



REPUBLICA DE PANAMÁ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

CONSULTORÍA FINANCIERA BAJO LA MODALIDAD FREELANCER

**PROYECTO DE TRABAJO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN BANCA Y FINANZAS**

Tutor: Prof. Miguel Pandales

Autor: Isamar Maylin Henríquez Quiróz

Panamá, 16 de septiembre de 2022



REPUBLICA DE PANAMÁ

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS
LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN BANCA Y
FINANZAS**

INFORME FINAL

CONSULTORÍA FINANCIERA BAJO LA MODALIDAD FREELANCER

**PROYECTO DE TRABAJO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN BANCA Y FINANZAS**

Autor: Isamar Maylin Henríquez Quiróz

Panamá, 16 de septiembre de 2022



Ciudad de Panamá, 27 de abril de 2022

Profesor

Nagib Yassir

Coordinador del Comité de Titulación de Estudios de Grado y Postgrado Presente

En mi carácter de Tutor del Trabajo de Grado de maestría, presentado por la bachiller, Isamar Maylin Henríquez Quiróz, para optar al grado de Licenciatura en Administración de Empresas con Énfasis en Banca y Finanzas, considero que el trabajo de grado reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

Atentamente

<Firmado en original>

Miguel Pandales



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGIA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS

INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORÍA Y OPCIÓN DE TITULACIÓN DE TRABAJO

DE GRADO DE LICENCIATURA

Carrera De Licenciatura: Administración De Empresas Con Énfasis En Banca Y Finanzas

Estudiante: Isamar Maylin Henríquez Quiroz

Tutor: Prof. Miguel Pandales

Título del trabajo de Grado: Consultoría Financiera Bajo la Modalidad FreeLancer

Línea de investigación: Banca y finanzas orientado a un enfoque innovador y tecnológico

SESIÓN	FECHA	HORA REUNION	ASPECTO TRATADO	OBSERVACION
1	01/07/2021	5:00 p. m.	Propuesta, solicitud para ser mi tutor de tesis	firma de documento
2	02/07/2021	3:00 p.m.	Discusión del tema para el trabajo de grado y estructuración del mismo	se escogió el tema, consultoría financiera bajo la modalidad FreeLancer
3	27/07/2021	11:00 a.m.	Se envió el primer borrador,	Se tocaron temas puntuales como el desarrollo de los dos primeros capítulos
4	08/07/2021	1:27 p.m.	correcciones sobre la tesis	como redactar el marco teórico,
5	10/12/2021	10:00 a.m.	encuesta y grafica	metodología utilizada para la encuesta

Titulo definitivo:

Consultoría Financiera Bajo la Modalidad FreeLancer

Comentarios finales acerca de la investigación: declaramos que las especificaciones anteriores representan el proceso de dirección del trabajo de grado arriba mencionado.

<Firmados en original>

Miguel Pandales

Isamar Henriquez

AGRADECIMIENTO

Dedico este trabajo a mi familia, a mi papá (José), a mi mamá (Yadira), a mi hija (Cristel), a mis seis hermanos y a mi esposo (José), quienes han sido mi motor para seguir adelante, mi motivación y mi voz de aliento en toda esta trayectoria, por brindarme su amor incondicional y por asistirme en mis momentos más difíciles.

Agradezco primeramente a la Universidad Internacional de Ciencias y Tecnología por la oportunidad de formarme en el campo de la facultad de ciencias administrativas empresariales y de negocios, y por enriquecernos de conocimientos y por habernos brindado tantas oportunidades.

Gracias a mi tutor el Profesor Miguel Pandales, por el apoyo brindado para la realización del proyecto de tesis de titulación, que me permitió explorar distintas inquietudes dentro y fuera de la licenciatura. Por todo el aprendizaje obtenido y por las ganas de seguir formándome en áreas de interés que en mí nacieron en todo este proceso.

Le quiero agradecer al Profesor Nagib Yassir García, por todo el apoyo que me brinda durante esta investigación.

A todos los profesores que durante esta carrera me brindaron su sabiduría y apoyo.

Muchas gracias a todos.

ÍNDICE GENERAL

	Páginas
PORTADA	1
CARTA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	2
INFORME DE ACTIVIDADES DE TUTORÍA OPCIÓN DE TITULACIÓN	3
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE GENERAL	6
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULOS	
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
Antecedentes del Problema de la Investigación	13
Planteamiento y Formulación del Problema	15
Justificación de la Investigación	16
Objetivos	17
Objetivo General	17
Objetivos Específicos	17
Alcance y límites de la investigación	18
II. MARCO TEÓRICO	19
Antecedentes de investigaciones realizadas sobre el tema	19
Bases Teóricas que sustentan la Investigación	22
Marco Operativo de ser Freelancer	23
Pros	23
Contras	24
Ventajas y Desventajas de ser Freelancer	24
Ventajas	24
Desventajas	25
Forma de Pago y Manejo del Contrato de Trabajo	29
III. METODOLOGÍA	37
Tipo y Diseño de la Investigación	37
Fuentes de Información	37
Fuentes Primarios	37
Fuentes Secundarias	38
Instrumentos de Medición	38
Variables	38
Definición Conceptual	39
Definición Operacional	39
Población y Muestra	40
Procedimiento	41
IV. ANALISIS DE LOS RESULTADOS	43

Análisis de las Encuestas	43
Foro Debate	55
V. PROPUESTA	60
Introducción del plan de gestión o propuesta de ejecución del proyecto	60
Justificación del plan o propuesta	61
Objetivos	62
Impacto, beneficios o aportes esperados	63
Presupuesto	63
Plan de acción	64
LinkedIn	64
Resaltar los puntos fuertes	65
Involucrarse	65
Búsqueda de ayuda	65
Optimizar el perfil	66
Twitter	66
Marketing de Contenido	67
Recomendaciones de la propuesta	72
CONCLUSIONES	73
RECOMENDACIONES	74
BIBLIOGRAFIA	75



REPÚBLICA DE PANAMÁ
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, EMPRESARIALES Y DE NEGOCIOS
CONSULTORÍA FINANCIERA BAJO LA MODALIDAD FREELANCER

Autor (a): Isamar Maylin Henríquez Quiroz
Tutor (a): Prof. Miguel Pandales
Año: 2022

RESUMEN

El objetivo de este trabajo de graduación, es evaluar y determinar la viabilidad e impacto de un emprendimiento freelancer como consultor financiero en Panamá, exponiendo primeramente las capacidades y experiencias (previo pago) y lo segundo, los clientes, pequeñas y medianas empresas, que pueden contactar y solicitar los servicios, generándose una red de confianza por las características de la propuesta, que incluye la evaluación y recomendación de la calidad de los servicios prestados bajo la modalidad freelancer. Para la conceptualización, definición y modelo del negocio, se realizó un análisis especial, principalmente, en cuanto a la oferta existente y la competencia potencial. El análisis incluyó varias opiniones realizadas por especialistas en este tipo de emprendimiento. Dada la definición del negocio, y habiéndose realizado el estudio de mercado, análisis de la oferta y demanda, plan de marketing, estructura y legal, se determinó la viabilidad del negocio derivado de la encuesta aplicada y el foro debate desarrollado, lo cual permitió elaborar una propuesta cónsona para iniciar este emprendimiento en Panamá. De igual manera, durante el desarrollo de la tesis, se pudo identificar diversas oportunidades que pueden generar sinergias al negocio propuesto.

Palabras claves: consultoría financiera, modalidad freelancer



REPUBLIC OF PANAMA
UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA
FACULTY OF ADMINISTRATIVE, BUSINESS AND BUSINESS SCIENCES

FINANCIAL CONSULTANCY UNDER THE FREELANCER MODALITY

Author (a): Isamar Maylin Henríquez Quiroz
Tutor (a): Prof. Miguel Pandrales
Year: 2022

ABSTRACT

The objective of this graduation work is to evaluate and determine the viability and impact of a freelancer venture as a financial consultant in Panama, exposing first the capabilities and experiences (upon payment) and the second, the clients, small and medium enterprises, who can contact and request the services, generating a network of trust for the characteristics of the proposal, which includes the evaluation and recommendation of the quality of the services provided under the freelance modality. For the conceptualization, definition and model of the business, a special analysis was carried out, mainly, in terms of the existing offer and potential competition. The analysis included several opinions made by specialists in this type of entrepreneurship. Given the definition of the business, and having carried out the market study, analysis of supply and demand, marketing plan, structure and legal, the viability of the business derived from the applied survey and the debate forum developed was determined, which allowed to elaborate a consonant proposal to start this venture in Panama. Similarly, during the development of the thesis, it was possible to identify various opportunities that can generate synergies to the proposed business.

Keywords: financial consulting, freelancer modality

INTRODUCCIÓN

Ser freelancer, es una decisión que se tiene que evaluar con mucho cuidado, ya que requiere de un gran esfuerzo y disciplina, sin importar el o las áreas en que se presten los servicios. Trabajar de forma independiente lleva consigo tanto beneficios como responsabilidades y, en la mayoría de las veces, demanda mucho más tiempo y entrega que el trabajo dentro de una empresa.

Por lo anterior es importante tener claro que, si una persona desea trabajar de manera independiente por el simple hecho de no tener que cumplir un horario y porque está cansado de su trabajo de oficina, está viendo en las cosas de manera equivocada.

Ahora bien, otra cosa que hay que tomar en cuenta al momento de tomar la decisión de ser freelancer en determinada área de especialización, es saber cómo mercadeo mis talentos y servicios dentro del ciberespacio del internet.

Muchas personas han incursionado como freelancers sin tener una presencia web básica; ni siquiera un blog o una página de internet, o sitio donde puedan haber puesto su hoja de vida, un listado de clientes y proyectos que hayan realizado.

Hay otros freelancers que están acostumbrados a trabajar desde mucho tiempo para una misma organización, que le entregaba grandes volúmenes de trabajo, por lo cual no necesitaba de marketing freelancer, pero esto cambió y seguirá cambiando.

El mercadeo para un freelancer es su principal estrategia para poder darse a conocer en el nicho de mercado que se quiere posicionar. Para esto requerirá de evaluar ese mercado, sus necesidades, preferencias y gustos, en función de pautas, escritos, formas de escribir y abordar el mensaje, audios y videos interesantes, que sean utilizados de forma apropiada para atraer clientes.

El propósito de esta investigación busca ilustrar al lector, sobre las diferentes formas y principios de mercadeo virtual, para que una persona que inicie o esté emprendiendo su

actividad como freelancer, pueda lograrlo con un relativo éxito y sostenibilidad en el corto y mediano plazo.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes del Problema de la Investigación

Actualmente predomina la era del conocimiento, en donde muchas cosas alrededor han venido cambiando de manera vertiginosa al observar detenidamente la transformación de la sociedad enfocada principalmente en: la educación, la forma de comunicarnos y los procesos productivos y de trabajo de las diversas áreas del conocimiento.

Coleman (Coleman, 2016) afirma que la sociedad de nuestros días se caracteriza por no ser un todo único monolítico. La sociedad actual vive llena de diferencias, de diversidad, de elementos, rasgos, realidades, circunstancias, mayores y menores, que subrayan a cada uno de los grupos humanos a los que se pertenece, bien sea por razón étnica, lingüística, religiosa, social, profesional, etc.

No obstante, al señalamiento anterior, en la práctica real, se puede pertenecer a diversos grupos al mismo tiempo, ya sea por razones de origen, de elección, por formación, por criterio profesional, hasta incluso por elección de opción de ocio, etc. Una misma persona puede entrelazar su realidad vital bien con aquel bagaje que ha recibido de sus padres y antepasados, bien con el que ha adquirido con la formación recibida y con su ejercicio profesional, bien con la elección de sus amistades, bien con su voluntad de conquistar sus anhelos, los cuales incluso pueden haber determinado su misma migración a otros países, continentes, culturas, etc.

Dentro de los cambios que estamos evidenciando en el contexto social, está la revolución tecnológica, lo que marca todas las funciones de los diversos departamentos o funciones que cumple el personal asignado en los cargos de una organización o empresa. Desde

esta perspectiva, se considera necesario la formación de un profesional con competencias cognitivas, tecnológicas y lingüística entre otras.

Por otro lado, existe una revolución tecnológica a nivel global, que no es más que el proceso de hacer las cosas más eficientes y ser sumamente productivos, utilizando elementos o mecanismos “tecnológicos y/o virtuales” dentro de los sistemas productivos y operativos de la sociedad (Calderón, 2013).

Lo anterior es una realidad vital en nuestros días, podemos observar cómo grandes organizaciones globales como LinkedIn, Facebook, WhatsApp, Google e Instagram; muestran una expansión continua que viene arrastrando a muchas personas en búsqueda de nuevas oportunidades de emprendimiento y conocimiento fuera de sus fronteras.

Conociendo la importancia que tiene la formación de recursos humanos con las competencias que requiere el mercado laboral actual, se hace necesario que las universidades desarrollen un pensum académico basado en la realidad que nos está dando el entorno. El entorno actual en lo laboral nos obliga a buscar y encontrar nuestro nicho de mercado, para ser independientes. Esto implica desarrollar estrategias de mercadeo que tienen que estar amarradas obligatoriamente con la tecnología; no podemos estar divorciados de ella en absoluto, si es que queremos lograr individualmente desarrollo y prestigio profesional en nuestra área de especialización.

Hoy en día, según Sullivan (Sullivan, 2015), las estrategias de mercadeo independientes, se sustentan en la realidad del entorno tecnológico “virtual” en que vivimos, donde existe un mayor alcance, por parte de una persona, a un mercado o nicho de mercado de su interés, sabiéndolo motivar a través de blogs, videos e imágenes llamativas.

Esto implica que muchas busquen un futuro laboral y profesional dentro de su área de conocimiento y especialización.

Si observamos lo que viene sucediendo a nivel global en materia laboral podemos darnos cuenta que cada vez son más los que comienzan a trabajar como freelancers. La evolución tecnológica ha permitido que casi cualquier persona cuente con el equipo necesario para trabajar de forma independiente o en sociedad con otros a través de Internet.

