad necesaria para llegar y atraer a los clientes. La inversión inicial será de de \$317,516.00; de los cuales \$ 84,000 serán para los gastos de publicidad inicial, \$33,600 para el desarrollo de plataforma, página web y aplicaciones y para el equipo de informática unos \$17,400. Estas inversiones son indispensables en el marco del modelo de negocio que se está planteando.

7.4 Proyección de Estado de Resultado

Tabla. Estado de Resultados					
Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Estimados	682,595	853,244	1,013,227	1,215,873	1,459,047

Costos Estimados	341,298	426,622	-506,614	-607,936	-729,524
Utilidad Bruta	341,298	426,622	506,614	607,936	729,524
Remuneraciones Brutas	143,650	143,650	-143,650	-143,650	-143,650
Suministros (agua, luz teléfono)	-2,400	-2,400	-2,400	-2,400	-2,400
Material de Oficina	-1,200	-1,200	-1,200	-1,200	-1,200
Publicidad y Propaganda	-10,000	-10,000	-5,000	-5,000	-5,000
Arrendamiento	-7,200	-7,200	-7,200	-7,200	-7,200
Trabajos realizados por otras Empresas	-10,000	-5,000	-5,000	-5,000	-5,000
Transporte y mensajería	-1,200	-2,200	-2,200	-3,200	-3,200
I+D	-20,000	-10,000	-10,000	-10,000	-10,000
Otros Servicios	-1,200	-1,200	-1,200	-1,200	-1,200
Utilidad Operacional -EBITDA	144,448	243,772	328,764	429,086	550,674
Depreciación	-3,480	-3,480	-3,480	-3,480	-3,480
Amortización	0	0	0	0	0
Utilidad antes de impuesto - EBIT	140,968	240,292	325,284	425,606	547,194
Impuesto (25%)		-60,073	-81,321	-106,402	-136,798
Utilidad Neta	140,968	180,219	243,963	319,205	410,395

7.5 Cálculo de tasa de descuento

La tasa de descuento utilizada para el cálculo del VAN fue de 19%, calculada mediante la fórmula:

$$(Kd*(1-t)*D/V) + (Ke+E/V)$$

t= impuesto; kd= interés bancario; ke= ROE; D= deuda financiera; E= fondos propios;

V= patrimonio

El impuesto utilizado fue del 25% y el interés bancario de 11% de acuerdo a lo vigente en el sistema bancario.

7.6 Proyección de Flujo de Caja

TABLA. FLUJO DE CAJA						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DETALLE DE INGRESOS						

Ventas en Efectivo	682,595	853,244	1,013,227	1,215,873	1,459,047
TOTAL INGRESOS RECIBIDOS	682,595	853,244	1,013,227	1,215,873	1,459,047
Costo de Ventas	-341,298	-426,622	-506,614	-607,936	-729,524
UTILIDAD BRUTA	341,298	426,622	506,614	607,936	729,524
DETALLE DE EGRESOS					
Remuneraciones Brutas	143,650	143,650	-143,650	-143,650	-143,650
Suministros (agua, luz teléfono)	-2,400	-2,400	-2,400	-2,400	-2,400
Material de Oficina	-1,200	-1,200	-1,200	-1,200	-1,200
Publicidad y Propaganda	-10,000	-10,000	-5,000	-5,000	-5,000
Arrendamiento	-7,200	-7,200	-7,200	-7,200	-7,200
Trabajos realizados por otras Empresas	-10,000	-5,000	-5,000	-5,000	-5,000
Transporte y mensajería	-1,200	-2,200	-2,200	-3,200	-3,200
I+D	-20,000	-10,000	-10,000	-10,000	-10,000
Otros Servicios	-1,200	-1,200	-1,200	-1,200	-1,200
UTILIDAD OPERACIONAL	144,448	243,772	328,764	429,086	550,674
Depreciación	-3,480	-3,480	-3,480	-3,480	-3,480
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	140,968	240,292	325,284	425,606	547,194
Impuestos		-60,073	-81,321	-106,402	-136,798
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTOS	140,968	180,219	243,963	319,205	410,395
Depreciación	3,480	3,480	3,480	3,480	3,480
INVERSIÓN INICIAL					
Gastos Publicidad Inicial	-84,000				
Equipos de Computacion	-17,400				
Alquiler de Oficinas	-7,200				
Desarrollo de Pagina Web y Aplicación,Plataforma	-33,600				
Gastos en Trámites Legales	-5,000				
Capital de Trabajo	-170,316				
FLUJO DE CAJA NETO	-317,516	144,448	183,699	247,443	322,685
VAN	414,773.66				
TIR	59%				
COSTO DE CAPITAL	19%				
IMPUESTO S/R	25.0%				

7.7 Evaluación financiera del proyecto

La TIR del proyecto es de 59% la cual muestra un amplio margen positivo en referencia a la tasa de costo de capital utilizada para la estimación del VAN. Por su parte el VAN muestra un valor positivo por lo que el proyecto genera una rentabilidad. Con el flujo de caja resultante, se estima que en 2.8 años podría recuperarse la inversión inicial.

Por otro lado, el margen de utilidad neta que muestra el Estado de Resultados es positivo durante los cinco años presentados, con aumentos sostenidos a partir del primer año, logrando una rentabilidad sobre la inversión (ROI) en el primer año del 27%, pero aumenta a más del 43% hacia el quinto año, como muestra el cuadro de indicadores financieros.

Durante todos los años el punto de equilibrio calculado se logra cuando el mismo está por debajo de los niveles de ventas anuales.

7.8 Balance General

CUADRO. BALANCE GENERAL						
Balance General	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Circulante						
Efectivo	170,316	359,406	508,050	422,041	646,114	1,014,394
Cuentas por Cobrar						
Total De Activos Circulantes	170,316	359,406	508,050	422,041	646,114	1,014,394
Activos Fijos						
Equipos Tecnologicos	17,400	17,400	17,400	17,400	17,400	17,400
Depreciacion Acumulado	0	-3,480	-6,960	-10,440	-13,920	-17,400
Total de Activos Fijos	17,400	13,920	10,440	6,960	3,480	0
Otros Activos						
Activos Intangibles	122,600	142,600	132,600	132,600	132,600	132,600
Otros Activos	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200	7,200
Amortizacion						
Total de Otros Activos	129,800	149,800	139,800	139,800	139,800	139,800
Total Activos Fijos y Otros	147,200	163,720	150,240	146,760	143,280	139,800
Total de Activos	317,516	523,126	658,290	568,801	789,394	1,154,194
Pasivos Corrientes						
Prestaciones Laborales por pagar		64,643	64,643	64,643	64,643	64,643
Pago a Proveedores						
Total Pasivos Corrientes		64,643	64,643	64,643	64,643	64,643
Total de Pasivos		64,643	64,643	64,643	64,643	64,643
Patrimonio						
Capital (aporte inversionistas)	317,516	317,516	317,516	317,516	317,516	317,516
Reembolso a Socios				0	0	0
Utilidades Retenidas			140,968	321,187	565,149	884,354
Utilidades del Periodo		140,968	180,219	243,963	319,205	410,395
Dividendos		0	-45,055	-60,991	-159,602	-205,198
Total Patrimonio	317,516	458,483	593,648	504,159	724,752	1,089,551
Total Pasivos + Patrimonio	317,516	523,126	658,290	568,801	789,394	1,154,194

7.9 Fuentes de financiamiento

La inversión inicial para la ejecución del negocio asciende, como se menciona anteriormente, será de \$317,516.00 que incluye, el capital de trabajo requerido para el mismo. Esta inversión se realizará con la participación de accionistas que aportarán dicho monto a través de la emisión de acciones ordinarias que les dará derecho a participar en la toma de decisiones y en los beneficios de la empresa.

7.10 Ratios Financieros

Todos los indicadores financieros estimados muestran unas finanzas saludables durante los cinco primeros años del negocio. El indicador de Razón Corriente muestra que el negocio tiene un amplio margen en sus activos, específicamente el efectivo, para respaldar los gastos y costos del negocio. Por lo que queda demostrada que la liquidez de la empresa le da capacidad para cubrir sus compromisos y obligaciones en el corto plazo.

Así también, la Razón Deuda a Activos indica que un pequeño porcentaje del total de activos lo representa el pasivo en este caso las prestaciones laborales. El resto de los indicadores de endeudamiento muestran cifras saludables en donde los costos y gastos están cubiertos por el capital de trabajo de la empresa. Esto indica que la empresa tendrá la capacidad de financiar sus operaciones con su propio capital de trabajo

Las Razones de Actividad muestran que alrededor del 75% del ingreso por ventas pasan hacer parte del capital de trabajo de la empresa, ya que las ventas serán al contado y no mantendrá cuentas por cobrar.

Con la relación a los Indicadores de Rentabilidad, el ROA indica positivamente la capacidad de la empresa para generar ganancias durante todo el período y una rotación de activos efectiva, mientras que el ROE nos dice que el negocio generará valor para sus accionistas siendo rentable para ellos; y el hecho de que el ROE sea mayor que el ROA muestra la capacidad de apalancamiento de la empresa.

