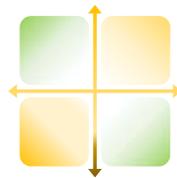




ESPACIOS



ORDEN

## **“ESPACIOS & ORDEN” Parte II**

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

**Alumno: Dorimar Gómez Ruiz**

**Profesor Guía: Soledad Etchebarne**

**Panamá, abril de 2017**

## Tabla de contenido

Resumen Ejecutivo .....	4
1 Oportunidad de negocio .....	5
2 Análisis de la Industria, Competidores, Clientes .....	5
2.1 Tamaño de mercado .....	6
2.2 Competidores.....	6
2.3 Clientes.....	6
3 Descripción de la empresa y propuesta de valor .....	6
4 Plan de Marketing .....	7
5 Plan de Operaciones .....	8
5.1 Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones .....	8
5.1.1 Facilidades de la empresa .....	9
5.1.2 Mapa de ubicación de la oficina administrativa de ESPACIOS & ORDEN .....	10
5.2 Flujo de operaciones .....	11
5.2.1 Así trabaja ESPACIOS & ORDEN de cara a sus clientes:.....	11
5.2.2 Así trabaja ESPACIOS & ORDEN de forma macro, de cara a su organización interna:....	12
5.3 Plan de desarrollo e implementación .....	14
5.4 Dotación .....	15
6 Equipo del proyecto .....	15
6.1 Equipo gestor .....	15
6.2 Estructura organizacional.....	16
6.3 Incentivos y compensaciones.....	20
7 Plan Financiero.....	22
7.1 Estimación de ingresos.....	22
7.2 Proyección de Estados de Resultado .....	24
7.3 Proyección de Balance .....	25
7.4 Proyección de Flujo de Caja .....	26
7.5 Capital de trabajo.....	26
7.6 Inversión Inicial y futuro (Plan de inversiones).....	27
7.7 Tasa de descuento.....	27
7.8 Evaluación Financiera del proyecto: VAN, TIR, Payback y Punto de equilibrio.....	28
7.9 Ratios Financieros .....	30
7.10 Análisis de Sensibilidad .....	31
8 Riesgos críticos.....	31
9 Propuesta Inversionista.....	32
10 Conclusiones .....	34
11 Bibliografía .....	35
12 Anexos.....	36
Anexo N°1: Uso del tiempo .....	36
Anexo N°2: Uso del tiempo en Actividades de Aseo y vivienda.....	36

Anexo N°3: Asociaciones Internacionales .....	37
Anexo N° 4: Encuestas y Resultados (Metodología & tamaño muestra) .....	37
Anexo N° 5: Encuestas y Resultados (Metodología & tamaño muestra) .....	42
Anexo N° 6: Focus Group .....	43
Anexo N°7: Perfiles de empresas similares en Iberoamérica .....	43
Anexo N°8: <b>Testeo del servicio con clientes prospectos</b> .....	45
Anexo N°9: Pasos para abrir una empresa en Panamá.....	49
Anexo N°10: Análisis PESTLE – Macro entorno .....	51
Anexo N°11: Salarios promedio de mercado ciudad de Panamá .....	53
Anexo N°12: Tarifas Servicio Professional Organizer en España.....	54
Anexo N°13: N° de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento registradas en las Páginas amarillas en la Provincia de Panamá.....	55
Anexo N°14: N° de empresas de servicio de mudanzas registradas en las Páginas amarillas en la Provincia de Panamá.....	56
Anexo N° 15: Prototipo Página web // <a href="http://www.espacios&amp;orden.com">www.espacios&amp;orden.com</a> .....	56
Anexo N°16: Cadena de Valor .....	58
Anexo N°17: Análisis FODA .....	59
Anexo N°18: Técnicas para doblar prendas de vestir: .....	60
Anexo N°19: Cuestionario de solicitud de servicio .....	60
Anexo N°20: Agenda Certificación emprendedoras .....	63
Anexo N°21: Carta Gantt.....	64
Anexo N°22: Estimación de Costos .....	65
Anexo N°23: Estimación de Gastos de Marketing.....	65
Anexo N°24: Estimación de Gastos de Personal .....	66
Anexo N°25: Estimación de Gastos de Servicios, Oficina, Honorarios, Varios.....	66
Anexo N°26: Estimación Depreciaciones & Amortizaciones.....	66
Anexo N°27: Estimación Capital de Trabajo.....	68
Anexo N°28: Estimación Inversiones.....	69
Anexo N°29: Tasas DPF.....	70
Anexo N°30 y N°31: Sensibilidad VAN.....	70

## Resumen Ejecutivo

El factor tiempo se ha convertido en un elemento decisivo de la vida de las personas. Buscar la combinación perfecta que permita no desatender cada uno de los roles con el que deben cumplir la mayoría de las personas es difícil. Según estadísticas emitidas por el INEC, acerca del uso del tiempo, la población de la provincia de Panamá dedica el 5.3% de su tiempo, a la semana, a labores de aseo y organización del hogar, lo cual es poco tiempo y adicionalmente es tiempo que las personas pudieran dedicar al ocio y/o al esparcimiento. Es por ello que el equipo del proyecto visualizó como una oportunidad de negocio el servicio de organización profesional de espacios, el cual es una innovación en la ciudad de Panamá. Espacios & Orden es un modelo de negocio cuyo principal objetivo es brindarles a sus clientes ese tiempo libre que tanto necesitan, proporcionarles espacios armoniosos, cómodos y ordenados, ubicando cada cosa en su lugar y ayudando a estos a deshacerse de todo aquello que no le aporte valor a vida.

Con una disposición a pagar del 92%, Espacios & Orden estimó un mercado de aproximadamente \$3.5 millones de dólares, con una proyección de apropiarse del 6.52% del mercado al quinto año de operaciones.

Los atributos que más representan a la marca son la asesoría personalizada y el cambio de estilo de vida que los clientes podrán experimentar al dejarse asesorar por profesionales del orden. Los cuales les harán entrega a sus clientes de herramientas y técnicas que los ayudarán a mantener el orden en el tiempo.

El equipo gestor del proyecto de Espacios & Orden está conformado por dos emprendedoras, Adriana Ariza y Dorimar Gómez, ambas profesionales de la Economía y Contaduría respectivamente, las cuales supieron unir sus conocimientos y destrezas para llevarlo a cabo y que, adicionalmente serán certificadas como Professional Organizer.

Para ejecutar el proyecto en referencia se requiere de una inversión inicial de \$35 mil dólares, los cuales incluyen capital de trabajo, gastos de puesta en marcha y la inversión en activos necesaria y que garantizan la generación de los ingresos proyectados. El análisis financiero evidenció un VAN positivo de \$173 mil dólares con una tasa de descuento del 14.5%, una TIR del 85% y un pay back de 1.16.

## 1 Oportunidad de negocio

Según estadísticas de uso del tiempo emitidas por INEC (Instituto Nacional de estadísticas y censo), en la Ciudad de Panamá, las familias dedican el 5% de su tiempo a labores de limpieza y organización del hogar (ver anexo N<sup>o</sup>1), esto es poco tiempo. En tal sentido, el equipo del proyecto detectó una oportunidad de negocio basada en el servicio profesional de organización de espacios. El servicio profesional de organización es un concepto novedoso en Latinoamérica, sin embargo, tanto en EEUU como Europa está ampliamente desarrollado y ya se ha extendido a México. El servicio en referencia se basa en tres principios básicos:

- Deshacerte de las cosas que ya no aportan valor a tu vida
- Ubicar un espacio para aquellas cosas que sí aportan valor
- Creación de sistemas que permitan mantener el orden en el tiempo

Para respaldar la idea de negocio se procedió a la aplicación de encuestas, la realización de focus group y se ofrecieron servicios de prueba a familiares y amigos, donde se obtuvieron datos relevantes tales como: el 39% de los hogares son organizados por las empleadas de servicio y 35% por amas de casa; el 44% de la población encuestada manifestó no conocer y no tener información acerca del servicio de organización de espacios; el 92% del mercado objetivo tiene disposición a pagar por el servicio. Así mismo, las personas que probaron el servicio, manifestaron sentirse agradados al encontrar sus artículos mucho más rápido lo cual les ahorra tiempo.

El detalle de este capítulo se encuentra en la Parte I del plan de negocios.

## 2 Análisis de la Industria, Competidores, Clientes

La Industria de la organización profesional de espacios surge en EEUU, en la década de los '80 como producto de la acumulación excesiva, generada por el boom del uso de las tarjetas de crédito y la incorporación de la mujer al trabajo (Torre, 2016).

Dentro del contexto del análisis del macro entorno, se pudo determinar que Panamá cuenta con independencia de poderes lo que facilita el desarrollo de nuevas empresas y estimula el emprendimiento. La economía es estable, cuyo PIB ha estado alrededor del 6% en los últimos 3 años. Desde el punto de vista social-demográfico, Panamá cuenta con una población de 3.9 millones de habitantes para el 2015, de los cuales el 50% habita en la provincia de Panamá. (Banco Mundial, 2016). Desde el punto de vista legal no se han

identificado regulaciones relacionadas a la industria.

Dentro del contexto del análisis del micro entorno, se tiene que la rivalidad entre firmas no existe ya que, en la actualidad no existe en Ciudad de Panamá ninguna empresa que preste el servicio de organización profesional de espacios; en cuanto a la amenaza de potenciales entrantes se tiene que las barreras de entrada son bajas, así como la inversión de capital también es baja; en cuanto al poder de negociación de los compradores se evidencia como alto y se ha identificado como bajo el poder de negociación de los proveedores; por otra parte, la amenaza de productos sustitutos es alta.

### 2.1 Tamaño de mercado

La estimación del tamaño de mercado asciende a 3.5 millones de dólares y las variables consideradas en el cálculo del mismo son: número de familias con ingresos igual o superiores a \$3.000 dólares, número de horas invertidas por estas familias en labores de aseo y organización de los diferentes espacios de su hogar y el precio establecido según la disposición a pagar del mercado objetivo.

### 2.2 Competidores

Los competidores identificados en la investigación de mercado realizada son: empleadas domésticas, empresas de servicios de: limpieza y mantenimiento, mudanza, diseño de interiores e información virtual disponible en internet.

### 2.3 Clientes

Familias de clase social media-alta, ejecutivos solteros (femenino/masculino), con edades comprendidas entre los 25 y 60 años cuyos ingresos sean igual o superior a \$3.000 dólares, que se caractericen por ser entusiastas, estar informados y carecer de poco tiempo para la organización de sus espacios.

El detalle de este capítulo se encuentra en la Parte I del plan de negocios.

## 3 Descripción de la empresa y propuesta de valor

Espacios & Orden es una empresa que ofrece el servicio profesional de organización de espacios, el cual tiene como foco principal proporcionar a sus clientes la experiencia de poder disfrutar de sus espacios ordenados, brindándoles ese tiempo libre que tanto necesitan y poniendo a la disposición de éstos las herramientas y el acompañamiento necesario para que el orden perdure en el tiempo. Es importante destacar que, el proceso

de organización de los diferentes espacios de los clientes, se lleva a cabo con el mobiliario existente, la incorporación de nuevas soluciones (cajas, canastas, cestas, muebles, entre otros) o una mezcla de éstos, adaptándose al presupuesto y necesidades del cliente. Así mismo, es importante señalar que, se le brinda al cliente la oportunidad de utilizar soluciones provenientes de materiales reciclados. Esto con el fin de despertar en ellos una conciencia ambiental y así contribuir a la disminución de deposición de materiales reutilizables en el medio ambiente.

Uno de los factores críticos de éxito del modelo de negocio es la preparación y actualización constante del Professional Organizer, el cual, una vez al año debe prepararse para obtener una recertificación emitida por la Asociación Nacional de Profesionales de la Organización N.A.P.O. (The National Association of Professional Organizers® (NAPO®), 2016), la cual, agremia y rige el proceso de formación de los Professional Organizer. (ver anexo N°3). Por otra parte, se tiene que el servicio de organización de espacios es una innovación en Panamá. Sin embargo, se determinó que, estas ventajas competitivas son temporales, dado que los recursos que las generan pueden ser imitados.

Dentro de este contexto, la propuesta de valor de Espacios & Orden es: Servicio que brinda a sus clientes la experiencia de disfrutar de espacios ordenados, a través de procesos adaptados a las necesidades de cada uno de éstos, ofreciéndoles la oportunidad de disfrutar de tiempo libre y por ende una vida equilibrada, en sintonía con el medio ambiente y de la mano de profesionales que harán de su experiencia un estilo de vida.

El detalle de este capítulo se encuentra en la Parte I del plan de negocios.

#### 4 Plan de Marketing

Espacios & Orden contempla, dentro de sus principales objetivos a corto plazo, dar a conocer al mercado panameño el concepto de Professional Organizer, enfocada en una estrategia de medios con el objeto del alcanzar una penetración de mercado del 4%. En tal sentido se ha planteado segmentar el mercado geográficamente: provincia de Panamá; demográficamente: con edades comprendidas entre los 25 y 60 años; con ingresos iguales o superiores a \$3.000 dólares y que pertenezcan a la clase social media y alta.

La estrategia de servicio de basa en la diferenciación, fuertemente orientada al cliente. En relación a la estrategia de precio se tiene que la misma se basa en el valor percibido con base en los datos obtenidos en las encuestas aplicadas para respaldar la oportunidad de

negocio. El precio promedio ponderado, por hora de servicio (incluye horas dedicadas en las diferentes fases del plan de operaciones) se ha estimado en \$20.9 dólares. La estrategia de distribución al cliente es directa a través de la web, correo electrónico y llamadas telefónicas. En relación a la estrategia de comunicación y ventas Espacios & Orden requiere posicionar su marca en la mente de sus clientes, a través de canales directos, marketing digital, publicidad, promociones y ofertas de productos.

La proyección de crecimiento anual se estimó en función al crecimiento anual según el IPC de la República de Panamá y las metas y objetivos establecidos por las emprendedoras. En tal sentido el crecimiento estimado para el segundo año de operaciones es de 24% (ver tabla Nro. 2, Parte I).

Para el primer año de operaciones se estima una penetración de mercado del 3.24% pasando al 5 año de operaciones a 7.06% (ver tabla Nro. 2, Parte I). En esta línea, los ingresos estimados para el primer año de operaciones ascienden a \$115 mil dólares y para el quinto año a \$251 mil dólares.

El presupuesto de marketing, para el primer año de operaciones, se ha estimado en \$ 16 mil dólares, el cual contempla la inversión necesaria para dar a conocer el modelo de negocio. (ver tabla Nro.3, Parte I).

El detalle de este capítulo se encuentra en la Parte I del plan de negocios.

## 5 Plan de Operaciones

### 5.1 Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones

ESPACIOS & ORDEN operará bajo una estrategia de diferenciación por medio de los servicios, es decir que el cliente apreciará el servicio como inmejorable y donde se estrechen lazos fuertes de misterio e intimidad (Keller, 2012) con éste. Para alcanzar la estrategia en referencia ESPACIOS & ORDEN deberá:

- Servicio personalizado: los servicios de un organizador profesional van más allá de ordenar los diferentes espacios de sus clientes. El compromiso de un organizador profesional es contribuir a mejorar las vidas de todas aquellas personas que se dejen asesorar por ellos, quieren hacer que las vidas de sus clientes sean un poco mejor, pero sobre todo más equilibradas y serenas. Es por ello que ESPACIOS & ORDEN

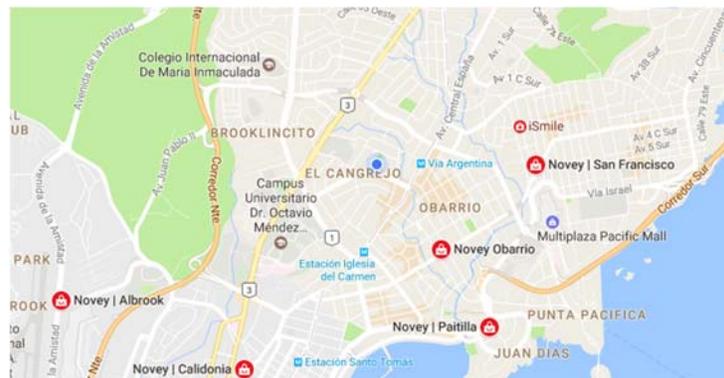
brindará, a cada cliente, un servicio exclusivo, adaptado a sus necesidades y a su capacidad económica y respetando sus propias capacidades y competencias (recursos).

- Personal capacitado: es un elemento fundamental que garantiza la calidad del servicio de la Organización Profesional de Espacios. La actualización constante de los colaboradores es de vital importancia porque contribuye a su desarrollo personal y profesional y esto incidirá positivamente en clima organizacional de ESPACIOS & ORDEN, generando actitudes positivas, mejor relación jefe-subordinado, promueve la comunicación, entre otras, que finalmente redundarán en prestar un servicio percibido como único.
- Destacar constantemente los beneficios: es sumamente importante para ESPACIOS & ORDEN cubrir las expectativas de sus clientes, inclusive ir más allá, y sorprenderlos con los resultados obtenidos de la prestación del servicio de Organización Profesional de Espacios, enviarles información relevante que los ayude a mantener el orden en el tiempo, dejar algún detalle (no previsto en el Plan de Desarrollo del Proyecto – PDP), informarle a dónde llegarán los artículos destinados a ser donados y el impacto positivo que esa acción causa en quien o quienes los reciben, esto estrechará la confianza entre ambas partes y permitirá construir relaciones que perduren en el tiempo.
- Seguimiento y asesoramiento: es un factor clave en el proceso de transformación del estilo de vida de los clientes de ESPACIOS & ORDEN. Lograr mantener el orden en el tiempo implica un cambio de “chip” y dejar a un lado las viejas costumbres que frenan el progreso como, por ejemplo: tirar la ropa a un lado de la cama para luego colgarla o dejarla en el cesto de la ropa sucia. En la mayoría de los casos, los obstáculos que impiden cambiar estilos de vida son de carácter psicológico (Legorburu, 2014): creer que no se puede, excusarse en la falta de tiempo o pensar que no vale la pena tanto esfuerzo. En éste aspecto tan trascendental, ESPACIOS & ORDEN acompañará, guiará y estimulará, personalmente, a sus clientes para impulsarlos a cambiar con éxito, su estilo de vida, pasando del desorden al orden.

#### 5.1.1 Facilidades de la empresa

La oficina administrativa de ESPACIOS & ORDEN estará ubicada en una zona céntrica de la ciudad, en el Cangrejo, y será instalada en la residencia de una de las socias fundadoras, Dorimar Gómez, quien cuenta con un espacio que se acondicionará para iniciar operaciones y quien cuenta con un vehículo propio de gran capacidad, para trasladar los contenedores o canastas necesarios para los proyectos. En la ciudad de Panamá, la zona del Cangrejo es bastante cómoda, ya que queda muy cerca del principal proveedor de contenedores y estructuras para organizar como lo es Novey, INC. Adicionalmente se encuentra muy cerca de las avenidas principales, por lo que acceder a cualquier punto de la ciudad, desde el Cangrejo es bastante rápido, en promedio de 15 – 20 minutos en horas de bajo tránsito.

