



“LINK INMOBILIARIO”

Parte II

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

**Alumna: Marian Zuppicchini
Profesor Guía: Soledad Etchebarne**

Panamá, abril 2017

Tabla de contenido

TABLA DE CONTENIDO	2
RESUMEN EJECUTIVO.....	4
1. Oportunidad de Negocio.....	6
2. Análisis de la Industria, Competidores y Clientes.....	8
3. Descripción de la empresa y propuesta de valor.....	9
4. Plan de Marketing.....	11
5. Plan de Operaciones.....	12
5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones.....	12
5.2. Flujo de Operaciones.....	13
5.3. Plan de Desarrollo e Implementación.....	15
5.4. Dotación.....	16
6. Equipo del Proyecto.....	17
6.1. Equipo Gestor.....	17
6.2. Estructura Organizacional.....	18
6.2.1. Cargos y Responsabilidades:.....	19
6.3. Incentivos y Compensaciones.....	20
7. Plan Financiero.....	21
7.1. Supuestos.....	21
7.3. Plan de Inversión inicial y futuro.....	23
7.4. Proyecciones de Estados de Resultados.....	24
7.5. Proyecciones Flujo de Caja.....	25
7.6. Cálculo de la tasa de descuento.....	26
7.7. Evaluación Financiera del Proyecto: VAN, TIR, Payback.....	26
7.8. Valor Residual.....	28
7.9. Balance Proyectado.....	28
7.10. Capital de Trabajo.....	29
7.11. Ratios Financieros.....	30
7.12. Fuentes de Financiamiento.....	31
8. Riesgos Críticos.....	31
9. Propuesta Inversionista.....	32
10. Conclusiones.....	33

Bibliografía	34
ANEXOS	37
Anexo 1	37
Anexo 2	38
Anexo 3	39
Anexo 4	39
Anexo 5	39

RESUMEN EJECUTIVO

En ciudad de Panamá hay instaladas 130 sedes de empresas multinacionales (SEM), solo en el año 2016 se crearon 25 nuevas SEM, las cuales crearán más de 300 plazas de trabajo para su primer año de operación, las SEM actualmente emplean alrededor de 5,500 colaboradores, lo demuestra un mercado en pleno crecimiento.

Mediante encuestas hechas a más de 70 ejecutivos de estas empresas, se pudo confirmar que la gran mayoría de los encuestados están interesados en realizar o han realizado inversiones en bienes raíces en Panamá. Los ejecutivos de SEM, cuentan con poco tiempo disponible para dedicar a la búsqueda y selección de propiedades, por lo que buscan asesoría de profesionales en la materia, que puedan ayudarles a satisfacer sus necesidades inmobiliarias. Estos clientes requieren optimizar la inversión de su tiempo para poder cumplir con sus compromisos laborales y personales.

Link Inmobiliario ofrece una solución mediante un servicio integral, brindando un servicio completo en materia inmobiliaria, el negocio principal se centra en la asesoría para la compra-venta y alquileres de inmuebles, además se ofrecen servicios de manejo de relocation, administración de propiedades, asesoría legal y financiera en materia inmobiliaria, reparaciones, mantenimiento y remodelaciones, enfocados en brindar un servicio de alta calidad, enfocado principalmente a ejecutivos de empresas multinacionales extranjeros y locales.

Teniendo en cuenta estos datos y que el tamaño de mercado para inmuebles con

precios por encima de US\$120,000 en la ciudad de Panamá para el 2017 es de **US\$1.146.729.230**, al considerar una participación de mercado de 1,76% para el año 5, se traduce en una estimación de ventas de **US\$25.900.000**, lo que genera una utilidad neta de **US\$348.858,47**.

Además de todo lo anterior, el equipo gestor cuenta con más de 6 años de experiencia en el mercado inmobiliario en la ciudad de Panamá, con una importante cartera de clientes, en su mayoría ejecutivos de SEM y 10 años de experiencia trabajando para empresas SEM en el área de ventas a nivel regional, una amplia red de contactos en empresas de la región y experiencia en dos emprendimientos previos, adicionalmente se cuenta con todas las herramientas obtenidas en el MBA, lo que incrementa las probabilidades de éxito de este emprendimiento.

1. Oportunidad de Negocio.

En los últimos años, Panamá se ha convertido en una HUB de empresas multinacionales para atender sus operaciones en Latinoamérica.

Para finales del 2016, hay un total de 130 sedes de empresas multinacionales (SEM) establecidas en Panamá, solo en el 2016 se crearon 25 nuevas SEM.

Según encuestas realizadas a 72 ejecutivos de SEM basados en Panamá, tenemos un mercado potencial de **88,1%** del total de los participantes.

Por otra parte el **73.8%** de los encuestados indicó que la empresa donde laboran no tiene actualmente convenio con ninguna empresa de bienes raíces y además de esto, el **100%** de ellos les gustaría que estas empresas les brindaran otros servicios complementarios, relacionados a los bienes raíces.

El tamaño de mercado total obtenido, tomando en cuenta la venta de propiedades de más de US\$120.000 en la ciudad de Panamá y proyectando el crecimiento de acuerdo a las proyecciones del PIB, para el año 2017 es de **US\$1.146.729.230**.

Se estima un ingreso total por comisiones de venta de US\$57.336.461,50 para el 2017, este valor se obtiene de multiplicar el tamaño de mercado por el porcentaje del valor de las comisiones de ventas, que es normalmente del 5% del precio de venta.

Se toma como referencia el tamaño de mercado total, ya que no se cuenta con información oficial sobre el porcentaje de propiedades que son compradas por ejecutivos de SEM.

Por otra parte, durante los 6 años de experiencia en ventas inmobiliarias de uno de los integrantes del equipo gestor, en el 63% de los negocios realizados, los clientes eran empleados de SEM.

Todo lo indicado anteriormente afirma que existe una necesidad y un mercado potencial atractivo. Además de todos estos factores, debemos sumar la experiencia y conocimiento del equipo emprendedor, con más de 6 años trabajando en asesoría inmobiliaria en la ciudad de Panamá, 10 años laborando en empresas SEM en el área de ventas regionales, amplia red de contactos y dos emprendimientos propios, más las herramientas obtenidas en el MBA, incrementan las probabilidades de éxito de Link Inmobiliario.

Para más información de la oportunidad de negocio, ver la Parte I del Business Plan de Link Inmobiliario.

2. Análisis de la Industria, Competidores y Clientes.

El negocio se ubica en el sector terciario, se dedica a la prestación de servicios en el área inmobiliaria.

En el país se cuenta con condiciones políticas, económicas y legales favorables para este tipo de emprendimiento.

Se cuenta con una propuesta de valor diferenciada, ofreciendo un servicio completo y de alta calidad, enfocado principalmente a ejecutivos de SEM que necesiten asesoría inmobiliaria y que normalmente cuentan con muy poco tiempo.