Cuadro. INDICADORES FINANCIEROS					
Inidicadores Financieros	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Liquidez					
a. Capital de Trabajo	359,406	508,050	422,041	646,114	1,014,394
b. Razon Corriente	5.56	7.86	6.53	10.00	15.69
Endeudamiento o Leverage					
a. Razon de Deuda a Patrimonio	0.14	0.11	0.13	0.09	0.06
b. Razon de Deuda a Activos	12%	10%	11%	8%	6%
c. Razon Deuda Corto Plazo a Deuda Total	100%	100%	100%	100%	100%
Razón de Actividad					
a. Rotacion Cuentas por Cobrar					
b. Rotacion de Activos	0.77	0.77	0.56	0.65	0.79
Rentabilidad/ Solvencia					
a. Margen de Venta a Venta	50%	50%	50%	50%	50%
b. Margen Operacional a Venta	21%	29%	32%	35%	38%
c. Margen Neto a Ventas	21%	21%	24%	26%	28%
d. Rentabilidad sobre Activos (ROA)	44%	34%	37%	56%	52%
e. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE)	31%	30%	48%	44%	38%
f. Rentabilidad sobre Inversion (ROI)	27%	27%	43%	40%	36%

7.11 Análisis de sensibilidad

Antes diferentes escenarios en los cuales disminuye la participación de la empresa en la demanda potencial hasta un 40% de la misma, el VAN sería positivo. Se ha estimado que lograr una participación del 55%. En el caso de los costos, el VAN positivo soporta variaciones que alcancen hasta un 50% de los ingresos y el proyecto está estimando un 30%.

Estos escenarios tanto en la demanda como en los costos, dejan ver que las estimaciones realizadas en la elaboración del proyecto tienen un amplio rango para soportar variaciones tanto en la demanda como en los costos.

8. RIESGOS CRÍTICOS

Existen dos tipos de riesgos para una empresa que inicia operaciones, especialmente si es una empresa basada en el uso de la última tecnología digital a través de la cual ofrece sus servicios.

8.1 Riesgos con los clientes

El primer tipo de riesgo está relacionado a su conceptualización:

- Que el nuevo negocio no sea percibido como novedoso, por ello hay que buscar y destacar las fortalezas del modelo de negocio.
- El riesgo de que los clientes potenciales no identifiquen la necesidad para la cual se ha creado el servicio, para lo cual la campaña de marketing es esencial para crear o aflorar esa necesidad.
- El servicio que se ofrece entra en un nicho poco conocido y se corre el riesgo de entrar en juego con factores poco conocidos que ameritan adecuaciones a los estándares del sector.

- Por otro lado, el negocio se enfrenta con importantes retos como: crear una cartera de clientes estables, retener y fidelizar los clientes que se obtengan; así como, atraer y mantener el talento en la empresa.

El segundo tipo de riesgos son aquellos que se presentan en el entorno:

- Las características del mercado, en donde las necesidades y hábitos de consumo son cambiantes y las empresas deben adaptarse constantemente a estos cambios para sobrevivir en el mercado.
- La revolución que causan las nuevas tecnologías de la información y comunicación en las empresas al permitir a los clientes comunicarse a través de ellas.
- Las expectativas de los clientes aumentan, quieren mejores servicios y más valor.
- La globalización ha dado a los clientes muchas más opciones.
- La revolución digital ofrece oportunidades sin precedentes para acercarse a los clientes.
- Las empresas se enfrentan al reto de gestionar más datos, conocer y atraer clientes más exigentes y asegurarse de sus colaboradores ejemplifiquen los valores de la organización.

8.2 Riesgos con los Freelancers

Riesgos de comunicación externa con el cliente:

- Existe el riesgo de que el freelancer se conecte, por vías alternas a la página web, con el cliente de manera directa y este último contrate en adelante, los servicios directamente con el freelancer.

- Debido a lo anterior, puede existir el riesgo de que hayan comunicaciones externas durante el proceso de creación del proyecto contratado. Sin embargo, estas comunicaciones pueden acarrear que, de existir reclamos por parte del cliente al final de la entrega de su proyecto, pierda las garantías que Design Flex ofrece.

9. PROPUESTA INVERSIONISTA

La inversión inicial será de \$ 278,004.00; de los cuales \$ 84,000 serán para los gastos de publicidad inicial, \$33,600 para el desarrollo de plataforma, página web y aplicaciones y para el equipo de informática unos \$17,400.

Adicional esta inversión inicial incluye el capital de trabajo necesario, \$ 130,804.00 para la operación del negocio con una previsión de 4 meses de operación.

Se creará una Sociedad Anónima propietaria del negocio, que emitirá acciones ordinarias para la atracción de inversionistas, éstos podrán ser accionistas con derecho a voz y voto dependiendo del porcentaje de capital que aporte a la empresa, a través de la cantidad de acciones que posean; y otros podrán ser accionistas minoritarios cuya cantidad de acciones no les da derecho a influir en la dirección y gestión de la empresa.

De esta forma los tenedores de acciones ordinarias podrán ser propietarios de parte del capital de la sociedad, participar en la toma de decisiones, también podrán participar en los beneficios que pueda tener la empresa y responder también con el capital en caso de pérdidas o liquidación de la empresa. Se propone entregar dividendos a partir del primer año de operaciones de la empresa, con el objetivo de incentivar la participación de nuevos inversionistas.

10. CONCLUSIONES

Se identifica como clientes focales a un segmento de las empresas: micro, pequeñas y medianas empresas, también dentro de ellas a los nuevos emprendedores. Este es un segmento empresarial que tiene una gran representación dentro de la totalidad de las empresas en Panamá. Además, mantiene un crecimiento importante debido al impacto del Covid-19 a nivel mundial. Esto considera la atracción de clientes estratégicos (freelancers) para la prestación de los servicios dentro de la plataforma.

Design Flex es la solución a la era tecnológica que estamos viviendo, donde la publicidad y el marketing juegan un papel fundamental en los medios donde se encuentra la mayor parte de la audiencia, redes sociales. Las empresas podrán acceder a estos servicios en un solo lugar con profesionales idóneos para gestionar sus campañas y proyectos.

Este proyecto cuenta con una inversión inicial de \$317,516.00, donde la TIR del 59% lo cual significa un amplio margen positivo en base a la tasa de costo de capital para la estimación del VAN. Donde los indicadores financieros muestran finanzas saludables para la realización del proyecto y la capacidad del mismo para generar ganancias durante todo el período, como generar entabilidad para sus accionistas.

Siendo el hecho de que el ROE sea mayor que el ROA, nos muestra la capacidad de apalancamiento con el que cuenta la empresa en caso de requerir una reinversión durante los siguientes años

Pen referencia a lo antes mencionado, se concluye que Design Flex figura utilidades para los inversionistas y una solución a las necesidades actuales de las empresas que hoy manejan sus negocios a través de canales virtuales, como grandes beneficios y oportunidades para los freelancers.

Bibliografía y Fuentes

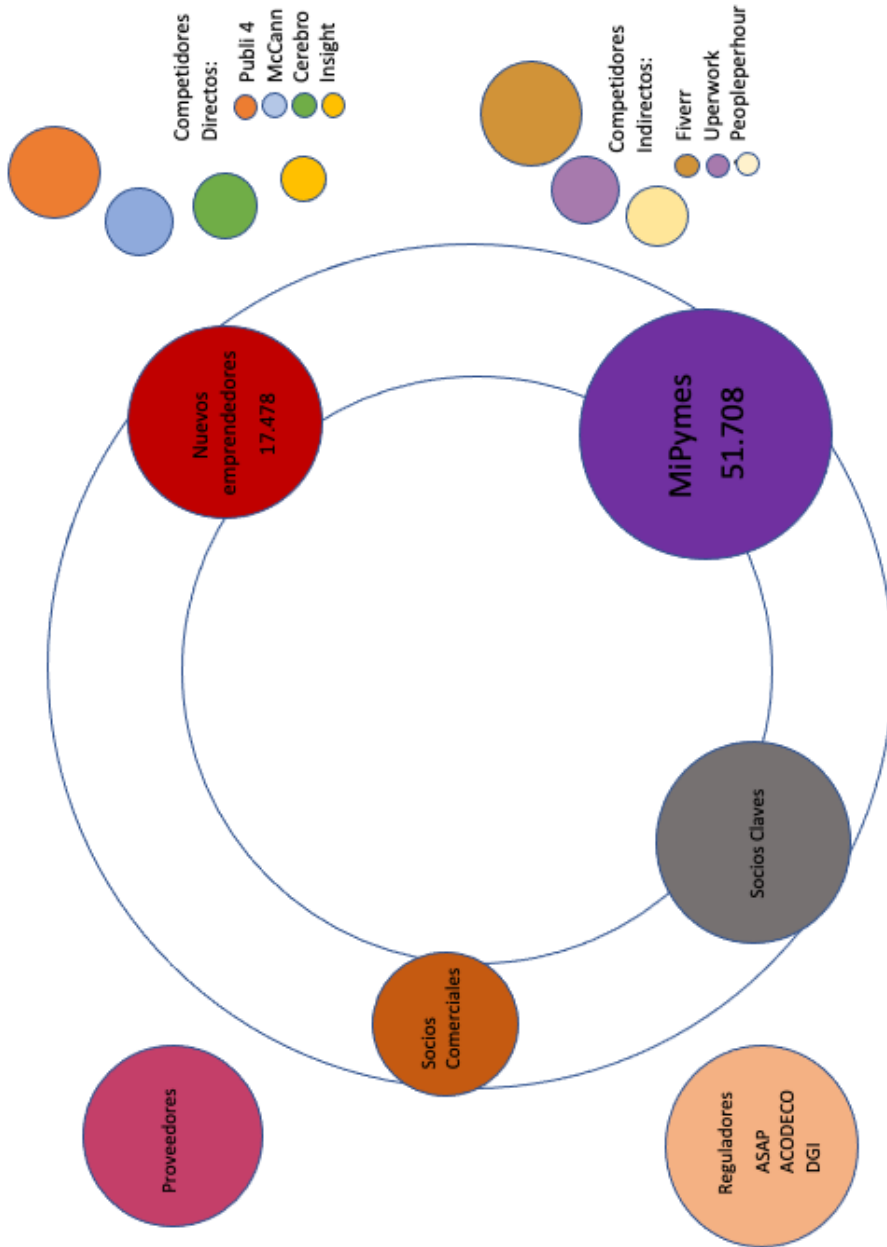
1. <https://www.laestrella.com.pa/economia/210227/sip-crecimiento-economico-pib-panama-estara-2-6-2021>
2. <https://www.cncpanama.org/phocadownload/Competitividad%20al%20Dia%20No24%20-%20Micro%20Pequena%20Empresa%20y%20Competitividad.pdf>
3. <https://www.martesfinanciero.com/voz-calificada/el-pulso-de-la-digitalizacion-en-panama>
4. <http://www.apap.com.pa/el-gasto-publicitario-a-nivel-mundial-no-volvera-a-niveles-precovid-hasta-2022/>
5. <https://www.webhostingsecretrevealed.net/es/blog/web-business-ideas/sites-like-fiverr/>