### 5.1.2 Mapa de ubicación de la oficina administrativa de ESPACIOS & ORDEN



Fuente: Google maps

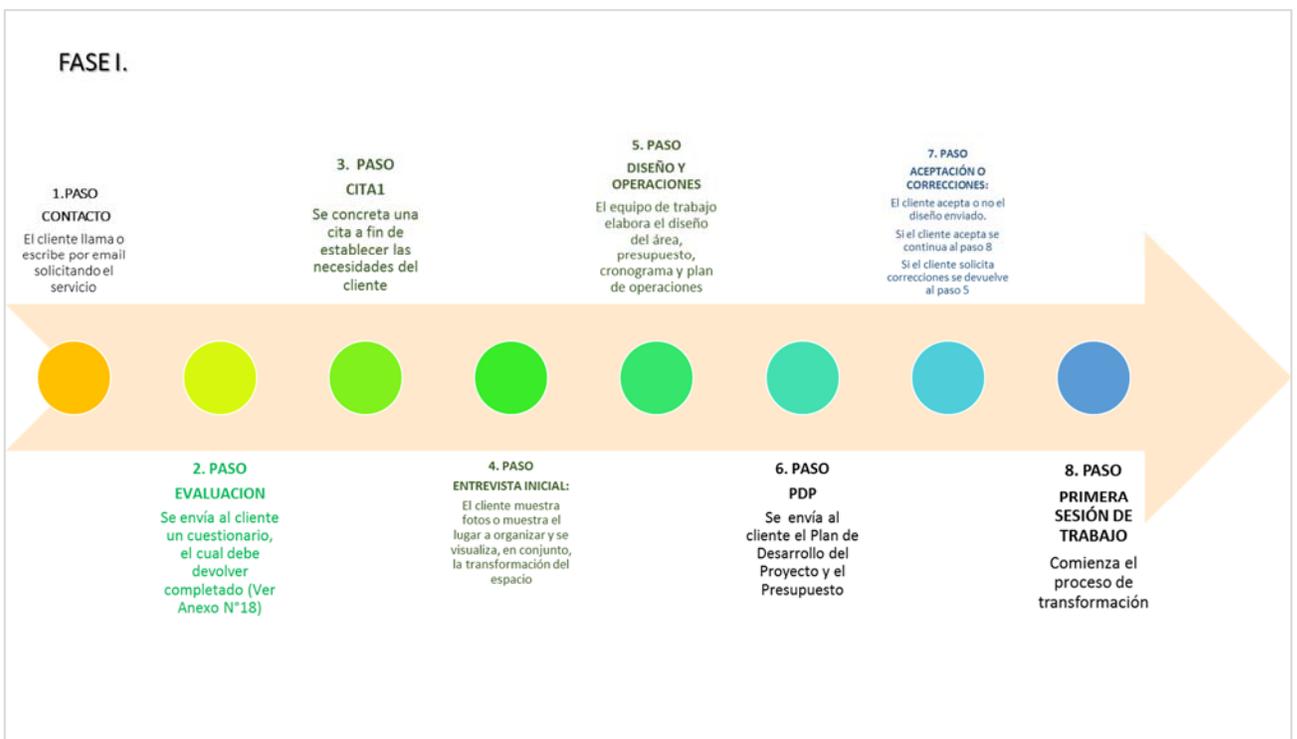
ESPACIOS & ORDEN cuenta con una amplia gama de comercios y productores locales que comercializan una amplia variedad de estructuras, contenedores, canastas y organizadores para satisfacer las necesidades de cada cliente en cuanto material, colores, tamaños y precios se refiere.

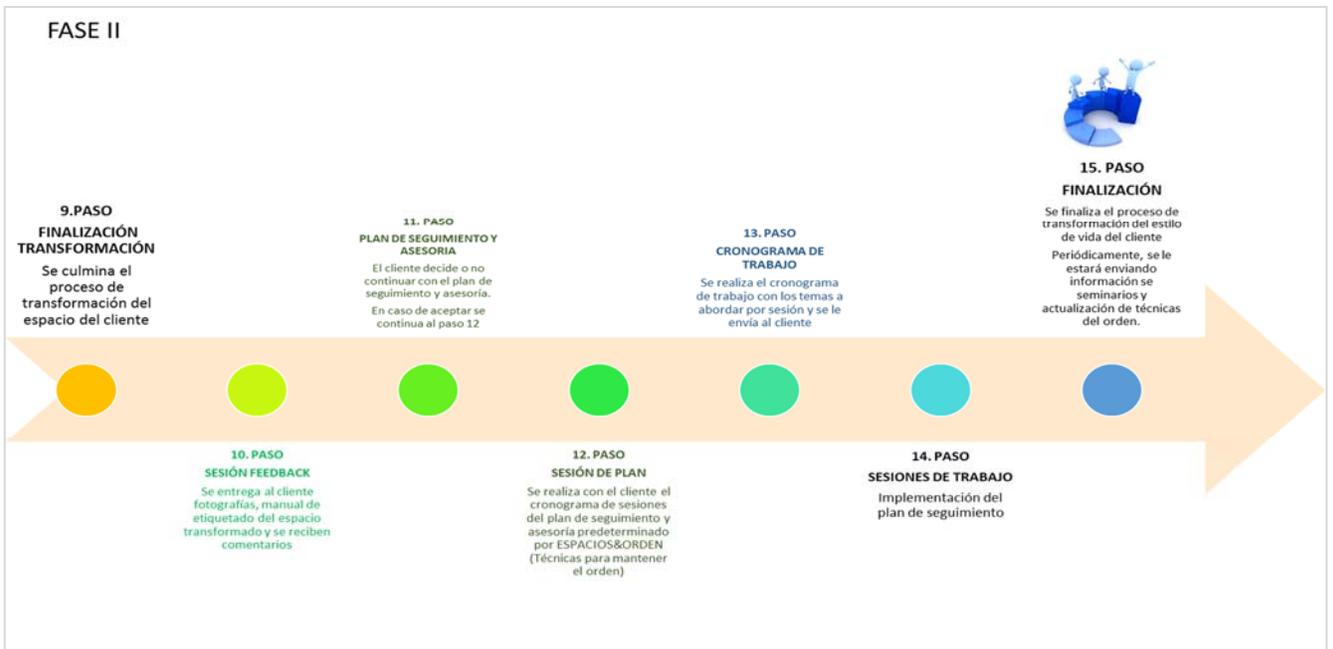
En términos de estacionalidad, Panamá tiene un clima tropical cálido y húmedo, experimentando dos estaciones al año, una lluviosa y una seca. En la estación lluviosa, algunas calles y avenidas sufren fuertes inundaciones, esto podría afectar la realización oportuna de algún proyecto cercano a las zonas afectadas. Sin embargo, se considera que su impacto es bajo para ser considerado.

## 5.2 Flujo de operaciones

ESPACIOS & ORDEN se dedica a la Organización Profesional de Espacios y a la transmisión del conocimiento, a través de capacitaciones presenciales para que las personas acaben con el desorden. Una de sus principales fortalezas es su orientación al cliente, entendiendo y conociendo cada una de sus necesidades y trabajando en equipo con ellos para ayudarlos a transformar, no sólo sus espacios, sino también sus vidas.

### 5.2.1 Así trabaja ESPACIOS & ORDEN de cara a sus clientes:





Fuente: elaboración propia – Cuestionario (ver anexo N°19)

## 5.2.2 Así trabaja ESPACIOS & ORDEN de forma macro, de cara a su organización interna:

- Definición de proyectos: El equipo de trabajo define los proyectos base de cara a los clientes fundamentados en la propuesta de valor.

Los proyectos predeterminados por ESPACIOS & ORDEN están clasificados según categorías:

- 1) Deshacerte de las cosas que ya no aporten a tu vida.
  - Optimización de Espacios/ Desecho de artículos: Arreglo de Alacenas, Closet, Cocina, Bibliotecas, Cuartos de Juegos, Cuarto de labores, etc.
  - Almacenaje de elementos.
- 2) Encontrar el lugar ideal para las que sí tengan un propósito.
  - Diseño y reacomodación de muebles y objetos dentro de los espacios
  - Reúso y reciclaje de envases, contenedores
  - Mudanzas
- 3) Creación de sistemas que permitan mantener el orden en el tiempo
  - Sistema de etiquetado y embalaje
  - Sistema de doblado de ropa

Las categorías de proyectos pueden mezclarse entre ellas, de acuerdo a las necesidades

propias de cada cliente.

- [Prospectar clientes](#): crear contenido digital original para ser publicado en las redes sociales como Facebook, Instagram, Pinterest, posteando temas relacionados a la organización, tips, tutoriales, como por ejemplo imágenes de “antes y después” de transformaciones realizadas, de forma tal que cuando las personas necesiten ordenar sus espacios, piensen en ESPACIOS & ORDEN. Así mismo, escribir una vez a la semana en el blog acerca de temas relacionados. Esto será beneficioso para atraer clientes ya que, éstos al realizar sus búsquedas en internet encontrarán los posts.
- [Realizar sesiones de trabajo](#): las sesiones de trabajo se dividen en dos actividades fundamentales:
  - Consulta inicial: el organizador profesional interactúa directamente con el cliente, en el lugar a transformar y allí mismo, en conjunto, se comienza la visualización de la transformación.
  - Primera sesión de trabajo: comienza el proceso de transformación de los espacios.
- [Cursos y talleres](#): Los cursos y talleres son de carácter presencial, van dirigidos al público en general y los clientes que están en el plan de seguimiento y asesoría. Los cursos ofertados son: “aprendiendo a organizarme” es un curso donde nuestros clientes pueden aprender haciendo. Con una duración de 8 horas, los participantes podrán adquirir diferentes técnicas para aprender a doblar, colgar y guardar sus prendas de vestir. Además, conocerán algunos tipos de contenedores y como utilizarlos en casa, así como la metodología para mantener ordenado cada espacio de su hogar.
- [Seguimiento de los proyectos](#): ésta actividad incluye todo el trabajo administrativo derivado de los proyectos: contestar emails, compra de estructuras, canastas o contenedores para próximos proyectos, recibir y hacer llamadas, seguimiento a los proyectos ejecutados con el fin de que cliente pueda mantener el orden en el tiempo, rentar salón para capacitación, hacer pedido de servicio de catering para cursos y talleres, adquisición de material de oficina, entre otros.

## Mapa de Procesos



Fuente: elaboración propia

### 5.3 Plan de desarrollo e implementación

Luego de fijar los objetivos, diseñar la estructura organizacional y determinar los recursos necesarios para la puesta en marcha, una de las actividades principales será la contratación de un Asesor Legal, quién será el responsable de la creación de la sociedad y de realizar todos los trámites necesarios que de esa actividad se deriven. Así mismo, la certificación de las socias fundadoras como organizadoras profesionales ante la Asociación Nacional de Organizadores Profesionales – NAPO por sus siglas en inglés, forma parte de los pasos a seguir, para lo cual las socias fundadoras estarán participando durante el mes de septiembre de 2017 en el diplomado en el 4to Diplomado “El arte de la organización”, impartido en la ciudad de México (ver anexo N° 20), cuyo objeto es lograr la Certificación como Organizadores Profesionales.

Otra de las actividades a ejecutar es el desarrollo de imagen y marca a través del marketing, redes sociales, página web y material promocional. Paralelamente se realizarán las adecuaciones necesarias del área que fungirá de oficina administrativa, las cuales incluyen material de oficina, equipos y mobiliario, necesarios para el inicio de las operaciones. Atendiendo a la necesidad de recursos y según la estructura definida, se

procede a la contratación de los servicios outsourcing contemplados en la estructura organizacional, detallada en el próximo capítulo. Para ampliar el detalle del plan de implementación ver anexo N°21 Carta Gantt.

#### 5.4 Dotación

Las socias fundadoras han decidido formar parte activa del staff de ESPACIOS & ORDEN, por lo cual asumirán los cargos de la siguiente forma: Dorimar Gómez será la Gerente de Administración y Finanzas y Adriana Ariza desempeñará el cargo de Jefe de Diseño y Operaciones, quienes darán inicio a las operaciones; un mes después ingresará el recurso humano que se encargará de las Relaciones Públicas y Canal de ventas y quién tendrá un papel muy importante en ésta fase inicial ya que se encargará de contratar los servicios de publicidad y promoción necesarios para dar a conocer el servicio y sus beneficios. Las emprendedoras se encargarán de contratar los servicios outsourcing de Contabilidad, Servicios Generales (servicio de limpieza) y servicio de transporte. Quince días antes de la inauguración se incorporará la asistente administrativa a fin de colaborar con el inicio de las operaciones.

### 6 Equipo del proyecto

#### 6.1 Equipo gestor

Las socias fundadoras de ESPACIOS & ORDEN son 2 profesionales, extranjeras de nacionalidades venezolana y colombiana residentes en la ciudad de Panamá.

**Dorimar Gómez:** Es venezolana - Contador de Profesión, visualizó una importante oportunidad de negocio cuando decidió organizar de manera armónica y lógica los espacios de su hogar. Posteriormente implementó y desarrolló el mismo modelo en la residencia de su mejor amiga, quien notó una importante transformación de sus espacios y su vida personal.

**Adriana Ariza:** Es Economista de profesión con especialización en Administración de Negocios; actualmente labora como Gerente Financiera en una empresa dedicada al Retail, de allí pudo apreciar la importancia de la armonía de los espacios, observando como el departamento de Visual & Merchandising de la empresa, ubicaba de forma armónica los productos en las vitrinas de exhibición para generar un impacto visual atractivo en los clientes.

Adicionalmente cuenta con contactos de proveedores de mobiliarios por la relación con contratistas en el área de construcción de tiendas de retail en centros comerciales.

Las emprendedoras han realizado el MBA en la ciudad de Panamá, que les ha permitido desarrollar sus capacidades empresariales, igualmente se han capacitado a través de videos y lecturas de libros y artículos concernientes técnicas para la organización de espacios de la actual Gurú del orden Marie Kondo (Kondo, 2015) y por ultimo están el proceso de inscripción para ser acceder en el 2017 al CPOs (Certified Professional Organizers) emitida por la N.A.P.O. Ésta certificación así como las horas de servicio necesarias para adquirirla servirán de experiencia al equipo gestor para ejecutar, en principio, la organización de los espacios en los diferentes proyectos.

### 6.2 Estructura organizacional

La Estructura Organizacional de ESPACIOS & ORDEN, es de carácter piramidal por ser un equipo pequeño, al mismo tiempo la actividad central de ESPACIOS & ORDEN de la organización y transformación de los espacios estará a cargo del Gerente Administrativo y el Jefe de Diseño/Operaciones. El objeto de este tipo de organigrama es que las funciones estén bien diferenciadas y lideradas por el Gerente Administrativo y Financiero, está conformada por el siguiente equipo de trabajo:



Fuente: Elaboración propia

- **Gerente Administrativo y Financiero:** Debe ser profesional de carreras Administrativas y Financieras, con MBA o MF, con Certificación como Professional Organizer, habilidades de liderazgo, diseño de estrategias, trabajo bajo presión. Desempeñará las funciones y responsabilidades señaladas a continuación:

  1. Tendrá a responsabilidad compartida con el Jefe de Diseño/ Operaciones de la actividad central de ESPACIOS & ORDEN, de la organización, transformación de espacios y el plan de seguimiento y asesoría.
  2. Será el responsable por velar por el cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la empresa.
  3. Será responsable por la correcta administración de los recursos físicos y financieros de la empresa.
  4. Será responsable de toda la gestión financiera de la empresa: Activación de cuentas bancarias, pagos web (Pay pal), firma de cheques, pago de proveedores, gestión de créditos ante entidades financieras (Créditos rotativos de corto plazo para capital de trabajo).
  5. Será el responsable por gestionar la cartera de clientes.
  6. Buscará activamente proveedores que estén acordes con las necesidades de los proyectos y que tengan tarifas competitivas.
  7. Creará las estrategias de crecimiento y tarifario de precios anualmente.
  8. Será responsable de la selección y contratación personal.
  9. Diseñará la estrategia de Marketing apuntando a la fidelización de clientes.
  10. Coordinará las capacitaciones de actualización anual impartida por la NAPO a todo el equipo de trabajo operativo.
  
- **Asistente Administrativo:** Debe ser estudiante de últimos semestres o profesional recién graduado de carreras Administrativas y Financieras, manejo en MS Office, habilidades de comunicación, organizado (a). Desempeñará las funciones y responsabilidades señaladas a continuación:

  1. Será el responsable de recibir documentación, facturas e información general de proveedores.
  2. Será responsable de recibir a clientes y suministrarles la información concerniente a los servicios de la empresa.

3. Organizará las facturas de pago a proveedores, las relacionará y pasará a la Gerencia Administrativa y Financiera para la ejecución de pagos.
  4. Realizará las cuentas de cobro y facturación a clientes
  5. Organizará el archivo y toda la documentación de la empresa
  6. Canalizará las solicitudes de clientes al Gerente Administrativo y Financiero
- **Diseño /Operaciones:** Debe ser profesional de carreras de Ingeniería Industrial, Economía o Arquitectura con certificación como Professional Organizer, habilidades de liderazgo, diseño y planificación, trabajo bajo presión. Desempeñará las funciones y responsabilidades señaladas a continuación:
    1. Tendrá a responsabilidad compartida con el Jefe de Diseño/ Operaciones de la actividad central de ESPACIOS & ORDEN, de la organización, transformación de espacios y el plan de seguimiento y asesoría.
    2. Será responsable por la creación y distribución armónica de los espacios atendiendo las sugerencias del cliente.
    3. Será el responsable de planificar las actividades distribuidas entre proyectos, cursos y seminarios, planes de seguimiento y asesoría de la empresa.
    4. Realizará la compra de insumos para cada uno de los proyectos.
    5. Realizará la agenda de trabajo por proyecto y entregará las funciones a desarrollar por cada asesor involucrado por proyecto.
    6. Organizará la logística necesaria para la colocación de los insumos en el lugar del proyecto.
    7. Coordinará al equipo outsourcing de transporte para los proyectos de mudanzas correspondientes, cuidando el embalaje, inventariado y etiquetado, garantizando el correcto almacenamiento y transporte por parte de los trabajadores.
    8. Presentará prototipos al comité gerencial antes de realizar las implementaciones en los proyectos
    9. Presentará la propuesta aprobada a la Gerencia Administrativa para la adquisición de insumos y distribución de funciones.
    10. Coordinará al equipo en la ejecución de los proyectos.

- **Relaciones Públicas/Canales de Venta:** Debe ser profesional en Marketing, habilidades de diseño de estrategia de ventas, relación con medios, trabajo bajo presión. Desempeñará las funciones y responsabilidades señaladas a continuación:
  1. Será el responsable por la correcta ejecución del plan de Marketing desarrollado por la Gerencia Administrativa y Financiera.
  2. Será responsable de realizar la entrevista con el cliente y apropiar las ideas para el diseño de espacios.
  3. Será responsable por la captación y fidelización de clientes.
  4. Mantendrá comunicación constante con los influenciadores a fin de desarrollar la estrategia de marketing de la empresa. Será responsable de brindarle a éstos la información, diseño visual y notas a presentar en los canales de YouTube, Blogs e Instagram.
  5. Será responsable de la inscripción y participación en ferias, exposiciones de diseño a nivel nacional e internacional.
  6. Organizará la estrategia de ventas y acercamiento a clientes potenciales.
  7. Actualizará la página web, Instagram y Facebook de ESPACIOS & ORDEN con noticias, tendencias en el área de organización y seminarios, una vez el Departamento de Diseño/Logística entregue el brochure.
  8. Realizará las correcciones de edición a los brochure entregados por el Departamento de Diseño.
  