Razones por las que tantas personas a nivel global comienzan sus carreras como freelancer:

- ✓ La familia: muchas personas no tienen más remedio que comenzar a trabajar desde sus hogares por razones familiares, ya sea porque tienen que cuidar de sus hijos pequeños o de sus mayores.
- ✓ El desempleo: la crisis ha dejado a millones de personas desempleadas, que ante la dificultad para conseguir un nuevo empleo han tomado la decisión de trabajar por su propia cuenta.
- ✓ La comodidad: muchos deciden trabajar como freelancer por comodidad. Trabajar como freelancer permite ganar dinero sin tener que moverse de la comodidad del hogar. De esta forma se evita también la pérdida de tiempo y dinero relacionada con el transporte a una oficina.
- ✓ La flexibilidad: el trabajo freelancer permite una gran flexibilidad horaria que es imposible alcanzar con la mayoría de los trabajos convencionales. Hay gente a la que no le gusta el "horario de oficina" y se siente más a gusto trabajando en el horario que más le convenga y la cantidad de horas que más le convenga.
- ✓ La autonomía: el trabajo freelancer permite una mayor autonomía. Es el propio trabajador quien toma las decisiones y no debe seguir las órdenes de ningún jefe. Hay gente que se siente más a gusto trabajando de esta manera.

1.2. Planteamiento y Formulación del Problema

Si observamos lo que viene sucediendo a nivel global en materia laboral podemos darnos cuenta de que cada vez son más los que comienzan a trabajar como Freelancers. La evolución tecnológica ha permitido que casi cualquier persona cuente con el equipo

necesario para trabajar por su cuenta, ya que por lo general solamente se requiere un ordenador con conexión a internet.

En Panamá, poco se sabe o se tiene en cuenta esta modalidad de trabajo o negocio, el cual es una gran respuesta a muchos profesionales del área de consultoría financiera de poder ofertar estos servicios tanto local como internacionalmente con el buen uso de la tecnología.

En base a lo anterior señalado, procedemos a establecer la siguiente pregunta a resolver en el desarrollo de la investigación:

¿Qué estrategias les puedan permitir a las personas con deseos de desarrollar un emprendimiento de negocio, ofrecer sus servicios de consultor empresarial en finanzas, bajo la modalidad freelancer tanto localmente en su etapa inicial, y posteriormente a nivel internacional, apoyados en la tecnología?

1.3. Justificación de la Investigación

El prospecto de una vida laboral independiente es cada vez más atractivo en estos días. Desde profesionales con muchos años de experiencia, cansados de sus lugares y puestos de trabajo, hasta los recién graduados universitarios, son quienes se entusiasman con la perspectiva de establecer su propio horario y trabajar desde la comodidad de su casa.

Crear un negocio de consultoría freelancer, requiere de realizar un diagnóstico, planificación, organización y ejecución de la propuesta; de esta manera se visualiza las ventajas y desventajas de ser freelancer en consultoría administrativa, legal y contable.

Para Porter (Porter, Ser Competitivo, 2014), la consultoría freelancer requiere de una persistencia y paciencia, y sobre todo utilizar estrategias de mercadeos variadas para permanecer en un mercado eminentemente cambiante. De acuerdo a la definición, el rol

o función de un freelancer requiere de aplicar acciones que vayan en función de alcanzar las metas.

Este trabajo cobra importancia porque se basa en analizar las ventajas y desventajas de un freelancer en consultoría en una empresa que quiera desarrollar una marca personal a través de estrategias de mercadeo variadas, utilizando sus fortalezas, pasiones y valores en un mercado o nicho específico, apoyados por las aplicaciones y otros elementos tecnológicos, que lo logren diferenciar y tener aceptación en el mercado local e internacional.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Diseñar estrategias que le permitan a personas con deseos de desarrollar un emprendimiento de negocio, ofrecer sus servicios de consultoría empresarial financiera, bajo la modalidad freelancer tanto localmente en su etapa inicial, y posteriormente a nivel internacional, apoyados en la tecnología.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Describir la gestión operativa de un freelancer en consultoría empresarial financiera.
- ✓ Desarrollar las competencias laborales que debe tener un freelancer y cómo, en este modelo, es aplicable el concepto benchmarking y el marco legal de trabajo de esta modalidad.
- ✓ Señalar las plataformas más convenientes donde un freelancer debe ofertar sus servicios tanto local como internacionalmente, para ser visto y reclutado.
- ✓ Conocer como el Networking y el Marketing de Contenido, potencian el perfil y las habilidades de un freelancer, para poder ser reclutado por empresas interesadas.

1.5. Alcance y límites de la investigación

La investigación se delimitará a los siguientes aspectos:

- ✓ Las barreras, dificultades y oportunidades que conlleva ser un freelancer para el desarrollo de una carrera profesional en la era digital.
- ✓ El entorno tecnológico y laboral donde se debe desarrollar un freelancer para ser reclutado.
- ✓ Las herramientas tecnológicas para utilizar eficazmente como estrategia para ser reclutado.

La mayor limitación encontrada en el desarrollo de esta investigación, lo representa el factor tiempo, no obstante, la motivación y el deseo de presentar un trabajo de calidad con coherencia lógica para el lector interesado, supera con creces esta dificultad.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigaciones realizadas sobre el tema

Cuando hablamos o escuchamos el término estrategias, nos viene a la mente un plan o conjunto de planes a desarrollar con propósitos diversos, según su campo de acción.

Según Chandler (Chandler, 2014), un freelancer debe crear estrategias que le ayuden a formular, implantar y formular mecanismos de interacción con las empresas reclutadoras, en donde estas últimas sientan que se cumplan los objetivos de contratación.

En cambio, Porter (Porter, 2010) establece que un freelancer deberá crear una estrategia competitiva, la cual deberá consistir en desarrollar estrategias entrelazadas con la tecnología, experiencia, actitudes y conocimientos, de manera que impacten en la organización interesada en sus servicios.

Como se puede denotar, las estrategias deben formularse e implementarse de cara al nicho de mercado de interés y la experiencia y profesionalismo que se tenga en determinada área, de forma tal que tenga el efecto buscado, que en el caso de esta investigación consiste en ser reclutado.

El Proceso de Reclutamiento

Normalmente la mayoría de las empresas tratan de seguir un formato para cubrir las vacantes que requiere de la jerarquía superior al nivel básico de la organización, mediante promociones o transferencias.

Al tenerlas copadas de este modo, una corporación puede aprovechar la inversión que han realizado en reclutamiento, selección, capacitación y desarrollo de su fuerza laboral actual.

El departamento de recursos humanos requiere de un buen sistema para localizar a los candidatos calificados y permitir que quienes se sientan preparados apliquen para la vacante. Resulta posible ubicar a los candidatos calificados en la organización mediante los sistemas de registro computarizados, colocación de anuncios, y entre las personas despedidas de vez en cuando.

Muchas veces no resulta posible cubrir desde el interior de la organización ciertos puestos de niveles medios y superiores, los cuales requieren capacitación y experiencia muy especializada, por lo que para reclutarlos se debe hacer desde el exterior.

Para Ries (Ries, 2014), experto reclutador de freelancers, el reclutamiento de este tipo de personal representa un conjunto de procedimientos orientados a buscar candidatos potencialmente calificados que cuenten con la capacidad de hacer el trabajo para el cual requieren ser contratados basados en el perfil del candidato en páginas como LinkedIn, su escritos y experiencias con otras organizaciones y cuál ha sido su evaluación por parte de ellas.

En cambio, para Sullivan (Sullivan, 2015), el reclutamiento de un freelancer es un proceso de identificación, basado en el marketing de contenido que posea el candidato que la organización esté buscando.

Los conceptos anteriores expresan algo muy claro, y es que para que un freelancer tenga éxito para ser reclutado, deberá elaborar un perfil óptimo que refleje un contenido de su perfil que atraiga a las empresas interesadas en contratar sus servicios.

Además, las empresas que contraten a un freelancer, lo hacen para hacerle frente a proyectos específicos en donde se requiere a un personal altamente competente y al menor costo operacional posible.

El Emprendedor Freelance

Un emprendedor freelance, “es aquella persona que busca oportunidades de trabajo y de negocios a través de internet, donde realiza las actividades a desarrollar normalmente en la comodidad de su hogar” (Coleman, 2016).

Para Ferris (Ferris, 2014), un emprendedor freelance, es una persona que trabaja de forma independiente, lo cual lleva consigo tanto beneficios como responsabilidades, y en la mayoría de las veces demanda mucho más tiempo y entrega que el trabajo dentro de una empresa.

Por lo anterior, es importante tener claro que, si una persona desea trabajar de manera independiente por el simple hecho de no tener que cumplir un horario y porque estás cansado de su trabajo de oficina, está viendo en las cosas de manera equivocada. Tiene que evaluar las ventajas y desventajas de ser freelance en su decisión.

Ahora bien, otra cosa que hay que tomar en cuenta al momento de tomar la decisión de ser freelance en determinada área de especialización, es saber cómo mercadeo mis talentos y servicios dentro del ciberespacio del internet para ser reclutado.

El Rol del Consultor Empresarial

Murdock (Murdock, 2012), nos señala que un consultor empresarial freelance, es aquella persona que evalúa necesidades, preferencias y gustos en determinado mercado, sobre el cual utiliza escritos, audios y videos de forma apropiada para atraer clientes dentro de su área de especialización corporativa.

Sumado al concepto señalado en el párrafo anterior, Calderón (Calderón, 2013), explica que un consultor empresarial freelance, es aquel que sabe brindar soluciones organizacionales a través de medios digitales a un mercado previamente establecido.

No cabe duda, que ser un consultor empresarial freelance, es una decisión que se tiene que evaluar con mucho cuidado, ya que requiere de un gran esfuerzo y disciplina, sin importar el o las áreas en que se presten los servicios.

Con la llegada del internet en los 60, y su expansión a nivel global a partir de los 90, se ha generado la aparición de lo que se conoce como trabajador freelance, que en términos generales representa: “ la labor que realiza una persona en una actividad consistente en realizar trabajos propios de su ocupación, oficio o profesión, de forma autónoma, para terceros que requieren sus servicios para tareas determinadas, que generalmente le abonan su retribución no en función del tiempo empleado sino del resultado obtenido, sin que las dos partes contraigan obligación de continuar la relación más allá del encargo realizado” (Fleming, 2011).

Para Murdock (Murdock, 2012), Internet ha facilitado la expansión de esta modalidad de trabajo en sectores como desarrollo de software, diseño de sitios web, tecnología de la información y documentación de negocios, ya que permite que el freelancer trabaje en lugares distantes del domicilio del receptor del trabajo e, incluso, en diferente país. Asimismo, cada vez existen más bolsas de empleo online dedicadas a estos profesionales.

2.2. Bases Teóricas que sustentan la Investigación

Para Moore (Moore, 2012), Las diferencias entre la actividad laboral del freelancer y el empleo fijo, pueden derivar una ventaja o una desventaja para el freelancer según sean sus características personales. A manera de ejemplo, en general el trabajador freelance tiene una mayor variedad de funciones asignadas que en un lugar de trabajo regular, y casi siempre tiene más libertad de escoger su horario de trabajo. Esto en sí, representa una ventaja para quien guste de una labor creativa y tenga la capacidad de administrar debidamente su tiempo de trabajo, pero si el trabajador en cuestión prefiere el trabajo rutinario o carece de autodisciplina en cuanto al tiempo de trabajo, la modalidad le significará una desventaja.

Este mismo razonamiento vale en el aspecto económico. Se considera en términos generales que el trabajador freelance percibe mejor retribución que el fijo, pero no cuenta beneficios laborales que ofrece una empresa tales como seguro médico o indemnizaciones de retiro y está sujeto a una posibilidad de variación en los ingresos. En este punto, es sumamente importante la personalidad del freelancer porque le requiere prever por sí mismo la cobertura de tales riesgos (enfermedad, edad avanzada, disminución temporal de ingresos, etc.)

Otro hecho fundamental a considerar es que, en general, el freelancer se debe preocupar de manera constante por la obtención de nuevos clientes, la realización de nuevos productos para estar a tono con el mercado, la actualización de sus conocimientos, etc. lo cual, a su vez, le brinda la oportunidad de incrementar sus ingresos e incluso, a veces, la de iniciar una empresa o la de obtener un empleo fijo de relevancia (Porter, Ser Competitivo, 2014). Sin embargo, existen personas que no cuentan con la capacidad o la voluntad para aprovechar esas ventajas y que, por el contrario, hallarán verse mejor en un empleo fijo con menores ingresos, pero con menores requerimientos y riesgos.

A veces un freelancer trabajará con uno o más freelancers o vendedores para formar una “agencia virtual” para servir a las necesidades particulares de un cliente para un trabajo o asignación de corto plazo o permanente. Este versátil modelo de agencia virtual puede ayudar a un freelancer a conseguir trabajos que requieren de experiencias y destrezas específicas y segmentadas fuera del ámbito de un individuo. A medida que cambian los clientes, de la misma manera pueden cambiar la base de talentos que una agencia de este tipo escoja para sus proyectos.

2.2.1. Marco Operativo de ser Freelancer

Operativamente ser freelancer tiene sus pros y contras.

2.2.1.1. Pros

Flexibilidad: ser freelancer proporciona un estilo de vida, o más bien forma de trabajo flexible, pudiendo elegir dónde, cuándo y con quién trabajar. Estableciendo tus propios horarios.

Control: El freelancer controla la carga de trabajo a soportar pudiendo elegir los proyectos que realmente quiere realizar. Sin que nadie le obligue a hacer algo que no le gusta.

No existe límites en los ingresos potenciales que se puede ganar o generar, que el que se obtiene de un salario fijo en una organización.

La facilidad de ampliar las áreas en las que se trabaja, sin tener que cambiar de puesto de trabajo.

La existencia de muchas plataformas para conseguir proyectos y consultoría como freelancer.

2.2.1.2. Contrás

El freelancer no recibe paga por el equipo, software o días de vacaciones y además no tiene pagas extras o gratificaciones de empresa.

Sentirse solo. Pudiera extrañar el apoyo y la camaradería de trabajar en equipo.

No existe garantía de encontrar trabajos o proyectos y ganar dinero.