6. [1https://blog.payoneer.com/es/freelancers-es/sugerencias-de-la-industria/las-13-habilidades-freelance-de-alta-demanda-en-el-mercado-actual/](https://blog.payoneer.com/es/freelancers-es/sugerencias-de-la-industria/las-13-habilidades-freelance-de-alta-demanda-en-el-mercado-actual/)

7. [https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/negocios/2016/12/15/fi
verr-el-precio-y-la-experiencia-del-cliente](https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/negocios/2016/12/15/fi-
verr-el-precio-y-la-experiencia-del-cliente)

Anexos

ANEXO 1: Socios claves de la industria



ANEXO 2: Análisis PESTLE

Políticos	Establecimiento de políticas de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa que faciliten económicamente a estas empresas. Y desarrollen capacidades.
Económicos	Aumento de la tasa de desempleo con lleva al desarrollo de emprendimientos.
Sociocultural	Debido a la situación actual se buscan nuevos ingresos lo que genera el desarrollo de oportunidades.
Tecnológico	El aumento en el área tecnológica debido al reciente COVID-19. Genera compras por internet. Grandes porcentajes de personas activas en celulares y laptop.
Legal	ASAP promueve el orden y la ejecución estable de las agencias promoviendo los buenos perfiles de las empresas.
Ecológico	Mi Ambiente vela por la protección del medio ambiente.

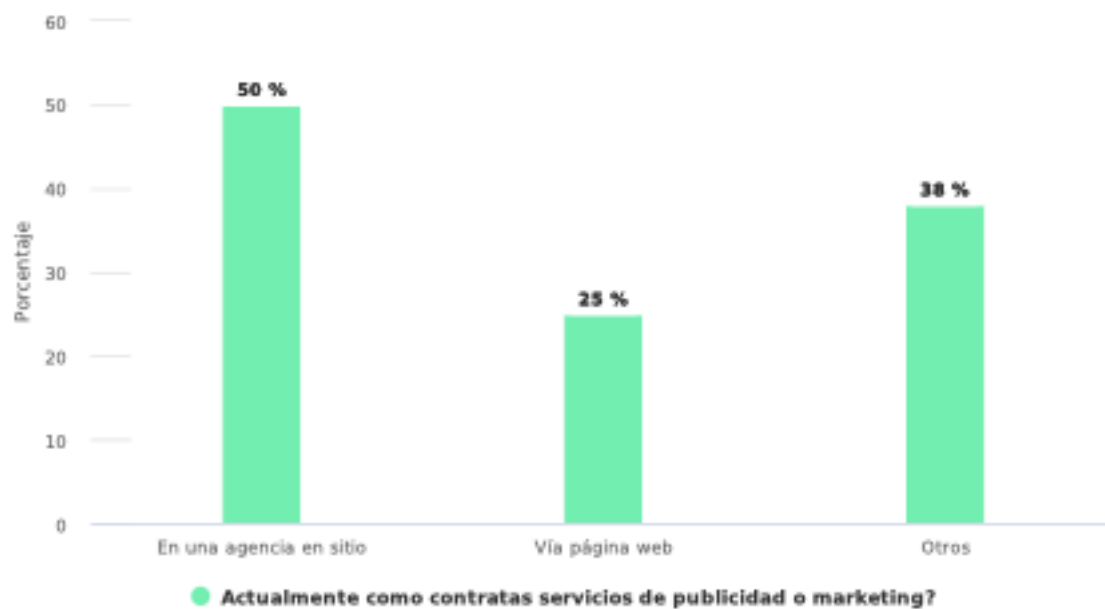
ANEXO 3: Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Barrera de entrada	Media	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión alta. • Falta de conocimiento sobre la utilidad, utilización y credibilidad del sistema. • Nuevas tecnologías
Rivalidad de la industria	Media alta	<ul style="list-style-type: none"> • Alta demanda de compras de servicios y productos por internet debido al COVID-19, lo que genera apertura de mercado. • Creación de nuevas empresas como nuevos emprendimientos que buscan generar más ingresos. • Múltiples negocios incursionando en el área del e-commerce.
Poder de negociación de los proveedores	Baja	<ul style="list-style-type: none"> • Variedad de empresas que desarrollan plataformas y le dan mantenimiento. • Variedad de sistemas y aplicaciones para el desarrollo de los servicios.
Poder de negociación de los clientes	Alta	<ul style="list-style-type: none"> • El mercadeo ofrece diversas soluciones y herramientas para los clientes. • Falta de fidelidad de los clientes.
Amenazas de sustitutos	Media	<ul style="list-style-type: none"> • El trabajo de freelancers independientes. • Agencias tradicionales innovando con nuevos sistemas de atención e incursionando en la tecnología (e-commerce). • Agencias que subcontratan servicios.

ANEXO 4: Encuestas realizadas a empresas MIPYMES

Actualmente como contratas servicios de publicidad o marketing?

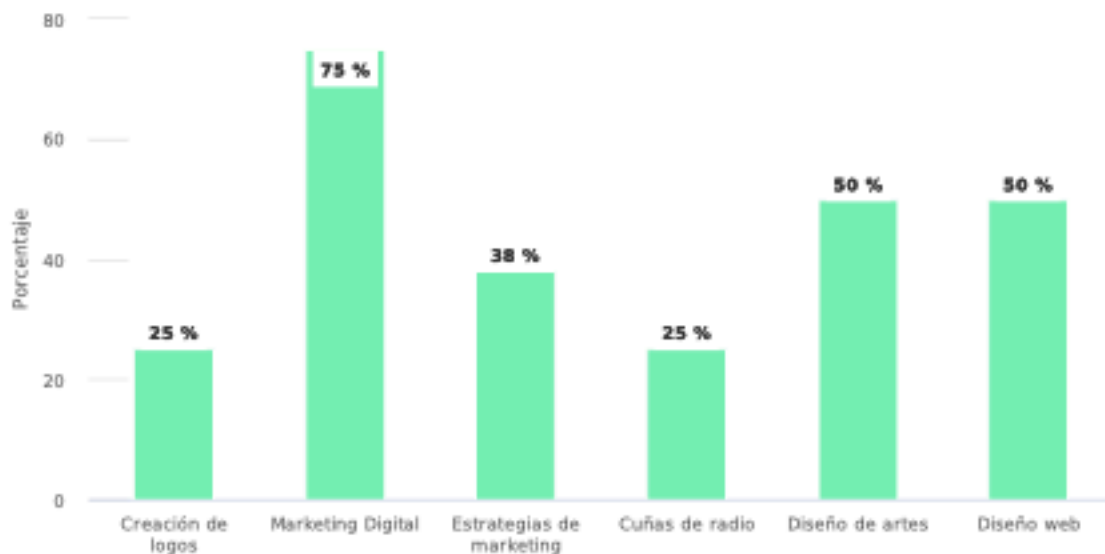
Número de respondentes 8



Valor	Porcentaje	Cantidad
En una agencia en sitio	50%	4
Vía página web	25%	2
Otros	38%	3
Número de respondentes		8

Que servicios de publicidad o marketing sueles solicitar?