- **Outsourcing:** Serán tercerizadas las actividades apoyo de Contabilidad/Revisoría Fiscal, Legal y Servicios Generales, con la contratación de proveedores del servicio en la ciudad de Panamá.
  - **Contabilidad/Revisoría Fiscal:** Se contratarán los servicios de un contador con CPA vigente de la ciudad Panamá, quién realizara la contabilidad general y la declaración de impuestos ante la DGI (Dirección General de Ingresos).
  - **Legal:** Se contratarán los servicios de un abogado exclusivamente para la revisión de contratos con proveedores y clientes, estableciendo para éstos últimos, una cláusula de confidencialidad y para los proveedores de servicios generales que aplique.

- **Servicios generales:** Se contratarán los servicios de una empresa para realizar la limpieza preliminar de los espacios de los proyectos a ejecutar, siempre y cuando sean espacios mayores a los 6mts<sup>2</sup> y tengan un volumen significativo de objetos a desechar, organizar y reciclar. Este servicio será autorizado solamente por el Jefe de Diseño/Operaciones, quién tiene la experiencia para determinar la necesidad del servicio. Si el espacio a organizar supera los 6 mts<sup>2</sup>, el servicio de limpieza corre por cuenta del cliente.
- **Servicio de transporte:** Este servicio será contratado bajo demanda, bajo exclusivo requerimiento del Jefe de Diseño y Operaciones, será utilizado principalmente para complementar el servicio de mudanza. Así mismo, podrá ser utilizado para trasladar el material reciclado producto de los proyectos, siempre y cuando el volumen a trasladar sea superior a cinco cajas de 27 x 40 x 49 cm.

### 6.3 Incentivos y compensaciones

El plan de compensaciones está trazado de acuerdo al grado de especialización y responsabilidades de cada uno de los miembros colaboradores de ESPACIOS & ORDEN, fijados por encima del promedio de los salarios del mercado; el programa tiene una compensación base como salario fijo para todos los empleados más las prestaciones sociales de acuerdo a la ley- Así mismo, el Gerente Administrativo y Financiero, Diseño y Operaciones y el responsable de Canales de Ventas /Relaciones publicas tendrán, adicionalmente una bonificación anual por productividad, evaluada de acuerdo a un Balance Score Card diseñado al inicio de año de acuerdo a las metas organizacionales. Sumado a lo anterior, estos colaboradores contarán con una comisión establecida porcentualmente en función de las ventas de la compañía con el fin de motivar e involucrar a todo el equipo operativo en el éxito de la organización. La tabla de compensaciones e incentivos se detalla a continuación:

**PLAN DE COMPENSACIONES E INCENTIVOS**

Posición	Salario Base	Comisión x Proyecto	Bonificación (BSC)	Celular	Comision	Salario Calculado
Gerente Administrativo y Financiero	\$ 1,100.00	1.50%	1 Salario mensual / evaluación BSC	Si	\$ 144	\$ 1,244
Asistente Administrativa	\$ 500.00	0	N/A	N/A	\$ -	\$ 500
Diseño /Operaciones	\$ 1,000.00	1.50%	1 Salario mensual / evaluación BSC	N/A	\$ 144	\$ 1,144
Relaciones P./Canales de Ventas	\$ 1,000.00	0.50%	1 Salario mensual / evaluación BSC	N/A	\$ 48	\$ 1,048
<b>Totales</b>	<b>\$ 3,600.00</b>	<b>3.5%</b>				

Fuente: Elaboración propia

Como se observa en la tabla de compensaciones el Gerente Administrativo y Financiero tiene el salario mayor equivalente a \$1.100 USD mensuales, dado la responsabilidad de la caja y la cartera de clientes, los Jefes operativos tienen una compensación base que asciende a \$1.000 USD mensuales y la asistente administrativa una compensación equivalente a \$500USD mensuales, esta última no clasifica dentro del modelo de comisiones.

Al vincular el esquema de comisiones dentro del modelo de compensación, los colaboradores de ESPACIOS & ORDEN, están por encima de la media del mercado. Esto promoverá el sentido de pertenencia y compromiso hacia la organización.

El esquema de comisiones se estructuró de acuerdo al grado de participación en el éxito de los proyectos ejecutados, esta comisión no puede ser mayor al 3.5% de las ventas por política de la empresa, se gestionará de acuerdo al ingreso efectivo por mes y no por las ventas causadas, producto de que existe una porción de las ventas que se cobra a crédito (Plan de pagos en seminarios y talleres). A pesar de que todos los colaboradores tienen responsabilidades importantes para la puesta en marcha de los proyectos y satisfacción del cliente, se delimitación las actividades de administración y diseño son las gestoras del éxito de los mismos. En tal sentido, el esquema de comisiones está planteado en los siguientes porcentajes: un 1.5% sobre los ingresos por recaudo de ventas para el Jefe de Diseño/Operaciones; 1.5% sobre los ingresos por recaudo de ventas para la Gerencia Administrativa y Financiero y 0.5% sobre los ingresos por recaudo de ventas para el Jefe de Relaciones P. /Canales de Ventas.

## 7 Plan Financiero

Para la evaluación financiera de ESPACIOS & ORDEN, se tuvo en cuenta los supuestos que se relacionan a continuación:

**TABLA DE SUPUESTOS**

Supuestos	Referencia	Observaciones
Periodo de Evaluación	Tiempo	5 años
Distribución ingresos	Ingresos	% de contribución en función de la actividad a realizar
Uso Frecuencia	Tiempo	Frecuencia de uso por actividad a realizar
Precio de venta	Ingresos	Precio estimado por tipo de proyecto, sera estimado por hora por tipo de plan estimado
Gastos de personal	1.26%	Incremental en función al indice de precios al consumidor variación anual a nov 2016**
Comisiones a empleados	3%	Techo para comisiones distribuidos entre los Gerentes operativos
Gastos de Marketing		Ampliado en sección 4.8
Amortización	Tiempo	5 años; Gastos de puesta en marcha son amortizables
Depreciación	Tiempo	Metodo de depreciación lineal 5 años mobiliario y enseres, 3 años equipos de tecnológico
Valor Servicios Públicos	Gastos	Referencia Servicios Públicos Area de Via Argentina
Tasa de Impuesto	Impuesto	25% Impuesto de Renta
Cuentas por Cobrar	Balance	No existe cuenta por cobrar el pago es de contado
Cuentas por Pagar	Balance	Los proveedores son pagados durante el año fiscal
Beta desempalacado	Damoran	Se uso de referencia el Beta de la Industria de " Business & Consumer Services". Fuente Aswath Damodaran, adamodar@stern.nyu.edu
Tasa de Descuento	VAN	Calculado en base al metodo CAPM

\*\* Fuente //www.contraloria.gob.pa/inec/

Fuente: Elaboración propia

### 7.1 Estimación de ingresos

Para el cálculo estimado de ingresos, se tomó en cuenta la estrategia desarrollada en el apartado 4.8 del Plan de Marketing, a fin de cumplir los objetivos de Marketing. Se tuvo en

cuenta para los porcentajes de contribución (ver apartado 4.7.1 de este texto), la dedicación referenciales de las empresas de soluciones de almacenamiento y organizadores profesionales de España (houzz, s.f.), para el cálculo del precio del servicio se estimó un precio base por hora de proyecto de \$20 USD, y el precio promedio ponderado por la actividades que son fuente de ingresos de la empresa de \$20.9 USD por hora desarrollado en el apartado 4.7, este precio se evaluó por ser un servicio innovador, que hay que dar a conocer en la ciudad de Panamá y en función de la disposición a pagar por la encuesta realizada (ver anexo N°5).

Como se observa en la tabla N°3 los ingresos se ascienden a \$115.440 USD al año 1 con base en la estimación de demanda calculada al 24% de crecimiento entre el año1 y año 2, para el Año 5 los ingresos ascienden a \$251.679 USD, estabilizándose luego en un crecimiento del 19% para el año 4 al año 5. La proyección es mantener dicho crecimiento mínimo para alcanzar la penetración de mercado, que se logrará con la contratación de personal capacitado en CPOs que contribuirá a incursionar en el largo plazo año 6 de operaciones en otros nichos de mercado.

**Tabla N°3**

Ingresos Anuales			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Planes	# de Horas al mes	Precio x Hora					
Proyectos	240	\$ 20	\$ 57,600	\$ 71,649	\$ 87,853	\$ 103,717	\$ 127,190
Cursos y Talleres	24	\$ 40	\$ 11,520	\$ 11,520	\$ 15,360	\$ 19,200	\$ 19,200
Plan de seguimiento y Asesoramiento	192	\$ 20	\$ 46,080	\$ 59,756	\$ 74,116	\$ 88,232	\$ 105,049
Otros	4	\$ 5	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240	\$ 240
<b>Total ingresos</b>	<b>460</b>		<b>\$ 115,440</b>	<b>\$ 143,165</b>	<b>\$ 177,569</b>	<b>\$ 211,388</b>	<b>\$ 251,679</b>
Crecimiento de Ventas				24%	24%	19%	19%
Unidades/Hora/Año			5,520	6,846	8,491	10,108	12,035

Fuente: Elaboración propia

## 7.2 Proyección de Estados de Resultado

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>						
<b>Detalle</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ingresos	\$ 115,440	\$ 143,165	\$ 177,569	\$ 211,388	\$ 251,679	
Costos	\$ (17,721)	\$ (21,947)	\$ (23,910)	\$ (25,115)	\$ (26,679)	
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>\$ 97,719</b>	<b>\$ 121,218</b>	<b>\$ 153,659</b>	<b>\$ 186,273</b>	<b>\$ 225,000</b>	
Margen Bruto		85%	85%	87%	88%	89%
Gastos de Marketing	\$ (16,709)	\$ (17,294)	\$ (17,895)	\$ (18,539)	\$ (19,374)	
Gastos de Personal	\$ (61,286)	\$ (64,044)	\$ (66,910)	\$ (71,200)	\$ (75,116)	
Gastos Servicios	\$ (2,004)	\$ (2,074)	\$ (2,146)	\$ (2,223)	\$ (2,324)	
Alquiler Oficina				\$ (800)	\$ (800)	
Gastos Honorarios y Asesorias	\$ (5,350)	\$ (5,537)	\$ (5,730)	\$ (5,936)	\$ (6,203)	
Gastos de Oficina	\$ (1,320)	\$ (1,486)	\$ (1,674)	\$ (1,884)	\$ (2,122)	
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 11,049</b>	<b>\$ 30,783</b>	<b>\$ 59,304</b>	<b>\$ 85,690</b>	<b>\$ 119,062</b>	
Margen Operacional		10%	22%	33%	41%	47%
Depreciación	\$ (1,341)	\$ (1,341)	\$ (1,341)	\$ (208)	\$ (669)	
Amortización	\$ (1,490)	\$ (1,490)	\$ (1,490)	\$ (1,490)	\$ (1,490)	
Utilidad Antes de impuesto	\$ 8,218	\$ 27,951	\$ 56,473	\$ 83,992	\$ 116,902	
Ingresos no operacionales - Vta activo				\$ 600		
Impuestos (25%)	\$ (2,055)	\$ (6,988)	\$ (14,118)	\$ (20,998)	\$ (29,226)	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 6,164</b>	<b>\$ 20,963</b>	<b>\$ 42,355</b>	<b>\$ 63,594</b>	<b>\$ 87,677</b>	
Margen neto		5%	15%	24%	30%	35%

Fuente: Elaboración propia<sup>1</sup>

Como se observa en la proyección el primer año el negocio presenta una ganancia operacional del 10% y una utilidad neta del 5%; sin embargo, para los años subsiguientes presenta una utilidad operacional atractiva del 22% y una utilidad neta del 15%. Para el quinto año de operaciones se estima estar en el pico de operatividad genera un margen neto atractivo del 35%.

<sup>1</sup> Ver cálculos de Costos (anexo N° 22), Gastos de marketing (anexo N° 23), Gastos de personal (anexo N° 24); Gastos de Servicios, Honorarios, Oficina (anexo N°25), Depreciación y amortización (anexo N°26 )

### 7.3 Proyección de Balance

<b>BALANCE PROYECTADO</b>						
<b>Balance General</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Activos</b>						
Activos Circulantes						
Caja y Banco	\$ 23,787	\$ 32,782	\$ 56,577	\$ 101,763	\$ 167,055	\$ 256,891
<b>Total Activos Circulantes</b>	<b>\$ 23,787</b>	<b>\$ 32,782</b>	<b>\$ 56,577</b>	<b>\$ 101,763</b>	<b>\$ 167,055</b>	<b>\$ 256,891</b>
Activos Fijos						
Equipo de Oficina	\$ 640	\$ 640	\$ 640	\$ 640	\$ 960	\$ 960
Equipos de Tecnología	\$ 3,400	\$ 3,400	\$ 3,400	\$ 3,400	\$ 550	\$ 550
Mobiliario y enseres	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 400	\$ 1,470	\$ 1,470
Depreciación acumulada Equipo de Oficina		\$ (128)	\$ (256)	\$ (384)	\$ (512)	\$ (704)
Depreciación acumulada Equipos de Tecnología		\$ (1,133)	\$ (2,267)	\$ (3,400)		\$ (183)
Depreciación acumulada Mobiliario y enseres		\$ (80)	\$ (160)	\$ (240)	\$ (320)	\$ (614)
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 4,440</b>	<b>\$ 3,099</b>	<b>\$ 1,757</b>	<b>\$ 416</b>	<b>\$ 2,148</b>	<b>\$ 1,479</b>
Otros Activos						
Gastos puesta en Marcha	\$ 7,450	\$ 7,450	\$ 7,450	\$ 7,450	\$ 7,450	\$ 7,450
Amortización acumulada GPM		\$ (1,490)	\$ (2,980)	\$ (4,470)	\$ (5,960)	\$ (7,450)
<b>Total Otros Activos</b>	<b>\$ 7,450</b>	<b>\$ 5,960</b>	<b>\$ 4,470</b>	<b>\$ 2,980</b>	<b>\$ 1,490</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total Activos</b>	<b>\$ 35,677</b>	<b>\$ 41,841</b>	<b>\$ 62,804</b>	<b>\$ 105,159</b>	<b>\$ 170,693</b>	<b>\$ 258,369</b>
<b>Pasivos</b>						
Pasivos Circulantes						
CxP						
<b>Total Pasivos Circulantes</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
Pasivos no Circulantes						
<b>Total Pasivo No Circulante</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Patrimonio</b>						
Aporte Capital Socios	\$ 35,677	\$ 35,677	\$ 35,677	\$ 35,677	\$ 37,617	\$ 37,617
Utilidades Retenidas			\$ 6,164	\$ 27,127	\$ 69,482	\$ 133,075
Utilidad o Perdida del Ejercicio		\$ 6,164	\$ 20,963	\$ 42,355	\$ 63,594	\$ 87,677
<b>Total Patrimonio</b>	<b>\$ 35,677</b>	<b>\$ 41,841</b>	<b>\$ 62,804</b>	<b>\$ 105,159</b>	<b>\$ 170,693</b>	<b>\$ 258,369</b>
<b>Total Pasivos + Patrimonio</b>	<b>\$ 35,677</b>	<b>\$ 41,841</b>	<b>\$ 62,804</b>	<b>\$ 105,159</b>	<b>\$ 170,693</b>	<b>\$ 258,369</b>

Fuente: Elaboración propia

## 7.4 Proyección de Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos estimados		\$ 115,440	\$ 143,165	\$ 177,569	\$ 211,388	\$ 251,679
Venta activo					\$ 600	
Comisiones venta		\$ (4,040)	\$ (5,011)	\$ (6,215)	\$ (7,399)	\$ (8,809)
Costos estimados	-	\$ (13,681)	\$ (16,936)	\$ (17,695)	\$ (17,717)	\$ (17,871)
<b>Margen de contribución</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 97,719</b>	<b>\$ 121,218</b>	<b>\$ 153,659</b>	<b>\$ 186,873</b>	<b>\$ 225,000</b>
	-					
Gastos Administrativos	-	\$ (69,960)	\$ (73,142)	\$ (76,459)	\$ (82,044)	\$ (86,564)
Gastos Mercadeo	-	\$ (16,709)	\$ (17,294)	\$ (17,895)	\$ (18,539)	\$ (19,374)
<b>EBITDA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 11,049</b>	<b>\$ 30,783</b>	<b>\$ 59,304</b>	<b>\$ 86,290</b>	<b>\$ 119,062</b>
	-					
Depreciación	-	\$ (1,341)	\$ (1,341)	\$ (1,341)	\$ (208)	\$ (669)
Amortización	-	\$ (1,490)	\$ (1,490)	\$ (1,490)	\$ (1,490)	\$ (1,490)
Valor en libros				\$ -		
<b>EBIT</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 8,218</b>	<b>\$ 27,951</b>	<b>\$ 56,473</b>	<b>\$ 84,592</b>	<b>\$ 116,902</b>
	-					
Impuestos (25%)	-	\$ (2,055)	\$ (6,988)	\$ (14,118)	\$ (20,998)	\$ (29,226)
	-					
<b>Resultado después de impuestos</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 6,164</b>	<b>\$ 20,963</b>	<b>\$ 42,355</b>	<b>\$ 63,594</b>	<b>\$ 87,677</b>
Depreciación & Amortización	-	2,831	2,831	2,831	1,698	2,159
Valor en libros					-	
<b>NOPAT</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 8,995</b>	<b>\$ 23,795</b>	<b>\$ 45,186</b>	<b>\$ 65,292</b>	<b>\$ 89,836</b>
Gasto de puesta en marcha	\$ (7,450)					
CAPEX	\$ (4,440)				\$ (1,940)	
<b>Flujo Bruto</b>	<b>\$ (11,890)</b>	<b>\$ (2,895)</b>	<b>\$ 20,900</b>	<b>\$ 66,086</b>	<b>\$ 131,377</b>	<b>\$ 221,213</b>
Inv. Capital de Trabajo	\$ (23,787)					\$ (23,555)
Valor de desecho						\$ 1,479
<b>Flujo Neto</b>	<b>\$ (35,677)</b>	<b>\$ (2,895)</b>	<b>\$ 20,900</b>	<b>\$ 66,086</b>	<b>\$ 131,377</b>	<b>\$ 199,137</b>

Fuente: Elaboración propia

Se puede evidenciar que al primer año la empresa genera flujos negativos, a partir del segundo año los flujos acumulados son positivos.

## 7.5 Capital de trabajo

Para realizar el cálculo del capital de trabajo o los fondos necesarios para cubrir el flujo de operaciones de la empresa, se utilizó el método de Déficit Acumulado Máximo; estimando los ingresos y los egresos operacionales de manera mensual, dado que los ingresos son variables en función de la respuesta del plan de marketing y fidelización de clientes se consideró que el déficit operacional se encuentra en el mes 8 con un valor que asciende a \$23.787 0USD (ver anexo N°27), monto que debe reflejarse dentro de la inversión inicial que aportaran los accionistas para garantizar la operatividad del negocio.