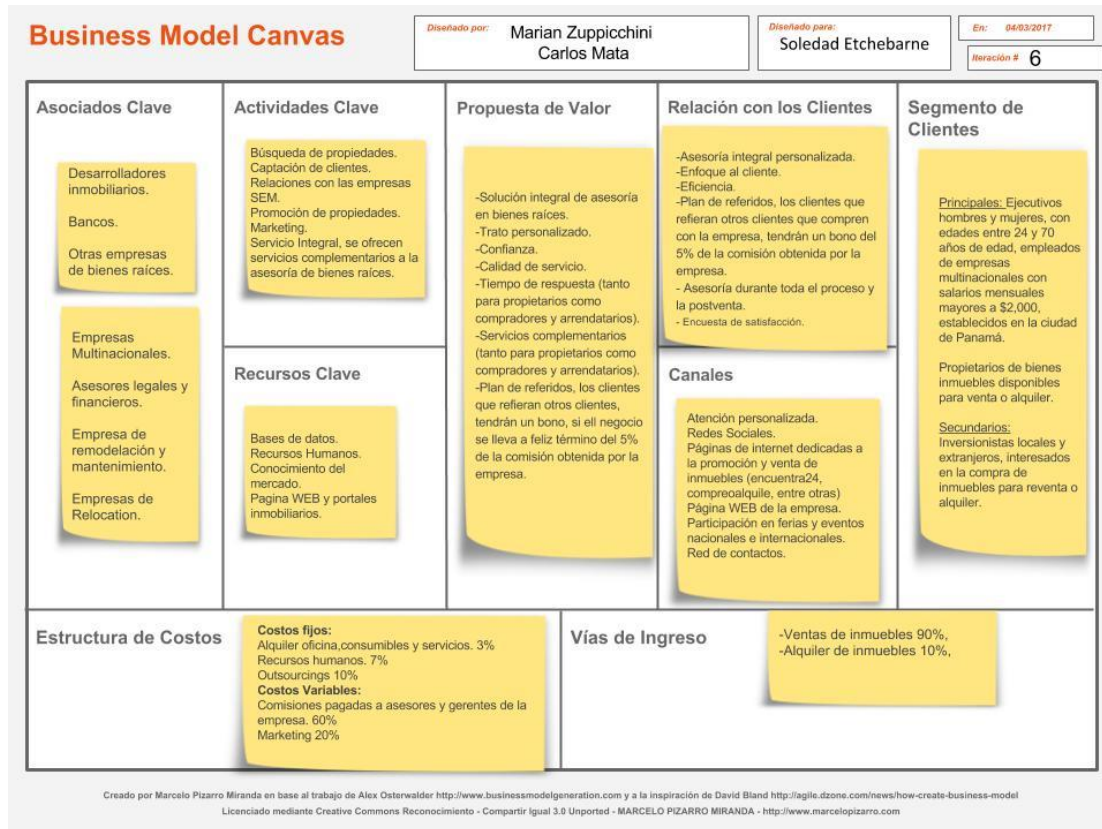
Los competidores y sustitutos de la empresa son principalmente otras empresas de bienes raíces, de las cuales Link se diferencia mediante un enfoque a ejecutivos de SEM y brinda servicios complementarios a la asesoría en compra-venta y alquileres de bienes inmuebles para dar un valor agregado a sus clientes. Otros competidores son las empresas que prestan servicios complementarios relacionados con los bienes raíces.

Se cuenta con dos tipos de clientes, los compradores o arrendatarios, que son el foco de la empresa, dirigido principalmente a ejecutivos de SEM, y los propietarios de bienes inmuebles para alquiler o para venta.

Por otra parte los aliados estratégicos son los departamentos de RRHH de las SEM y los bancos y los aliados comerciales son las compañías que prestan los servicios complementarios ofrecidos por LINK.

3. Descripción de la empresa y propuesta de valor.

Modelo de Negocio de Link Inmobiliario.



Fuente: Parte I Business Plan Link Inmobiliario, Carlos Mata.

Link Inmobiliario se enfoca principalmente en brindar asesoría inmobiliaria y una gama de servicios complementarios, dirigido a ejecutivos de SEM basados en la Ciudad de Panamá.

La empresa brinda servicio de compra, venta y alquiler de bienes raíces, que es el core de la empresa, administración de inmuebles, asesoría legal y financiera, servicios de relocation, reparaciones y mantenimiento en general y remodelaciones. Los ingresos de la empresa vienen dados principalmente por comisiones de venta y alquiler de bienes raíces.

Misión: Ofrecer el mejor servicio de asesoría inmobiliaria mediante un servicio

integral, con atención personalizada a través de todas las fases del proceso, mediante de un equipo de asesores con un alto nivel de conocimiento y profesionalismo, que nos permita alcanzar la satisfacción y fidelización de los clientes y aliados comerciales, para garantizar un crecimiento sostenible.

Visión: Posicionar a Link Inmobiliario como la empresa número UNO en asesoría de compra-venta y alquileres de bienes raíces para los ejecutivos de empresas multinacionales en la Ciudad de Panamá, ofreciendo una gama de servicios complementarios para la optimización del tiempo de nuestros clientes.

La escalabilidad de Link se plantea en 3 etapas: Crecimiento de la fuerza de venta, Expansión territorial y Expansión internacional.

Para mayor información de este apartado ver la Parte I del Business Plan de Link Inmobiliario.

4. Plan de Marketing.

Los principales objetivos de marketing de Link son: Conseguir alianzas estratégicas con empresas multinacionales, conseguir 20% de Top of Mind como empresa de asesoría inmobiliaria, reconocimiento de la marca, alcanzar una participación de mercado del 1,76 % en el año 5, alcanzar un nivel de satisfacción de los clientes atendidos por la empresa del 95%, lograr recomendaciones por el 90% de los clientes.

La principal estrategia de comunicación es a través de medios digitales como página Web, Portales Inmobiliarios y redes sociales, además de promoción en prensa, revistas inmobiliarias y contacto directo de la fuerza de ventas con las SEM, clientes y desarrolladores inmobiliarios.

La estimación de la demanda para el primer año de operación es equivalente a una venta y un alquiler mensual, para el primer año se estima tener un 0,35% de participación de mercado, lo que genera un ingreso aproximado de US\$200.000.

Se estima incrementar una venta mensual año a año hasta llegar al año 5, esto en conjunto con el incremento progresivo de la fuerza de venta de la empresa.

Más detalles e información relacionada al plan de Marketing se puede observar en la Parte I del Business Plan de Link Inmobiliario.

5. Plan de Operaciones

5.1. Estrategia, alcance y tamaño de las operaciones.

La estrategia de Link Inmobiliario, es una estrategia de diferenciación en la calidad del servicio y la atención al cliente junto con la integración de una gama de servicios complementarios, para poder satisfacer las diferentes necesidades inmobiliarias de los consumidores y así lograr su fidelización, referencia y reincidencia, siendo el target principal, los ejecutivos de empresas multinacionales localizados en la Ciudad de Panamá.

Para poder llevar a cabo con éxito la estrategia se requiere lo siguiente:

- Capacitación y entrenamiento continuo a los asesores comerciales, para que cuenten con un alto grado de conocimiento del producto y con enfoque a satisfacer las necesidades del cliente, para poder brindar atención personalizada de la mejor calidad.
- Conseguir alianzas estratégicas con los departamentos de RRHH de empresas multinacionales, mediante un acuerdo de colaboración, donde ofrecemos a la planilla de la empresa un servicio personalizado, enfocado a satisfacer los requerimientos de los colaboradores de manera que no requieran mucho tiempo laboral para cubrir su necesidad de vivienda o servicios relacionados y a cambio ellos nos recomiendan con sus colaboradores, para que seamos su primera opción en la búsqueda de soluciones inmobiliarias, se puede ver propuesta piloto en ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.. Esto es bastante sencillo de lograr, ya que actualmente la

mayoría de las empresas no cuentan con una compañía de Real Estate aliada para tal fin, tal como se muestra en la encuesta realizada a empleados de empresas multinacionales, ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..**

- Contar con alianzas comerciales con varias compañías que prestan diversos servicios complementarios, donde el objetivo sea ganar-ganar, Link proveyendo clientes y la empresa aliada aportando un servicio de alta calidad, eficiente y rápido a los clientes referidos, de manera que queden satisfechos con el servicio.
- Establecer alianzas estratégicas con oficiales de hipotecas en los principales bancos de la Ciudad de Panamá, para la rápida aprobación de los préstamos hipotecarios de los clientes compradores.
- Alianzas con otras compañías de Real Estate, para la cooperación mutua en los negocios que lo requieran.