Número de respondentes 8

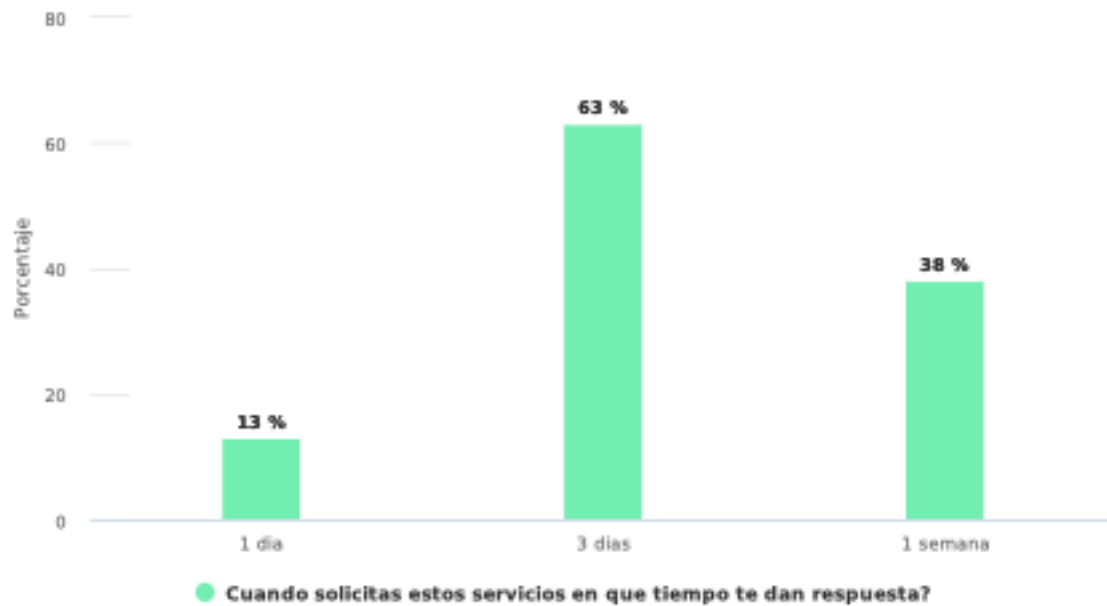


● Que servicios de publicidad o marketing sueles solicitar?

Valor	Porcentaje	Cantidad
Creación de logos	25%	2
Marketing Digital	75%	6
Estrategias de marketing	38%	3
Cuñas de radio	25%	2
Diseño de artes	50%	4
Diseño web	50%	4
Número de respondentes		8

Cuando solicitas estos servicios en que tiempo te dan respuesta?

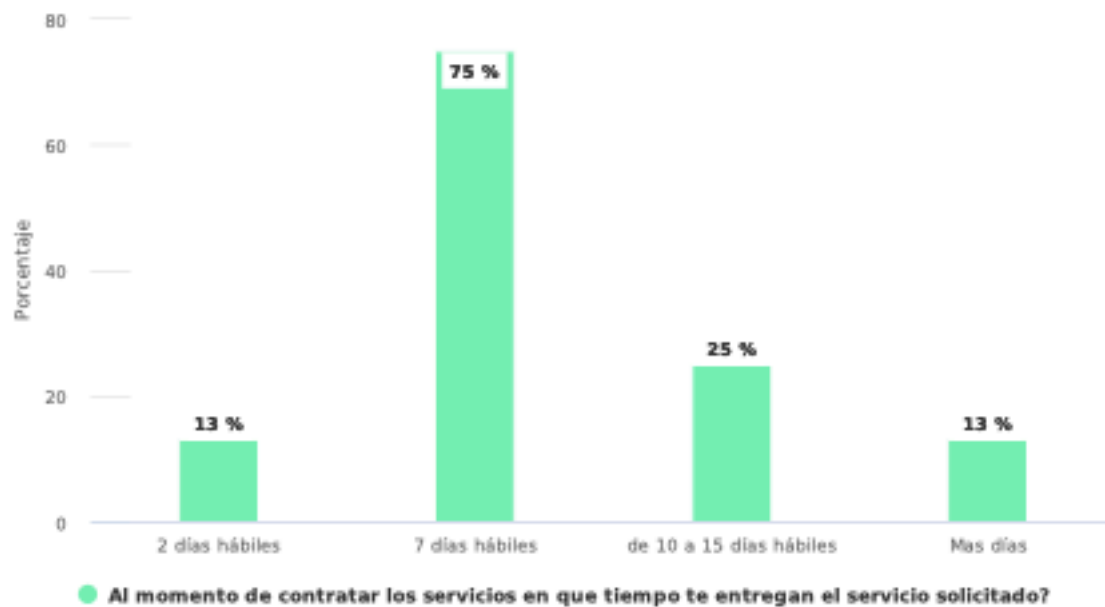
Número de respondentes 8



Valor	Porcentaje	Cantidad
1 día	13%	1
3 días	63%	5
1 semana	38%	3
Número de respondentes		8

Al momento de contratar los servicios en que tiempo te entregan el servicio solicitado?

Número de respondentes 8



Valor	Porcentaje	Cantidad
2 días hábiles	13%	1
7 días hábiles	75%	6
de 10 a 15 días hábiles	25%	2
Mas días	13%	1
Número de respondentes		8

Cual solución para los servicios de publicidad o marketing prefieres?

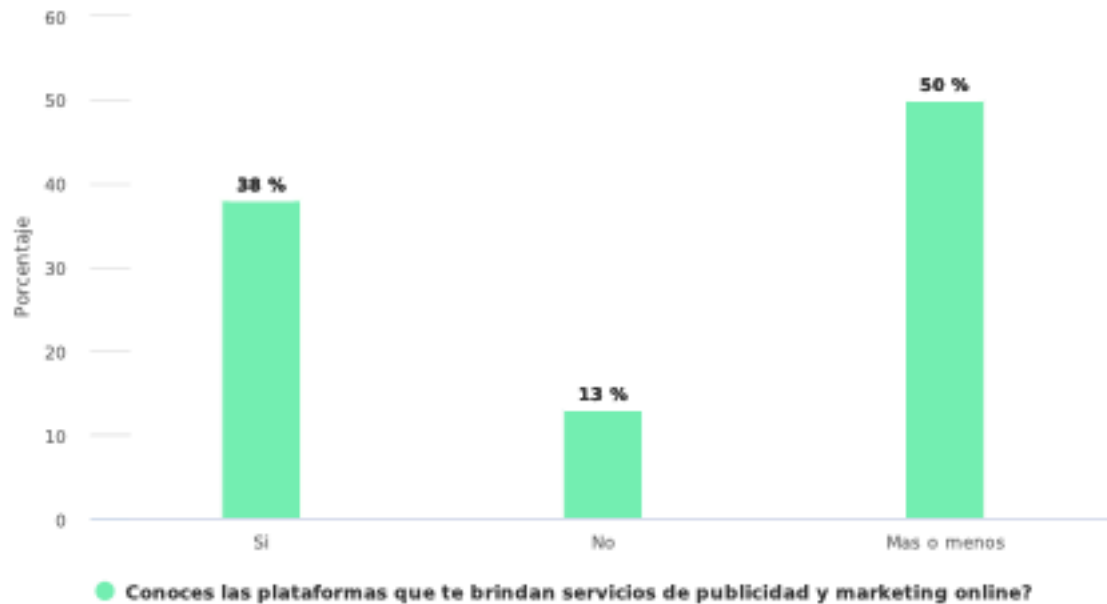
Número de respondentes 6



Valor	Porcentaje	Cantidad
Agencias de publicidad	17%	1
Freelancers	50%	3
Personal contratado en tu empresa	33%	2
Número de respondentes		6

Conoces las plataformas que te brindan servicios de publicidad y marketing online?

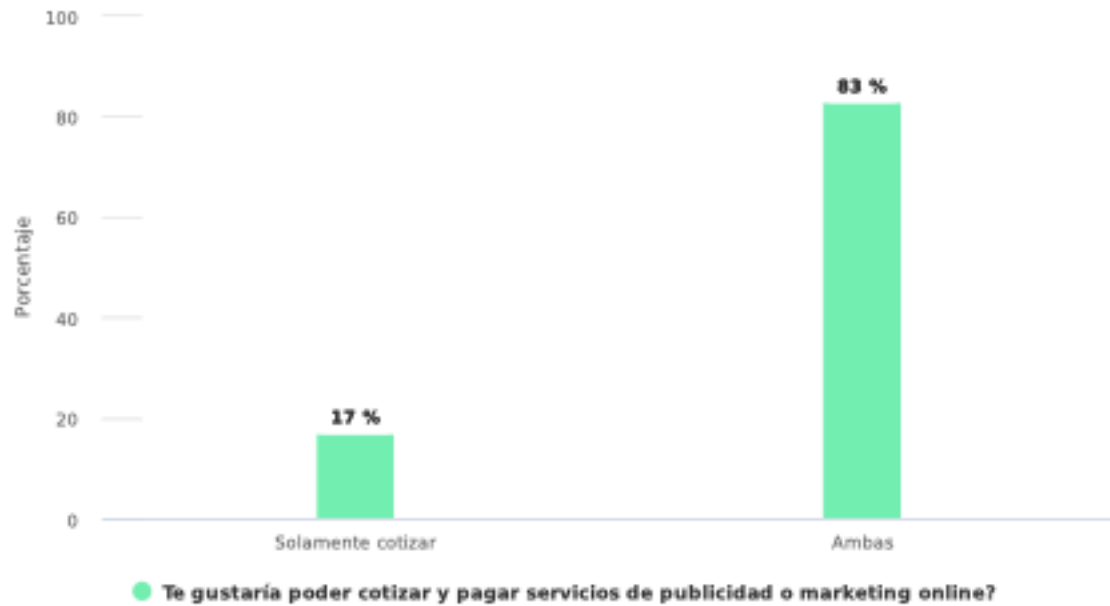
Número de respondentes 8



Valor	Porcentaje	Cantidad
Si	38%	3
No	13%	1
Mas o menos	50%	4
Número de respondentes		8

Te gustaría poder cotizar y pagar servicios de publicidad o marketing online?