## FLUJO DE CAJA

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
SALDOS ACUMULADOS	\$ 476	\$ (5,356)	\$ (9,634)	\$ (12,603)	\$ (15,726)	\$ (17,695)	\$ (21,973)	\$ (23,787)	\$ (15,168)	\$ (3,839)	\$ 11,908	\$ 23,555
											<b>WK</b>	<b>\$ (23,787)</b>

### 7.6 Inversión Inicial y futuro (Plan de inversiones)

Para la puesta en marcha del emprendimiento se hace necesario la inversión en activos tangibles e intangibles para el momento 0 detallados en: Activos Fijos \$4.400 USD, Activos intangibles (Pagina WEB) \$1.500 USD, Inversión en constitución y firma \$2.050 USD, Inversión en Certificación CPO,s \$3.900 USD, el total de la inversión inicial asciende a **\$11.890USD** (ver anexo N°28)

La depreciación de los activos se calculó a base de las Normas contables vigentes en Panamá, tomando para 5 años para los activos fijos de mobiliario y equipo de Oficina y 3 años para los equipos tecnológicos. La amortización de los gastos de puesta en marcha se hizo a 5 años (ver anexo N°26)

Al cuarto año de operación se proyecta abrir la oficina en un edificio de exclusividad para este tipo de negocios, el cual será arrendado, pero se necesitaría realizar las adecuaciones en mobiliario de rigor para atender a la clientela, dicha inversión asciende a **\$1.940 USD**, solo en el amueblamiento, se utilizaría el mismo mobiliario antiguo y la compra de un equipo PC para la persona de apoyo adicional (ver anexo N°28).

### 7.7 Tasa de descuento

Para el cálculo de la tasa de descuento o costo de capital se utilizó el modelo de valorización de activos de capital CAPM para determinar el retorno de los activos, teniendo en cuenta las variables de riesgo como el  $\beta$  desapalancado del sector o industria similar al de Espacios & Orden, para la cual se seleccionó la industria "Business & Consumer Services", dado que Espacios & Orden es una empresa prestadora de servicios que puede catalogarse como de consumo, dando un  $\beta = 0.819$  (Damodaran, 2017), se le adiciono la prima por riesgo del país de Panama  $E(rm) = 8.40\%$  (Aswath Damodaran, 2017), la tasa libre de riesgo ( $rf$ ) = 1.94% tomado de la tasa referencial de los Bonos del Tesoro de Estados Unidos a 5 años (finance.yahoo., 2017) + la prima por riesgo país = 2.71% (Aswath Damodaran, 2017), se le adiciona un 2.9% de prima por riesgo de emprendimiento innovador en la ciudad de Panamá, comparado con el rendimiento anual promedio que tendría el inversionista si invierte su dinero en un Depósito a Plazo Fijo a término de 1 año

en cualquiera de la principales entidades bancarias de la ciudad de Panamá (ver anexo N°29).

Calculando:

$$E(Ri) = rf + E(rm) - rf) \times \beta i$$

$$\text{Donde } (Ri) = (1.94\% + 2.71\%) + 8.40\% \times 0.819$$

$$(Ri) = 11.53\% + \text{prima de por riesgo de emprendimiento}$$

$$(Ri) = 11.53\% + 3\%$$

$$(Ri) = 14.53\%$$

### 7.8 Evaluación Financiera del proyecto: VAN, TIR, Payback y Punto de equilibrio.

La evaluación financiera del emprendimiento se realizó fundamentado en la proyección del Flujo de Caja, reflejando en el apartado N° 7.3 de este documento con lo cual se determinan los indicadores referenciados a continuación:

VAN	\$	173,851
Tasa Descuento		14.53%
TIR		85%

PayBack Time	1.16
--------------	------

Fuente: Elaboración propia

- VAN: Los flujos obtenidos del año 0 al año 5 estimados con una tasa de descuento de 14.53% arrojo un resultado de \$173.851 USD, al ser un valor positivo o superior a cero expresados a moneda actual, se acepta el proyecto dado a que genera valor para los inversionistas
- TIR: La tasa interna de retorno estimada es de 85% mayor a la tasa de descuento de 14.53% por tanto, es un indicador que le proyecto debe aceptarse.
- PayBack: La recuperación de la inversión como se observa en el Estado de Resultado se alcanza al segundo año de operaciones arrojando un PayBack = 1.16

Para estimar el punto de equilibrio del emprendimiento, se realizó de dos formas: unidades de equilibrio igual al número de horas de servicio prestado necesarias para alcanzar los

ingresos estimados y el Precio de Equilibrio para alcanzar los ingresos estimados arrojando los datos que se reflejan a continuación:

#### UNIDADES DE EQUILIBRIO

Unidades de Vta/Horas de servicio	5,520	6,846	8,491	10,108	12,035
Unidades de Vta/Horas de servicio Equilibrio	4,527	4,700	4,896	5,232	5,517
Precio de Vta/promedio	\$ 20.9	\$ 20.9	\$ 20.9	\$ 20.9	\$ 20.9
Costo Variable Unit	8%	8%	8%	8%	8%

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 94,667	\$ 98,285	\$ 102,395	\$ 109,409	\$ 115,380	
Costos	\$ (7,998)	\$ (7,764)	\$ (7,778)	\$ (8,316)	\$ (8,811)	
Utilidad Bruta	\$ 86,669	\$ 90,520	\$ 94,617	\$ 101,093	\$ 106,569	
Margen Bruto	92%	92%	92%	92%	92%	
	8%	8%	8%	8%	8%	
Gastos de Marketing	\$ (16,709)	\$ (16,709)	\$ (16,709)	\$ (16,709)	\$ (16,709)	
Gastos de Personal	\$ (61,286)	\$ (64,044)	\$ (66,910)	\$ (71,200)	\$ (75,116)	
Gastos Servicios	\$ (2,004)	\$ (2,257)	\$ (2,541)	\$ (2,861)	\$ (3,221)	
Alquiler Oficina				\$ (800)	\$ (800)	
Gastos Honorarios y Asesorias	\$ (5,350)	\$ (6,024)	\$ (6,783)	\$ (7,638)	\$ (8,600)	
Gastos de Oficina	\$ (1,320)	\$ (1,486)	\$ (1,674)	\$ (1,884)	\$ (2,122)	
Utilidad Operacional	\$ (0)	\$ (0)	\$ (0)	\$ 0	\$ 0	
Margen Operacional	0%	0%	0%	0%	0%	

Fuente: Elaboración propia

#### PRECIO DE EQUILIBRIO

Unidades de Vta/Horas de servicio	5,520	6,846	8,491	10,108	12,035
Precio de Vta/promedio	\$ 20.9	\$ 20.9	\$ 20.9	\$ 20.9	\$ 20.9
Precio de Vta/promedio de equilibrio	\$ 17.15	\$ 14.36	\$ 12.06	\$ 10.82	\$ 9.59
Costo Variable Unit	8%	8%	8%	8%	8%

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 94,667	\$ 98,285	\$ 102,395	\$ 109,409	\$ 115,380	
Costos	\$ (7,998)	\$ (7,764)	\$ (7,778)	\$ (8,316)	\$ (8,811)	
Utilidad Bruta	\$ 86,669	\$ 90,520	\$ 94,617	\$ 101,093	\$ 106,569	
Margen Bruto	92%	92%	92%	92%	92%	
	8%	8%	8%	8%	8%	
Gastos de Marketing	\$ (16,709)	\$ (16,709)	\$ (16,709)	\$ (16,709)	\$ (16,709)	
Gastos de Personal	\$ (61,286)	\$ (64,044)	\$ (66,910)	\$ (71,200)	\$ (75,116)	
Gastos Servicios	\$ (2,004)	\$ (2,257)	\$ (2,541)	\$ (2,861)	\$ (3,221)	
Alquiler Oficina				\$ (800)	\$ (800)	
Gastos Honorarios y Asesorias	\$ (5,350)	\$ (6,024)	\$ (6,783)	\$ (7,638)	\$ (8,600)	
Gastos de Oficina	\$ (1,320)	\$ (1,486)	\$ (1,674)	\$ (1,884)	\$ (2,122)	
Utilidad Operacional	\$ (0)	\$ (0)	\$ 0	\$ (0)	\$ 0	
Margen Operacional	0%	0%	0%	0%	0%	

Fuente: Elaboración propia

Se observa que ESPACIOS & ORDEN alcanza el punto de equilibrio en unidades u horas de servicio desde el primer año una estimación de 5.520 horas de la proyección vs 4.527 horas de servicio de equilibrio. Con los ingresos estimados alcanza a cubrir los costos y gastos de operaciones.

## 7.9 Ratios Financieros

Con base al Estado de resultado proyectado, se estimaron los siguientes ratios financieros detallados a continuación:

RAZONES FINANCIERAS PROYECTADAS					
RAZONES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Razones de Rentabilidad					
Margen Bruto	85%	85%	87%	88%	89%
Margen Neto	5%	15%	24%	30%	35%
Rotación de Activos	3	2	2	1	1
ROA	15%	33%	40%	37%	34%
MAF	100%	100%	100%	100%	100%
ROE	15%	33%	40%	37%	34%

Fuente: Elaboración propia

Como se observa el margen bruto es en promedio del 86%, el primer periodo es del 85%. El margen bruto es supremamente alto, dado a que la vocación del negocio de ESPACIOS & ORDEN se centra en los gastos fijos, los costos asociados solo representan un 13% en promedio de las ventas estimadas por periodo. El margen neto para el primer periodo es 5%, para luego pasar a un 15% en el segundo periodo y crecer paulatinamente. La explosión del margen neto en el año 4 y 5 se debe al incremento en las ventas para este periodo, al tener costos asociados porcentualmente bajos frente a las ventas y los gastos fijos constantes el margen neto se incrementa al 35% siendo un margen atractivo para el inversionista.

El ROA y ROE son para el primer periodo igual a 15%, para los subsiguientes periodos mayores al 33%; estos dos ratios son iguales al no poseer la empresa endeudamiento, por lo anterior no se procedió a realizar los cálculos de endeudamiento.

No fue factible realizar el comparativo y los cálculos de la industria, ya que en el país no existe este tipo de servicio especializado, las estadísticas de la industria de servicio de limpieza que podría asimilarse al tipo de negocio de ESPACIOS & ORDEN, no está disponible al público, dado a que no cotizan en la Bolsa de Valores.

## 7.10 Análisis de Sensibilidad

Para complementar el análisis financiero del proyecto se incluye un análisis de sensibilidad utilizando el software de Oracle Crystal ball Release 11.1.1.1.00 que emplea el modelo multidimensional de la sensibilización del VAN y la simulación de Monte Carlo. Se aplicaron 1000 iteraciones con un nivel de confiabilidad del 95%. Para este análisis se tuvo en cuenta en las iteraciones las siguientes variables de sensibilidad:

SENSIBILIDAD	Media	SD	min	max	Distri.	CV
Demanda objetivo	\$ 115,440	\$ 28,860	\$ 90,000	\$ 400,000	Normal	25%
% Precio del servicio	100%	10%	80%	120%	Normal	10%
% Costos	100%		50%	150%	Rectangular	

En el anexo N°289 se aprecian las variables involucradas en la sensibilización.

Como resultado del análisis de sensibilidad, se obtiene el gráfico de sensibilidad del VAN (ver anexo N° 30), el cual presenta una distribución normal, con una media de \$ 217.906USD y desviación estándar de \$ 109,723.65 y con aproximadamente un 74% de probabilidad de obtener un VAN positivo. El factor que mayor influencia tiene sobre los valores del VAN es el precio y la demanda, correlacionándose ésta, de manera positiva con el VAN (ver anexo N°31)

## 8 Riesgos críticos

La operatividad de ESPACIOS & ORDEN puede verse afectada por ciertos riesgos, los cuales pueden ser de origen interno o externo, cuya probabilidad de ocurrencia es baja o alta. Los riesgos identificados, acompañados de la acción que los mitiga, son los siguientes:

- Riesgo por ser participante no tradicional en el mercado: ESPACIOS & ORDEN es un modelo de negocio recientemente desarrollado en América Latina y por lo tanto desconocido en Panamá. En tal sentido puede enfrentar un bajo nivel de aceptación entre la población. Para mitigar éste riesgo se ha desarrollado un plan de marketing que incluye la promoción y publicidad que el nuevo modelo de negocio requiere para posicionarse en la mente de los consumidores.
- Riesgo de imitación: los servicios de organización pueden ser fácilmente imitados, sin embargo, se han desarrollado elementos diferenciadores tales como: ser amigables con el medio ambiente al utilizar dentro del proceso de organización

materiales reciclables (previa aceptación del cliente), siendo responsables socialmente al incorporar dentro de las soluciones los productos elaborados por los indígenas locales (previa aceptación del cliente), así como, el acompañamiento y la asesoría personalizada, durante el proceso de transformación.

- Riesgo de pérdida de objetos valiosos de los clientes: al organizar los diferentes espacios de sus clientes, el organizador profesional y su equipo de colaboradores estarán en contacto con objetos valiosos, susceptibles de ser extraviados o hurtados. Para mitigar este riesgo se incluirá una cláusula en el contrato de servicio que indique que la firma se hace responsable por la pérdida o extravío de algún bien, durante la ejecución del proyecto de organización.
- Riesgo de no alcanzar los ingresos estimados: frente a éste riesgo la firma pretende promover el servicio de Organización Profesional de Espacios en espacios que reciban gran cantidad de potenciales clientes, como es el caso de Exposiciones, convenciones y afines. Así mismo, hacer uso frecuente y creativo de las redes sociales, posteando contenido relacionado a la organización de espacios.

## 9 Propuesta Inversionista

La puesta en marcha del emprendimiento de ESPACIOS & ORDEN, requiere una inversión inicial solamente para el periodo 0, para el segundo año la empresa está en capacidad de cubrir los costos y gastos operativos asociados. La inversión principal está centrada en la certificación CPOs emitida por la N.A.P.O, para las emprendedoras. Inicialmente el acondicionamiento del espacio de trabajo será en la vivienda de una de las emprendedoras.

Para garantizar la estabilidad financiera del negocio se necesita de una inversión en capital de trabajo; por tanto, el inversionista no tendrá ganancias en el primer y segundo año. Sin embargo, a partir del tercer año se generan flujos atractivos y márgenes netos interesantes en promedio 30%

La propuesta para los inversionistas, para invertir en ESPACIOS & ORDEN es de un VAN positivo = 173.851, Tasa Interna de Retorno (TIR) 85%, superior a la tasa de descuento estimada del mercado incluyendo a la prima por riesgo de emprendimiento de un 2.9% que es igual al 14.53%

Para el cuarto año, se proyecta el alquiler de una oficina para lo cual los inversionistas deberían aportar para el acondicionamiento de la misma; sin embargo, es recuperable en el mismo año.

La composición societaria de la empresa estará distribuida en:

<b>COMPOSICION SOCIETARIA</b>	<b>%</b>
Dorimar Gomez	40%
Adriana Ariza	20%
Inversionista XXX	40%
	100%

La composición accionaria permite a los accionistas a tener voz y voto en las decisiones de Junta Directiva; sin embargo, todo lo referente o que enmarca el plan operativo de la empresa está a discreción decisoria de las emprendedoras que tienen un rol dentro de la estructura organizacional.

Los aumentos de capital estarán condicionados a la emisión de acciones y estará en función del plan de crecimiento y expansión de la empresa.

## 10 Conclusiones

Espacios & Orden es una empresa dedicada al servicio de organización profesional de espacios, específicamente en el ámbito residencial, con el firme y claro objetivo de transformar no solo los espacios de sus clientes sino también sus vidas. Se trata de un servicio innovador en la ciudad de Panamá acorde a las tendencias de EEUU y Europa.

Actualmente existen competidores indirectos en cuanto a servicios de limpieza, tareas domésticas, servicio de mudanza, diseño de interiores, así como contenido digital con gran cantidad de información relacionada a la organización de espacios, sin embargo, ninguno de ellos induce cambios significativos en los estilos de vida de sus clientes.

Espacios & Orden posee un mercado potencial de \$3.5MM de dólares, con ingresos proyectados de \$250 mil al quinto año de operaciones, gracias al modelo de negocio basado en el servicio personalizado y en la transformación del estilo de vida de las personas.

Al realizar la evaluación del proyecto de inversión para ESPACIOS & ORDEN, se obtiene un VAN positivo de \$173.851 con una TIR de 85% frente a una tasa de rendimiento exigida del 14.53%, según el beta de una industria similar (servicios) a la industria de la organización profesional de espacios + la prima por riesgo por proyecto innovador. La inversión comienza a generar flujos positivos, a partir del año uno. Éstos indicadores y los antes expuestos sustentan la idea de que el modelo de negocio de Espacios & Orden es un proyecto que agrega valor y que, adicionalmente retorna su inversión en un horizonte de tiempo relativamente corto de 1.6 años.

## 11 Bibliografía

- Torre, C. (21 de Julio de 2016). *claudiatorre*. Obtenido de [www.claudiatorre.com](http://www.claudiatorre.com):  
<http://www.claudiatorre.com/la-industria-de-la-organizacion-profesional/>
- CÁPITA, P. P. (2016). *Banco Mundial*. Obtenido de [datos.bancomundial.org](http://datos.bancomundial.org):  
<http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD>
- The National Association of Professional Organizers® (NAPO®). (2016). *NAPO - National Association of Professional Organizers*. Obtenido de NAPO - National Association of Professional Organizers-The Organizing Authority:  
[http://www.napo.net/?page=about\\_chapters](http://www.napo.net/?page=about_chapters)
- Keller, P. K. (2012). *Dirección de Marketing*. Mexico, México: Pearson Educación.
- Legorburu, G. (11 de 11 de 2014). Seis pasos para cambiar de estilo de vida y ser más feliz. *El Mundo*.
- Kondo, M. (2015). *La Magia del Orden*. México: Penguin Random House Grupo Editorial .  
houzz. (s.f.). *houzz.es*. Obtenido de <https://www.houzz.es/professionals/soluciones-de-almacenamiento-y-organizadores-profesionales/c/Spain>
- Damodaran, A. (2017). *Aswath Damodaran, adamodar@stern.nyu.edu*. Obtenido de  
<http://www.stern.nyu.edu/~adamodar/pc/datasets/indname.xls>
- Aswath Damodaran, a. (2017). <http://www.damodaran.com>. Obtenido de  
[http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/ctryprem.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html)
- finance.yahoo. (2017). *finance.yahoo.com*. Obtenido de <http://finance.yahoo.com/bonds>