5.2. Flujo de Operaciones.

Se tienen dos flujos de operaciones, el flujo de operaciones hacia los clientes compradores o arrendatarios y el flujo de operaciones hacia los propietarios.

Clientes compradores o arrendatarios:

- Solicitud de servicio por parte del cliente, ya sea vía personal, telefónica, mail o vía web.
- Atención al cliente: El cliente tiene requerimientos específicos para la búsqueda de su vivienda, el asesor lo ayuda en su búsqueda y le muestra

opciones que sean de su interés para que éste decida cuál es la opción más conveniente, con la menor inversión de tiempo posible, este proceso es presencial, el asesor busca al cliente y lo lleva a ver las diferentes opciones que cumplen con sus requerimientos.

- El cliente toma una decisión sobre el inmueble que le interesa y le notifica al asesor, el cliente pasa una oferta por el inmueble para que el asesor la comunique al propietario.
- El asesor comunica la oferta al propietario y en caso de llegar a un acuerdo con ambas partes, se comienza el proceso de confección de contrato, ya sea de alquiler o venta del inmueble.
- Se envía el contrato a ambas partes para revisión y firma del mismo, se coordina una reunión presencial con ambas partes para la firma.
- Trámites legales y bancarios: El asesor se encarga de dar seguimiento a todos los trámites legales y bancarios para agilizar el proceso, ya sea compra o alquiler.
- Se da acompañamiento y seguimiento de todo el proceso hasta el final, incluida la entrega de la unidad inmobiliaria.
- Se ofrecen los servicios complementarios: En caso de que el cliente requiera servicios adicionales asociados a la asesoría inmobiliaria en la búsqueda de su vivienda, se cuenta con varias empresas aliadas para la ejecución de los servicios requeridos, en ese caso se refiere el cliente a la empresa especializada en el servicio requerido.
- Se mantiene el contacto con el cliente, se hacen llamadas de seguimiento

cada 6 para ver si el cliente necesita alguna asesoría adicional.

Cientes propietarios:

- Se consigna la propiedad dentro del inventario de la empresa.
- Se da inicio a la promoción y publicación de la propiedad por los diversos medios (web, redes sociales, mails masivos a bases de clientes y de corredores, vallas, chats de corredores inmobiliarios, etc.)
- Se reciben llamadas de clientes o corredores interesados en la propiedad.
- Se coordinan citas para enseñar la propiedad a clientes potenciales.
- Se consigue un cliente interesado y se cierra la venta o alquiler de la propiedad.
- Acompañamiento al cliente propietario durante todo el proceso de la venta o alquiler.
- Seguimiento de los trámites legales y bancarios.
- Entrega de la propiedad.

5.3. Plan de Desarrollo e Implementación.

- Conseguir alianzas comerciales con empresas que brinden los servicios complementarios ofrecidos por Link Inmobiliario.
- Contacto con bases de datos propias de clientes, consignación de propiedades, actualización de información y disponibilidad de proyectos inmobiliarios.
- Iniciar promoción de propiedades en Páginas Web, portales inmobiliarios y redes sociales. Para esto se estima un capital requerido de US\$2.000 para

el diseño y programación de la página Web, US\$150 mensuales para las publicaciones en cada portal inmobiliario (www.encuentra24.com, www.compreoalquile.com) y US\$100 mensuales para el manejo de redes sociales.

- Visitas en persona a departamentos de RRHH de empresas Multinacionales para conseguir alianzas estratégicas.
- Iniciar contacto con clientes potenciales y búsqueda de propiedades que cumplan con los requerimientos de cada cliente.
- La siguiente etapa es la búsqueda de la oficina, contratación de personal, implementación y mejora de las estrategias desarrolladas.
- Por último, es de gran importancia la capacitación continua del Recurso Humano de la empresa, mejoramiento de los procesos, reinversión del capital en el crecimiento y mejoramiento de los procesos de la empresa.

Esto se puede ver con más detalle en la carta Gantt en el ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia..

5.4. Dotación.

El primer año, Link Inmobiliario operará, solo con sus dos fundadores como Gerente de Ventas y Gerente Administrativo, quienes serán a su vez para este primer año los asesores inmobiliarios.

Para el inicio del segundo año se tiene contemplado añadir: 1 persona para Ventas Internas, 2 vendedores externos y 1 recepcionista.

Para el año 3 se incrementan a 2 personas en ventas internas y a 4 personas en

ventas externas.

Para el año 4 se agrega un asesor de ventas externas adicional.

Para el año 5 se suma un 6to asesor de ventas externas.

Las actividades Legales y financieras, IT, Marketing y de Contabilidad, serán tercerizadas.

6. Equipo del Proyecto.

6.1. Equipo Gestor.

El equipo gestor, está integrado por dos profesionales, estudiantes del MBA de la Universidad de Chile en Panamá, Marian Zuppicchini es Ingeniera de Producción, con un postgrado en Logística, cursando un MBA, cuenta con 5 años y medio de experiencia como asesora de inversiones en el ramo inmobiliario, especializándose en el área residencial de clase media – alta y alta, y cuenta con un año de experiencia como Directora Logística de una empresa de bienes raíces, donde realizaba toda las actividades de postventa, documentación, tramitación, seguimiento de clientes, entre otras, por lo que tiene conocimiento de todo el proceso de alquiler y venta de propiedades inmobiliarias en la ciudad de Panamá, además de contar con una importante cartera de clientes nacionales y extranjeros, en su mayoría empleados de empresas Multinacionales.

Y Carlos Mata, Licenciado Químico a punto de terminar el MBA, con 10 años de experiencia trabajando en multinacionales, en el área de ventas a nivel regional y con una amplia red de contactos en diversas empresas en la región. Además es

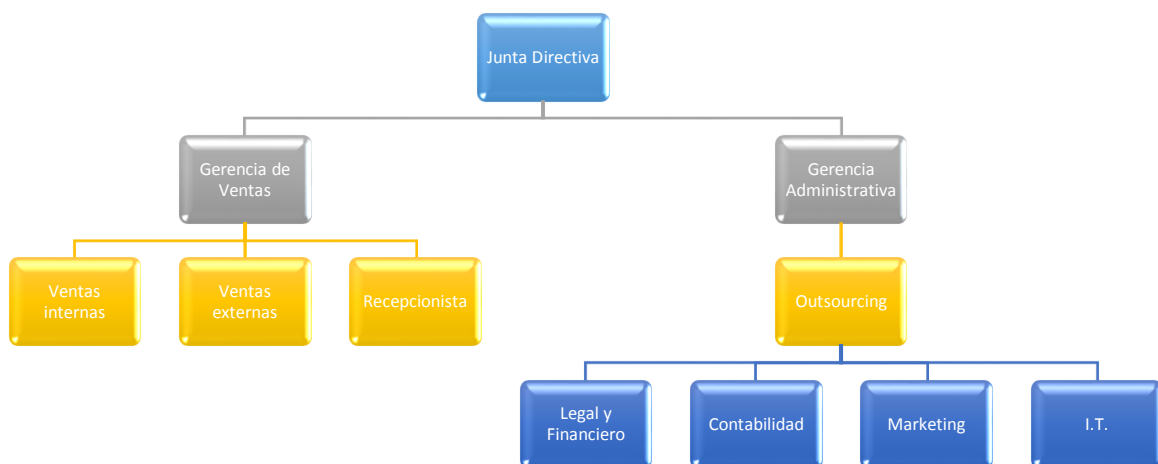
fundador de dos emprendimientos en la ciudad de Panamá, la primera se dedica a la elaboración, venta, instalación y mantenimiento de productos de vidrio y aluminio, como puertas, ventanas, fachadas, entre otros (pavelum.com), y la segunda es una empresa que ofrece soluciones de tratamiento de agua, de desechos y otros productos amigables con el medioambiente (ecototal.com.pa).