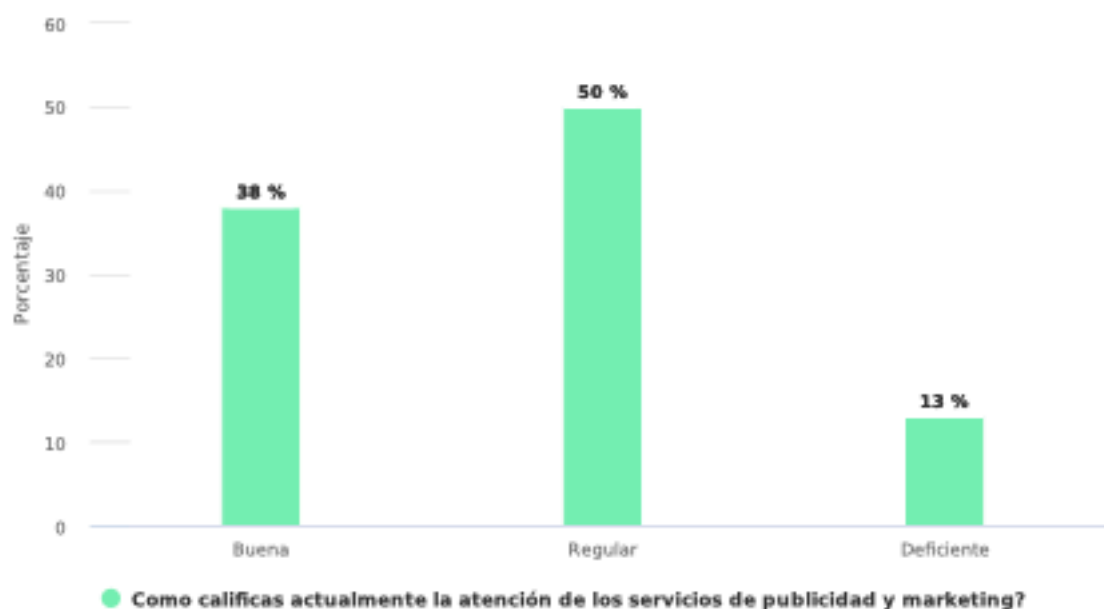
Número de respondentes 6



Valor	Porcentaje	Cantidad
Solamente cotizar	17%	1
Ambas	83%	5
Número de respondentes		6

Como calificas actualmente la atención de los servicios de publicidad y marketing?

Número de respondentes 8



Valor	Porcentaje	Cantidad
Buena	38%	3
Regular	50%	4
Deficiente	13%	1
Número de respondentes		8

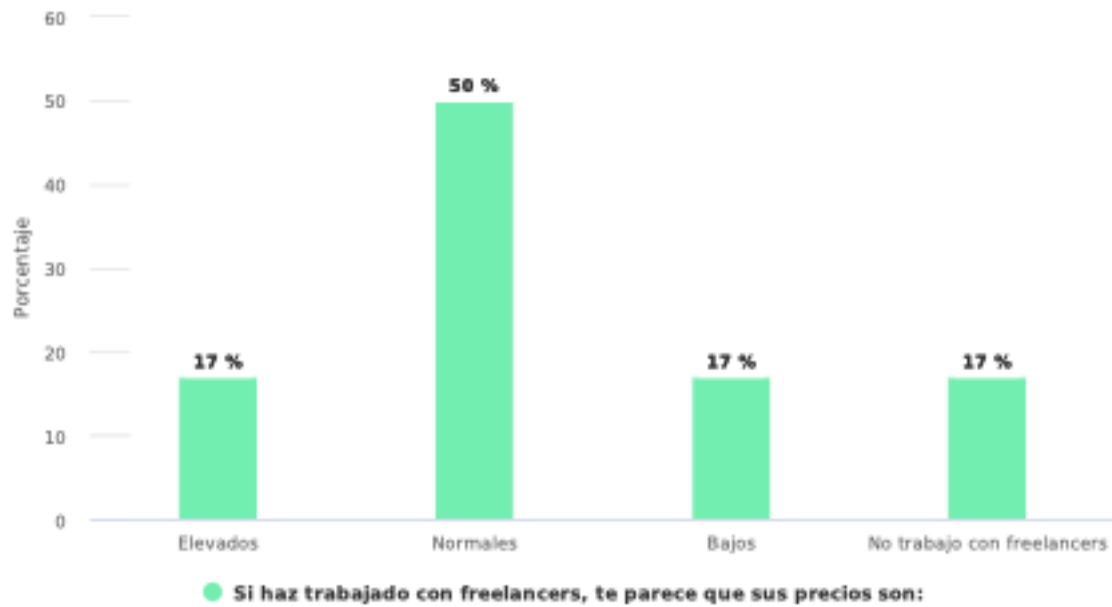
Como te gustaría que fuese tu experiencia al requerir servicios de publicidad y marketing?

Número de respondentes 8

Valor	Porcentaje	Cantidad
Impactante y eficiente	12.5%	1
Mas proactiva - menos direccion	12.5%	1
N/A	12.5%	1
Competente	12.5%	1
Excelente	12.5%	1
Rápida y que capten mi idea desde el primer momento. Y me ayuden a mejorarla si fuese el caso.	12.5%	1
Rápido y creativo	12.5%	1
Más rápida	12.5%	1
Número de respondentes		8

Si haz trabajado con freelancers, te parece que sus precios son:

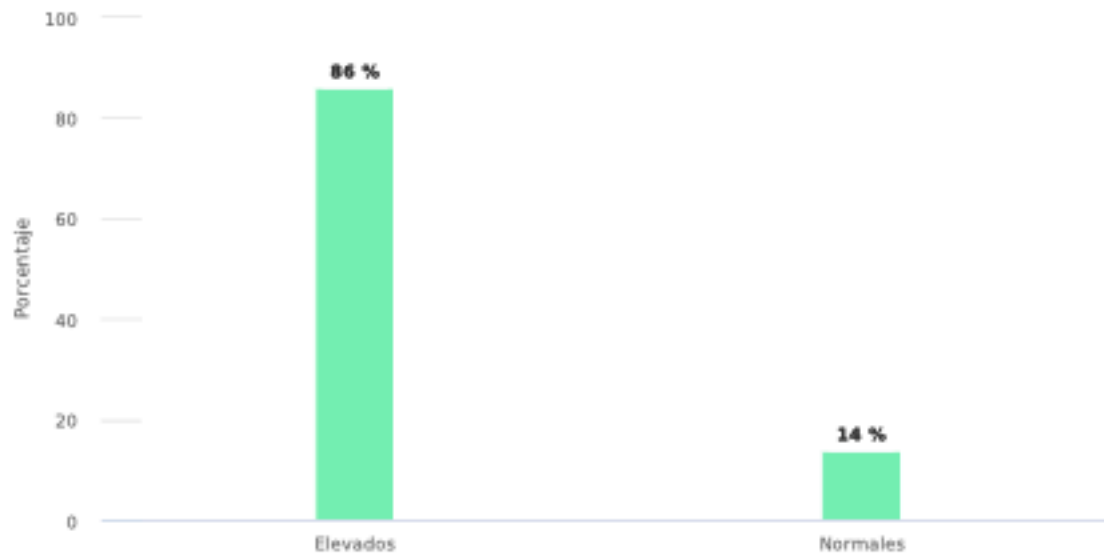
Número de respondentes 6



Valor	Porcentaje	Cantidad
Elevados	17%	1
Normales	50%	3
Bajos	17%	1
No trabajo con freelancers	17%	1
Número de respondentes		6

En tu experiencia los precios que cobran las agencias son:

Número de respondentes 7

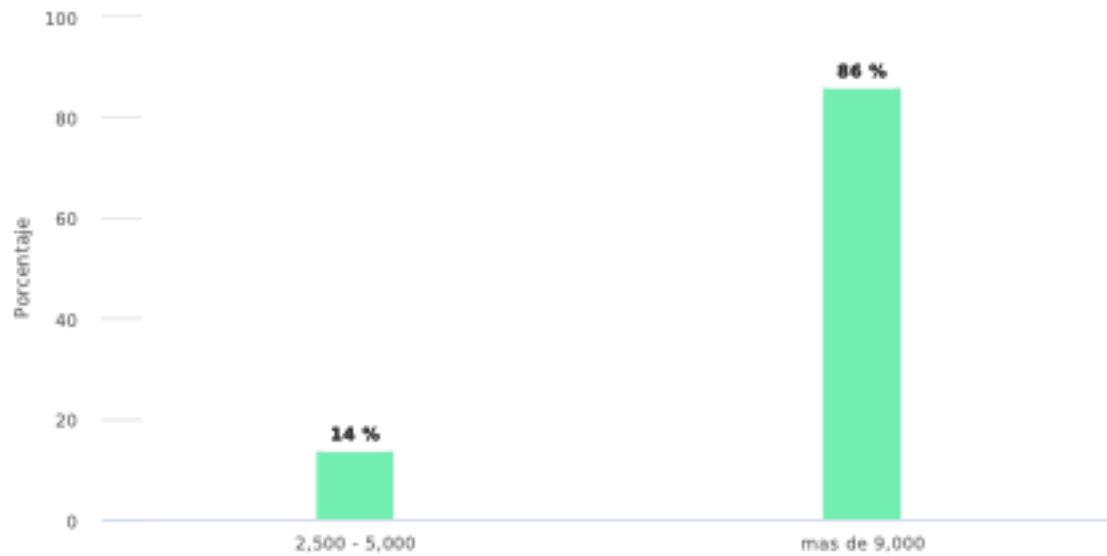


● En tu experiencia los precios que cobran las agencias son:

Valor	Porcentaje	Cantidad
Elevados	86%	6
Normales	14%	1
Número de respondentes		7

Tu gasto en servicios creativos y marketing anuales en que rango están?