## 12 Anexos

### Anexo N°1: Uso del tiempo

HORAS SEMANALES DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS INTEGRANTES DEL HOGAR DE 15 Y MÁS AÑOS DE EDAD EN EL ÁREA URBANA DEL PAÍS, POR DÍAS DE LA SEMANA Y SEXO, SEGÚN DOMINIO DE ESTUDIO Y ACTIVIDAD: ENCUESTA DE USO DEL TIEMPO, OCTUBRE 2011										
Dominio de estudio y Actividad:	Horas semanales de los integrantes del hogar de 15 y más años de edad									
	Total			Lunes a viernes			Sábado y domingo			
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M	%
<b>TOTAL</b> .....	<b>284,302,604</b>	<b>128,777,291</b>	<b>155,525,313</b>	<b>207,492,985</b>	<b>93,993,919</b>	<b>113,499,066</b>	<b>76,809,609</b>	<b>34,783,366</b>	<b>42,026,243</b>	<b>100%</b>
Trabajo para el mercado.....	44,466,419	26,723,881	17,742,538	37,829,027	22,433,174	15,395,853	6,637,382	4,290,701	2,346,680	16%
Traslado al trabajo (para el mercado).....	8,409,280	4,978,718	3,430,562	7,233,504	4,223,177	3,010,327	1,175,777	755,540	420,237	3%
Búsqueda de trabajo.....	421,819	243,937	177,882	406,082	235,448	170,634	15,735	8,489	7,246	0%
Traslado para buscar trabajo.....	241,030	140,541	100,489	230,677	135,981	94,696	10,354	4,561	5,793	0%
Necesidades personales.....	114,763,887	51,388,622	63,375,265	80,846,559	36,155,401	44,691,158	33,917,328	15,233,221	18,684,107	40%
Actividades agrícolas o pecuarias.....	502,978	331,296	171,683	334,560	217,522	117,038	168,418	113,773	54,644	0%
Actividades educativas.....	7,765,832	3,428,351	4,337,480	7,258,126	3,215,060	4,043,066	507,706	213,291	294,414	3%
Actividades culinarias.....	11,107,742	2,202,738	8,905,004	8,060,616	1,634,731	6,425,885	3,047,126	588,007	2,479,119	4%
Aseo de la vivienda.....	<b>7,356,153</b>	<b>2,082,634</b>	<b>5,273,519</b>	<b>4,969,537</b>	<b>1,367,048</b>	<b>3,602,489</b>	<b>2,386,617</b>	<b>715,586</b>	<b>1,671,031</b>	<b>3%</b>
Construcción y reparaciones.....	560,185	438,169	122,017	365,290	278,028	87,262	194,895	160,141	34,755	0%
Arreglo de ropa.....	4,266,962	774,012	3,492,950	2,870,546	505,885	2,364,661	1,396,416	268,127	1,128,289	2%
Compras.....	3,874,345	1,653,840	2,220,505	2,745,059	1,159,276	1,585,783	1,129,286	494,565	634,721	1%
Gerencia y organización.....	<b>3,406,321</b>	<b>1,370,797</b>	<b>2,035,524</b>	<b>2,799,734</b>	<b>1,098,362</b>	<b>1,701,373</b>	<b>606,586</b>	<b>272,435</b>	<b>334,151</b>	<b>1%</b>
Cuidado de menores niñas, niños y adolescentes.....	9,653,869	1,806,510	7,847,359	7,012,551	1,259,439	5,753,112	2,641,318	547,071	2,094,247	3%
Cuidados de enfermos no crónicos y otros cuidados de personas de toda edad.....	372,666	88,362	284,304	316,107	71,747	244,361	56,559	16,615	39,944	0%
Ayuda gratuita a otros hogares o indigentes.....	1,687,616	362,120	1,325,497	1,247,473	223,355	1,024,119	440,143	138,765	301,378	1%
Trabajo voluntario.....	688,844	320,217	368,627	368,636	176,525	192,110	320,209	143,692	176,517	0%
Familia y sociabilidad.....	32,160,099	14,175,890	17,984,209	20,970,950	9,109,185	11,861,765	11,189,149	5,066,705	6,122,444	11%
Tiempo libre.....	31,904,307	16,058,779	15,845,528	21,138,679	10,351,974	10,786,705	10,765,628	5,706,805	5,058,823	11%
Cuidado de personas del hogar que requieren atención de manera continua.....	597,641	164,780	432,861	435,315	117,113	318,201	162,327	47,667	114,660	0%
Otras actividades no registradas.....	94,608	43,097	51,510	53,956	25,487	28,469	40,651	17,610	23,041	0%

Fuente: Contraloría General; Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – Panamá

### Anexo N°2: Uso del tiempo en Actividades de Aseo y vivienda

DISTRIBUCIÓN PORCENTUAL DE LAS HORAS SEMANALES EN EL ÁREA URBANA DEL PAÍS, POR SEXO, SEGÚN DOMINIO DE ESTUDIO Y ACTIVIDADES DE ASEO DE LA VIVIENDA: ENCUESTA DE USO DEL TIEMPO, OCTUBRE 2011									
Dominio de estudio y actividades de aseo de la vivienda	Horas semanales			Distribución porcentual			Distribución porcentual		
	Total	H	M	Total	H	M	Total	H	M
PROVINCIA DE PANAMÁ.....	<b>5,186,348</b>	<b>1,496,831</b>	<b>3,689,517</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>28.9</b>	<b>71.1</b>
¿Tendió las camas o preparó el lugar donde se duerme?.....	<b>974,852</b>	259,673	715,179	18.8	17.3	19.4	100.0	26.6	73.4
¿Limpió o lavó el cuarto de baño? (incluye lavar servicio, bacinilla o aseo de letrina u otras áreas utilizadas servicio sanitarios).....	609,174	131,040	478,134	11.7	8.8	13.0	100.0	21.5	78.5
¿Hizo la limpieza, se ocupó del orden y arreglo general de la casa? (excluye cocina, baño y servicio sanitario ya registrado).....	<b>2,037,546</b>	353,282	1,684,264	39.3	23.6	45.6	100.0	17.3	82.7
¿Botó o dispuso de la basura, barrió el patio, exteriores de la vivienda o la calle, realizó trabajo de jardinería? (regar, podar, plantar, cortar el césped, etc.).....	587,246	264,203	323,043	11.3	17.7	8.8	100.0	45.0	55.0
¿Acarreó agua para uso del hogar o almacenó agua, calentó agua para el baño o prendió el calentador de agua?.....	265,513	118,936	146,577	5.1	7.9	4.0	100.0	44.8	55.2
¿Lavó o llevó a asear algún vehículo del hogar: automóvil, moto, carreta, bicicleta, semovientes (animales de transporte).....	196,958	156,680	40,278	3.8	10.5	1.1	100.0	79.5	20.5
¿Aseó o cuidó mascotas y sus espacios, se encargó de alimentarlas o pasearlas (perro, gato, peces, pájaros, etc.)?.....	515,058	213,016	302,042	9.9	14.2	8.2	100.0	41.4	58.6

Fuente: Contraloría General; Instituto Nacional de Estadísticas y Censo – Panamá

### Anexo N°3: Asociaciones Internacionales



National Association of Professional Organizers  
*The Organizing Authority*®

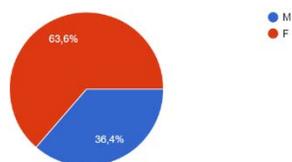
Fuente: <http://www.napo.net/>

### Anexo N° 4: Encuestas y Resultados (Metodología & tamaño muestra)

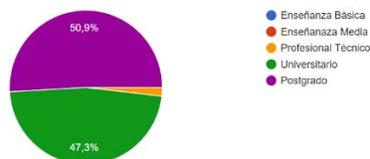
**Metodología:** Se realizó el proceso de captura de información a través de una encuesta diseñada con el objetivo de conocer si existe intención de adquirir el servicio ofrecido por la empresa **ESPACIOS & ORDEN** a potenciales clientes, dicha encuesta se definió en tres segmentos: Información Personal, Mercado y Producto.

**Muestra:** 118 personas

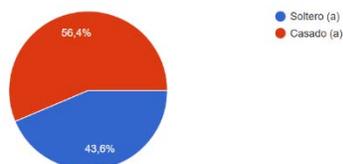
1. Sexo



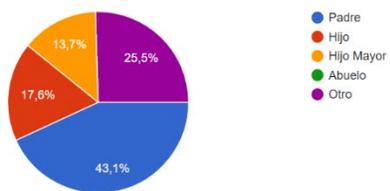
3. Nivel de Estudio



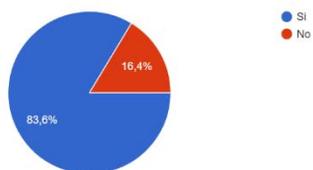
4. Estado Civil



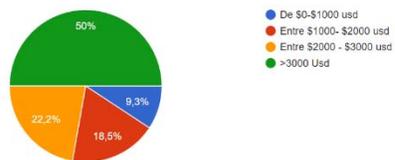
5. ¿Cuál es su puesto en el hogar?



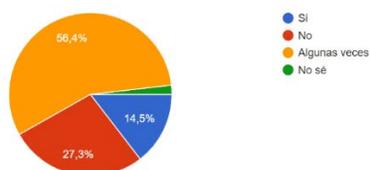
6. ¿Actualmente esta trabajando?



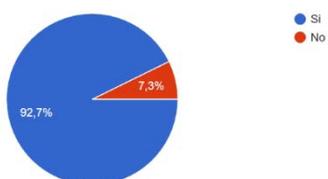
7. Los ingresos mensuales de su hogar son :



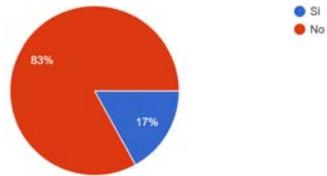
8. ¿Tiene el hábito de acumular cosas o vive con lo necesario?



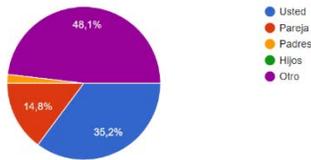
9. ¿Se ha mudado alguna vez?



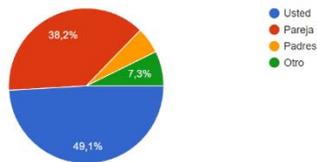
10. ¿De ser afirmativa su respuesta, ha contado con ayuda profesional para clasificar, embalar y desembalar su mudanza?



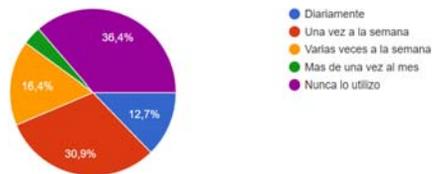
11. ¿Quién suele hacer la limpieza del hogar?



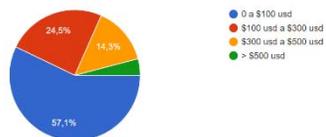
12. ¿Quién paga por el mantenimiento de la casa?



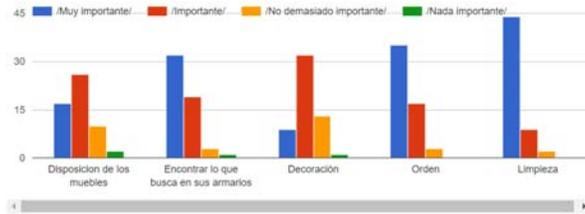
13. ¿Con qué frecuencia utiliza Servicios de Limpieza y Organización?



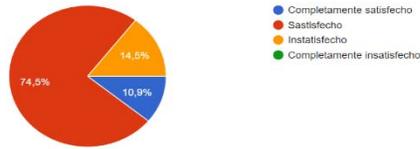
14. ¿Cuánto dinero gasta en el Servicio de Limpieza y Organización, mensualmente?



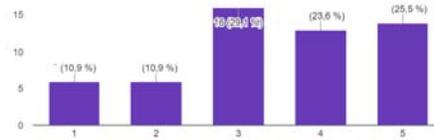
15. Valore los 3 aspectos que más estima al momento de organizar su hogar



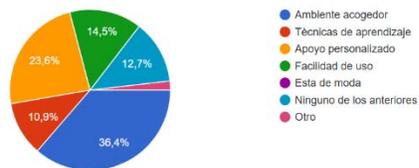
16. ¿Cuál es su grado de satisfacción en general con la organización de su hogar u oficina?



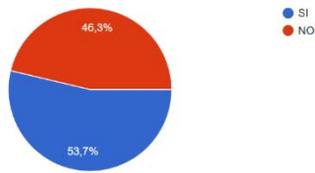
17. ¿Le parece interesante la idea de tener un profesional que le diseñe y enseñe técnicas para organizar los espacios de su hogar u oficina? En una escala del 1 al 5, donde 5 es "muy interesante" y 1 es "nada interesante".



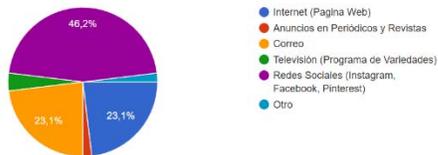
18. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos le atraen del concepto?



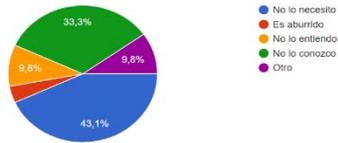
19. ¿Estaría usted dispuesto a pagar por un servicio de organización de espacios?



20. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre este servicio?



21. ¿Cuál o cuáles de los siguientes aspectos no le atraen del concepto?



Fuente: Elaboración Propia

## Anexo N° 5: Encuestas y Resultados (Metodología & tamaño muestra)

**Metodología:** Se realizó el proceso de captura de información a través de una encuesta diseñada con el objetivo de conocer si existe intención de adquirir el servicio ofrecido por la empresa **ESPACIOS & ORDEN** al mercado objetivo que son personas con ingresos iguales o >\$3.000 USD, dicha encuesta se definió en tres segmentos: Información Personal, Mercado y Producto.

**Muestra:** 63 personas

**TABLA DE DATOS: ENCUESTA FRECUENCIA DE USO Y DISPOSICION A PAGAR**

PREGUNTAS	RESPUESTAS					
1 Sexo	M	F				
Respuestas	44%	56%				
2 Edad	24-30	31-40	41-50	>50		
Respuestas	26%	49%	23%	3%		
3 Estado Civil	Soltero	Casado	Union Libre	Otro (Divorciado)		
Respuestas	36%	44%	10%	10%		
4. Número de integrantes de su hogar?	1	2	3	>4		
Respuestas	28%	23%	21%	28%		
5 Los ingresos mensuales de su hogar son :	Entre \$2000 - \$3000 usd	>3000 Usd	Otro			
Respuestas	31%	69%	0%			
6 ¿Quién suele hacer la limpieza del hogar?	Usted	Empleada Domestica	Familiar con remuneración	Familiar sin remuneración	Otro	
Respuestas	31%	49%	10%	10%	0%	
7 ¿Con qué frecuencia utiliza Servicios de Limpieza y Organización?	Diariamente	Mas de una vez al mes	Nunca lo utilizo	Una vez a la semana	Varias veces a la semana	
Respuestas	18%	3%	44%	21%	15%	
8 ¿ Conoce usted el concepto de "Organización Profesional de Espacios" o "Professional Organizer"?	Sí	No	Tal vez			
Respuestas	46%	41%	13%			
9 ¿Estaría interesado en que una persona le organice de manera profesional y personalizada los espacios de su hogar y adicionalmente le enseñe técnicas para mantenerlos en orden?	Sí	No	Tal vez			
Respuestas	59%	21%	21%			
10 En caso afirmativo de la respuesta anterior ¿Cómo le gustaría que le cobraran el servicio en horas o por m2?	Horas	Metros cuadrados	Otro (Indiferente)			
Respuestas	72%	21%	8%			
11 ¿Cuanto seria la disposición a pagar por este servicio?	\$0 USD	Entre \$2 USD a \$5 USD	Entre \$6 USD a \$10 USD	Entre \$10 USD a \$20 USD	Entre \$20 USD a \$50USD	>\$50 USD
Respuestas	8%	13%	10%	51%	13%	5%
12 ¿Con que frecuencia usaría el servicio?	1 vez a la semana	2 veces a la semana	1 vez al mes	Entre 3 a 6 veces al mes	1 vez cada 2 meses	Ninguna
Respuestas	3%	13%	18%	45%	0%	21%

Fuente: Elaboración propia, datos encuesta realizada, Febrero 2017

## Anexo N° 6: Focus Group



Nota: se adjunta video del Focus group

## Anexo N°7: Perfiles de empresas similares en Iberoamérica

### ORGANIZARTE



ORGANIZARTE<sup>®</sup>  
...del caos al orden

f g+ i+ p t+ v

ACERCA DE LO QUE HACEMOS TIENDA RECURSOS PRESS ANTES / DESPUÉS BLOG CONTACTO

Nuestro Blog

**organizARTE**

organizARTE...del caos al orden<sup>®</sup> es la primera empresa en México dedicada a la organización profesional de espacios y a la transmisión del conocimiento a través de capacitaciones digitales y presenciales, para que las personas aprendan a pasar ...del caos al orden, tanto en sus espacios personales, como en sus empresas.

Iniciamos operaciones en 2012, la cuales están sustentadas en el conocimiento formal de organización profesional de espacios, a través de certificaciones reconocidas a nivel mundial y diversos entrenamientos en el tema, así como en años de experiencia en el campo.

Desde el inicio, uno de nuestros pilares ha sido el excelente servicio y satisfacción de cada cliente, conociendo y entendiendo sus necesidades particulares, y trabajando con ellos para transmitirles mediante la acción e implementación, nuestros métodos, y que así puedan mantener sus espacios ordenados, organizados y optimizados de forma permanente.

En organizARTE...del caos al orden<sup>®</sup> nuestra misión es ayudar a las personas a pasar del caos al orden, influyendo positivamente en sus vidas, a través de la transformación de sus espacios.

Video Destacado

6 tips de una organizador...

Ilustración # 1: Perfil Organizarte, fuente: <http://organizarte.mx/>



## Detrás de NACHOrganiza



Hola soy Nacho Eguarte, Arquitecto de profesión; tengo una gran pasión por la organización de los espacios, su funcionalidad y la manera como nos relacionamos los seres humanos con las posesiones. Publico desde 2012 [NACHOrganiza](http://nachorganiza.com), el primer blog de organización en español y asesoría para la vida.

Me dedico a crear sistemas de organización para el hogar y la oficina, eso va desde establecer rutinas funcionales, hasta el almacenaje de las posesiones; pasando por el diseño de mobiliarios, cocinas, clósets, buscando una meta común, tener cada cosa en su lugar, con ello conseguir el máximo confort de vida. Mi quehacer profesional es con las personas primeramente y la manera como interactúan con sus espacios.

**ESPACIOS ORGANIZADOS, VIDA SIMPLE, ESE ES EL LEMA DE NACHORGANIZA.**

Soy miembro de [NAPO \(National Association of Professional Organizers\)](http://naipo.org), también de su capítulo virtual ([NAPOVC](http://naipo.org)) y del [Institute For Challenging Disorganization](http://institute.org) que prepara profesionales para atender necesidades especiales tales como acumulación compulsiva y desorganización crónica.

Ilustración # 4: Perfil NACHOrganiza Fuente: [http:// nachorganiza.com/](http://nachorganiza.com/)



## QUÉ ES ORDENSTUDIO

Igual que existen profesionales que pueden ayudar a aquellas personas que quieren mejorar su físico (entrenadores personales), su alimentación (dietistas), la higiene de su hogar (personal de limpieza) o cualquier otra cosa, existe una profesión especializada en la ayuda del orden en todas sus formas posibles: Professional Organizer.

Orden Studio nace con el compromiso adquirido de contribuir en la mejora de las vidas de todas aquellas personas que se dejen asesorar por nosotros.

Queremos hacer que sus vidas sean un poquito mejores y sobre todo más equilibradas y serenas.