Ambos con 7 años en la ciudad de Panamá con amplio conocimiento del mercado inmobiliario.

6.2. Estructura Organizacional

La estructura organizacional es sencilla y funcional, encabezada por la Junta Directiva, a quien le reporta directamente la Gerencia de Ventas y La Gerencia Administrativa, la Gerencia de Ventas tiene a su cargo al recepcionista, quien le reporta las llamadas de clientes potenciales, Ventas Internas y Ventas Externas y la Gerencia Administrativa es responsable de los servicios tercerizados.

Tabla 1. Estructura Organizacional



Fuente: Elaboración propia.

6.2.1. Cargos y Responsabilidades:

Gerente de Ventas: Estará encargado de la supervisión y seguimiento de los vendedores tanto externos como internos, apoyo en los cierres y trámites legales de los negocios, revisión de documentos, creación e implementación de las estrategias comerciales, análisis de los reportes de ventas, establecimiento de metas de ventas y curso de acción para su cumplimiento, apoyo a los comerciales, relación con promotores y desarrolladores. Debe ser una persona con habilidad comercial, negociante, sociable y agradable, ya que será la persona encargada de ayudar a los comerciales en el cierre de los negocios y de impulsar las ventas de la empresa.

Gerente Administrativo: Se encargará del manejo de la planilla, de la contratación del Recurso Humano de la empresa, pago de salarios y comisiones, pagos a proveedores, control de los ingresos y egresos de la empresa, contratación y supervisión de los servicios tercerizados (legales y financieros, contables, marketing e IT). Debe ser una persona organizada, estructurada y con buen manejo de herramientas contables y administrativas.

Ventas Internas: Atención personal y telefónica a los clientes de la cartera que tienen asignados, búsqueda de propiedades, agendar y organizar las citas de los vendedores externos, realizar los trámites correspondientes al proceso de ventas o alquiler desde el cierre del negocio hasta su culminación, incluyendo documentación, tramites, seguimiento, entre otros. Debe ser organizado, orientado al cliente y con buena disposición.

Ventas Externas: Asesores inmobiliarios, cuya función principal es atender a los clientes vía mail, telefónica y personalmente, hacer una investigación de las propiedades que se ajusten a los requerimientos de los clientes, coordinar y asistir a las citas con los clientes, asesorarlos y ayudarlos en todo el proceso de búsqueda y cierre del negocio, consignar nuevas propiedades a la base de datos de la empresa, visitar y mantener contacto con los promotores y desarrolladores inmobiliarios. Deben poseer habilidades comerciales, ser ordenados, amigables, empáticos, honestos, orientados al cliente y al cumplimiento de metas.

La siguiente tabla muestra el comportamiento del Recurso Humano de Link Inmobiliario los primeros 5 años de la empresa, según lo planificado.

El año 1 la estructura funcionará solo con los dos Gerentes, quienes a su vez serán asesores de ventas, para el segundo año se suma a la planilla 1 vendedor interno, 2 externos y un recepcionista, para el año 3 se añade 1 vendedor interno y 2 externos, para el año 4 solo se incrementa un vendedor externo y lo mismo para el año 5.

Tabla 2. Requerimiento de Recurso Humano para cada año

AÑO	Gerentes	Vendedor Int	Vendedor Ext	Otros
2017	2	0	0	0
2018	2	1	2	1
2019	2	2	4	1
2020	2	2	5	1
2021	2	2	6	1

Fuente: Elaboración propia

6.3. Incentivos y Compensaciones

La Gerencia Administrativa será asumida los primeros años por uno de los fundadores, tendrá un salario fijo, iniciando en el año 1 con un salario base de US\$1.500, el cual incrementará anualmente en un 20% hasta el año 5, donde tendrá un ingreso por encima del promedio del mercado para posiciones similares, La Gerencia de Ventas será asumida inicialmente por uno de los fundadores, tendrá un salario base por debajo del mercado, de US\$1000, el cual incrementará anualmente un 20% hasta el año 5 donde tendrá un salario por encima del promedio del mercado, más un salario variable, correspondiente al 10% de las comisiones de todos los negocios de la empresa, Ventas Internas cuenta con un componente fijo de US\$600 más uno variable, que corresponde al 2% de las comisiones generadas de los negocios que maneje como el promedio del mercado, y Ventas Externas no tiene componente fijo, solo variable, que corresponde al 45% de las comisiones generadas por los negocios ejecutados, por encima del promedio del mercado.

7. Plan Financiero

7.1. Supuestos

Para la elaboración del Plan Financiero se hacen los siguientes supuestos:

- Tiempo de Evaluación: 5 años
- % de comisión por venta: 5% del precio de venta.
- Comisión por alquiler: El equivalente a un mes de renta para contratos de 1 año.
- Salarios de los empleados: Detalles en el punto 6.3 (Incentivos y Compensaciones).

- Cantidad de empleados por año: Explicado en el punto 5.4 (Dotación).
- Gastos de Marketing: Ver punto 4.8
- Gastos de Alquiler: Se asume un costo de alquiler más servicios (luz, agua, internet, teléfono) de US\$1.500 mensuales, a partir del segundo año hasta el año 5, se mantiene el costo por los 4 años, es común firmar un contrato de arrendamiento por varios años para mantener el valor del alquiler, en Panamá los gastos de servicios son muy poco variables, ya que la inflación es muy baja.
- Depreciación: Se considera un periodo de depreciación del mobiliario y equipo de oficina de 10 años, de acuerdo con las leyes contables vigentes en Panamá.
- Amortización de intangibles: Se aplica a la página Web por un periodo de 5 años.
- Tasa de Impuesto: 25%.
- Beta desapalancado: Se tomó el beta desapalancado de la industria de Real Estate (Operaciones y Servicios) que es 0.58. (Damodaran, NYU Stern, 2017)

7.2. Estimación de los Ingresos

La estimación de los ingresos se calculó en base al tamaño de mercado calculado en el punto 2 y al histórico de ventas de 3 años (2013-2015) de Marian Zuppicchini en la empresa Multiobras Panamá, para poder tener un número estimado de ventas y alquileres por número de asesores, para el cálculo se tomó el peor año de los 3

analizados, asumiendo 1 alquiler mensual y 1 venta mensual en el primer año y tomando el promedio del precio de alquiler y de venta, luego en el año 2 se incrementa el número de empleados de acuerdo a lo explicado en la sección 5.4, las ventas se incrementa a 2 mensuales y los alquileres se incrementan en un 50%, para el año 3 las ventas suben a 3 mensuales y los alquileres a 2, se estima para el año 4 un promedio de 5 ventas y 2,5 alquileres mensuales, más detalle en la siguiente tabla:

Tabla 3. Proyección Ingresos Anuales

VENTA DE INMUEBLES RESIDENCIALES						
	2017	2018	2019	2020	2021 ⁽³⁾	2022 ⁽³⁾
% Crecimiento del PIB ⁽¹⁾	6,00%	6,50%	7,00%	7,10%	5,10%	5,10%
Volumen en MM\$ de Nuevos Prestamos Hipotecarios ⁽²⁾	MM\$ 1.770,46	MM\$ 1.885,54	MM\$ 2.017,53	MM\$ 2.160,78	MM\$ 2.270,98	MM\$ 2.386,80
% Credito no Preferenciales ⁽²⁾	64,77%	64,77%	64,77%	64,77%	64,77%	64,77%
Tamaño de mercado actual	M\$1.146.729,23	M\$1.221.266,63	M\$1.306.755,30	M\$1.399.534,92	M\$1.470.911,20	M\$1.545.927,67
Costo de Servicio	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Precio de venta promedio por propiedad	\$ 336.187,86	\$ 358.040,08	\$ 383.102,88	\$ 410.303,19	\$ 431.228,65	\$ 453.221,31
Ventas realizadas	12	24	36	48	60	72
Promedio mensual	1	2	3	4	5	6
Participacion de Mercado	0,35%	0,70%	1,06%	1,41%	1,76%	2,11%
Crecimiento anual esperado	0,00%	113,00%	60,50%	42,80%	31,38%	26,12%
Ingreso estimado por mes	\$ 16.809,39	\$ 17.902,00	\$ 19.155,14	\$ 20.515,16	\$ 21.561,43	\$ 22.661,07
Ingreso estimado por año	\$ 201.712,72	\$ 429.648,09	\$ 689.585,19	\$ 984.727,64	\$ 1.293.685,94	\$ 1.631.596,71
ALQUILER DE INMUEBLES RESIDENCIALES						
	2017	2018	2019	2020	2021 ⁽³⁾	2022 ⁽³⁾
% de ingreso Total	10,19%	7,85%	7,03%	6,62%	6,38%	6,21%
Monto promedio de alquiler mes	\$ 1.908,00	\$ 2.032,02	\$ 2.174,26	\$ 2.328,63	\$ 2.447,39	\$ 2.572,21
comision por Alquiler (1 mes)	\$ 1.908,00	\$ 2.032,02	\$ 2.174,26	\$ 2.328,63	\$ 2.447,39	\$ 2.572,21
Alquileres concretados	12	18	24	30	36	42
Promedio mensual	1,00	1,50	2,00	2,50	3,00	3,50
Ingreso estimado por año	\$ 22.896,00	\$ 36.576,36	\$ 52.182,27	\$ 69.859,02	\$ 88.106,19	\$ 108.032,88
TOTAL INGRESO						
	2017	2018	2019	2020	2021 ⁽³⁾	2022 ⁽³⁾
% Crecimiento del PIB ⁽¹⁾	\$ 224.608,72	\$ 466.224,45	\$ 741.767,46	\$ 1.054.586,66	\$ 1.381.792,14	\$ 1.739.629,59

Fuente: Elaboración propia.

7.3. Plan de Inversión inicial y futuro

Además del Capital de Trabajo, la inversión inicial de la empresa implica costos de

arranque y de plataforma, mobiliario y equipamiento de oficina que se realizan en el año 0, para el inicio del segundo año se requiere alquilar una oficina, lo que implica una inversión adicional en mobiliario y equipamiento de oficina, en la siguiente tabla se detalla la inversión requerida.

Tabla 4. Detalle Inversión inicial y futura

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de incorporación						
<i>Costo Administrativo</i>						
Registro y legalización	1.500,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD
Acreditaciones y licencia	1.000,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD
Asesoría legal	2.500,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD
Plataforma						
<i>Costo producto específico</i>						
Programación de Pagina WEB	800,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD
Diseño de Pagina WEB	1.200,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD
<i>otros</i>						
Equipamiento de oficina	2.500,00 USD	0,00 USD	2.500,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD
Mobiliario	500,00 USD	0,00 USD	500,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD
Costos de Incorporación	10.000,00 USD	0,00 USD	3.000,00 USD	0,00 USD	0,00 USD	0,00 USD

	Año 0	Año 1	Año 2
Inversión	10.000,00 USD	0,00 USD	3.000,00 USD

Fuente: Elaboración Propia

7.4. Proyecciones de Estados de Resultados

En la siguiente tabla se detalla la proyección del estado de resultados para los primeros 5 años de operación, desde el primer año la utilidad de la empresa es positiva, para el segundo año se observa un decrecimiento en la utilidad neta debido al incremento de personal adicional y al alquiler de la oficina, para los siguientes años las utilidades registran incrementos importantes año a año.

Tabla 5. Estado de Resultados

Estado de Resultados	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos Estimado	US\$189.081,9 3	US\$466.224,45	US\$741.767,46	US\$1.054.586,6 6	US\$1.381.792,1 4

Flujo NETO	(US\$19.932	US\$75.380,	US\$44.489,3	US\$114.294,	US\$197.563,	US\$355.756,
------------	-------------	-------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Fuente: Elaboración Propia

7.6. Cálculo de la tasa de descuento

Se utilizó el modelo de Valoración del Precio de los Activos Financieros CAPM, tomando en cuenta el riesgo de mercado (β), el rendimiento del mercado (rm) y el de un activo libre de riesgo (rf).

Se calculó la tasa libre de riesgo, a partir de los Bonos del Tesoro de USA a 5 años, debido a que la evaluación del proyecto es a 5 años, se usa esta referencia ya que la moneda de Panamá es equivalente al dólar Estadounidense, el valor obtenido es 1,91 (Yahoo Finance, 2017), a este valor se le suma el premio por riesgo país, que es 2,71 (Damodaran, NYU Stern, 2017), más detalle en el [¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.](#), lo que da como resulta un $rf=1,91+2,71=4,62\%$

Se obtiene la prima por riesgo país 8,40% (Damodaran, NYU Stern, 2017) más detalle en [¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.](#), se toma como β desapalancado para el cálculo, el β de la industria de Real Estate Operaciones y servicios que es de 0,58 (Damodaran, NYU Stern, 2017). Por ser una empresa que no cotiza en bolsa y que es un emprendimiento se suma una prima del 3% para exigir mayor rentabilidad.

$$ERi = 4,62\% + (8,40\% * 0.58) + 3\% = 12,49\%$$

7.7. Evaluación Financiera del Proyecto: VAN, TIR, Payback.

Se toma el valor de la tasa de descuento obtenido en el punto anterior para el cálculo del VAN, en la siguiente tabla se puede observar que el VAN es positivo, lo que

indica que el proyecto es rentable, siendo los flujos de caja futuros significativamente mayores que el desembolso, obteniendo **VAN= US\$479.037,96**.

Con respecto a la TIR, tomando en cuenta el valor obtenido para la TIR ajustada de 322%, tiene una tasa casi 30 veces más alta que la tasa de descuento calculada, por lo que es un proyecto aceptable, que le garantiza al inversionista que el proyecto siga teniendo VAN positivo, lo que hace que el riesgo de la inversión sea muy bajo.