Número de respondentes 7



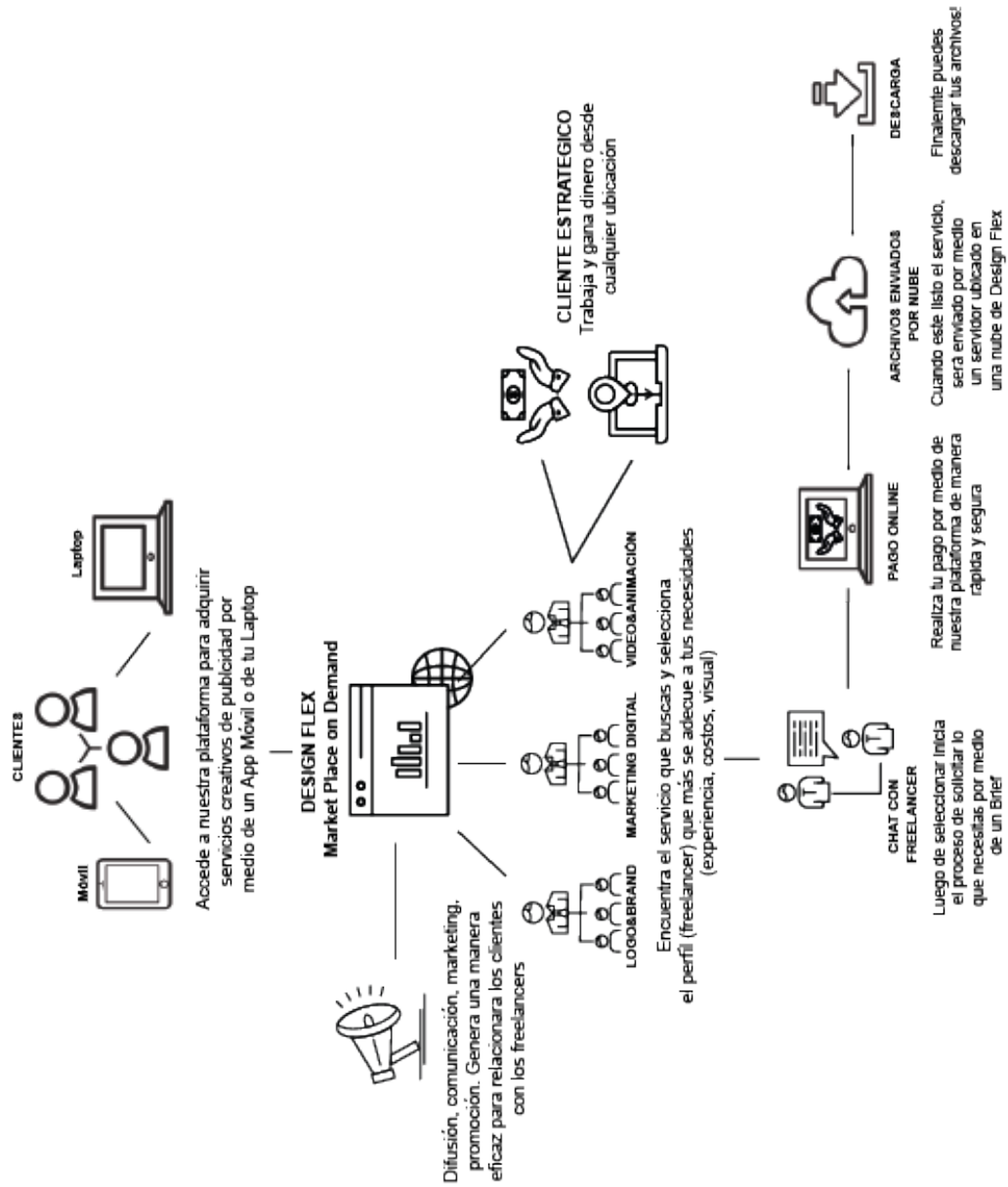
● Tu gasto en servicios creativos y marketing anuales en que rango están?

Valor	Porcentaje	Cantidad
2,500 - 5,000	14%	1
mas de 9,000	86%	6
Número de respondentes		7

ANEXO 5: Modelo de Negocios

<p>Socios Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agencia de publicidad que necesitan outsourcing • Desarrolladores y programadores de páginas web 	<p>Actividades Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Digital • Diseño Gráfico • Tecnología y comunicación • Video y Producción • Escritura y Traducción 	<p>Propuesta de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Velocidad de respuesta • Amplia gama de profesionales a escoger • Más barato que los servicios de offline o agencias tradicionales • Tiempos de entrega menores y adaptables • 100% digital (nueva realidad) • Contratación de servicios 24 horas. • Para el Freelance: trabajo desde cualquier lugar. • Gastos de publicidad corren por parte de Design Flex • Mejor comisión que en otros Market Place. 	<p>Relación con los clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Virtual • Vía web • Vía email • Video Llamadas 	<p>Segmentos de Clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nuevos emprendedores • Clientes que necesitan transformar sus ya funcionales empresas. • Micro, pequeña y medianas empresas que facturan menos de \$ 4,000 mensuales. • Personas naturales con proyectos esporádicos o eventuales. • Profesionales autónomos (freelance) de industria creativa y/o publicidad y marketing
<p>Recursos Claves</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología para desarrollo de la plataforma • Personal profesional en las áreas de oferta 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataforma Virtual o página web • Internet • Redes sociales 		
<p>Estructura de Costos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal profesional (\$ 161,247.00 anual) • Plataformas Digitales o Páginas Web (\$ 33,600.00 anual) • Costos Fijos de operaciones (\$ 165,929.00 anual) 		<p>Fuentes de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Del cobro de servicios creativos contratados en la Plataforma y pagados de manera inmediata. • Servicios extra que contrate el cliente a través de la página web. • TOTAL de \$ 620,048.00 anual 		

ANEXO 6: Estrategia de Comunicación



ANEXO 7: Esquema de Publicidad o Marketing

MEDIO	PAUTA	OBJETIVO
ANUNCIOS PUBLICITARIOS		
Revista	1 PUBLICACIÓN POR LOS PRIMEROS 3 MESES	Realizaremos tres pautas en los tres primeros meses del año en la Revista Ellas para llegar a los hogares y captar perfiles. Es una revista que muy vista en Panamá en todos los segmentos y nos ayudará como parte del lanzamiento.
Periodico	1 PUBLICACIÓN POR MES DURANTE TODO EL AÑO	Tendremos presencia en la Estrella de Panamá, periódico más visto del país, durante todo el año, ya que el periódico es una herramienta informativa y sirve como vitrina para nosotros para que todos los segmentos metas puedan vernos. El rango de público que tiene el periódico es de 25 a los 80 años
Valla	3 EXPOSICIONES ANUALES	Como parte del lanzamiento colocaremos alquilarémos un espacio en una valla en el centro de la ciudad (calle 50) ya que posee gran cantidad de tránsito y es un punto focal central. Este valla tendrá el espacio por 1 mes de visibilidad. Guardaremos 2 espacios más para nuevos lanzamientos o información de relevancia.
Muppies	1 EXPOSICIÓN ANUAL	Como parte del lanzamiento tendremos presencia en algunos mupies de la ciudad de Panamá. Este herramienta nos permite estar en 400 anuncios de mupies a lo largo nacional por 1 mes, lo que nos permite lograr mayor visibilidad ya que los mupies se encuentran al borde la calle y los conductores podrán vernos.
MARKETING LOCAL		
Volanteo	1 VOLANTEO POR MES	Durante todo el año realizaremos volanteos en puntos específicos de la ciudad como lo son: Calle 50, Centennial, Via España, Costa del Este. Adicional tendremos presencia en en el Mall Multiplaza, Alta Plaza y Westland Mall. Repartiremos información crucial de la plataforma, creativa y vistosa para que quede en el top of mind de las personas.
MARKETING DIGITAL		
Instagram	PAUTA ANUAL DIARIA	Nuestro departamento de Marketing Digital se encargara de realizar las pautas en las diferentes redes sociales y de la contratación de los influencers necesarios durante el tiempo prudente. Estas herramientas son esenciales para nuestra empresa, ya que es la nos permitirá adquirir seguidores, posibles socios claves y clientes potenciales. Adicional a esto nos mantendrá posicionados en las búsquedas de Google y mantendrá informados a todos nuestros seguidores, clientes y socios claves.
Facebook		
Twitter		
Google Adds		
blogg		
Influencers		
PUBLICIDAD TRADICIONAL		
Correos Masivos	PUBLICACIÓN 4 VECES POR SEMANA DURANTE TODO EL AÑO	Los correos masivos nos permitirán enviar información relevante sobre la plataforma, al igual que promociones limitadas y novedades de la misma. Nos permitirá llegar a una base de datos de nuestro segmento meta.
RELACIONES PÚBLICAS		
Rueda de prensa	1 EVENTO EN EL AÑO	Como parte del lanzamiento, realizaremos una rueda de prensa con medios de comunicación en donde les presentaremos el proyecto innovador. Esto nos permitirá llegar a todo el país en diferentes medios y captar una atención masiva. (medios de tv, radio, periodicos e influencer de redes sociales.