Ilustración 3 : Perfil ORDENSTUDIO Fuente: <http://www.ordenstudio.com/>

## Anexo N°8: Testeo del servicio con clientes prospectos

### Proyecto #1: organización de cajón de cocina

**Antes**



**Después**

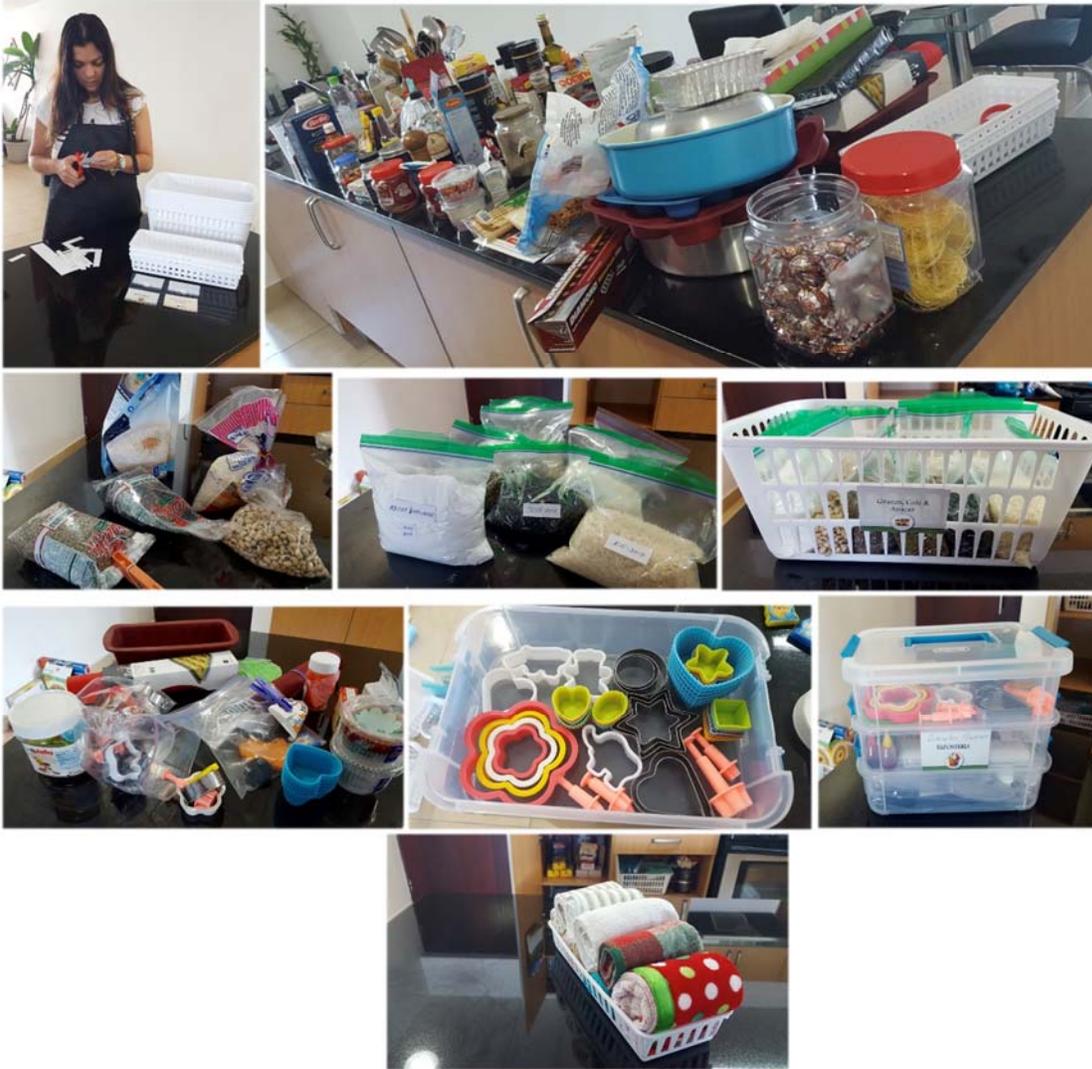


### Proyecto #2: organización de alacena

**Antes**



Durante



Después



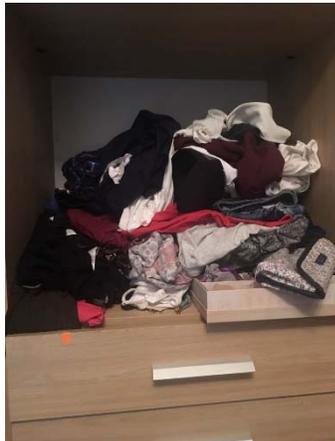
Proyecto #3: organización de Closet  
**Antes**



**Después**



**Antes**



**Después**



## Anexo N°9: Pasos para abrir una empresa en Panamá

### Pasos para abrir una empresa en Panamá

Para operar un negocio en Panamá, usted puede realizar sus actividades a través de:

**Persona Natural:** Son personas físicas que actúan en nombre propio para la realización de su actividad comercial, y que se identifican con su número de cédula.

**Persona Jurídica:** Es una sociedad o institución formada para la consecución de un fin y con aprobación legal. Están representadas por personas naturales, capaces de ejercer derechos y contraer obligaciones en el ejercicio de su actividad comercial o industrial. La identificación de estas sociedades es por medio del Registro Único del Contribuyente (RUC.). Para su registro se requiere de un abogado.

### Creación de una sociedad en Panamá

Las sociedades panameñas se pueden constituir en un término de tres a cinco días laborables. Existen sociedades o corporaciones anónimas, sociedades de responsabilidad limitada, entre otras figuras jurídicas. Nuestra legislación permite que usted incorpore una sociedad extranjera en nuestro registro público, previo cumplimiento de los requisitos previamente establecidos para tales efectos.

Las sociedades requieren la celebración de un acuerdo entre dos o más personas mayores de edad, quienes deberán suscribir al menos una acción cada uno, sin importar cuál sea su nacionalidad o su domicilio. Este acuerdo debe presentarse ante Notario Público en Panamá, para la confección de la Escritura Pública correspondiente. Luego, esa Escritura Pública deberá ser inscrita en el Registro Público de Panamá.

El Pacto social reflejará los términos y condiciones acordados y luego de su registro en la Sección Mercantil del Registro Público ese documento será también efectivo contra terceros. En muchos aspectos, la Ley 32 sobre sociedades anónimas trabaja solo como fuente de ley secundaria.

De acuerdo a la Ley, el Pacto Social de las Sociedades o Corporaciones debe contener, entre otras cosas:

- El nombre de la Sociedad Anónima
- El nombre y domicilio de los subscriptores
- Los objetos a los cuales podrá dedicarse la sociedad
- El capital social, monto, distribución accionaria y clases de acciones, etc.
- La duración de la sociedad, la cual puede ser perpetua
- El nombre y domicilio de los directores y dignatarios
- El nombre y domicilio del agente residente

Las Sociedades Anónimas o Corporaciones que no desarrollen actividades comerciales o industriales dentro de Panamá (oficinas de representación) no requieren obtener licencias comerciales para operar fuera del territorio de la República de Panamá, en calidad de Sociedades Anónimas o Corporaciones Offshore.

En el Registro, la Compañía paga una tarifa de transacción anual de US\$ 250.00. Para los años siguientes pagará US\$ 300.00. Lo usual para este tipo de sociedades en que el capital de inversión inicial sea de al menos US\$ 10,000.00 y por esta cantidad que tiene que pagar alrededor de US\$ 60.00 en el Registro Público, más el costo de Notario, que es de aproximadamente US\$ 40.00, más los honorarios del abogado. Si el capital es mayor, así mismo el costo aumenta.

### ¿Qué es el RUC?

Es el Registro Único de Contribuyentes (RUC), el cual otorga una identificación tributaria a toda persona natural o jurídica que realiza una actividad económica y que en consecuencia debe pagar, como tal, cualquier impuesto, tasa o contribución especial a cargo o administrado por la Dirección General de Ingresos (DGI).

### ¿Dónde puedo realizar la inscripción del RUC?

Usted puede inscribir su número de RUC acercándose a las Administraciones Provinciales de la Dirección General de Ingresos o vía internet, en la página de la Dirección General de Ingresos, [www.dgi.gob.pa](http://www.dgi.gob.pa)

El RUC difiere según el tipo de persona: • Persona Natural: es el número de su cédula de identidad personal.

Ej. 8-100-678

Persona Jurídica: es el número de inscripción en el Registro Público. Para sociedades antiguas, registradas antes de 1985, el asiento consta de números, puntos, letras y/u otros caracteres. En estos casos, debe inscribirse el número de RUC solamente con los dígitos numéricos que lo componen.

Ej. 4789-321-1515

Una vez realizada la inscripción se suministra su número de Dígito Verificador.

### ¿Qué es el Dígito Verificador?

Corresponde a un dígito interno de control usado en los procesos de recaudación y fiscalización de la Dirección General de Ingresos.

### ¿Cuáles son los requisitos para inscribir el RUC en la Administraciones Provinciales de Ingresos (DGI)?

Persona Natural: Para inscribir su número de RUC, usted debe presentar la siguiente documentación:

Profesional e Independiente:

- Fotocopia de Cédula de Identidad Personal.

- Fotocopia del último recibo de pago de un servicio de público (luz, agua o teléfono) del domicilio del contribuyente, o copia de la solicitud de instalación de alguno de los servicios públicos.

- Formulario de Inscripción de RUC debidamente lleno y firmado.
- Comerciante:
  - Fotocopia de Cédula de Identidad Personal.
  - Fotocopia de la Licencia Comercial o Registro Comercial emitido por el Ministerio de Comercio e Industrias o Aviso de Operación.
  - Fotocopia del último recibo de pago de un servicio público (luz, agua o teléfono), que concuerde con la dirección que aparece en la Licencia o Registro Comercial, si no tuviera este requisito adjunte copia del domicilio.
  - Formulario de Inscripción de RUC debidamente lleno y firmado.
- Persona Jurídica: Para inscribir su número de RUC, usted debe presentar la siguiente documentación:
  - Constancia de Inscripción emitida por el Registro Público (Uno de los 2). - Fotocopia de Acta de Constitución o de Pacto Social.
  - Fotocopia de la Certificación emitida por el Registro Público.
  - Fotocopia de Cédula de Identidad Personal del Representante Legal.
  - Fotocopia de la Licencia Comercial o Registro Comercial emitido por el Ministerio de Comercio e Industrias. (En caso de obtenerla) o Aviso de Operación.
  - Fotocopia del último recibo de pago de un servicio público (luz, agua o teléfono) actualizado, correspondiente al domicilio, que concuerde con la dirección que aparece en la constancia del Registro Público, o que concuerde con la dirección que aparece en la Licencia o Registro Comercial.
  - Formulario de Inscripción de RUC debidamente lleno y firmado. Inscripción de RUC Vía Internet
  - Tener conexión a Internet.
  - Contar con una dirección de correo electrónico.
  - Tener Acceso a la página [www.dgi.gob.pa](http://www.dgi.gob.pa).
  - Introducir su número de RUC.
  - Completar la información del formulario que se adjunta.
  - Ingresar un código secreto de dígitos alfanumérico (NIT). Es Obligatorio que la clave tenga 4 números al inicio, y al menos 4 caracteres adicionales (letras, números o símbolos).

#### **Aviso de Operaciones**

¿Qué es el Aviso de Operación?

Es la licencia comercial que brinda la oportunidad por parte del Estado, para realizar actividades comerciales, industriales y de servicio. El Aviso de Operación es el único proceso requerido para el inicio de una actividad comercial o industrial en el territorio de la República. Proceso mediante el cual se deja constancia de que la actividad comercial o industrial que va a ejercer el declarante ha sido debidamente informada a la Administración Pública, e incluye una declaración jurada del interesado, en la que declara haber cumplido las normas que amparan la actividad que desarrollará.

Cabe señalar, que el Aviso de Operación sustituye el trámite de la licencia o registro comercial para llevar a cabo cualquier actividad industrial o comercial a partir del 11 de enero del 2007.

¿Cuáles son los requisitos para obtener el Aviso de Operación?

#### **Persona Jurídica**

1. Copia de las cédula del Representante Legal.
2. Nombre de la Razón Social (Nombre de la empresa).
3. Nombres de las personas que conforman la Junta Directiva de la empresa.
4. Número de RUC de la Empresa, debidamente registrada en la Dirección General de Ingresos (DGI).
5. Ubicación física del establecimiento.
6. Determinar la actividad a la cual se va a dedicar la empresa.

#### **Persona Natural**

1. Copia de la cédula de la identidad Personal (dueño de la empresa).
2. Ubicación física del establecimiento.
3. Nombre de la Empresa.
4. Determinar la actividad a la cual se va a dedicar la empresa.

#### **Contratos Laborales en el Ministerio de Trabajo Laboral (MITRADEL)**

¿Qué son los Contratos Laborales del Ministerio de Trabajo Laboral?

Los contratos son un requisito indispensable para contratar a un colaborador en su empresa. **¿Cuáles son los requisitos que debe tener un Contrato escrito de Trabajo?**

#### **Empleador como Persona Natural**

1. Nombre
2. Nacionalidad
3. Edad
4. Sexo
5. Estado Civil
6. Domicilio
7. Número de Cédula de las partes

#### **Empleador como Persona Jurídica**

1. Nombre de la Empresa (razón Social).

2. Domicilio de la Empresa
  3. Nombre del Representante Legal
  4. Datos de Inscripción en el Registro Público
    - Nombre de las personas que viven con el trabajador y las que dependen económicamente del empleado.
    - Determinación específica de la obra o servicios convenidos y de las modalidades
    - Lugar o lugares donde deberá prestarse el servicio.
    - Duración del contrato si es por tiempo fijo o la declaración correspondiente, si es por tiempo Definido o por Obra Determinada.
    - Duración, y división regular de la jornada.
    - El salario forma, día y lugar de pago.
    - Lugar y fecha de celebración.
    - Firma de las partes si pudieren hacerlo o la impresión de su huella digital en presencia de testigos que firmen a ruego y constancia de aprobación oficial contrato en los casos exigidos por este Código.
- Nota:** El Ministerio de Trabajo Laboral, al momento de realizar el registro laboral exige 3 originales del contrato para su sellado.
- Original 1: Ministerio de Trabajo Laboral
  - Original 2: Empleador
  - Original 3: Empleado

Los extranjeros en Panamá sólo se puede hacer actividades al por mayor. El impuesto sobre la renta aplicable para el año 2011 es del 25% y que deberán pagar cada año a más tardar el 31 de marzo. Los impuestos municipales pagados en las etiquetas de la compañía cerca de US\$ 15 a 25 por mes.

Con respecto al Aviso de Operación, el capital va desde US\$ 100 a US\$ 40,000.00 y un impuesto del 2% se paga sobre el monto del capital. Si el capital es menor de \$ 10,000.00, no tiene que pagar el impuesto. (Esto se especifica en la Ley n o 11 para la Apertura de Negocios).

Fuente: [http://mici.gob.pa/imagenes/pdf/PASOS\\_PARA\\_ABRIR\\_UNA\\_EMPRESA\\_EN\\_PANAMA.pdf](http://mici.gob.pa/imagenes/pdf/PASOS_PARA_ABRIR_UNA_EMPRESA_EN_PANAMA.pdf)

## Anexo N°10: Análisis PESTLE – Macro entorno

<b>POLITICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Panamá cuenta con un sistema político basado en la democracia y la independencia de poderes.</li> </ul>
<b>ECONÓMICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Crecimiento promedio anual de Panamá, durante la última década ha sido del 7.2%, entre 2001 y 2013, 6.2% en 2014 y 5.8% en 2015. Siendo la estimación para 2016 de 6.0%. (Grupo Banco MUndial, 2016)</li> <li>▪ Ingreso per cápita más alto de Centroamérica.</li> <li>▪ Estabilidad económica.</li> <li>▪ Apertura a la inversión extranjera directa (IED) (Revista itnow, 2015).</li> </ul>

---

SOCIAL DEMOGRÁFICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Esfuerzos significativos en reducción de la pobreza, entre 2008 y 2014 el país alcanzó a reducir la pobreza de 26.2% a 18.7% y la pobreza extrema de 14.5% a 10.2% (Grupo Banco MUndial, 2016).</li> <li>▪ Población de 3.9 Millones de Hab. Par el 2015, el 70% reside en zonas urbanas y el 50% habita en la provincia de Panamá. (Banco Mundial, 2016).</li> <li>▪ En cuanto a género, la población está repartida 50% hombres y 50% mujeres.</li> <li>▪ Estilo de vida discordante con su ingreso económico. (La estrella de Panamá, 2014).</li> <li>▪ País donde prevalece la convergencia y diversidad cultural.</li> </ul>
TECNOLÓGICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Panamá ha tenido una buena adopción de tecnología.</li> <li>▪ El 90% de las empresas en Panamá son Pymes, lo que representa un sin número de oportunidades para el sector tecnológico.</li> <li>▪ La Inversión extranjera Directa (IED), la más alta de América Latina, ha sido un vehículo para traer mejor tecnología. (Revista itnow, 2015)</li> </ul>
LEGAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estabilidad jurídica de las inversiones en Panamá (PROINVEX, 2016).</li> <li>• Constitución de empresas en un plazo de tres a cinco días laborables (mici, s.f.).</li> </ul>
ECOLOGICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panamá está haciendo grandes esfuerzos, a través de organizaciones como ROBA MORENA para incentivar el reciclaje en las comunidades y organizaciones, tanto públicas como privadas (ROBA MORENA, 2016)</li> </ul>

## Anexo N°11: Salarios promedio de mercado ciudad de Panamá

Jueves, 26 de enero de 2017.

Buscar     

# La Prensa / Panorama

Iniciar sesión | Edición web

PORTADA PANORAMA HOY POR HOY OPINIÓN PERSPECTIVA DEPORTES ECONOMÍA VIVIR+ RESEÑA EMPRESARIAL RESEÑA SOCIALES

MOSAICO DOMINICAL HORÓSCOPO

TEMAS DE HOY: Odebrecht West Valdés Iván Clare Corrupción Darién Superintendencia de Bancos de Panamá (SBP) Alma Cortés Donald Trump México

**AVANCE:** Noriega pide dos audiencias ante jueces de cumplimiento por casos de Giroldi/Spadafora

## El 85% de las empleadas del hogar no cotiza a la CSS

Elisabel Marivít Fermin 11 abr 2016 - 01:23h

Actualmente el porcentaje de la cotización en la CSS por un trabajador del hogar se fracciona de la siguiente manera: el empleador debe pagar 13.25% del salario base, de este total, un 11.75% se destina para el seguro social y 1.50% para el seguro educativo, mientras que el trabajador debe pagar un 10.25% de su salario base, dividido en un 9% para la cobertura de seguro social y 1.25% para el seguro educativo.

De acuerdo con el informe anual de facturación de la CSS, los trabajadores de mantenimiento en los sectores público y las del área privada cotizaron en 2012 un total de 4 millones 630 mil 889 dólares.

En 2014, la facturación fue de 14 millones 493 mil 555 dólares, un aumento de 9 millones 862 mil 666 dólares. La razón es porque ha aumentado el número de personas inscritas y probablemente porque se han ido ajustando los salarios.

Hace 10 años una trabajadora doméstica ganaba entre 200 y 250 dólares. Actualmente, el salario promedio es de 450 a 500 dólares. El trabajo suele incluir tareas como limpiar la casa, cocinar, lavar y planchar la ropa, el cuidado de niños o ancianos.

Fuente: [http://impresa.prensa.com/panorama/empleadas-hogar-cotiza-CSS\\_0\\_4458304135.html](http://impresa.prensa.com/panorama/empleadas-hogar-cotiza-CSS_0_4458304135.html)

## Anexo N°12: Tarifas Servicio Professional Organizer en España

organizaciondelorden.com/orgdelord/tarparticulares1.html

Aplicaciones Grupo David Enterpris El programa de diseñ AD Viaje al país VECINO MBA en diez días - St Lookbooks | Vogue Moda Operandi Best Paris Fashion Wo Otros marcadores

Organización del Orden

Hola Particulares  
Ejemplos Empresas  
Servicios  
Tarifas  
Contacto

**Tarifa para particulares**

Antes del proyecto:  
**Primera visita** de consulta y diagnóstico, **sin cargo**.

Al aceptar el presupuesto:  
**-45€ por hora de trabajo**

Al acordar fecha:  
-Anticipo del 40% del total estimado de horas de trabajo  
-Anticipo del 100% del coste del material al autorizar una compra.

Al finalizar el proyecto:  
-Pago del 60% restante.