Trabajar como freelancer solo, implica ser responsable de cada una de las decisiones a tomar y tener que aprender de los errores que se cometan.

2.2.2. Ventajas y Desventajas de ser Freelancer

En el punto anterior se expuso los pros y contras que tiene una persona al ser freelancer, esto trae consigo una serie de ventajas y desventajas que a continuación detallamos.

2.2.2.1. Ventajas

Se paga por hora trabajada: Trabajar desde temprano y quedarse hasta tarde no resulta un problema cuando viene reflejado en las ganancias.

Independencia: Muchas veces, el trabajo autónomo implica trabajar desde casa, pero incluso in situ, la exigencia es menor, en comparación con los empleados.

Hacer la parte emocionante del trabajo y luego irse a casa: En general, se trabaja en un proyecto, cuando este se termina uno puede irse a casa. No tiene que quedarse haciendo tareas de mantenimiento.

Posibilidad de ganar más dinero: Todo el mundo sabe que, en empleos de tiempo completo, el trabajo duro no siempre es recompensado. En cambio, para el freelancer, el dinero que se gana es directamente proporcional al tiempo trabajado.

Adquirir habilidades rápidamente: La exposición a una amplia variedad de proyectos y entornos de trabajo acelerará el desarrollo de sus habilidades. Y conocer a una gran cantidad de gente, ayuda a acrecentar sus contactos.

2.2.2.2. Desventajas

Se paga por hora trabajada: Si no trabaja no se le paga. Esto se da en vacaciones o en los espacios entre un trabajo y otro. Lo ideal es planear con anticipación, crear un presupuesto y contar con un fondo de emergencia.

Los beneficios corren por su cuenta: Obra social, impuestos, viáticos, todo suma cuando se pagan aparte. Esto se debe tener en cuenta a la hora de aceptar un trabajo freelance.

Ser de baja prioridad: Los autónomos son generalmente de menor prioridad para algunas compañías que sus empleados de tiempo completo, y el lugar de trabajo puede reflejar eso (escritorios dentro de armarios, sillas rotas, etc.).

El ajetreo: Un trabajador autónomo está constantemente en búsqueda de trabajo. Antes de terminar un proyecto debe asegurarse tener el próximo. Esto puede ser muy estresante.

Incertidumbre laboral: El verdadero riesgo a tener en cuenta es que el trabajo se puede cortar en cualquier momento. Afortunadamente, la mayoría de los gerentes tienen la capacidad de planear con anticipación, pero incluso así no se obtiene total seguridad.

En resumen, el trabajo freelance no es para todo el mundo, y pasar a ser autónomo después de muchos años trabajando en relación de dependencia puede significar un cambio sumamente brusco y vertiginoso para el que se debe estar preparado.

Es por ello, que antes de tomar esta decisión, hay que tener en claro que se requiere de mucha planificación y automotivación. Dependerá de la persona conseguir el próximo empleo o proyecto, trabajar las horas suficientes, pagar sus propios gastos médicos y otros adicionales, y buscar constantemente el crecimiento profesional. No obstante, la independencia y la capacidad de desarrollar las habilidades a un ritmo más veloz puede ser financiera y personalmente gratificante.

En términos generales, el trabajo freelance se define como la forma de reemplazar, total o parcialmente, el desplazamiento físico de las personas a los centros de trabajo por un flujo de información digital constante mediante los medios audiovisuales, la informática y las telecomunicaciones (Coleman, 2016).

Esta nueva tendencia ha venido transformando, poco a poco, los actuales esquemas de producción y el trabajo, ya que no solamente beneficia a las corporaciones (reducción de costos y aumento de la productividad) sino también a los trabajadores quienes se le facilita la elección de dónde vivir, organizar su tiempo y ahorrar buena parte del salario.

El trabajo en casa vía internet conlleva un cambio estructural en las relaciones entre trabajadores y empleadores, porque el jefe ya no está físicamente presente para poder supervisar que el trabajador cumpla con sus responsabilidades.

Debido a lo anterior, se requiere la comunicación constante mediante correo electrónico, teléfono fijo y celular entre otros, con el fin de dar una respuesta clara a cualquier inquietud o formular preguntas importantes para la realización de las tareas diarias, para este fin los teléfonos inteligentes o Smartphones, resultan útiles, ya que poseen una gran variedad de herramientas que se pueden utilizar para facilitar el trabajo desde la casa.

Es importante señalar que el trabajo de un freelancer puede desarrollarse no sólo en la casa sino también en un cibercafé o en las oficinas de un cliente.

En términos concretos, para que el freelancer pueda desempeñar un trabajo con éxito, es necesario que en cuenta las siguientes normas y precauciones:

1. Preparar un espacio de exclusividad para efectuar el trabajo profesional.

Es importante que el freelancer disponga de un sitio, como por ejemplo una habitación de la casa, para dedicarse al trabajo por internet desde casa. Allí debe existir una conexión a Internet, buena iluminación, muebles adecuados (sillas, escritorios, etc.) y útiles necesarios. Si no tiene lugar alguno en la actualidad, puede construir un cuarto adicional siempre que sea factible. El área debe tener preferiblemente aire acondicionado.

2. Establecer horarios de trabajo.

Resulta recomendable fijar un horario de trabajo que coincida con el tradicional de oficina o comercio, según el tipo de actividad. De esta manera se evita descontrol y tener que andar corriendo a última hora para cumplir con los objetivos del trabajo.

Es igualmente aconsejable comenzar y terminar a una hora establecida para que el trabajo no se prolongue durante toda la jornada. El ocio y el descanso son factores importantes para poder trabajar sin presión.

3. Evitar las distracciones.

Cuando un freelancer se encuentre en el horario de trabajo, se hace necesario conceder prioridad a los asuntos laborales y profesionales primero sobre los domésticos, familiares o personales. Se deberá respetar y hacer respetar el espacio y tiempo de trabajo si es que se desea tener éxito como freelancer.

4. Aprender a motivarse.

En las oficinas existen jefes y compañeros que, de una u otra forma, están en un constante proceso de estimulación y presión para terminar las tareas, pero cuando una persona trabaja de forma solitaria en casa o en lugar establecido, se debe encontrar la manera de lograr el entusiasmo y fuerza interior para progresar.

5. Mantener una actitud profesional

Aunque el freelancer se encuentre trabajando en casa no debe descuidar su actitud profesional. Por ello, debe mantenerse al día en sus relaciones comerciales o laborales, ya sea por teléfono, correo electrónico o videoconferencia, ya que, para sus clientes la persona está en el trabajo.

6. Alimentación

Los freelancers, por trabajar en casa se encuentran tentados a darse frecuentes escapadas hacia la cocina y son más susceptibles a comer (snacks o alimentos poco saludables) por impulso o ansiedad. Para evitar esta situación, es necesario, también, fijar horarios para alimentación y cumplirlos disciplinadamente.

7. Ejercicio

Trabajar en casa puede implicar una reducción de la actividad física, se hace necesario que el freelancer, con el fin de proteger su salud, tenga que realizar ejercicios. Salir a caminar o correr en las mañanas es una buena opción para iniciar un día laboral en casa.

2.2.3. Forma de Pago y Manejo del Contrato de Trabajo

La forma de pago y manejo del contrato de trabajo bajo la modalidad freelance, normalmente es manejado por un intermediario en la operación, que normalmente es el sitio web, donde tanto la empresa que recluta como el freelancer se conectaron.

En base a lo anterior, procedemos a detallar cómo se maneja esto con WORKANA, página web número uno de Hispanoamérica, en donde tanto empresas como freelancers ofertan sus proyectos y experiencias respectivamente (WORKANA, 2020).

¿Qué es Workana?

Workana es una plataforma de trabajo freelance muy popular en Latinoamérica, tanto que en la actualidad cuenta con casi 2 millones de usuarios registrados. Esto se debe a la gran cantidad de oportunidades de trabajo que se publican a diario entre las cuales los usuarios pueden aplicar para demostrar sus habilidades y obtener ingresos.

Esta plataforma de trabajo se fundó en el 2012 y fue una de las primeras surgidas en la región, ya que se enfocó desde el inicio en el mercado latinoamericano. Asimismo, su popularidad resalta por su sistema seguro de ranking de usuarios registrados, debido a que el usuario obtiene su reputación mediante cada labor que realiza a través de la web. Esto le aporta confianza a las empresas y principales clientes que publican ofertas de trabajo cada día.

Workana ofrece a sus usuarios varias categorías de trabajo para que se destaquen en las que sean más hábiles o tengan experiencia y conocimientos, entre estas están:

- Programación y tecnología.
- Diseño y multimedia.
- Redacción y traducción.
- Marketing digital y ventas.
- Soporte administrativo.
- Legal.
- Finanzas y negocios.
- Ingeniería y arquitectura.

¿Cómo funciona el pago en garantía o “Escrow”?

Workana utiliza un sistema de pago en garantía (Escrow) para asegurar tanto al cliente como al profesional (freelancer) que los proyectos se cumplirán conforme a lo acordado.

El Escrow es un depósito en garantía en el que intervienen tres partes: A (cliente), B (profesional) y C (Workana como agente de retención).

En el Contrato de Precio Fijo el pago se garantiza a través del sistema de Escrow. En este tipo de contratos, el cliente y el profesional definen al momento de la negociación cuáles serán las bases del acuerdo que regirá la relación laboral, y éste es el primer paso para que Workana pueda garantizar el pago.

¿Cómo es el proceso del Escrow?

- 1) El “cliente” le entrega al agente de retención determinada suma de dinero.
- 2) El agente lo retiene en su poder hasta que se cumplan los requisitos del proyecto en curso.
- 3) Una vez cumplidas las condiciones el agente entrega el dinero al “profesional”.

Al celebrarse el Contrato de Trabajo, el cliente y el profesional definen conjuntamente las obligaciones de cada uno y el valor asociado al proyecto.

Durante la ejecución del contrato, el valor acordado queda en poder de Workana. Este último estará pendiente del proceso, siguiéndolo de cerca para eventualmente actuar como mediador si se presentara una disputa. En tal caso, sólo las comunicaciones que tengan lugar dentro de la plataforma de Workana podrán ser utilizadas como prueba durante el proceso de resolución de la disputa.

Una vez finalizado el contrato, y siempre que se hayan cumplido las condiciones establecidas entre las partes, Workana efectuará el pago.



¿Qué beneficios reporta este sistema para profesionales y clientes?

Los profesionales tendrán la seguridad de que recibirán su pago por la prestación de servicios, siempre y cuando hayan cumplido con su parte del acuerdo.

Los clientes también podrán tener la tranquilidad de que si el trabajo no fue efectuado tal como se estipuló en un principio, el dinero no será liberado.

El sistema de Escrow le permite a Workana:

- ✓ Garantizar el pago tanto al cliente como al profesional.
- ✓ Llevar un control de los pagos y ejecutarlos una vez que haya acuerdo sobre el resultado obtenido.
- ✓ Contar con un método neutral, fiable y basado en requisitos prefijados de mutuo acuerdo entre el cliente y el trabajador

¿Qué ocurre si no hay acuerdo respecto al cumplimiento del contrato?

Cuando no haya acuerdo respecto al cumplimiento de los objetivos del contrato, el cliente o el profesional podrán disputar el pago. En ese caso deberán entrar en contacto con Workana para que actúe como mediador/juez. Siempre en una primera instancia se procurará llegar a un consenso entre ambos. De no ser posible esto, Workana toma la decisión final basada en los historiales de comunicación y otros medios que consideren de utilidad.

¿En qué casos es posible solicitar una disputa?

Workana ofrece una mediación o arbitraje entre ambas partes.

En una mediación, el cliente y el profesional pueden iniciar una auto mediación, en la que ambos intentarán ponerse de acuerdo con respecto a la cancelación del proyecto.

Cuando un acuerdo no fuera posible, Workana realiza un arbitraje. En este caso, actúan como árbitros y deciden cómo será finalizado el proyecto, así como también cuál será el porcentaje de pago que se liberará o no. En este caso, tanto el profesional como el cliente pueden recibir una violación que quedará visible en su perfil de Workana. Esto ocurre cuando se concluye que una de las partes no respetó los términos del proyecto.

Workana garantiza que el cliente sólo pague si el trabajo recibido resulta satisfactorio y acorde a lo pedido oportunamente. En los arbitrajes se analiza el historial completo del proyecto para poder tomar una decisión correcta. Si el profesional no cumpliera con su parte, Workana realizará el reembolso correspondiente.

Cuando el cliente acepta una propuesta, acepta que Workana intervenga como árbitro en caso de que surja algún inconveniente, sometiéndose a las decisiones del sitio. Se trabaja para decidir de forma justa y correcta, analizando cada caso individualmente.

En la lista que se detalla a continuación, se expresan las razones que pueden llegar a justificar la cancelación de un proyecto, tanto por responsabilidad del profesional, como por responsabilidad del cliente.

1. Cuando un profesional deja de comunicarse por un largo período de tiempo.

Workana considera que es responsabilidad del profesional informar sobre el progreso del proyecto manteniendo registro dentro de los mensajes del sitio. Si se verifica que no hay mensajes periódicos o que el profesional no actualiza el estado del proyecto, el proyecto puede ser cancelado.

En un primer momento se intenta dar un ultimátum al profesional para que pueda finalizar el trabajo a tiempo, pero si el tiempo sin comunicación se hubiera extendido por demás, se procede a cancelar el proyecto sin este contacto previo.

2. Cuando hay retraso injustificado por parte del profesional

Si se logra verificar que el retraso no tiene un motivo, y que el plazo de entrega no fue cumplido, el cliente puede solicitar la cancelación del proyecto. En un primer momento se intenta dar un ultimátum al profesional para que pueda finalizar el trabajo a tiempo, pero si esto no ocurre, el proyecto puede ser cancelado.

En un proyecto largo, un pequeño retraso no justifica una cancelación. Si la duración del proyecto fuera de 30 días y hubiera 1 día de retraso, por ejemplo, el proyecto sólo podría ser cancelado si logra verificar una falta de compromiso por parte del profesional para continuar con el proyecto.