Fuente propia

ANEXO 8: Presupuesto de Marketing

MEDIO	DETALLE	MENSUAL	ANUAL	COSTO TOTAL ANUAL
ANUNCIOS PUBLICITARIOS				
Revista	Medios tradicionales con permitirán llegar al mercado meta que no tenga tant acceso a redes digitales	B/. 500.00		B/. 1,500.00
Periodico		B/. 300.00		B/. 3,600.00
Valla		B/. 1,600.00		B/. 4,800.00
Muppies		B/. 10,000.00		B/. 10,000.00
MARKETING LOCAL				
Volanteo	Contratación de personal para la distribución de material informativo con referente a la plataforma	B/. 250.00		B/. 3,000.00
MARKETING DIGITAL				
Instagram	Herramientas para atraer a nuestro mercado meta y los Socios Claves	B/. 4,000.00		B/. 48,000.00
Facebook				
Twitter				
Google Adds				
blogg				
Influencers				
PUBLICIDAD TRADICIONAL				
Correos Masivos	Envío de información directa a una base datos segmentada	B/. 800.00		B/. 9,600.00
RELACIONES PÚBLICAS				
Rueda de prensa	Lanzamiento de la plataforma para medios de comunicación a nivel nacional		B/. 3,500.00	B/. 3,500.00
TOTAL				B/. 84,000.00

Fuente propia

ANEXO 9: Cronograma de Comunicación

Tabla 1. CRONOGRAMA DE MARKETING

MES/SEMANA	MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				MES 6				MES 7				MES 8				MES 9				MES 10				MES 11				MES 12							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
Revista	Yellow				Yellow				Yellow																																											
Periodico		Green			Green				Green				Green																																							
Valla	Red	Red	Red		Red	Red	Red		Red	Red	Red		Red	Red	Red																																					
Muppies	Blue																																																			
Volanteo	Orange				Orange				Orange				Orange				Orange				Orange				Orange				Orange				Orange				Orange				Orange				Orange				Orange			
Instagram	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple	Purple				
Facebook	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey				
Twitter	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey				
Google Adds	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey	Grey				
blogg		Blue			Blue				Blue				Blue				Blue				Blue				Blue				Blue				Blue				Blue				Blue				Blue							
Influencers	Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow				Yellow			
Correos Masivos	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green	Green				
Rueda de prensa	Pink																																																			

ANEXO 10: Carta de Gantt

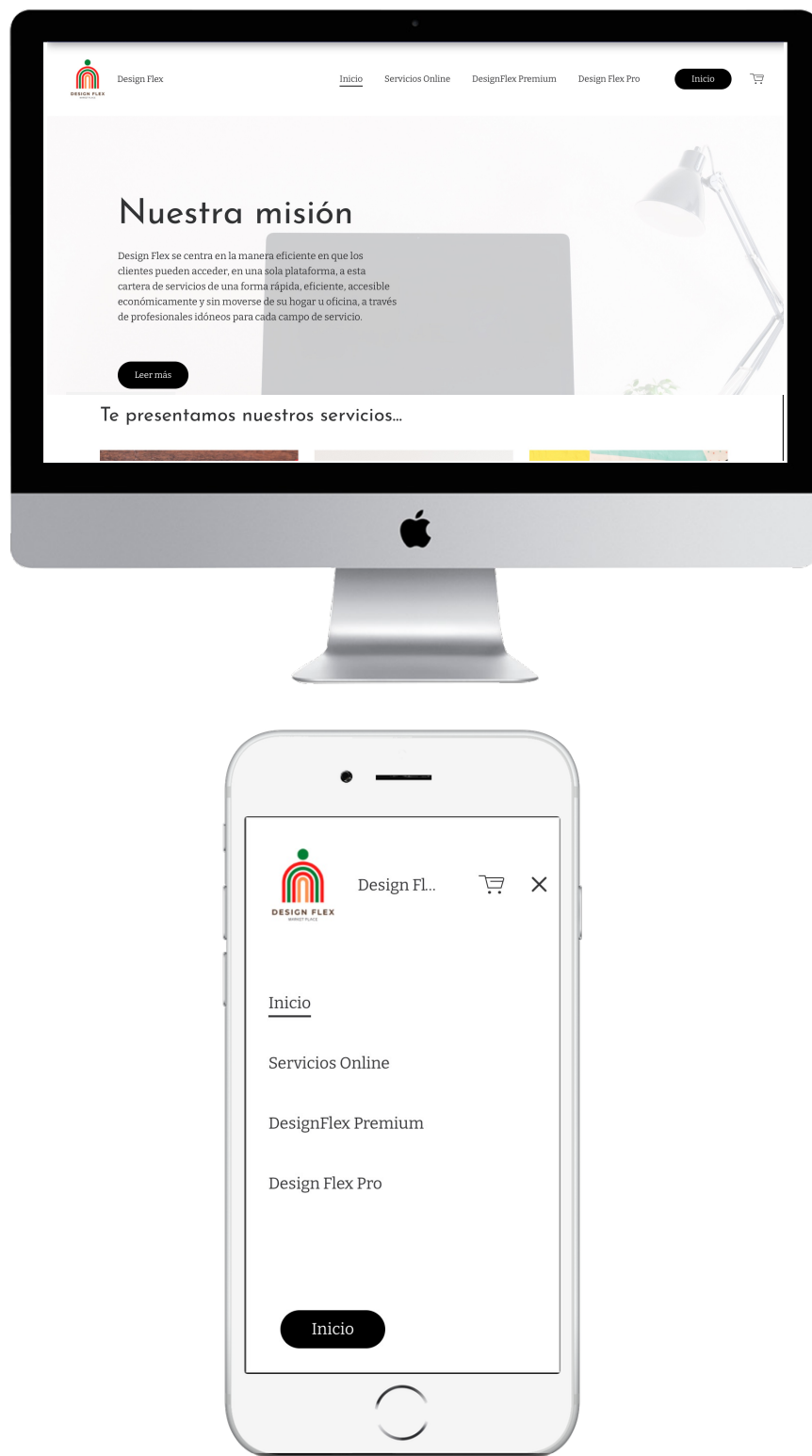
Tarea	Responsables	Semanas														
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Diseño de Página Web	Depto. Marketing Digital / Depto. Creativo	█														
Desarrollo y Creación de la Plataforma	Departamento de IT			█												
Reclutamiento de Freelancers	Administrador / Head Hunters			█	█											
Promoción de la marca	Marketing Digital / Exterior			█	█	█										
Inducción a Freelancers	Dpto. IT / Marketing Digital			█	█	█										
Captación de Clientes	Gerencia de Mercadeo			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█

ANEXO 11: Estilo e Imagen

1. Logo de la Marca



ANEXO 12: Visual Web y Aplicación Móvil



ANEXO 13: Cotización de Servicios Legales

Cotización N.º 100

Díaz, Lasso & Asociados

San Francisco, Calle 31 Este, Torre Nacional, Ofic. 301
Ciudad de Panamá, Panamá

TELÉFONO +(507) 303-8188 | FAX +(507) 303-8189

FECHA :30 de marzo 2021

COTIZACIÓN A

Desing Flex Panamá, S.A.
Avenida Balboa, Calle 51, Edif. Evolución, Ofic. 2A
Ciudad de Panamá, Panamá
TELÉFONO: +(507) 260-8877

PARA

Servicios Legales

Detalles	IMPORTE		
Trámites de Licencia Comercial	B/.	500.00	
Registros Comercial	B/.	250.00	
Representación Legal	B/.	1,800.00	
Trámite de Licencia de Operaciones	B/.	500.00	
Asesoría Legal	B/.	500.00	
Contratos de Concesión	B/.	600.00	
Trámites de Propiedad Intelectual	B/.	600.00	
	SUBTOTAL	B/.	4,750.00
	TASA DE IMPUESTO	7.00%	
	OTRO	B/.	-
	TOTAL	B/.	5,082.50