**Tarifa especial** para relocalaciones nacionales e internacionales.

Fuente: Organizaciondelorden.com

organizaciondelorden.com/orgdelord/tarempresas1.html

Aplicaciones Grupo David Enterpris El programa de diseñ AD Viaje al país VECINO MBA en diez días - St Lookbooks | Vogue Moda Operandi Best Paris Fashion Wo Otros marcadores

Organización del Orden

Hola Particulares  
Ejemplos Empresas  
Servicios  
Tarifas  
Contacto

**Tarifa para empresas**

Antes del proyecto:  
**Primera visita** de consulta y diagnóstico, **sin cargo**.

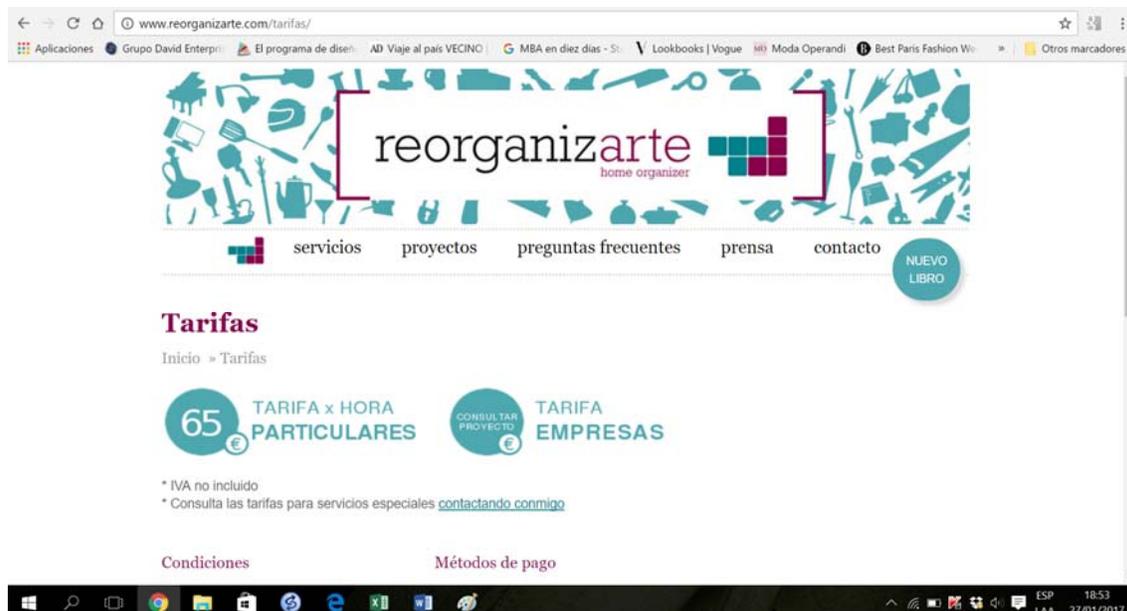
Al aceptar el presupuesto:  
**-65€ por hora de trabajo**

Al acordar fecha:  
-Anticipo del 40% del total estimado de horas de trabajo  
-Anticipo del 100% del coste del material al autorizar una compra.

Al finalizar el proyecto:  
-Pago del 60% restante.

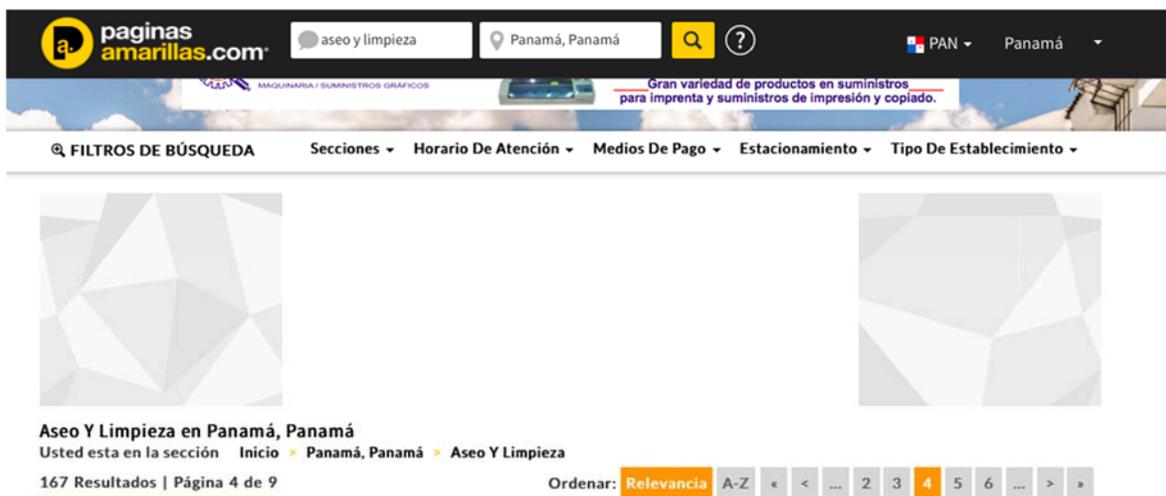
**Tarifa especial** mudanzas y relocalaciones: **presupuesto cerrado por semana o trabajo completo**.

Fuente: Organizaciondelorden.com



Fuente: reorganizarte.com

Anexo N°13: N° de empresas de servicios de limpieza y mantenimiento registradas en las Páginas amarillas en la Provincia de Panamá.



Anexo N°14: N° de empresas de servicio de mudanzas registradas en las Páginas amarillas en la Provincia de Panamá.

paginas amarillas.com

Mudanzas

Panamá, Panamá

PAN Panamá

MAXIGRUAS

FILTROS DE BÚSQUEDA Secciones Horario De Atención Medios De Pago Estacionamiento Tipo De Establecimiento

Depósitos desde 1 mts<sup>2</sup> hasta 72 mts<sup>2</sup>

224-1111  
www.almacenajes.net

Almacenes minidepósitos

Mudanzas en Panamá, Panamá

Usted esta en la sección Inicio > Panamá, Panamá > Mudanzas

50 Resultados | Página 1 de 3

Ordenar: Relevancia A-Z < < 1 2 3 > >

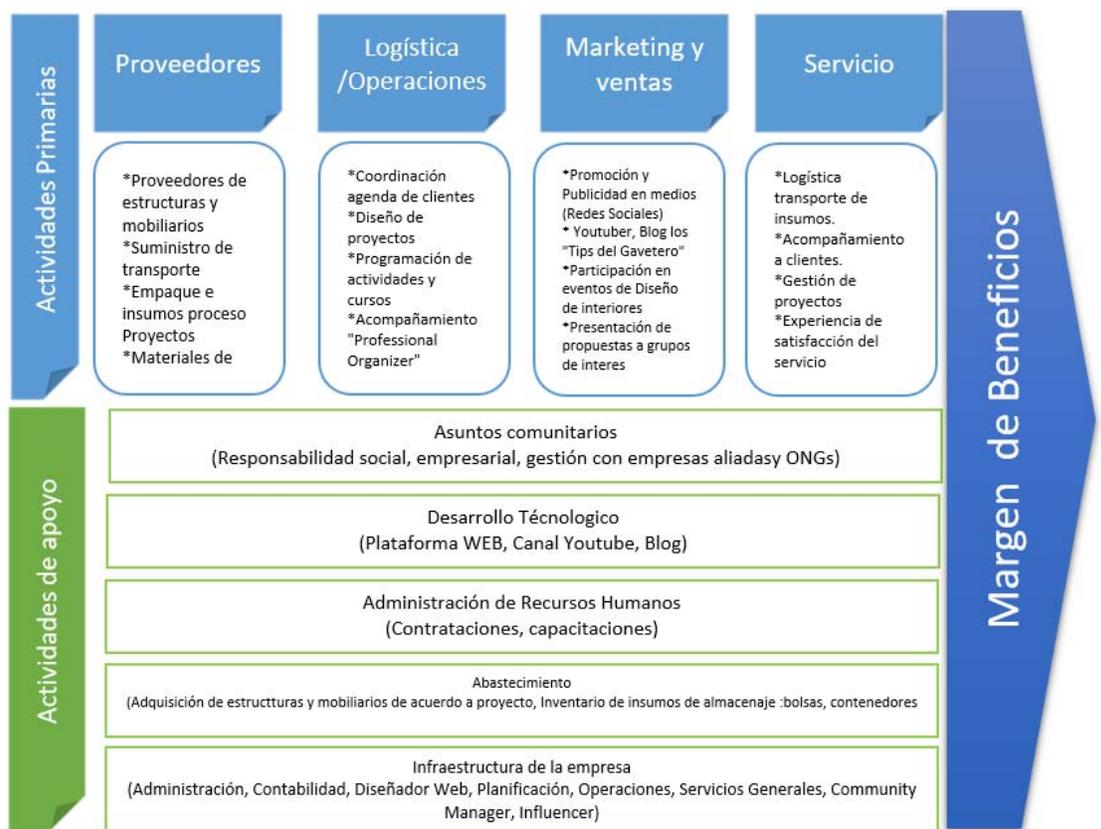
Anexo N° 15: Prototipo Página web // [www.espacios&orden.com](http://www.espacios&orden.com)

## ANTES / DESPUES



All Rights Reserved ESPACIOS&ORDEN | www.espacios&orden.com | Panamá, Calle Federico Boyd, Piso 4  
Tel: (+507) - 300 - 2950 | Cel: (507) - 6618-03-59, 6151-7878

## Anexo N°16: Cadena de Valor



Fuente: Elaboración Propia

## Anexo N°17: Análisis FODA



Tabla N°1: Matriz FODA, fuente propia

Anexo N°18: Técnicas para doblar prendas de vestir:

Técnica de “archivero”

Técnica “en escalera”



Fuente: Organizarte <http://organizarte.mx/videos/>

Anexo N°19: Cuestionario de solicitud de servicio

1. ¿Qué tipo de servicio desea contratar?

- Servicio de organización de profesional
- Servicio de mudanza
- Servicio de home personal shopper y gestiones comerciales (altas de suministros, cambios de domiciliación de recibos)
- Servicio de orientación y asesoramiento

2. Si el servicio a contratar es de organización ¿Cuántos espacios desea organizar?

- Un espacio
- Dos espacios
- Tres espacios
- Otro (especifique)

3. ¿Qué espacio desea organizar?

- Recámara
- Closet
- Cocina
- Alacena
- Baño
- Vestidor
- Sala
- Cuarto de lavado
- Comedor
- Cuarto de juegos
- Sala de TV
- Bodega
- Oficina en casa
- Estudio
- Otro (especifique)

4. ¿Desea que, entre los implementos a usar en el proceso de organización de sus espacios, trabajemos con materiales reciclables?

- Si
- No

5. ¿Desea que, entre los implementos a usar en el proceso de organización de sus espacios, trabajemos con materiales fabricados por indígenas locales?

- Si
- No

---

6. ¿Que desea hacer con los artículos provenientes de la depuración realizada, durante el proceso de organización de sus espacios?

- Vender
- Donar
- Reciclar
- Otro (especifique)

7. Si el servicio a contratar es de mudanza ¿desea contar con el servicio de organización en el lugar de destino?

- Si
- No

8. ¿Usted o algún miembro de su familia es alérgico a algún producto químico de limpieza?

- Si
- No
- Especifique

## Anexo N°20: Agenda Certificación emprendedoras

----- Mensaje enviado -----  
 De: **Academia Claudia Torre** <academia@claudiatorre.com>  
 Fecha: 2 de marzo de 2017, 19:25  
 Asunto: Cursos Academia Claudia Torre  
 Para: dor1174@gmail.com

Hola, te agradecemos mucho tu interés en nuestra capacitación!! En el archivo anexo está toda la información detallada de nuestro ECO (Entrenamiento y Capacitación para Organizadores), el cual está diseñado para proporcionarte el conocimiento, sistema y técnicas para que puedas convertir tu pasión por la organización en tu profesión; también te compartimos toda la información del diplomado "El arte de la organización" que tiene el mismo objetivo, certificar a quienes quieren ser Organizadores Profesionales, pero de forma presencial.

Aquí están las fechas de nuestros programas de capacitación 2017:

NOMBRE	FECHA / DURACIÓN	DIRIGIDO A	OBJETIVO
<b>3er Diplomado "El arte de la organización"</b> <b>5 LUGARES DISPONIBLES</b>	22 de abril (inicia) 64 horas	Quiénes quieren convertirse en Organizadores Profesionales y prefieren la capacitación presencial	Formar a los Organizadores Profesionales y certificar a quienes cumplan con los requisitos.
<b>2da Certificación ECO</b>	28 al 30 de abril 24 horas	Quiénes quieren convertirse en Organizadores Profesionales	Complementar el conocimiento del ECO a través de práctica y certificar a quienes cumplan con los requisitos.
<b>3er Taller LATAB</b>	17 junio 8 horas	Quiénes quieren aprender a organizar sus documentos	Aplicar el sistema de organización profesional de documentos para aquellas personas que quieran aplicarlo en su hogar u oficina.
<b>3ra Certificación ECO</b>	28 al 30 de julio	Quiénes quieren convertirse en Organizadores Profesionales	Complementar el conocimiento del ECO a través de práctica y certificar a quienes cumplan con los requisitos.
<b>2do Taller "Aprende a organizar"</b>	12 y 13 de agosto 16 horas	Quiénes quieren organizar su hogar, pero no se quieren dedicar a esto.	Dar a conocer las técnicas y el sistema de organizARTE... del caos al orden, para que una persona pueda aplicarlo en las diferentes zonas de su hogar.
<b>4to Diplomado "El arte de la organización"</b>	23 de septiembre (inicia) 64 horas	Quiénes quieren convertirse en Organizadores Profesionales y prefieren la capacitación presencial	Formar a los Organizadores Profesionales y certificar a quienes cumplan con los requisitos.
<b>4ta Certificación ECO</b>	27 al 29 de octubre 24 horas	Quiénes quieren convertirse en Organizadores Profesionales	Complementar el conocimiento del ECO a través de práctica y certificar a quienes cumplan con los requisitos.

Cualquier duda o comentario estoy a tus órdenes. Excelente día!

Saludos!!



**ISABEL ARAIZA**  
 Organización Profesional de Espacios  
 55.51.03.61.73  
[www.organizarte.mx](http://www.organizarte.mx)  
[contacto@organizarte.mx](mailto:contacto@organizarte.mx)



## Anexo N°22: Estimación de Costos

### Costos de cursos y talleres

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asistentes x cursos	10	11	10	10	10
Nro de Cursos mensuales	8	9	10	10	10
Horas x curso	3	3	3	3	3
<b>Total Nro. De asistentes Anual</b>	<b>960</b>	<b>1188</b>	<b>1200</b>	<b>1200</b>	<b>1200</b>
<b>Duración (en horas) Anual</b>	<b>288</b>	<b>324</b>	<b>360</b>	<b>360</b>	<b>360</b>
<b>Incremento IPC anual</b>		<b>3.50%</b>	<b>3.48%</b>	<b>3.60%</b>	<b>4.50%</b>

ITEM	Costo\$	Costo Unit\$	Costo Anual\$ Año 1	Costo Anual\$ Año 2	Costo Anual\$ Año 3	Costo Anual\$ Año 4	Costo Anual\$ Año 5
Sala de capacitación 10 personas (costo por hora)	17.50	17.50	\$ 5,040	\$ 5,868	\$ 6,519	\$ 6,527	\$ 6,584
Material de apoyo (costo del papel bond para impresiones / 500 hojas)*	6.03	0.01	\$ 174	\$ 222	\$ 225	\$ 225	\$ 227
Certificados de asistencia (empaques de 25 Uni)	3.00	0.12	\$ 115	\$ 148	\$ 149	\$ 149	\$ 150
Comida	7.50	7.50	\$ 7,200	\$ 9,222	\$ 9,313	\$ 9,324	\$ 9,405
Bebida (gaseosa en lata Coca Cola)	0.75	0.75	\$ 720	\$ 922	\$ 931	\$ 932	\$ 941
Agua natural Nestle 0.90 oz	0.45	0.45	\$ 432	\$ 553	\$ 559	\$ 559	\$ 564
<b>Total Costo</b>			<b>13,681</b>	<b>16,936</b>	<b>17,695</b>	<b>17,717</b>	<b>17,871</b>

\* se estima un gasto promedio de 15 hojas por participante

4.9% 4.4% 4.1% 4.1% 4.1%

### Costos Comisiones por venta

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos por Venta</b>	<b>\$ 115,440</b>	<b>\$ 143,165</b>	<b>\$ 177,569</b>	<b>\$ 211,388</b>	<b>\$ 251,679</b>

Posición	Columna1	% Comision	Comision Año 1	Comision Año 2	Comision Año 3	Comision Año 4	Comision Año 5
Gerente Administrativo y Financiero		1.50%	\$ 1,731.60	\$ 2,147.47	\$ 2,663.53	\$ 3,170.82	\$ 3,775
Diseño /Operaciones		1.50%	\$ 1,731.60	\$ 2,147.47	\$ 2,663.53	\$ 3,170.82	\$ 3,775
Relaciones P./Canales de Ventas		0.50%	\$ 577.2	\$ 715.8	\$ 887.8	\$ 1,056.9	\$ 1,258.4
<b>Totales</b>		<b>3.5%</b>	<b>\$ 4,040</b>	<b>\$ 5,011</b>	<b>\$ 6,215</b>	<b>\$ 7,399</b>	<b>\$ 8,809</b>
<b>% de Comisión Final</b>							<b>4%</b>

Fuente: Elaboración propia

## Anexo N°23: Estimación de Gastos de Marketing

PRESUPUESTO DE MARKETING "ESPACIOS&ORDEN"						
Estrategia de Marketing	Actividades Clave	Proveedor	Precio Unitario	Cantida d x año	Valor Anual	Alcance
<b>Publicidad en medios:</b>	Participación en programas Televisivos de variedades	Corporación MEDCOM Panamá, S.A. (Programa "Tu Mañana"	\$ 530	12	\$ 6,356	Se haran menciones diarias y espacio de 5 minutos en el programa televisivo, el precio concertado por mes.
<b>Publicidad de respuesta directa:</b>	Base de datos correo electronicos					
	Promotoras recolectando información	Por definir	\$ 150	2	\$ 300	Estarán promotoras entregando folletos y recolectando información para base de datos; en Expodiseño y Decoración, en Universidades
<b>Publicidad en Línea (Social Media)</b>	Facebook Fee	Bien Cuida'o	\$ 171	12	\$ 2,054	
	Facebook Ads anuales	Bien Cuida'o	\$ 1,000	1	\$ 1,000	Ads de Facebook paquete anual
	Social Media Fee (Instagram)	Bien Cuida'o	\$ 171	12	\$ 2,054	
<b>Actividades BTL</b>	Cupones de descuentos para cursos y talleres	4 Suppliers, Inc.	\$ 103	1	\$ 103	Impresión de 50 talonarios de cupones de descuentos
<b>Marketing de eventos y patrocinio</b>	Influencer	Por definir	\$ 400	6	\$ 2,400	Pendiente definir cual bloggers & Influencers como "Cibeles de Freitas", "Entre libras", "The Joy of Fashion"
	Inscripción como expositor "Expodecoración y Diseño Panama"	http://www.expedecoracionydiseno.com/home	\$ 1,000	1	\$ 1,000	Stand/ participacion Atlapa 3mts x 1.5 mtss
	Folletos impresos "Expodecoración y Diseño Panama"	4 Suppliers, Inc.	\$ 206	1	\$ 206	Impresión de 1.000 folletos para entregar en la feria
	Folletos impresos y volantes	4	\$ 103	12	\$ 1,236	Impresión de 500 folletos mensuales para repartir entre promotoras y lugares estrategicos de la ciudad, proveedores aliados, etc
<b>Total</b>					<b>\$ 16,709</b>	