3. Cuando el profesional promete entregas, pero nunca las realiza

En este caso, Workana analizará el historial del proyecto para verificar el comportamiento general del profesional con respecto al trabajo. Si se verifica que el profesional posterga los plazos y promete entregas sin intención de cumplirlas, el proyecto puede ser cancelado.

4. Cuando al cliente no le gusta el resultado obtenido

En este caso Workana verificará la descripción del proyecto junto al trabajo entregado, verificando la compatibilidad entre el trabajo solicitado y el entregado por el profesional.

Si se verifica que el trabajo es de una calidad inferior a lo combinado oportunamente, el proyecto puede ser cancelado. Pero, si el trabajo fuera compatible con lo solicitado pero el cliente aun así no quedará satisfecho, se realizará un pago parcial al profesional.

5. Cuando un profesional no consigue realizar el trabajo

Workana considera que es responsabilidad del profesional informarse lo suficiente antes de comenzar un proyecto. Pero, el cliente debe ser claro en la descripción del proyecto y proveer de la mayoría de los detalles sobre el trabajo previamente a realizar la contratación.

Si Workana verifica que el cliente ha provisto de los detalles necesarios, pero así y todo el profesional no consigue realizar el proyecto, se procederá a cancelarlo.

Pero, si fueran enviadas nuevos detalles luego de aceptada la propuesta, o si el cliente no ha sido claro en sus requerimientos, podrá debitarse un pago parcial, dependiendo de cada caso y del trabajo efectivamente realizado.

6. Cuando un cliente no se comunica con el profesional

Cuando el cliente acepta una propuesta, debe comunicarse con el profesional y poder brindarle una respuesta o feedback siempre que sea requerida. Si el cliente deja de comunicarse por un largo período de tiempo, el proyecto podría ser cancelado y el profesional recibirá el pago correspondiente si hubiera desarrollado parte del trabajo o su totalidad.

Workana nunca liberará los fondos, sin antes entrar en contacto con el cliente. Pero, la falta de comunicación por parte del cliente, puede resultar en la cancelación del proyecto y la liberación del pago al profesional contratado.

Cuando una entrega se haya realizado, el cliente tendrá 3 días para aceptarla o rechazarla. Si requiere un plazo mayor para analizar el trabajo, deberá acordarlo con el profesional.

7. Cuando el cliente y el profesional acuerdan cancelar un proyecto

Workana puede cancelar un proyecto si ambas partes están de acuerdo. Pero se procede a analizar el trabajo realizado para verificar que sea posible un pago parcial. Si el profesional hubiera trabajado correctamente, recibirá un pago parcial por lo que se haya desarrollado.

Si se solicitara la cancelación de forma injustificada, puede que la comisión de Workana sea debitada en ciertos casos.

Es parte del trabajo de Workana, mantener una base de profesionales comprometidos dentro de la plataforma y velar y cuidar de que sus perfiles muestren un historial real dentro del sitio. Es por esto que, en caso de una cancelación, se analiza el historial completo del proyecto y, si se verifica que una de las partes no ha cumplido con el acuerdo inicial, podrá recibir un incumplimiento, aun cuando la cancelación sea de común acuerdo.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de la Investigación

Este trabajo se clasifica como un estudio de tipo descriptivo-correlacional, y se realizara por medio de un diseño de investigación no experimental, de tipo transeccional, obedeciendo a los siguientes conceptos:

- Es no-experimental, pues se lleva a cabo la investigación sin manipular deliberadamente las variables, y se observa los fenómenos tal como sucedieron en su ámbito natural para poder realizar después nuestro análisis.
- Es transeccional o de tipo transversal, en virtud de que se recolectara los datos en un momento o tiempo único.
- Y, es descriptivo-correlacional, toda vez que se analizara la incidencia y valores de las distintas variables.

3.2. Fuentes de Información

A continuación, se describen las fuentes de información que se utilizaron en este trabajo de investigación para recopilar la información que fue analizada.

3.2.1. Fuentes Primarias

En esta investigación se utilizó como fuente de datos primarios dos cuestionarios dirigidos a empresarios panameños dentro de la Ciudad de Panamá.

El primer cuestionario tipo encuesta evaluara entre otras cosas:

1. Su conocimiento sobre el concepto freelance
2. A través de qué medios o departamento lleva en la actualidad a cabo el manejo de las finanzas de su organización.

3. Si estaría dispuesto a valorar otra opción en materia de manejo de las finanzas de su organización a través de un colaborador externo, bajo la modalidad freelance, el cual que le realizara la misma calidad de trabajo o mejor, pero a menor costo.

El segundo cuestionario se realiza bajo la forma de entrevista debate, en donde un grupo seleccionado de los empresarios encuestados previamente, se le expone una serie de preguntas relacionadas con el servicio de consultoría financiera bajo la modalidad freelance, tocando puntos que nos permita evaluar:

1. La aceptación o rechazo que pueda tener esta alternativa de trabajo en materia financiera.
2. Los servicios de consultoría financiera que ellos estarían dispuestos a contratar.
3. Si estos servicios sería conveniente ofrecerlos individualmente o en paquetes, y a qué costo.

3.2.2. Fuentes Secundarias

Con el objetivo de dar respuesta a los cuestionamientos planteados, y poder afrontar la verificación de las hipótesis, se procedió dentro de la investigación a combinar técnicas cualitativas y cuantitativas.

Por un lado, para documentar el marco de referencia, se utilizaron fuentes que han resultado complementarias. En primer lugar, se utilizó las fuentes bibliográficas físicas y electrónicas del sistema bibliotecario de la universidad, incluyendo las revistas especializadas sobre el concepto freelance. También se han aprovechado los recursos disponibles en Internet, entre los que se incluyeron por ejemplo Google académico o Dialnet.

3.3. Instrumentos de Medición

3.4. Variables

Para Hernández Sampieri (2014), una variable es una propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse u observarse. Estas variables pueden definirse tanto conceptual como operacionalmente.

En cambio, para Bisquerra (2004) es un símbolo que permite identificar a un elemento no especificado dentro de un determinado grupo.

3.4.1. Definición Conceptual

Variable Independiente

Freelancer: Persona que trabaja de forma independiente y normalmente en su hogar o sitio donde puede desarrollar sus funciones.

Variables Dependientes

Reclutamiento: Es el proceso utilizado por una organización o ente establecido (fuerza militar, bomberos u otros) en la captación del recurso humano que requieren.

Mercadeo: Estrategia para dar a conocer un producto o servicio a determinado mercado.

Networking: Es un concepto basado en redes de personas a través de Internet.

Marketing de Contenido: Tipo de mercadeo basado en la forma de plantear el mensaje escrito o visual para determinadas personas.

3.4.2. Definición Operacional

Variable Independiente

Freelancer: Es la persona que labora de manera independiente, ya sea desde su casa o propia oficina, ofertando sus habilidades, conocimiento y experiencia a organizaciones e individuos potenciales que requieren de sus servicios, generando sus ingresos de esa forma.

Variables Dependientes

Mercadeo: es un proceso mediante el cual se realiza La identificación metódica y científica de las oportunidades de satisfacción de necesidades y del volumen (cantidad)

en que la empresa podría satisfacerlas, a diferentes segmentos de mercado, y el diseño de la mezcla de mercadeo para lograrlo.

Networking: es una filosofía que consiste en el establecimiento de una red profesional de contactos que nos permite darnos a conocer a nosotros y a nuestro negocio, escuchar y aprender de los demás, encontrar posibles colaboradores, socios o inversores.

Marketing de Contenido: consiste en crear y distribuir contenido relevante para clientes y potenciales clientes con el objetivo de atraerlos hacia la empresa y conectar con ellos. No es, por tanto, contenido promocional sino útil y relevante para los usuarios y para la empresa que ha de ser aportado mediante formatos adecuados.

3.5. Población y Muestra

La población inicial sujeta de estudios son los pequeños y medianos empresarios, que, por sus características estructurales, implementan estos procesos de forma muy poco organizada o con la visión apropiada a lo que verdaderamente requieren en relación con su entorno y condiciones del mercado.

El tamaño de la muestra para un diseño de encuesta basado en una muestra aleatoria simple, puede calcularse mediante la siguiente fórmula.

Fórmula:

$$n = \frac{t^2 \times p(1-p)}{m^2}$$

Descripción:

n = tamaño de la muestra requerido.

t = nivel de fiabilidad de 95% (valor estándar de 1,96.)

p = prevalencia estimada de la población en la zona del proyecto

m = margen de error de 10%.

Como hemos señalado anteriormente, se ha determinado en un 40% (0,4), la población de las pequeñas y mediana empresa en Ciudad de Panamá. Este dato se basa en estadísticas nacionales proporcionados por la Contraloría General de la República. Utilizando los valores estándar indicados, se efectúa el cálculo siguiente:

Cálculo:

$$n = \frac{1.96^2 \times .4(1-.4)}{.10^2}$$

$$n = \frac{3.8416 \times .24}{.001}$$

$$n = \frac{.9220}{.01}$$

$$n = 92.2 \sim 92$$

En resumen, la encuesta se aplicará a 92 empresas económicamente activas (pequeñas y medianas) dentro de la Ciudad de Panamá.

Estas 92 empresas en la Ciudad de Panamá se tomarán específicamente de los corregimientos de San Francisco, Parque Lefevre y Río Abajo, aplicándole las encuestas a los dueños y gerentes con los cuales hemos conversado previamente sobre sus intereses de contratar una compañía externa que vele por la parte financiera de la misma.

3.6. Procedimiento

Durante el desarrollo de la presente investigación se han realizado una serie de pasos o procesos que a continuación se detallan:

- ✓ Revisión Bibliográfica: se hizo una exhaustiva revisión de la Bibliografía existente en materia freelance en finanzas. Para ello, se visitó las bibliotecas de la Universidad de Panamá y la Biblioteca Ernesto Castillero. También se consultaron vía Internet las opiniones de expertos y de freelancers, sobre la forma de operar

y trabajar en esta modalidad de emprendimiento. Los datos bibliográficos están detallados en el punto correspondiente a la bibliografía.

- ✓ Diseño de instrumentos de investigación: Se redactó una encuesta preguntas cerradas a empresarios previamente contactados, y que conocían de antemano la temática sobre la cual se le iba cuestionar. Se les aplicó otro cuestionario en formato foro debate vía ZOOM, en donde se establecieron varias preguntas a contestar entre los empresarios seleccionados, las cuales derivaron respuestas diversas sobre el tema.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

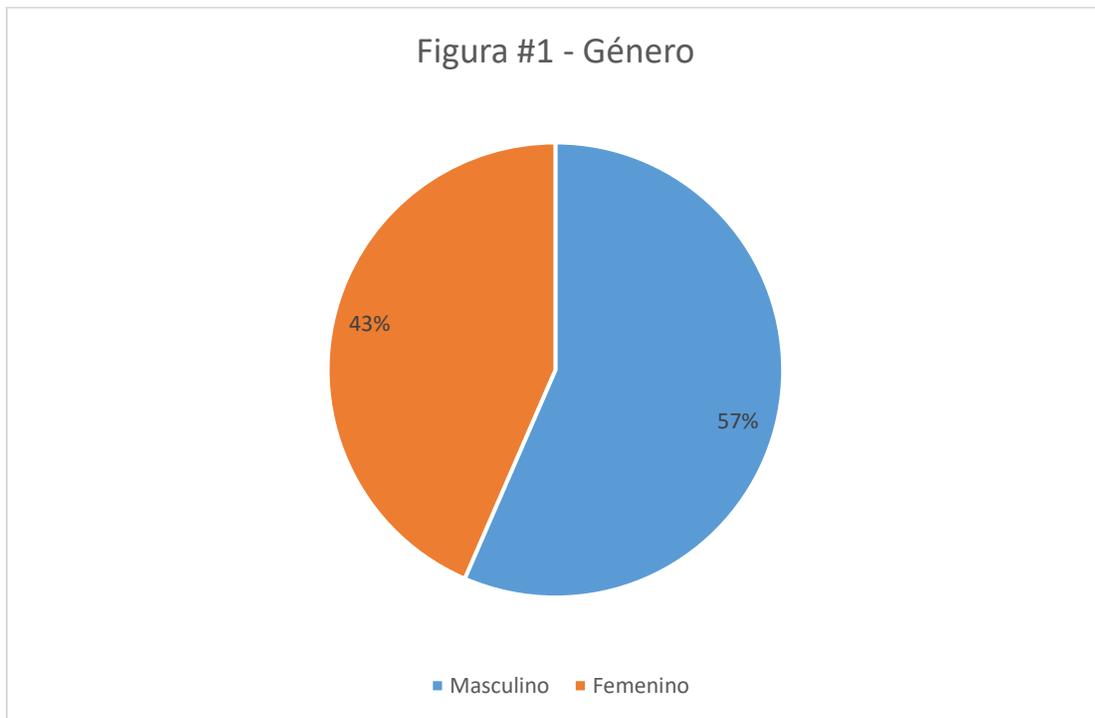
4.1. Análisis de las Encuestas

Género

Tabla #1
Género

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
Masculino	52	57%
Femenino	40	43%
	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



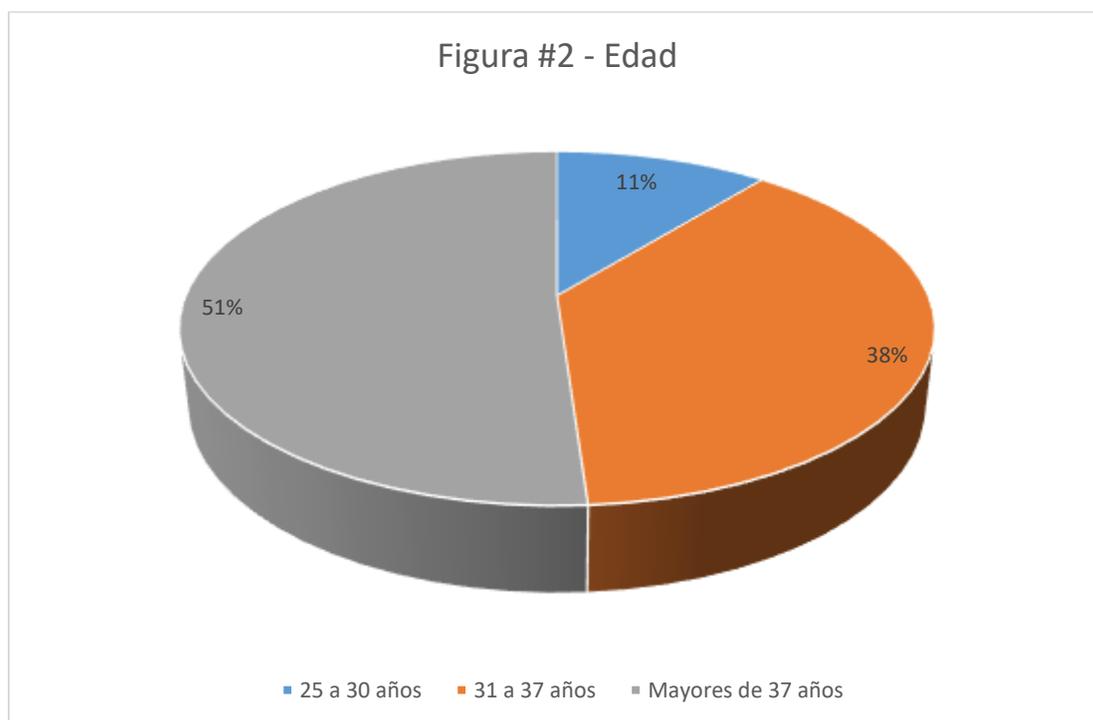
El 57% de la muestra de empresarios encuestados son del género masculino y el restante 43% del género femenino (Ver tabla #1 y figura #1).