Detalles del cálculo del VAN y el TIR en la siguiente tabla:

Tabla 7. Flujo de Caja - Calcula VAN y TIR

TIR NORMAL						
Estado de Resultados	AÑO 0	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos Estimado		\$189.081,93	\$466.224,45	\$741.767,46	\$1.054.586,66	\$1.381.792,14
Gastos de Personal	\$0,00	(\$61.208,19)	(\$350.798,67)	(\$536.428,48)	(\$736.302,40)	(\$868.307,52)
Gastos Marketing		(\$19.596,00)	(\$19.596,00)	(\$19.596,00)	(\$19.596,00)	(\$19.596,00)
Gastos Generales		(\$9.600,00)	(\$34.440,00)	(\$35.280,00)	(\$37.200,00)	(\$39.120,00)
EBITDA		\$98.677,74	\$61.389,78	\$150.462,98	\$261.488,27	\$454.768,62
Depreciación		(\$300,00)	(\$600,00)	(\$600,00)	(\$600,00)	(\$600,00)
Amortización		(\$399,96)	(\$399,96)	(\$399,96)	(\$399,96)	(\$399,96)
EBIT		\$97.977,78	\$60.389,82	\$149.463,02	\$260.488,31	\$453.768,66
Impuesto 25%		(\$24.494,44)	(\$15.097,46)	(\$37.365,76)	(\$65.122,08)	(\$113.442,17)
Resultado después de Impuesto	\$0,00	\$73.483,33	\$45.292,37	\$112.097,27	\$195.366,23	\$340.326,50
Depreciación	\$0,00	\$300,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Amortización	\$0,00	\$399,96	\$399,96	\$399,96	\$399,96	\$399,96
NOPAT	\$0,00	\$74.183,29	\$46.292,33	\$113.097,23	\$196.366,19	\$341.326,46
Puesta en Marcha	(\$10.000,00)					
Mobiliario y equipos de oficina		\$0,00	(\$3.000,00)			
CAPEX	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flujo bruto	(\$10.000,00)	\$74.183,29	\$43.292,33	\$113.097,23	\$196.366,19	\$341.326,46
Inv. Capital de trabajo	(\$10.198,80)					\$10.198,80
Valor de desecho						\$3.300,00
Flujo NETO	(\$20.198,80)	\$74.183,29	\$43.292,33	\$113.097,23	\$196.366,19	\$354.825,26
	(\$10.000,00)	\$0,00	(\$3.000,00)			
VAN=12,49%	\$479.037,50					
TIR NORMAL=	356%					
TIR AJUSTADO						
Estado de Resultados	AÑO 0	2017	2018	2019	2020	2021
Ingresos Estimado	\$0,00	\$189.081,93	\$466.224,45	\$741.767,46	\$1.054.586,66	\$1.381.792,14
0	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Gastos de Personal	\$0,00	(\$61.208,19)	(\$350.798,67)	(\$536.428,48)	(\$736.302,40)	(\$868.307,52)
Gastos Marketing	\$0,00	(\$19.596,00)	(\$19.596,00)	(\$19.596,00)	(\$19.596,00)	(\$19.596,00)
Gastos Generales	\$0,00	(\$9.600,00)	(\$34.440,00)	(\$35.280,00)	(\$37.200,00)	(\$39.120,00)
EBITDA	\$0,00	\$98.677,74	\$61.389,78	\$150.462,98	\$261.488,27	\$454.768,62
Depreciación	\$0,00	(\$300,00)	(\$600,00)	(\$600,00)	(\$600,00)	(\$600,00)
Amortización	\$0,00	(\$399,96)	(\$399,96)	(\$399,96)	(\$399,96)	(\$399,96)

EBIT	\$0,00	\$97.977,78	\$60.389,82	\$149.463,02	\$260.488,31	\$453.768,66
Impuesto 25%	0	(\$24.494,44)	(\$15.097,46)	(\$37.365,76)	(\$65.122,08)	(\$113.442,17)
Resultado después de Impuesto	\$0,00	\$73.483,33	\$45.292,37	\$112.097,27	\$195.366,23	\$340.326,50
Depreciación	\$0,00	\$300,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Amortización	\$0,00	\$399,96	\$399,96	\$399,96	\$399,96	\$399,96
NOPAT		\$74.183,29	\$46.292,33	\$113.097,23	\$196.366,19	\$341.326,46
INVERSION	(\$12.370,79)	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Flujo bruto	(\$12.370,79)	\$74.183,29	\$46.292,33	\$113.097,23	\$196.366,19	\$341.326,46
Inv. Capital de trabajo	(\$10.198,80)	0	0	0	0	\$10.198,80
Valor de desecho	0	0	0	0	0	\$3.300,00
Flujo NETO	(\$22.569,59)	\$74.183,29	\$46.292,33	\$113.097,23	\$196.366,19	\$354.825,26
VAN=12,49%	\$479.037,50					
TIR AJUSTADO=	322%					

Fuente: Elaboración Propia

En cuanto al Payback, la inversión inicial se recupera en el 3er mes de actividad de la empresa.

Tabla 8. Payback

AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
(\$22.569,59)	\$74.183,29	\$46.292,33	\$113.097,23	\$196.366,19	\$354.825,26
(\$22.569,59)	\$51.613,70	\$97.906,03	\$211.003,26	\$407.369,44	\$762.194,70

Fuente: Elaboración Propia

7.8. Valor Residual

Para el cálculo del valor residual, se debe considerar la ley contable de Panamá con relación a la depreciación de los activos fijos.

Tabla 9. Depreciación

	Monto	Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Mobiliario y Equipo de oficina	6.000,00 USD	10	600,00 USD	50,00 USD
Activos intangibles	2.000,00 USD	5	400,00 USD	33,33 USD
TOTAL	8.000,00 USD		1.000,00 USD	83,33 USD

Fuente: elaboración Propia

7.9. Balance Proyectado

Gastos Generales	(\$800,00)	(\$800,00)	(\$800,00)	(\$800,00)	(\$800,00)	(\$800,00)
Saldo	(\$5.958,00)	(\$4.240,80)	\$10.887,65	\$10.887,65	\$10.887,65	\$10.887,65
Saldo Acumulado	(\$5.958,00)	(\$10.198,80)	\$688,85	\$11.576,51	\$22.464,16	\$33.351,82

Fuente: Elaboración Propia

7.11. Ratios Financieros

Tabla 12. Ratios Financieros

Razones Financieras	2017	2018	2019	2020	2021
Margen Bruto	52,19%	13,17%	20,28%	24,80%	32,91%
Margen Neto	38,86%	9,71%	15,11%	18,53%	24,63%
ROA	437,22%	63,91%	106,45%	103,17%	101,33%
ROE	325,59%	47,15%	79,31%	77,09%	75,83%
EBITDA	\$98.677,74	\$61.389,78	\$150.462,98	\$261.488,27	\$454.768,62

Fuente: Elaboración Propia

Podemos observar en la tabla anterior que el Margen Bruto y el Margen Neto son positivos para los 5 años de evaluación, se observa que el primer año fue el más alto ya que no se considera contratación de personal adicional a los dos fundadores ni alquiler de oficinas, el año 2 se observa una importante disminución por la contratación de personal y alquiler de oficina y después de allí se va incrementando año a año.

Se puede notar también que el ROA tiene valores positivos por encima del 60% en todos los años, lo que nos indica que los activos de la empresa son eficientes y capaces de generar renta por ellos mismos, de igual forma el ROE nos indica que la capacidad de la empresa de remunerar a los accionistas es muy atractiva.

Y por último el EBITDA nos indica que existe eficiencia operativa, ya que es creciente con excepción del año 2, ya que es el año en que se incurre en nuevas contrataciones y alquiler de la oficina.

7.12. Fuentes de Financiamiento

El monto inicial de inversión requerido es de US\$22.569,59, incluyendo el capital de trabajo y la inversión en mobiliario y equipo de oficina, la inversión en programación y diseño de la página Web y los costos legales de incorporación de la empresa.