Fuente: Elaboración propia

## Anexo N°24: Estimación de Gastos de Personal

### PLAN DE COMPENSACIONES E INCENTIVOS

Posición	Salario Base	Comisión x Proyecto	Bonificación (BSC)	Celular	Comision	Salario Calculado
Gerente Administrativo y Financiero	\$ 1,100.00	1.50%	1 Salario mensual / evaluación BSC	Si	\$ 144	\$ 1,244
Asistente Administrativa	\$ 500.00	0	N/A	N/A	\$ -	\$ 500
Diseño /Operaciones	\$ 1,000.00	1.50%	1 Salario mensual / evaluación BSC	N/A	\$ 144	\$ 1,144
Relaciones P./Canales de Ventas	\$ 1,000.00	0.50%	1 Salario mensual / evaluación BSC	N/A	\$ 48	\$ 1,048
<b>Totales</b>	<b>\$ 3,600.00</b>	<b>3.5%</b>				

Gastos de Personal Fijos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Incremento salarial IPC + 1Punto Porcentual			4.5%	4.5%	4.6%	5.5%
Nro de empleados		4	4	4	5	5
Salarios	\$ 3,600	\$ 43,200	\$ 45,144	\$ 47,164	\$ 50,234	\$ 52,997
12.5% Seguro Social	\$ 450	\$ 5,400	\$ 5,643	\$ 5,896	\$ 6,279	\$ 6,625
1.5% Seguro Educativo	\$ 54	\$ 648	\$ 677	\$ 707	\$ 754	\$ 795
2.1% Riesgos Profesionales	\$ 76	\$ 907	\$ 948	\$ 990	\$ 1,055	\$ 1,113
1.9% Prima de Antigüedad	\$ 69	\$ 831	\$ 868	\$ 907	\$ 966	\$ 1,019
8.3% XIII Mes	\$ 300	\$ 3,600	\$ 3,762	\$ 3,930	\$ 4,186	\$ 4,416
8.3% Vacaciones	\$ 300	\$ 3,600	\$ 3,762	\$ 3,930	\$ 4,186	\$ 4,416
Bonificaciones (BSB)	\$ 258	\$ 3,100	\$ 3,240	\$ 3,384	\$ 3,540	\$ 3,735
<b>Total Gastos de Personal</b>	<b>\$ 5,107</b>	<b>\$ 61,286</b>	<b>\$ 64,044</b>	<b>\$ 66,910</b>	<b>\$ 71,200</b>	<b>\$ 75,116</b>

Fuente: Elaboración propia

## Anexo N°25: Estimación de Gastos de Servicios, Oficina, Honorarios, Varios

### Gastos

Tipo de Gastos	ITEM	Unidad	Cantidad	Valor Unit	Monto Anual
Honorarios	Renovación "Recertification & Annual Maintenance Fee_CPO"	Anual	2	\$ 100.00	\$ 200
Gastos Legales	Pago anual de agente residente y tasa unica	Anual	1	\$ 550.00	\$ 550
Honorarios	Asesoría Legal/Abogados	Semestral	2	\$ 100.00	\$ 200
Articulos Aseo/Limpieza	Articulos Aseo/Limpieza	Bimensual	6	\$ 50.00	\$ 300
Papeleria	Articulos de Papeleria	Bimensual	6	\$ 150.00	\$ 900
Servicios contables	Contabilidad/ Revisoria Fiscal	Mes	12	\$ 300.00	\$ 3,600
Declaración de rentas	Contabilidad/ Revisoria Fiscal	Anual	1	\$ 800.00	\$ 800
Servicios Públicos	Internet/Telefono	Mes	12	\$ 65.00	\$ 780
Servicios Públicos	Energia Electrica	Mes	12	\$ 90.00	\$ 1,080
Servicios Públicos	Agua	Mes	12	\$ 12.00	\$ 144
Taxis y buses	Taxis	Mes	24	\$ 5.00	\$ 120
<b>Total Gastos</b>					<b>\$ 8,674</b>

Fuente: Elaboración propia

## Anexo N°26: Estimación Depreciaciones & Amortizaciones

### Depreciación Activos Fijos

ITEM	COSTO \$ Año 0	COSTO \$ Año 4	Periodo Depreciación Activos Fijos/Años
Equipo de Oficina	640.00	320.00	5
Equipos de Tecnologia	3,400.00	550.00	3
Mobiliario y enseres	400.00	1,070.00	5
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>4,440.00</b>	<b>1,940.00</b>	

### Cálculo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciación acumulada de activos		(1,341)	(1,341)	(1,341)	(208)	(669)

Disminución de valor Activos iniciales Año 0	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Oficina	-	(128)	(256)	(384)	(512)	(640)
Equipos de Tecnología	-	(1,133)	(2,267)	(3,400)	(3,400)	(3,400)
Mobiliario y enseres	-	(80)	(160)	(240)	(320)	(400)
<b>Total Depreciación Activos</b>	-	<b>(1,341)</b>	<b>(2,683)</b>	<b>(4,024)</b>	<b>(4,232)</b>	<b>(4,440)</b>

Depreciación Activos iniciales Año 0	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Oficina		(128)	(128)	(128)	(128)	(128)
Equipos de Tecnología		(1,133.33)	(1,133.33)	(1,133.33)		
Mobiliario y enseres		(80)	(80)	(80)	(80)	(80)
<b>Total Depreciación Activos</b>		<b>(1,341)</b>	<b>(1,341)</b>	<b>(1,341)</b>	<b>(208)</b>	<b>(208)</b>

Disminución de valor Activos iniciales Año 4	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Oficina					-	(64)
Equipos de Tecnología					-	(183)
Mobiliario y enseres					-	(214)
<b>Total Depreciación Activos</b>					-	<b>(461)</b>

Depreciación Activos compra Año 4	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo de Oficina						(64)
Equipos de Tecnología						(183)
Mobiliario y enseres						(214)
<b>Total Depreciación Activos</b>						<b>(461)</b>

Fuente: Elaboración propia

### Amortización gastos de puesta en marcha

ITEM	COSTO \$
Gastos de certificación	3,900.00
Gastos de constitución de la firma	2,050.00
Creación de Pagina WEB	1,500.00
<b>Total Gastos puesta en marcha</b>	<b>7,450.00</b>

### Cálculo

Período de tiempo para amortizar	5
Amortización anual Activos Intangibles	1,490

Fuente: Elaboración propia

## Anexo N°27: Estimación Capital de Trabajo

### FLUJO DE CAJA

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Ingresos estimados	9,620	2,309	3,463	5,772	4,618	5,772	3,463	6,926	17,316	18,470	23,088	23,088
Costos estimados	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)	(1,140)
Gastos Administrativos	\$ (6,776)	\$ (5,026)	\$ (5,226)	\$ (6,226)	\$ (5,226)	\$ (5,226)	\$ (5,226)	\$ (6,226)	\$ (5,226)	\$ (5,026)	\$ (5,226)	\$ (9,326)
Gastos Mercadeo	\$ (1,228)	\$ (1,975)	\$ (1,375)	\$ (1,375)	\$ (1,375)	\$ (1,375)	\$ (1,375)	\$ (1,375)	\$ (2,331)	\$ (975)	\$ (975)	\$ (975)
SALDOS	\$ 476	\$ (5,832)	\$ (4,278)	\$ (2,969)	\$ (3,123)	\$ (1,969)	\$ (4,278)	\$ (1,815)	\$ 8,619	\$ 11,329	\$ 15,747	\$ 11,647
SALDOS ACUMULADOS	\$ 476	\$ (5,356)	\$ (9,634)	\$ (12,603)	\$ (15,726)	\$ (17,695)	\$ (21,973)	\$ (23,787)	\$ (15,168)	\$ (3,839)	\$ 11,908	\$ 23,555

**WK** \$ (23,787)

Fuente: Elaboración propia

## Anexo N°28: Estimación Inversiones

### \* Gastos de certificación

Exigencia mínima para obtener la certificación son 8 cursos

ITEM	COSTO\$ x PP	Bajo demanda*
Gestión de Proyectos para Organizadores Profesionales	180.00	✓
Evaluación de Necesidades y Plan de Acción	280.00	✓
Transferencia de habilidades organizacionales	180.00	✓
Gestión de las expectativas del cliente	180.00	✓
Eliminación de exceso	180.00	✓
Menos es más: Maximización de los pequeños espacios residenciales	90.00	✓
Organizando - Ojos hacia Rediseño	90.00	✓
Inicio Inventarios	90.00	✓
Tiquetes EU + Alojamiento y Viaticos	680.00	
<b>Inversión mínima total x persona</b>	<b>1,950.00</b>	
<b>Inversión total 2 personas</b>	<b>3,900.00</b>	

\* Se puede adquirir en cualquier momento y se cuenta con dos años para estudiar, aprender y certificarse

### \* Gastos de constitución de la firma

ITEM	COSTO \$
Honorarios profesionales	1,200.00
Gastos generales (tasa única, notaría y registro público e inscripción ante el DGI)	600.00
Trámite del aviso de operación	150.00
Otros gastos	100.00
	<b>2,050.00</b>

### \* Creación de Pagina WEB

ITEM	COSTO \$
Membresía Anual	1,500.00

### \* Activos Fijos

ITEM	COSTO \$ Año0	COSTO \$ Año4
Equipo de Oficina - Aire Acondicionado	-	280.00
Equipo de Oficina - Impresora	600.00	-
Equipo de Oficina- Telefonos	40.00	40.00
Equipos de Tecnologia - Computadoras	2,200.00	550.00
Equipos de Tecnologia - IPAD	1,200.00	
Mobiliario y enseres - Escritorio	160.00	40.00
Mobiliario y enseres - Sillas de Escritorio	240.00	30.00
Mobiliario y enseres - Juego de Sala	-	1,000.00
<b>Total Activos fijos</b>	<b>4,440.00</b>	<b>1,940.00</b>

	Año 0	Año 4
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>11,890.00</b>	<b>1,940.00</b>

Fuente: Elaboración propia

## Anexo N°29: Tasas DPF

TABLA COMPARATIVA DPF BANCOS PANAMA						
Persona Natural						
BANCO	TASA ANUAL					
	1 Año	18 Meses	2 Años	3 Años	4 Años	5 Años
BANESCO *	3.00%	3.25%	3.50%	3.75%	3.75%	3.75%
BANISTMO **	2.40%	2.40%	2.40%	2.40%	2.40%	3.70%
BANCO GENERAL ***	2.75%	3.00%	3.25%	3.75%	3.88%	4.25%
GLOBAL BANK ****	3.25%	3.38%	3.50%	3.88%	4.13%	4.50%
BANCO PANAMÁ *****	3.75%	4.00%	4.25%	4.50%	4.75%	5.00%
SCOTIABANK *****	2.25%	2.25%	2.75%	3.70%	3.70%	3.70%

\*Tasa referencial a Noviembre\_2016\_Fuente:Banesco.com.pa

\*\*Tasa referencial a Julio\_2016\_Fuente:Banistmo.com.pa

\*\*\* Tasa referencial a diciembre\_2016\_Fuente: <https://www.bgeneral.com/bgspanol/personal/depositos/plazoFijo/index.asp>

\*\*\*\* Tasa referencial al 02\_03\_2017\_Fuente:

<https://www.globalbank.com.pa/portal/ES/BancaPersonal/Dep%C3%B3sitos/Dep%C3%B3sitosPlazoFijo.aspx>

\*\*\*\*\* Tasa referencial a octubre\_2016\_Fuente: <https://www.bancopanama.com.pa/banca-preferencial/deposito-plazo-fijo>

\*\*\*\*\* Tasa referencial al 01\_01\_2017\_Fuente: [www.scotiabank.com/pa/es/0,,3812,00.html](http://www.scotiabank.com/pa/es/0,,3812,00.html)

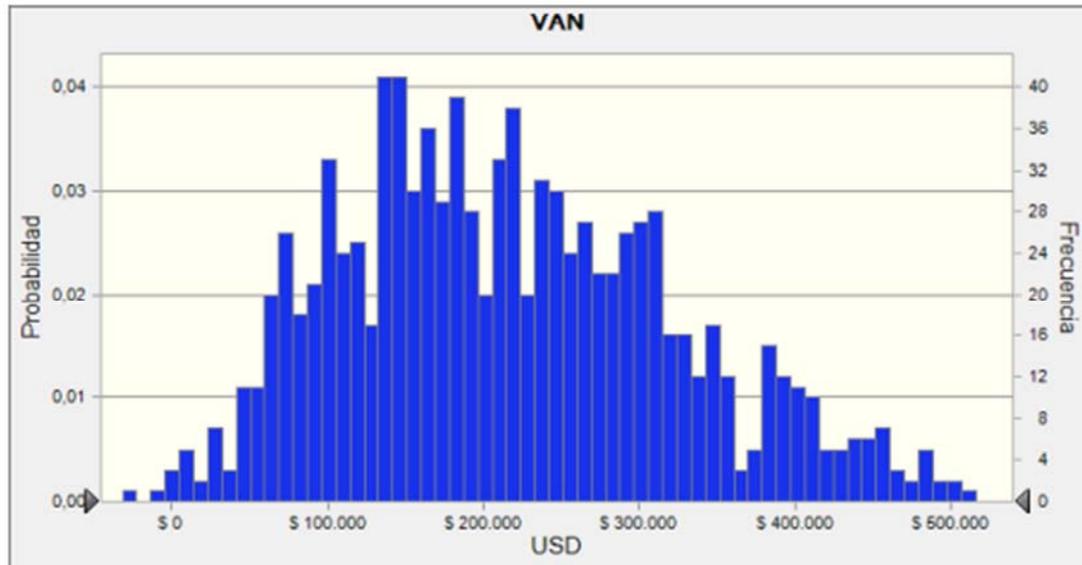
## Anexo N°30 y N°31: Sensibilidad VAN

Resumen:

El rango completo es de \$ (31.617) a \$ 583.308

El caso base es \$ 173.851

Después de 1.000 pruebas, el error estándar de la media es \$ 3.470



Estadísticas:

Valores de previsión

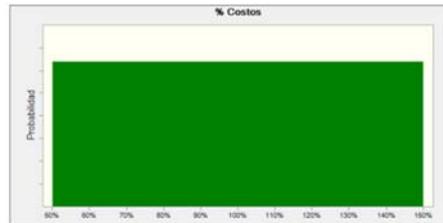
Trials	1,000
Base Case	\$ 173850.760
Mean	\$ 217906.995
Median	\$ 206641.640
Mode	—
Standard Deviation	\$ 109723.657
Variance	\$ 12039280913.481
Skewness	0.4883
Kurtosis	2.83
Coeff. of Variation	0.5035
Minimum	\$ (31617.487)
Maximum	\$ 583308.058
Ancho de rango	\$ 614925.545
Mean Std. Error	\$ 3469.767

**Suposición: % Costos**

Uniforme distribución con parámetros:

Mínimo 50% (=E45)  
Máximo 150% (=F45)

El rango seleccionado es de 50% a 150%

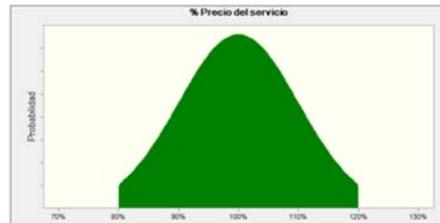


**Suposición: % Precio del servicio**

Normal distribución con parámetros:

Media 100%  
Desv est 10% (=D44)

El rango seleccionado es de 80% a 120%



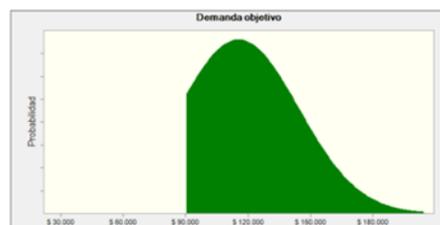
**Suposición: Demanda objetivo**

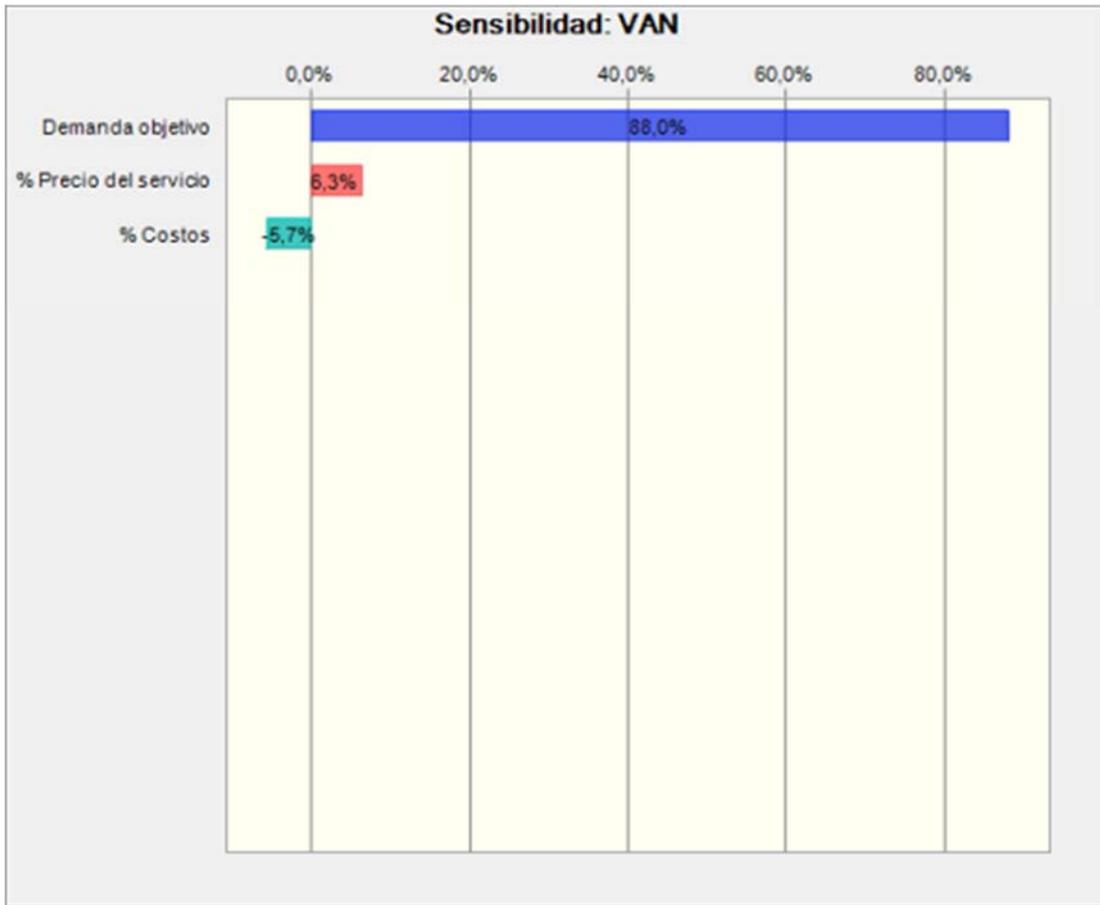
Normal distribución con parámetros:

Media \$ 115440.0  
Desv est \$ 28860.0 (=D43)

El rango seleccionado es de \$ 90.000 a \$ 400.000

**Suposición: Demanda objetivo (contin.)**





Fuente: Elaboración Propia