Edad

Tabla #2
Edad

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
25 a 30 años	10	11%
31 a 37 años	35	38%
Mayores de 37 años	47	51%
Total	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



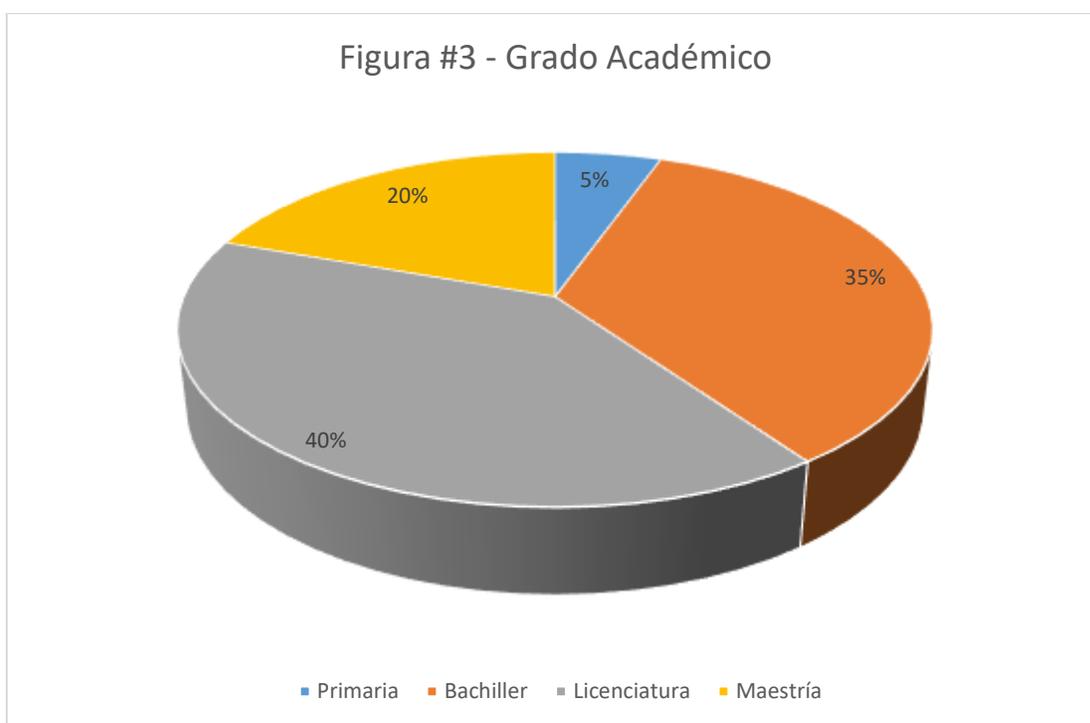
Un 11% de la muestra encuestada tiene una edad entre los 25 a 30 años, un 38% expresó tener una edad entre los 31 y 37 años, y un 51% son mayores de 37 años (Ver tabla #2 y figura #2).

Grado Académico

Tabla #3
Grado Académico

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
Primaria	5	5%
Bachiller	32	35%
Licenciatura	37	40%
Maestría	18	20%
Total	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



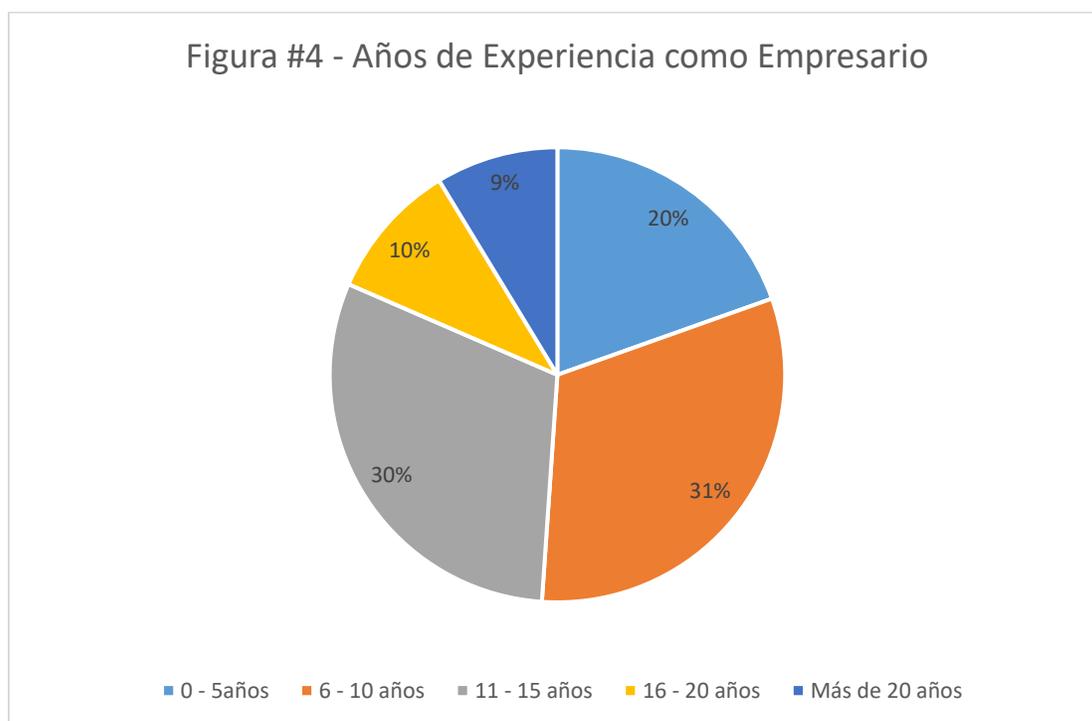
El 5% de los encuestados manifestaron haber terminado sus estudios primarios, un 35% alcanzaron el bachillerato, un 40% el grado de licenciatura y el restante 20% señalaron haber obtenido el grado académico de maestría (Ver tabla #3 y figura#3).

Años de Experiencia como Empresario

Tabla #4
Años de Experiencia como Empresario

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
0 - 5años	18	20%
6 - 10 años	29	32%
11 - 15 años	28	30%
16 - 20 años	9	10%
Más de 20 años	8	9%
Total	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



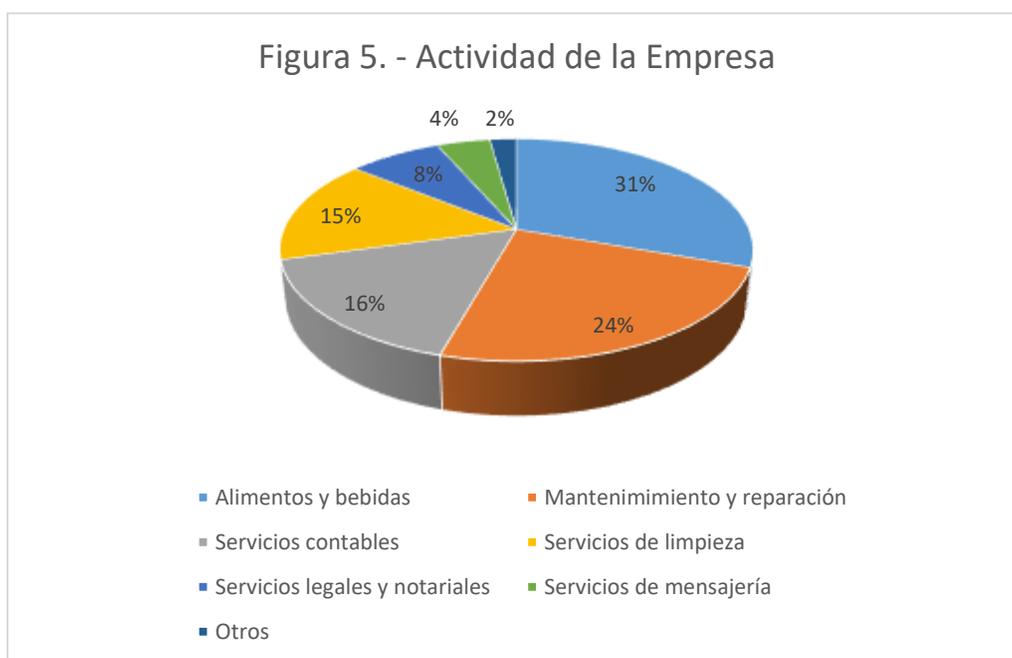
Un 20% de la muestra encuestada señaló tener entre 0 a 5 años de experiencia como empresarios, un 32% indicó tener entre 6 a 10 años, un 30% expresaron tener entre 11 a 15 años, un 10% entre 16 a 20 años y el restante 9% contestaron tener más de 20 años de experiencia (Ver tabla #4 y figura#4).

Actividad de la Empresa

Tabla #5
Actividad de la Empresa

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
Alimentos y bebidas	28	30%
Mantenimiento y reparación	22	24%
Servicios contables	15	16%
Servicios de limpieza	14	15%
Servicios legales y notariales	7	8%
Servicios de mensajería	4	4%
Otros	2	2%
Total	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



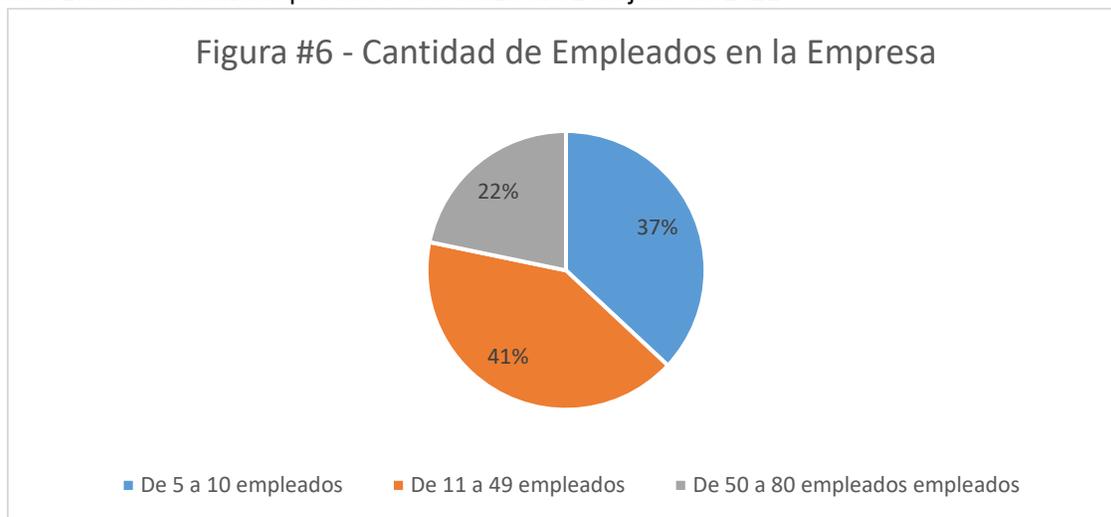
Un 31% de los empresarios encuestados tienen como actividad de negocio la venta de alimentos y bebidas, un 24% expresó dedicarse al mantenimiento y reparación (equipos electrónicos, aires acondicionados, celulares y tabletas, etc.), un 16% indicaron que su empresa ofrece servicios contables, un 15% oferta servicios de limpieza, un 8% indicaron que ofrecen sus servicios legales y de notaría, un 4% contestó que su empresa ofrece servicios de mensajería, y apenas un 2% contestaron otros (talleres de mecánica).

Cantidad de Empleados en la empresa

Tabla #6
Cantidad de Empleados en la Empresa

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
De 5 a 10 empleados	34	37%
De 11 a 49 empleados	38	41%
De 50 a 80 empleados	20	22%
Total	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



Un 37% de los empresarios encuestados señalaron contar entre 5 a 10 empleados dentro de su empresa, lo cual es considerado una micro empresa; un 41% señaló tener entre 11 a 49 empleados en su organización, lo cual es una pequeña empresa; y el restante 22% manifestaron tener entre 50 a 80 empleados laborando para ellos, lo cual es catalogada como una mediana empresa.