Para llevar a cabo el proyecto, se propone que la inversión inicial sea mediante aporte de los inversionistas, ya que al ser una empresa nueva en el mercado, no cuenta con record crediticio para optar por un financiamiento bancario.

Los inversionistas se buscarán inicialmente dentro de la red de contacto de los fundadores, para esta inversión inicial se buscan idealmente entre 1 y 2 inversionistas ya que la inversión inicial es bastante baja.

8. Riesgos Críticos

Existen riesgos que pueden afectar la operación de Link Inmobiliario, estos riesgos pueden ser internos o externos, a continuación más detalle de los riesgos junto con las acciones a implementar para mitigarlos.

Tabla 13. Riesgos

RIESGOS INTERNOS	PLAN DE MITIGACIÓN
Fuga de personal con información confidencial y cartera de clientes	Revisión de los planes de incentivos al personal, capacitación continua, mantener al personal motivado y con un alto grado de pertenecía hacia la empresa.
RIESGOS EXTERNOS	PLAN DE MITIGACIÓN
Imitación de competidores	Capacitación y mejora continua del personal y los procedimientos de la empresa, lograr contratos corporativos con las empresas SEM, innovar continuamente, adaptarse rápidamente a los

	cambios del mercado.
Disminución de la demanda de bienes inmuebles	Mantener una estructura de costos baja, que nos permita cambiar el foco de la empresa, ampliar operaciones a otros países de la región.
Cambio de ley hacia las SEM	Diversificar el mercado objetivo dentro de Panamá y ampliar la operación de Link a otros países de la región.
Que las empresas aliadas en la prestación de servicios complementarios, nos hagan quedar mal con los clientes referidos.	Contar con 2 o más empresas aliadas para cada servicio ofrecido al cliente, de manera de poder asegurar una rápida respuesta y eficiente a cada necesidad.

Fuente: Elaboración Propia

9. Propuesta Inversionista

Como se explicó en la sección 7.12, la inversión inicial requerida para cubrir los costos de arranque y el capital de trabajo de Link Inmobiliario es de US\$22.569,59.

La propuesta para el inversionista del total del capital necesario para el inicio de las operaciones de la empresa, es un rendimiento de 10% sobre la inversión realizada, pagada al final del segundo año de operaciones más un 5% de la utilidad neta de los 2 primeros años de la operación, se le asegura este rendimiento indicado.

10. Conclusiones

- Link representa una inversión inicial baja, de apenas US\$22.600 recuperando dicha inversión en tan solo 3 meses de operación. Un VAN positivo de US\$479.038 demuestra que es un proyecto que tiene un valor económico sostenible. Una TIR muy por encima del 100% hace ver este proyecto como altamente rentable.
- La apropiabilidad del grupo emprendedor y la experiencia obtenida a través de años de experiencia trabajando en este mercado, son factores clave para llevar a cabo este emprendimiento.
- Inicialmente el primer año del emprendimiento, la empresa operará solo con sus fundadores como Gerente de Ventas y Gerente Administrativo, para reducir los costos iniciales, mientras la empresa comienza a facturar. Al inicio del año dos se contrata personal adicional en ventas y se alquila una oficina comercial, se estima un crecimiento sostenible para las operaciones de la empresa en los 5 primeros años de operación.
- Link Inmobiliario es un emprendimiento con altas probabilidades de éxito, tiene un mercado potencial en pleno crecimiento (empresas SEM), las condiciones del país son favorables, el sector inmobiliario está creciendo en el país y la experiencia del equipo emprendedor le dan ventajas competitivas para emprender exitosamente este proyecto.

Bibliografía

- Asamblea Nacional de la República de Panamá. (24 de Agosto de 2007). *Ministerio de Comercio e Industrias*. Obtenido de <http://www.sem.gob.pa/doc/Ley%2041.pdf>
- Banco Mundial. (2016). *Banco Mundial*. Obtenido de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?end=2015&locations=PA&start=1961&view=chart>
- Bellini, L. (15 de Octubre de 2015). *La Prensa*. Obtenido de http://impresaprensa.com/economia/Panama-complejo_0_4324067586.html
- Bellini, L. (27 de Noviembre de 2016). *La Prensa*. Obtenido de http://impresaprensa.com/economia/empresas-instalan-pais-regimen-SEM_0_4630037002.html
- Bellini, L. (17 de Julio de 2016). *La Prensa*. Obtenido de http://www.prensa.com/economia/ano-record-regimen-SEM_0_4530297008.html
- Chapman, G. O., Fernandez, M., Chapman, F., Navarro, L. A., Obediente, F., Rodriguez, M., & Escoffery, M. A. (Mayo de 2013). *INDESA*. Obtenido de INDESA: <http://www.indesa.com.pa/index.php/es/servicios/invreports>
- Chavez, C. (3 de Abril de 2015). *GROU Crecimiento Digital*. Obtenido de GROU Crecimiento Digital: <https://blog.grou.com.mx/marketing-digital-para-bienes-raices-bienes-raices-df#sthash.NCxc8sg.dpbs>
- Contraloría General de la República de Panamá. (2016). *Contraloría General de la República de Panamá*. Obtenido de <https://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/A3312016construccion.pdf>
- Contraloría General de la República de Panamá. (2016). *Datos de 2016 - estimados por CEECAM. 2017 – 2020, proyectados en base a cifras del Banco Mundial*. Ciudad de Panamá: Contraloría General de la República de Panamá. Obtenido de 3. Contraloría General de la República. Datos de 2016 - estimados por CEECAM. 2017 – 2020, proyectados en base a cifras del Banco Mundial.
- Damodaran, A. (Enero de 2017). *NYU Stern*. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctryprem.html

- Damodaran, A. (Enero de 2017). *NYU Stern*. Obtenido de http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html
- Díaz, J. (30 de Enero de 2017). Desempeño de empresas SEM en Panamá. (M. Zuppicchini, Entrevistador)
- Estrella, R. D. (12 de Octubre de 2016). *La Estrella de Panamá*. Obtenido de <http://laestrella.com.pa/vida-de-hoy/tecnologia/51-panamenos-tiene-acceso-internet/23965564>
- Forte, R. (28 de Febrero de 2016). *La Estrella de Panamá*. Obtenido de <http://laestrella.com.pa/vida-de-hoy/planeta/total-25-proyectos-fueron-construidos-normas-leed/23924693>
- Gómez, J. (8 de Junio de 2015). *Capital Financiero*. Obtenido de <http://www.capital.com.pa/panama-con-tasas-de-interes-menores-al-10/>
- Gómez, J. H. (14 de Septiembre de 2016). *Capital Financiero*. Obtenido de <http://www.capital.com.pa/panama-aspira-ser-un-hub-de-empresarios/>
- González, R. (7 de Julio de 2016). *La Prensa*. Obtenido de http://www.prensa.com/economia/Panama-pierde-competitividad-tecnologias-informacion_0_4522797831.html
- Inversión Inmobiliaria. (11 de Julio de 2016). *Inversión Inmobiliaria*. Obtenido de <http://www.inversioninmobiliariacr.com/index.php/noticias/noticias-internacionales/item/489-sector-construccion-de-panama-crecio-un-10-en-el-primer-trimestre-de-2016>
- La Estrella de Panamá. (12 de Octubre de 2016). *La Estrella de Panamá*. Obtenido de <http://laestrella.com.pa/vida-de-hoy/tecnologia/51-panamenos-tiene-acceso-internet/23965564>
- Maestracci, M. (13 de Mayo de 2015). *Metro Realty*. Obtenido de <http://www.metrorealtypanama.com/es/impuesto-de-bien-inmueble-en-panama/>
- Ministro de Comercio e Industrias. (2016). *Panama Invest*. Obtenido de http://contenidos.ceoe.es/CEOE/var/pool/pdf/cms_content_documents-file-323-presentacion-del-ministro-de-industrias-y-comercio-de-la-republica-de-panama-sr-augusto-r-arosemena.pdf
- Moncrief, H. (2016). *Business News Americas*. Obtenido de <http://www.bnamericas.com/es/intelligence-series/infraestructura/panama-un-centro-logistico-global-emergente/>
- Morales, C. (5 de Octubre de 2016). *La Tercera*. Obtenido de