Hacer que todos los cheques se extiendan a nombre de Díaz, Lasso & Asociados

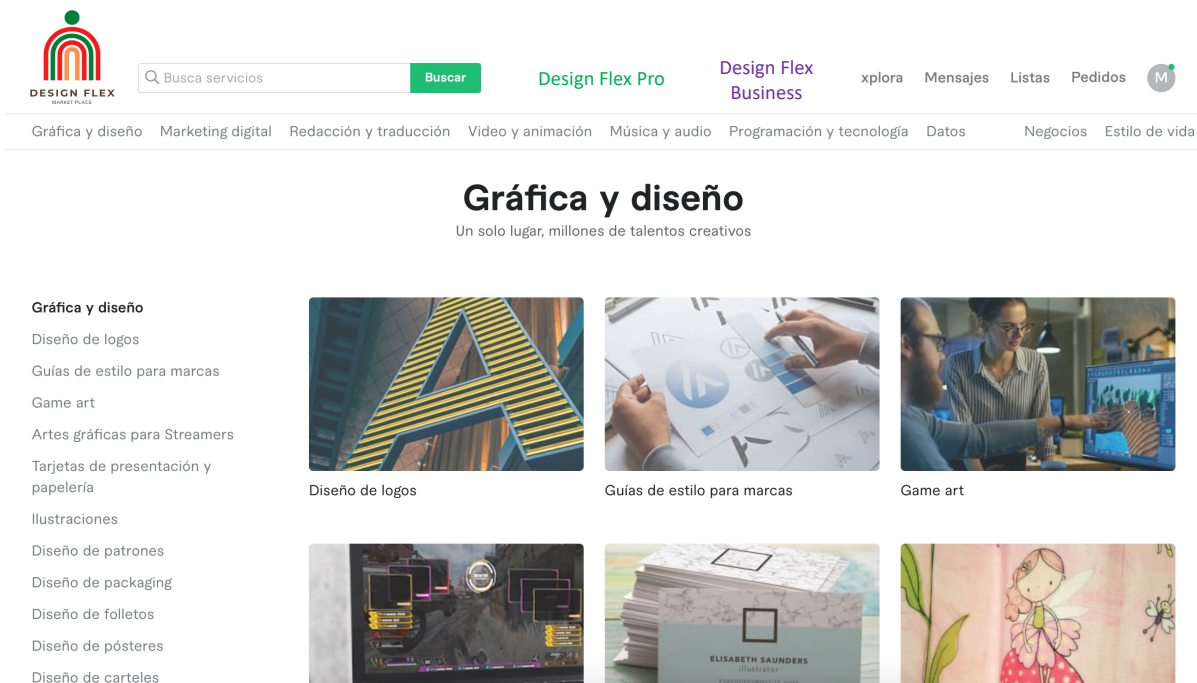
Si tiene preguntas sobre esta factura, use la siguiente información de contacto:

Nombre del contacto, número de teléfono, correo electrónico

GRACIAS POR SU CONFIANZA.

ANEXO 14: Interacción con la Plataforma

PASO 1



Fuente: propia. Prototipo de plataforma

PASO 2



Fuente: propia. Prototipo de plataforma

PASO 3

Opciones de logotipo ^ | Datos del Vendedor v | Presupuesto v | Tiempo de entrega v

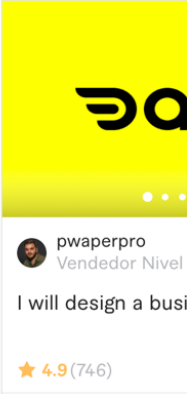
Estilo del Logotipo

<input checked="" type="checkbox"/> Minimalista (5460)	<input type="checkbox"/> Estilo libre (2309)
<input type="checkbox"/> 3D (1105)	<input type="checkbox"/> Mascota (1068)
<input type="checkbox"/> Dibujado a mano (688)	<input type="checkbox"/> Firma (679)
<input type="checkbox"/> Vintage (624)	<input type="checkbox"/> Acuarela (561)
<input type="checkbox"/> Tipografía (112)	<input type="checkbox"/> Geométrico (46)

[Mostrar menos](#)

Formato de archivo

Eliminar todo Aplicar



pwaperpro
Vendedor Nivel
I will design a busi
★ 4.9 (746)

Fuente: propia. Prototipo de plataforma

PASO 4

Enviar un mensaje x

gigblast Ausente

Incluye lo siguiente:

- Descripción del proyecto
- Instrucciones específicas
- Archivos relevantes
- Tu presupuesto

Hora local ⚙ Dom 07:02 | Tiempo de respuesta promedio 3 Hrs.

0 / 2500 📎

Enviar

Fuente: propia. Prototipo de plataforma

PASO 5

Opciones de pago

Tarjetas de crédito y débito

Número de tarjeta

Fecha de caducidad

Código de seguridad

Nombre

Apellido

Guardar como predeterminado

PayPal

Fuente: propia. Prototipo de plataforma

I Will Design A Minimal Logo

Basic Package \$5

- ✓ 9 Revisiones
- ✓ 1 Concepto Inicial Incluido
- ✓ Transparencia Del Logo
- ✓ Archivo De Resolución De Impresión

Introducir código promocional

Cargo por servicio \$2.28

Total **\$7.28**

Tiempo total de entrega 3 días

Confirmar y pagar

ANEXO 15: Flujo de Pagos (Método de Pago)

PROYECTO DESIGN FLEX	
FLUJO DE PAGO	
Método de pago	Descripción
Tarjeta de Crédito	El pago es inmediato, donde la plataforma confirma el "Pago Realizado con Exito" y el cliente puede iniciar el proceso de conversaciones con el freelance para hacer brief de sus ideas.
PayPal	Aunque este modo es igualmente inmediato, el usuario esperará uno o dos minutos que la confirmación de pago aparezca en su pantalla para iniciar el proceso de contacto con el freelancer.
Transferencia Bancaria (Nacionales)	Una vez que el cliente selecciona este método de pago, de inmediato salta a una ventana donde podrá cargar el comprobante de pago y posterior a esto, esperará hasta recibir la confirmación de nuestro personal de atención al cliente para que éste le habilite la función de chat con el freelancer y así dar inicio a su gestión de proyecto.
Depósito Bancario (Nacionales)	Como el punto anterior, el usuario deberá enviar a través de la cuenta de correo electrónico proporcionada por la ventana emergente, al momento de escoger este medio de pago del cual también deberá esperar confirmación por nuestros agentes y luego iniciar el debido proceso de su proyecto.

Fuente propia

ANEXO 16: Garantías del Contrato

PROYECTO DESIGN FLEX
Garantías del Contrato
Devoluciones del total del costo del paquete contratado a través de la plataforma, si el freelancer no cumple con la entrega del mismo
Ofrecemos garantía de comunicación directa con el anunciante, solamente a través de la plataforma, donde podrán intercambiar opiniones o ideas para el proyecto contratado.
Garantía de que el producto final de su contratación sea lo que ha contratado, de no ser lo que pidió, entra a un proceso de evaluación por nuestros agentes para verificar que éste haya sido el problema y hacer la devolución del pago total, si lo amerita.
Conjunto con la garantía anterior, después de ser evaluado por nuestros expertos, podría ofrecerle al cliente contratar este mismo servicio, al mismo valor con otro de nuestros anunciantes. Según sea el caso.
No se garantiza, de ningún modo, proyectos que hayan sido contratados fuera de la plataforma o que hayan sido gestionados fuera ésta, en comunicaciones que no hayan sido a través de Design Flex.
No se aceptarán solicitudes de reembolso, si el producto final contratado no fue de agrado y éste contratado haya sido gestionado por otro medio alternativo al sitio oficial de Design Flex.
El tiempo máximo para reclamos es de 3 días posteriores a la entrega final del proyecto. Donde nuestros agentes evaluarán las solicitudes.
Posterior a los 3 días, no se aceptarán reclamos.

Fuente propia

ANEXO 17: Crecimiento y Escalabilidad

PROYECTO DESIGN FLEX	
Crecimiento o Escalabilidad	
Años	Descripción
1er año	Se esarrollará la base datos más grande posible de freelancers y nos concentraremos en que el mercado panameño a nivel nacional conozca la plataforma y tenga credibilidad en ella. Dirigiremos una estrategia para que la información de esta innovación llegue de manera clara y precisa a nuestro mercado meta.
2do año	Al 2do año Design Flex ya contará con una lista extensa de freelancers y clientes suscritos al sistema, por lo que nos concentraremos en ampliar nuestros clientes estratégicos (freelancers) con otras herramientas de la industria logrando capturar otros consumidores a nivel nacional.
Siguientes 3 años	En el 3er año Design Flex espera haber cumplido las expectativas de atención al cliente, buen servicio, calidad y precio competitivo y pretende una expansión hacia otros países como Costa Rica y Colombia.

Fuente propia

ANEXO 18: Capacidades de Design Flex

PROYECTO DESIGN FLEX	
Crecimiento o Escalabilidad	
Capacidades	Descripción
Tecnológicas	Reproducción de Videos para: reconocimiento de la marca, cómo trabajar en Design Flex, cómo contratar servicios en línea a través de nuestra plataforma.
	Chat en línea: intercambio de mensajes instantáneos entre el cliente y el profesional freelancer.
	Sección de pagos: donde el cliente pueda colocar su medio de pago, ya sea por tarjeta de crédito o otras formas.
	Búsqueda de servicios: donde el usuario podrá navegar a través de la página web con uso de palabras clave acerca de lo que requiere.
	Mensajería: la plataforma contará con una sección de correo interno.
	Almacenamiento de preferencias, proyectos terminados, historial de búsqueda y comunicación con los freelancers.
Creativas	Profesionales del diseño gráfico, para la creación de logos, folletos, banners y cualquier otro servicio ofrecido por medio de la página web.
	Profesionales del marketing digital, que van de la mano del desarrollo y presencia de las marcas que contratan a nuestros anunciantes, que va desde la creación de estrategias de contenido para sus redes sociales, hasta web analytics y más.
Fotografía, Video y edición	para los usuarios es importante contar con imágenes que reflejen las mejores características de sus productos, para ello contaremos con profesionales en estas áreas que puedan ofrecer servicios de anuncios cortos para publicidad, animación de logo, edición de video y más.