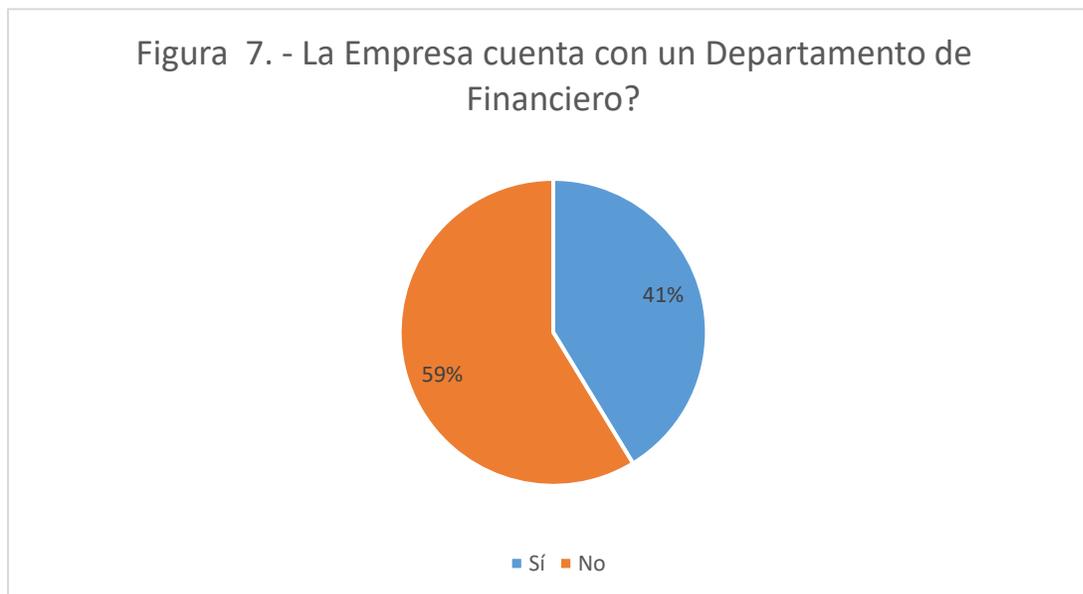
¿La Empresa cuenta con un Departamento Financiero?

Tabla #7

¿La Empresa cuenta con un Departamento de Recursos Humanos?

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
Sí	38	41%
No	54	59%
Total	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



Un 41% de los empresarios encuestados manifestaron que su empresa cuenta con un Departamento Financiero, mientras que el 59% restante expresaron que no.

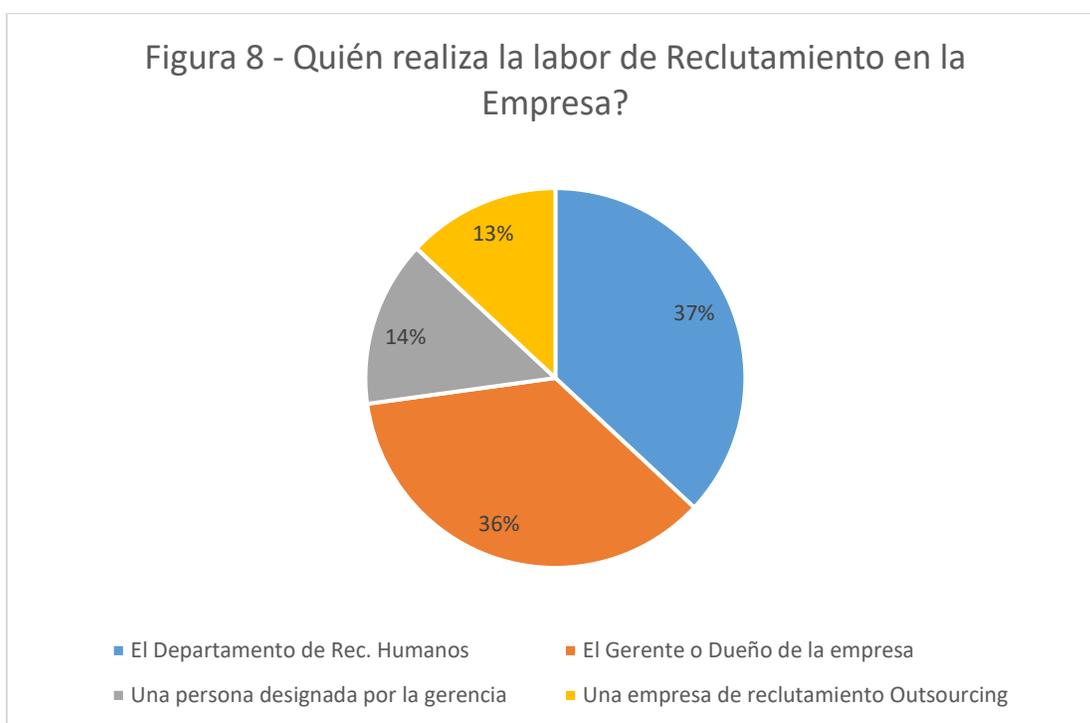
Resulta importante señalar que el grupo de los denominados micro empresarios, los cuales tienen entre 5 a 10 empleados, y que representan el 37% de la muestra encuestada, no cuentan con un departamento de recursos humanos; y veinte (20) dentro de los empresarios de la pequeña empresa expresaron también no contar con esta unidad departamental, lo cual representa un 22% del total de la muestra de 92 empresarios.

¿Quién realiza la labor financiera dentro de la empresa?

Tabla #8
¿Quién realiza la labor de Reclutamiento en la Empresa?

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
El Departamento Financiero	34	37%
El Gerente o Dueño de la empresa	33	36%
Una persona designada por la gerencia	13	14%
Una empresa Outsourcing	12	13%
Total	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



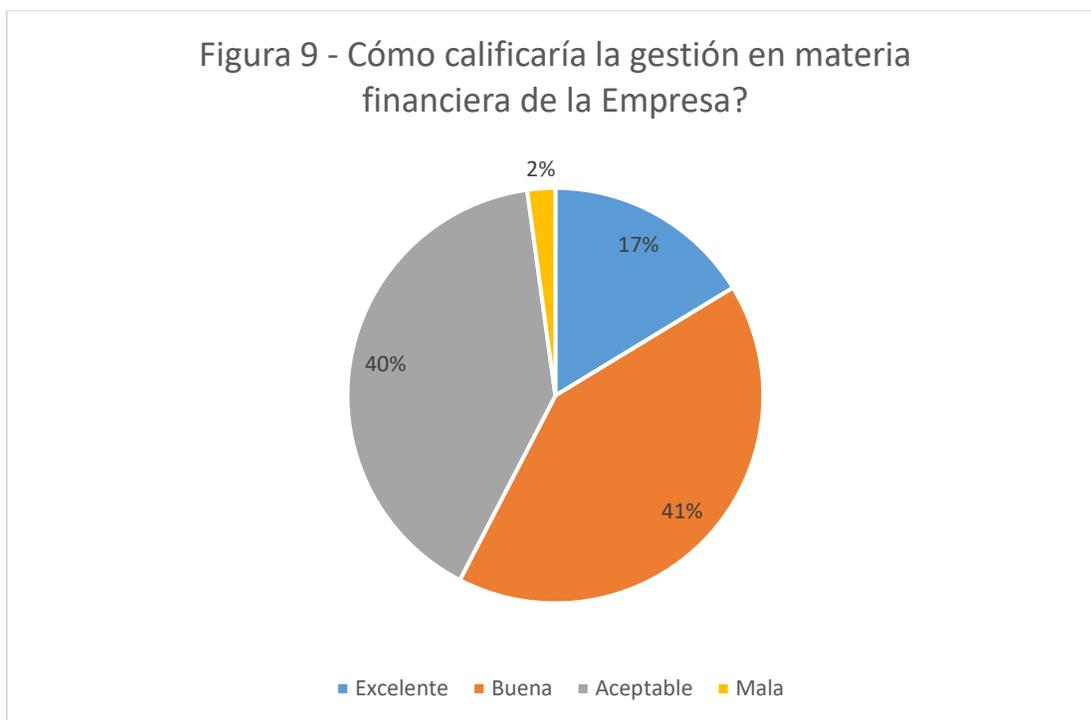
Un 37% de los empresarios encuestados expresaron que la labor financiera de la empresa la realiza el Departamento de Finanzas, un 36% que el Gerente o Dueño de la empresa, un 14% contestó que una persona designada por la gerencia, y el restante 13% señalaron que una empresa Outsourcing.

¿Cómo calificaría la gestión en materia de financiera de la Empresa?

Tabla #9

¿Cómo calificaría la gestión en materia de Recursos Humanos de la empresa?

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
Excelente	15	16%
Buena	38	41%
Aceptable	37	40%
Mala	2	2%
Total	92	100%



Los resultados obtenidos a esta pregunta, es que un 16% califica la gestión de su empresa en materia financiera como excelente, un 41% la calificaron como buena, un 40% como aceptables, y solamente un 2% manifestaron que era mala.

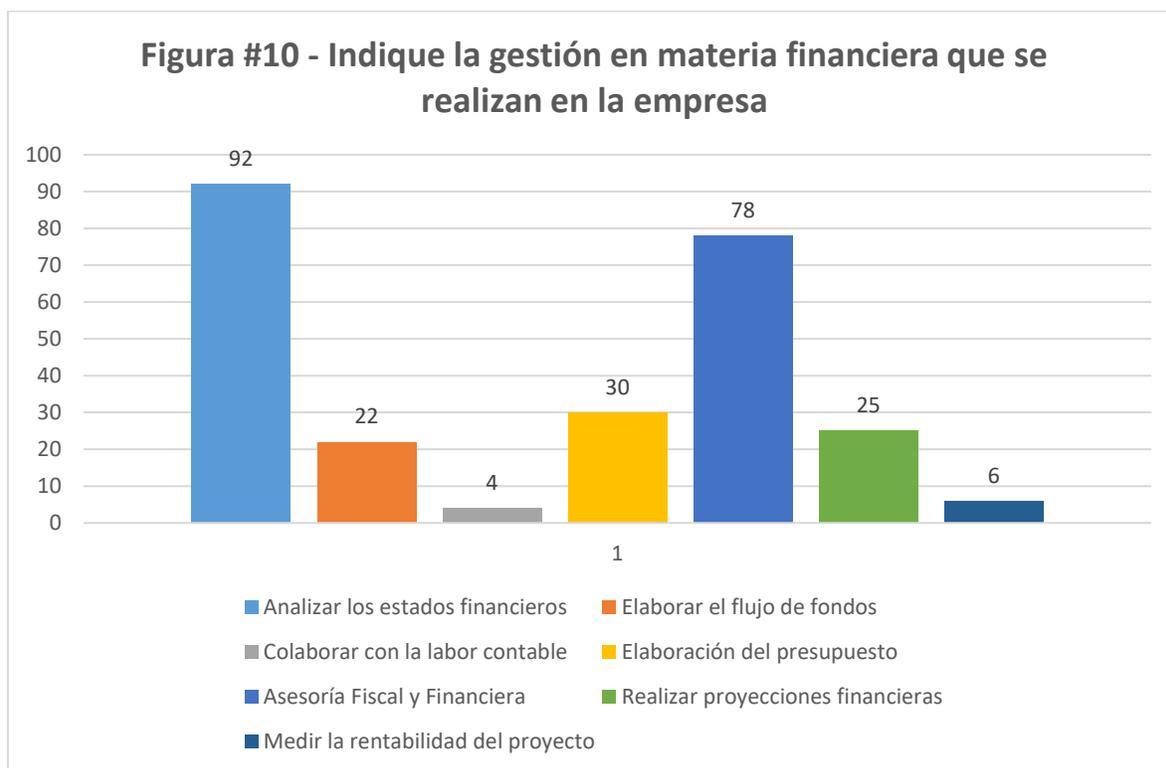
Indique la gestión en materia financiera que se realizan en la empresa

Tabla #10

Indique la gestión en materia de gestión financiera que se realizan en la empresa

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
Analizar los estados financieros	92	100%
Asesoría Fiscal	22	24%
Colaborar con la labor contable	4	4%
Elaborar el flujo de fondos	30	33%
Elaborar presupuesto	78	85%
Realizar proyecciones financieras	25	27%
Medir la rentabilidad del proyecto	6	7%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



Los resultados a esta pregunta, son impactantes, ya que nos señalan las carencias existentes en materia de gestión financiera en las pequeñas y medianas empresas.

Los resultados indican claramente que el análisis de los estados financieros es la que se lleva a cabo en un 100% dentro de las empresas, según lo constado por los empresarios. Un 85% también señaló que se realizan la elaboración de los presupuestos.

Lo preocupante son los siguientes resultados: en materia de asesoría fiscal, sólo un 24% lo realiza, mientras que un 76% no; solamente un 4% de los empresarios encuestados indicó que la unidad financiera de sus empresa colabora con la labor contable, mientras que el 96% no lo hace; un 33% de estos empresarios señalaron elaborar el flujo de fondos de su organización, mientras que un 67% no; un 27% indicaron realizar proyecciones financieras sobre la operación del negocio, mientras que el 73% no; y un 7% manifestaron que realizan evaluación y análisis de los rendimientos obtenidos dentro de sus actividades mes a mes, mientras que un 93% no.

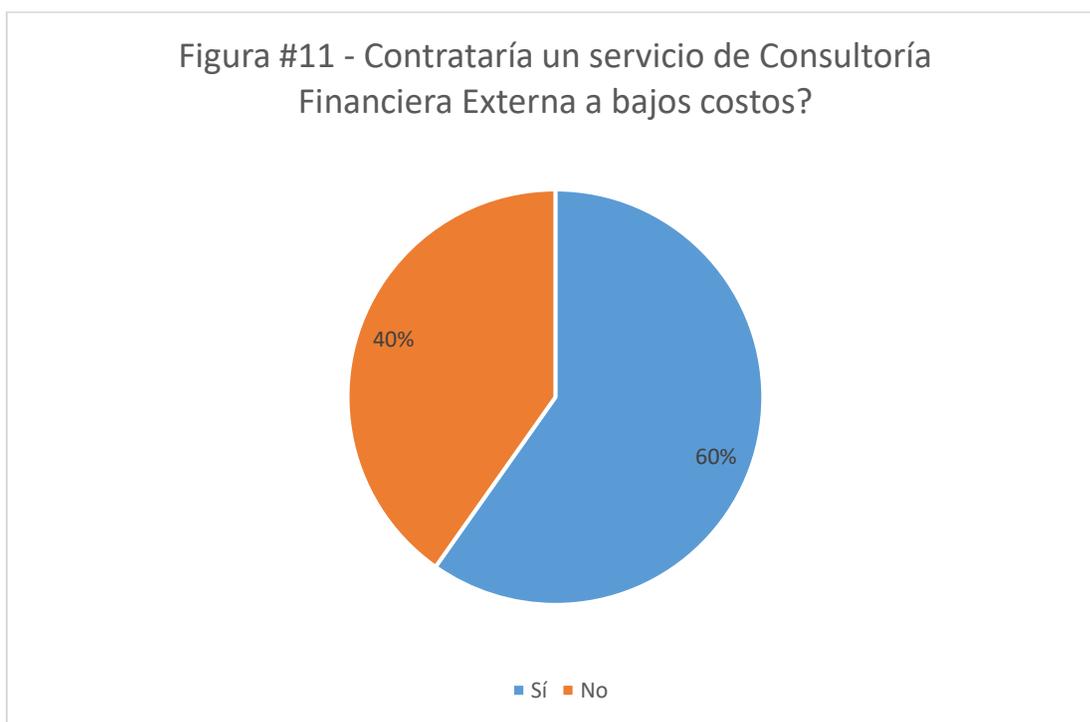
¿Contrataría un servicio de Consultoría Financiera Externa a bajos costos?