<http://www.latercera.com/noticia/panama-desplazaria-a-chile-como-el-pais-de-la-region-con-mayor-pib-per-capita-en-2018/>

Muñoz, E. (2 de Octubre de 2016). *Marketing Social Panamá*. Obtenido de <http://marketingsocialpanama.com/2016/10/las-5-principales-redes-sociales-en-panama-en-2016/>

Panamá, A. N. (24 de Agosto de 2007). *Ministerio de Comercio e Industrias*. Obtenido de <http://www.sem.gob.pa/doc/Ley%2041.pdf>

Perez-Newman, C. (20 de Abril de 2016). *Tu Puedes Vender Más*. Obtenido de *Tu Puedes Vender Más*: <http://www.tupuedesvendermas.com/software-inmobiliario-wasi/>

Solís, A. (10 de Junio de 2016). *Agencia de Noticias Panamá*. Obtenido de <http://www.anpanama.com/5960-Panama-es-el-segundo-pais-con-mayor-cantidad-de-poblacion-urbana.note.aspx>

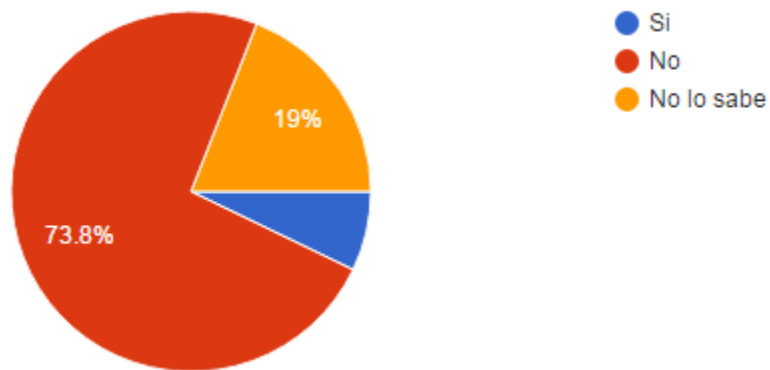
Valdes, A. (21 de Diciembre de 2014). *Panamá América*. Obtenido de <http://www.panamaamerica.com.pa/opinion/panama-una-sociedad-de-consumo-957242>

Yahoo Finance. (Enero de 2017). *Yahoo Finance*. Obtenido de <https://finance.yahoo.com/bonds>

ANEXOS

Anexo 1

¿Su empresa tiene convenio con alguna empresa de bienes raíces para el servicio a sus colaboradores? (72 respuestas)



Fuente: Encuesta Realizada

PROPUESTA COMERCIAL LINK INMOBILIARIO

LINK INMOBILIARIO es una compañía de bienes raíces establecida en la ciudad de Panamá con una experiencia acumulada de más de 6 años en el mercado inmobiliario local y una gran cantidad de clientes satisfechos que respaldan nuestra operación; la cual se ha caracterizado por la transparencia, efectividad, sólida experiencia y cumplimiento en la realización de negocios de compra, venta de inmuebles nuevos y usados, venta de proyectos y arrendamientos.

En búsqueda de estrechar lazos comerciales y brindar beneficios adicionales para los colaboradores de **L'BEL PARIS**, tenemos el gusto de presentarles la siguiente propuesta:

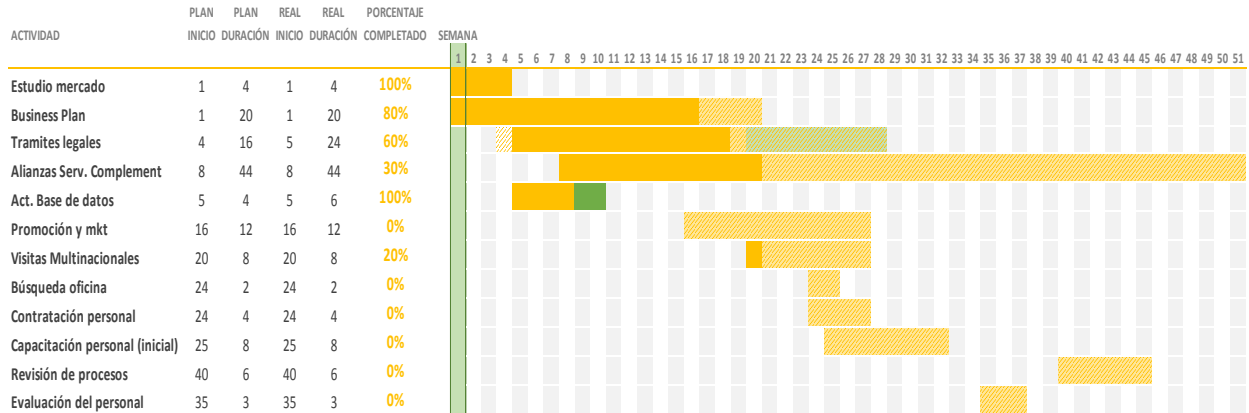
BENEFICIOS

- 1. Asistencia Financiera** con nuestros bancos aliados, SCOTIABANK, DAVIVIENDA y BANISTMO, ofreceremos para nuestros clientes:
 - ✓ Tasas preferenciales
 - ✓ Aprobación en 5 días
 - ✓ Se tendrá en cuenta la continuidad laboral del país de origen del solicitante
 - ✓ Gastos legales de escrituración cubiertos por el banco hasta **US\$2,000**
- 2.** Acompañamiento y asesoría durante todo el trámite, desde la aprobación del préstamo hipotecario y búsqueda de opciones hasta la escrituración y entrega del apartamento al nuevo propietario.
- 3.** Agilización de trámites y eficiencia en los procesos, esto beneficiará a los clientes con una menor inversión de su valioso tiempo en todo el proceso de búsqueda y toma de decisiones.

Anexo 3

LINK INMOBILIARIO

SEMANA: 1 Plan Real % completado Real (más allá del plan) % Completo (más allá del plan)



Fuente: Elaboración propia

Anexo 4

Country	Moody's rating	Rating-based Default Spread	Total Equity Risk Premium	Country Risk Premium	Sovereign CDS, net of US	Total Equity Risk Premium	Country Risk Premium
Panamá	Baa2	2.20%	8.40%	2.71%	1.56%	7.61%	1.92%

Fuente: Damodaran, Enero 2017

(http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/ctrypem.html)

Anexo 5

Industry Name	Number of firms	Beta	D/E Ratio	Tax rate	Unlevered beta	Cash/Firm value	Unlevered beta corrected for cash	HiLo Risk	Standard deviation of equity
Real Estate (Operations & Services)	54	0.99	76.67%	8.78%	0.58	5.21%	0.62	0.5913	50.15%

Fuente: Damodaran, Enero 2017

(http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/dar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)