Tabla #11

¿Contrataría un servicio de Consultoría Financiera externa a bajos costos?

Detalle	Frecuencia Simple	Porcentajes
Sí	55	60%
No	37	40%
Total	92	100%

Fuente: Encuesta realizada por la autora del 29 al 31 de julio de 2021



Un 60% de los empresarios encuestados afirmó que contrataría un servicio de Consultoría Financiera Externa a bajos costos, mientras un 40% manifestaron que no.

Es importante señalar que la gran mayoría de los empresarios que contestaron sí, basaron su respuesta a los resultados que observaron en la gestión financiera dentro de sus empresas en la pregunta anterior, donde pudieron ver claramente las carencias existentes que tienen en materia financiera.

4.2. Foro Debate

Se realizó un foro debate, escogiendo una muestra de 20 empresarios de los 92 que fueron encuestados.

En este sentido, fueron seleccionados 2 micro empresarios, 8 pequeños empresarios y 10 medianos empresarios, independientemente si estaban o no de acuerdo en contratar un servicio de Consultoría Financiera.

Estos empresarios fueron reunidos conjuntamente en un salón previamente contratado, en donde se actuó como moderadoras sobre el tema de la consultoría en financiera bajo la modalidad Freelancer en Panamá.

A continuación, se detalla las preguntas del foro debate y los resultados arrojados.

Pregunta #1 – Conoce el concepto freelancer?

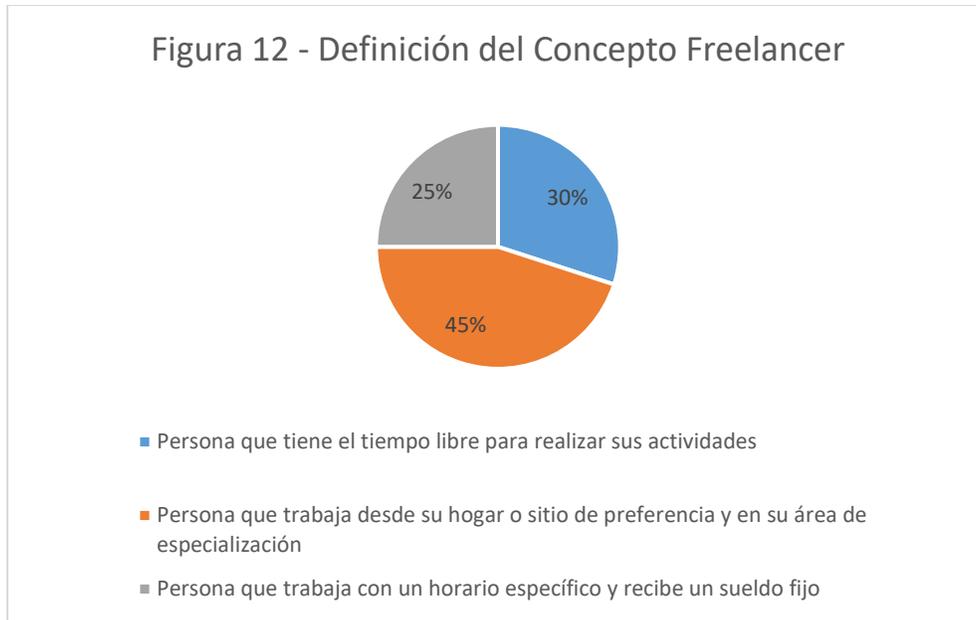
A esta pregunta se pudo notar que un 50% manifestó tenerlo claro, un 30% expresó tener una idea del mismo, y el restante 20% indicó que es la primera vez que escucha sobre ese concepto.

Pregunta #2 – ¿Cuál de las siguientes definiciones de Freelancer, cree usted que es la correcta?

1. Persona que tiene el tiempo libre para realizar sus actividades
2. Persona que trabaja desde su hogar o sitio de preferencia y en su área de especialización
3. Persona que trabaja con un horario específico y recibe un sueldo fijo

Los resultados a esta pregunta se muestran en la gráfica #11.

Figura 12 - Definición del Concepto Freelancer



Los resultados arrojaron que solamente un 45% de los empresarios lograron definir de forma apropiada el concepto.

No obstante, lo anterior, se generaron y discutieron variadas ideas relacionadas al mismo concepto, y si ellos como empresario estarían dispuestos a contratar un freelancer como consultor financiero.

Entre las cosas manifestadas y discutidas, se señaló que, si lo contratarían tomando en cuenta entre otras cosas, su preparación académica, experiencia profesional y la forma de ofrecer sus servicios a un costo asequibles para ellos.

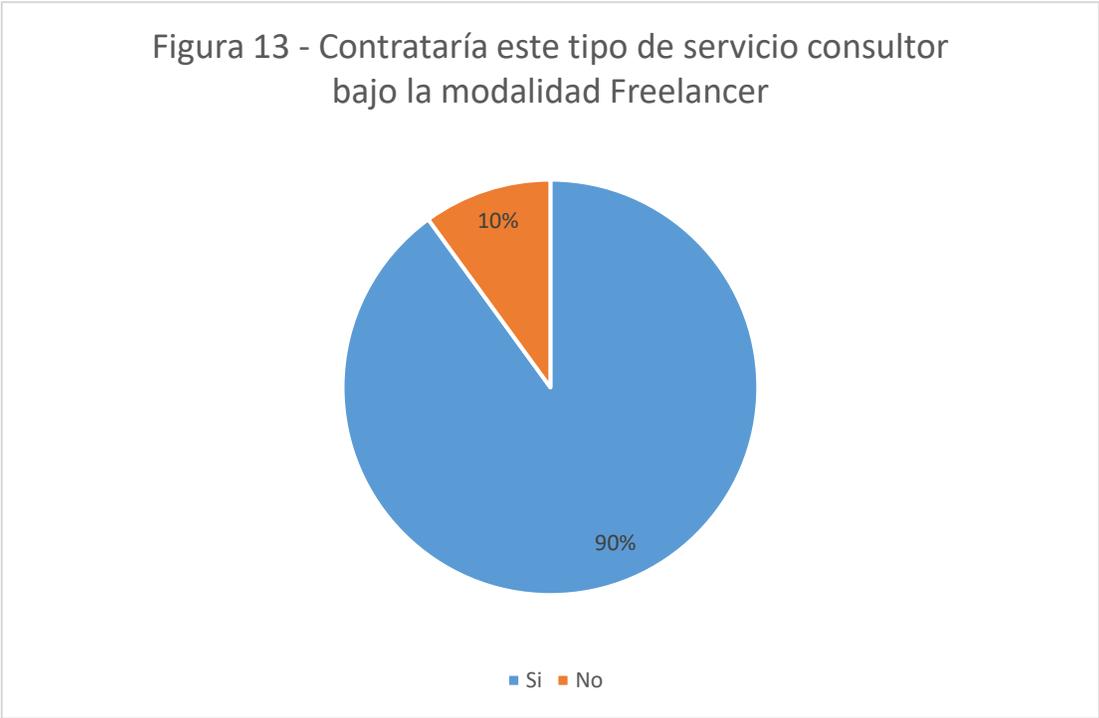
Varios de estos empresarios manifestaron, que no solamente leer o ver la hoja de vida del consultor es importante. Expresaron casi un 90% de ellos que investigarían a través LinkedIn, Facebook y Twitter entre otros, acerca de la trayectoria profesional de la persona, con el fin de evaluar por estos medios digitales el verdadero expertise del consultor en recursos financiero.

¿Qué servicios usted Contrataría de un Consultor Financiero?

Para muchos de estos empresarios, expresaron que casi todos los servicios señalados en la pregunta #10 de la encuesta que se le aplicó, realizando mayor énfasis en las gestiones asesoría fiscal, programas de formación profesional para el personal contable en materia financiera y diseño y desarrollo de sistemas de evaluación de análisis que les permita conocer claramente que factores operativos y no operativos han incidido en los rendimientos obtenidos en la actividad del negocio.

Todo lo contratarían bajo una relación costo asequible que le brinde beneficios cualitativos a sus empresas.

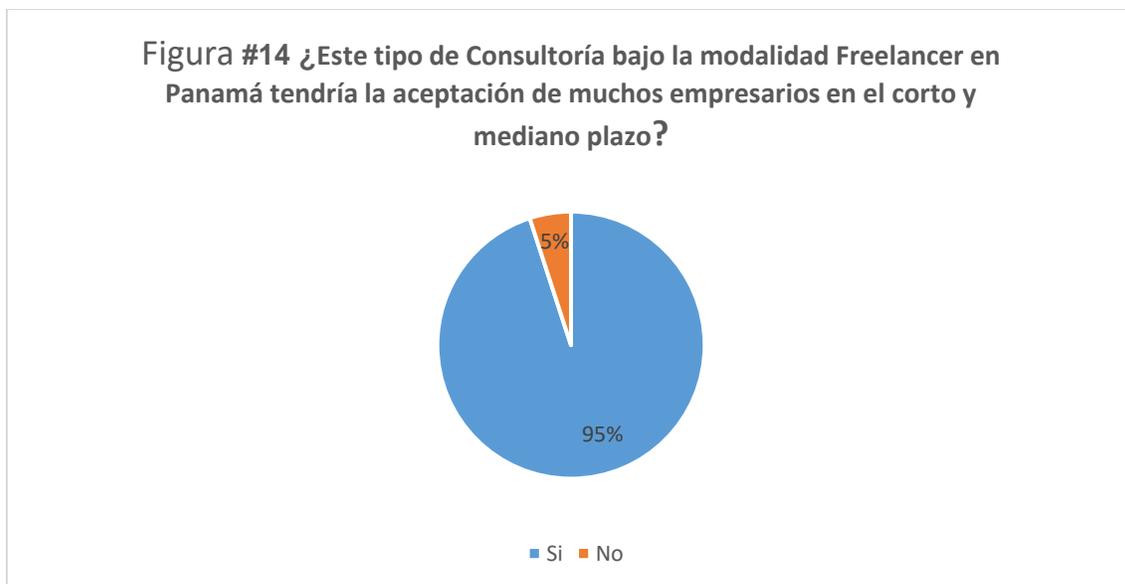
Pregunta #3 – Contrataría el servicio de Consultoría Financiera bajo la modalidad Freelancer proponiéndole una reducción sustancial en costos de dicha gestión a lo que tiene actualmente?



A esta pregunta en el foro debate un 90% contestó que si contrataría el servicio de Consultoría Financiera bajo la modalidad Freelancer a un costo asequible o bajo.

Los que contestaron no, sería difícil tomarlo, ya que ya tienen una estructura departamental, que, de decidirse por este tipo de consultoría, representaría para ellos costos altos productos de la liquidación a realizar por la desaparición del Departamento Financiero, además ellos piensan conforme y a gusto por lo realizado por esta unidad en sus empresas.

Pregunta #4 ¿Este tipo de Consultoría bajo la modalidad Freelancer en Panamá tendría la aceptación de muchos empresarios en el corto y mediano plazo?



Para muchos de estos empresarios, y en referencia a los resultados a esta pregunta, señalaron que esta va ser la tendencia del futuro a nivel de contratación de consultorías en servicios empresariales

Esto tendencia va ir transformando, poco a poco, los actuales esquemas de producción y el trabajo en Panamá, ya que no solamente se beneficiará las pequeñas y medianas corporaciones reduciendo de costos y aumentando la productividad) sino también a los

trabajadores consultores quienes se le facilita la elección de dónde vivir, organizar su tiempo y ahorrar buena parte del salario.

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1. Introducción del plan de gestión o propuesta de ejecución del proyecto

Cuando se inicia un plan de gestión o propuesta de ejecución de un proyecto como emprendedor freelance como consultor financiero de la pequeña y mediana empresa, normalmente y lo más probable, es para obtener ingresos extras, o querer comenzar a independizarte de la empresa para la empresa en la que labora en la actualidad, o se desea ser su propio jefe.

Partimos del hecho que el mundo de los negocios freelance resulta muy interesante por diversos motivos:

- Ser dueño de tu propio tiempo.
- Hacer crecer el negocio a niveles óptimos.
- Se tiene el control total de las finanzas.
- Se obtiene beneficios fiscales, se paga menos impuestos.

Todo esto resulta estimulante, pero en se requiere desarrollar habilidades claves para que todo esto resulte de la mejor manera. El mundo de los negocios freelance es un viaje de constante aprendizaje, disciplina e implementación de lo aprendido.

Ser freelance, en el área de recursos humanos requiere pensar en grande y contar con estrategias que lo sepan a uno vender y proyectar profesionalismo en materia financiera en Panamá.

Lo que este plan busca, es que el lector interesado puede aplicar las ideas básicas y generales para el desarrollo de su emprendimiento freelance

Todo buen resultado de un emprendimiento es el reflejo de la mentalidad que se tiene. Todo comienza con las ideas, las ideas se convierten en acciones y las acciones en resultados. Por eso, resulta extremadamente importante tener bien claro los resultados que se pretenda obtener como Freelance. Si la persona quiere ganar dinerito extra haciendo pequeños trabajos, eso es lo que obtendrá. Si desea consolidar su negocio online en el mediano y largo plazo, también eso es lo que obtendrá.

Hay que tener presente que los emprendimientos freelance se han visto favorecidos gracias a Internet, ya que muchos empresarios emprendedores han logrado crear y organizar una gran estrategia de ventas casi partiendo de cero. Trabajar con la red permite encontrar fácilmente a asesores empresariales, plomeros, arquitectos, periodistas; en fin, localizar profesionales de todo tipo y reclutarlos y hacer frente a las necesidades de los usuarios.

No cabe duda de que el marketing digital puede resultar más sencillo de aplicar en cierto tipo de negocios como el propuesto en este proyecto de graduación en el área financiera, sin embargo, la realidad es que todas las empresas que cuenten con una buena estrategia de promoción, tendrán la oportunidad de llegar a más personas de una manera rápida y asequible. Internet plantea una nueva forma de conectarse y moverse en un mundo sin distancias ni fronteras y los emprendedores tienen a su alcance aprovechar este formato y sus ventajas, de forma tal que puedan ser reclutados y laborar en el área de su especialización globalmente.

5.2. Justificación del plan o propuesta

Con los avances de la tecnología, existe un mundo de posibilidades accesible para un emprendedor con una buena idea y poca inversión. En la actualidad hay modelos de negocios muy rentables que se puede comenzar a probar.

El plan de este proyecto, cobra y justifica su importancia, ya que tiene como paso fundamental: “es creer con firmeza que lo lograras”. Si uno mismo no lo cree, nadie lo va a creer por nosotros.

El Proyecto de Consultoría Financiera bajo la modalidad freelance, está orientado a solucionar problemas, dejando de tratar de vender el servicio, ya que, si nos preocupamos por esto, y no se logra lo que se esperaba en ingresos, se cae en una mentalidad de frustración y derrota.

Este trabajo nos enseñara actuar como un consultor de servicios, un solucionador de problemas en materia financiera para las pequeñas y medianas empresas. Con esto, se logrará que los clientes perciban que se les pue ayudar en materia fiscal, análisis e interpretación de la información financiera y evaluar los costos y gastos versus los rendimientos obtenidos. Con esto se venden una percepción que el consultor, está ayudando a muchas personas (clientes) con lo que sabes hacer y como resultado, se ganará muchos clientes satisfechos que referirán los servicios y harán crecer el negocio.

5.3. Objetivos

- Crear una visión empresarial a través de habilidades creativas y de productividad como consultor freelance en finanzas para la pequeña y mediana empresa en Panamá.
- Desarrollar un tipo de liderazgo que cautive y genere expectativas positivas entre las empresas y personas que requieran un consultor que se adecúe al perfil de su empresa o proyecto.
- Servir. El producto o servicio para ofrecer, debe solucionar el problema que el cliente está buscando. Esto no es una simple transacción entre dos personas. Cuando se adquiere un cliente nuevo, es en realidad el primer nivel de una relación a una escala completamente nueva. La empresa o persona, pasa de ser un curioso de lo que escribes y ofreces en Internet, a ser un cliente. Desde ese momento, se genera una relación de servicio y atención de forma personalizada con este nuevo cliente, orientándolo en sus necesidades y dándole respuestas eficaces, lo cual permitirá que sea un cliente recurrente, porque se ha logrado ganar la confianza por la calidad de servicio que se ofrece.

5.4. Impacto, beneficios o aportes esperados

El impacto principal en primer lugar es brindar este servicio a las pequeñas y medianas empresas en Ciudad de Panamá inicialmente; y en segundo lugar es que este proyecto ayudará a muchos profesionales a seguir el camino correcto hacia el mundo de los emprendimientos empresariales a través de la disciplina, organización, responsabilidad y motivación con una actitud de servicio.

Aprenderán que ser un freelancer no es simplemente ganar dinero extra. Esto es una profesión que, si encaras de una forma seria y con la visión correcta, cambiara la vida de muchas personas.

Recalcamos que para convertirte en un freelancer exitoso, se necesitara desarrollar mucha disciplina, mentalidad de negocio, desarrollo de productos y servicios, innovación, captación de nuevos clientes, retención de clientes actuales, contabilidad, administración entre otras. Pero no debemos asustarnos, porque cuando se trabaja con verdadero entusiasmo y sentido de organización en lo que le gusta, todo es posible, y este es el verdadero aporte de este proyecto.

5.5. Presupuesto

El presupuesto requerido para arrancar este proyecto no es cuantioso, ya que entre otras cosas: (1) no se requiere inversión en infraestructura, ya que el mismo se desarrolla en la comodidad del hogar; (2) No es necesario contratar personas; y (3) no existe gastos recurrentes operativos que normalmente existen en una empresa.

Para este proyecto se invertirá en una Latop Dell Intel Core i7 y 1 TB de memoria RAM con valor de B/. 1,275.00, para que navege a la mayor velocidad y poder desarrollar los videos conferencias (Webinar). También dentro del presupuesto está contemplado unos B/.100.00 para el pago del dominio de la página blog en WordPress y el desarrollo de un sitio web por B/.400.00.

El total presupuestado suma unos B/. 1,775.00 para arrancar el proyecto como consultor financiero.

5.6. Plan de acción

El Plan de Acción de este proyecto, se basa en utilizar el networking para dar a conocer el emprendimiento como consultor financiero.

Cuando se habla de networking, hay que referirse tanto a la capacidad del networking tradicional, la cual se basa en la red de contactos existentes que tiene un emprendedor y en la gente con quienes se pueda encontrar físicamente en eventos, en ferias e intercambiar una tarjeta de presentación, como al networking virtual en la que se puede conseguir contactos utilizando redes sociales como pueden ser LinkedIn o Twitter, las cuales son las más recomendadas para un emprendedor que ofrezca sus servicios como freelancer. Se puede añadir como estrategia networking, el llamado marketing de contenido.

5.6.1. LinkedIn

LinkedIn es red social para profesionales, mientras los otros dos grandes territorios, Facebook y Twitter además de Instagram, son vistos más como conexiones para relación con el cliente o usuario. Es por ello que LinkedIn resulta de mayor utilidad mercadológica a la hora de conseguir contactos con potenciales clientes sobre todo para un sector específico y hoy en día en alza, el mundo freelance.

Las otras redes sociales funcionan son de utilidad a la hora de dar a conocer el nombre del freelance o marca, lo engrandecen y fortalecen. Pero falta el entorno profesional que pueda ofrecer una red dedicada a ello como es LinkedIn y que de manera fácil ayude potenciar todos los aspectos de la marca personal de un emprendedor.

Es por lo anterior, que consideramos que LinkedIn es una estrategia de mercadeo esencial para una persona que quiera dar pasos firmes como freelance en Panamá y darse a conocer internacionalmente.

Para ello propondremos las siguientes estrategias para impulsar la empresa Consultoría en Recursos Humanos como freelance en la actualidad a través de LinkedIn para adquirir clientes.

5.6.1.1. Resaltar los puntos fuertes

En la actualidad se acostumbra a ver y escuchar noticias y casos de éxito de jóvenes emprendedores que sin carrera o dejando de estudiar en edad temprana se desenvuelve mejor que muchos con licenciaturas, maestrías y doctorados. Sin embargo, muchos potenciales clientes aún quieren ver dónde hemos estudiado y qué grado académico tenemos. Este aspecto se puede transformar en una ventaja.

Es recomendable ir aún más lejos y no limitarse simplemente a citar la formación académica que se tenga, sino que también se pueda añadir una descripción detallada de la experiencia y habilidades que se han adquirido durante los años de estudio y que probablemente les interesara mucho a los potenciales clientes.

5.6.1.2. Involucrarse

Grupos. Es una gran herramienta de LinkedIn que le permite a la persona agruparse con otros importantes nombres del sector que, en el caso de este proyecto, serían la alta gerencia de las empresas a contactar. Estos conjuntos no están simplemente diseñados para socializar, sino para establecer sinergias, colaboraciones, desarrollar ideas, a través de la discusión sobre los estados del segmento en particular u otros tópicos relevantes para ese grupo sobre determinados temas.

Poder participar en varios de estos grupos, el emprendedor freelance uno se puede beneficiar tremendamente de estas colaboraciones estableciendo fuertes conexiones con otros profesionales que a la larga pueden expandir su nombre.

5.6.1.3. Búsqueda de ayuda

Si un emprendedor freelance ha estado estancado en el trabajo con un tema o proyecto concreto hay que superar el miedo a preguntar y hacerlo. De esta forma se consigue dos cosas, que una persona relevante en el sector ofrezca una solución adecuada al problema y la segunda y aún mejor ventaja será exponer nuestro nombre a un grupo visitado diariamente por profesionales de del sector. Por otro lado, siempre que se pueda hay que intentar ofrecer respuestas de calidad para demostrar conocimientos en el campo.

5.6.1.4. Optimizar el perfil

Las primeras acciones como estrategia de mercadeo, es acudir primeramente a Google, redactando ciertas palabras claves asociadas al perfil; esto es clave para empezar y ser conocido. En Internet, los clientes potenciales se encuentran a un solo clic de un perfil que llene sus expectativas utilizando los motores de búsqueda. El freelance tiene que realizar una prospección de cómo relacionar las palabras clave de experiencia, habilidades y conocimiento para ser encontrado y reclutado. Estas se tienen que ir introduciendo poco a poco en la descripción del perfil.

Por ejemplo, si una persona es un emprendedor freelance que se dedica al área financiera, deberá incluir en su perfil todas aquellas aéreas en las que suele desenvolverse en ese tópico y ofrecerlas a los clientes.

Probablemente un emprendedor freelance no disponga de un equipo de marketing detrás para ayudarlo en todos los pasos y estrategias hechas y por haber. Pero, aun así, resulta sencillo y no muy laborioso llevar a cabo una pequeña incursión en LinkedIn para que paso a paso, le pueda sacar provecho.

5.6.2. Twitter

La estrategia de mercadeo fundamental en Twitter para un freelance para ser reclutado, resulta conseguir una masa crítica de forma rápida, tratando de ser muy selectivo con las personas a seguir, no tomando tanto en cuenta, el volumen y un gran número de

seguidores, sino más bien en añadir a gente altamente relevante y entablar conversaciones con ellos.

Un freelance debe usar las listas para filtrar y permitir comunicarse de forma más eficaz.

Una de las cosas que resulta recomendable hacer es retuitear las entradas que las personas publican en su propio blog y tratar de aportar valor cuando corresponda.

Si aún el freelance emprendedor desconoce o no a utilizado Twitter, deberá echarles un vistazo a los cursos gratis de Twitter para autónomos. Esto resulta una buena forma de arrancar con esta red social.

5.6.3. Marketing de Contenido

Partimos de la premisa que los seres humanos, somos gregarios y tendemos a otorgar autoridad a la gente que de alguna forma se destaca en su gremio/nicho. Todos sabemos que popularidad y excelencia no tienen por qué estar correlacionados. Sin embargo, desde pequeños, somos educados en el respeto a los profesores, a los médicos o a los que aparecen en televisión.

Por esa razón, resulta interesante participar en charlas en donde se puede actuar como ponente.

Hay varios tipos de eventos presenciales donde un freelance podría dar una charla, en donde se recomienda empezar con encuentros informales, tipo grupos de usuarios en la ciudad o eventos de comunidades organizadas en meet-up, para luego dar el paso a charlas, seminarios y eventos organizados por personas que buscan líderes de opinión y profesionales con marca personal para llenar el aforo.

Una de las cosas importantes que tendrá que hacer un freelancer, es la de superar el miedo a hablar en público, ya que es imprescindible que lo tenga que hacer, para de poder demostrar a una audiencia seguramente nueva, los conocimientos y experiencias

en temas de interés de la concurrencia, no olvidándose al cierre de la exposición, poner una diapositiva que explique a los asistentes que pueden ponerse en contacto con el freelancer expositor. Esto es una excelente forma de ir capitalizando los contactos más interesantes que se hayan podido tener durante la charla.

En la última diapositiva se debe tomar en cuenta:

- ✓ El email
- ✓ El blog (recomendable contar con uno)
- ✓ El perfil en Twitter
- ✓ El perfil en LinkedIn

Otro punto del dentro de la estrategia de contenido, es contar un blog. Básicamente, un freelancer tienes dos opciones:

1. Poder bloguear con similares, es decir, enfocarse a explicar cómo estás haciendo el trabajo y aportar valor para la gente que como él o ella ejerce la misma profesión. Un ejemplo: un consultor financiero habla de temas de interés para la práctica de su profesión y para conectarse con otros consultores.
2. Tratar de bloguear para los clientes, hablando de los problemas que tienen (relacionados con la competencia) y de cómo solucionarlos. En este caso, este mismo consultor financiero puede decidir especializarse en ofrecer sus servicios en dueños de empresas de fabricación y producción, ya que son el perfil dominante en su portfolio de clientes.

El enfoque es totalmente distinto, y básicamente el freelancer tendrá que elegir una línea editorial antes de arrancar el blog. Lo que se publica en un blog terminará actuando como imán. Con lo cual, todo freelancer debe saber qué tipo de visitas quiere atraer hacia el blog.

El marketing de contenidos en un blog, sin duda es una forma fantástica de buscar posicionamiento en Google. Si el freelancer logra que sus páginas estén bien

posicionadas para ciertos términos, Google se pondrá en contacto con el blog le enviará cada semana unas cuantas visitas muy cualificadas hacia el blog desarrollado por el freelancer sin que él o ella tengan que hacer nada a cambio.

Otra táctica inteligente en una estrategia de Marketing de Contenido serían los boletines informativos que son enviados por correo electrónico.

En este caso, el freelance va a tener que utilizar una plataforma para gestionar sus envíos. Se Puede utilizar por ejemplo MailChimp, que es un sistema súper profesional y totalmente gratis hasta el límite de 2,000 suscriptores o un máximo de 12,000 emails enviados al mes.

En este caso, si el freelancer tiene un blog, podrá presentar las últimas entradas que hay en el blog, podrá contar algo más personal sobre sus vivencias, destacar casos de éxito de proyectos que haya podido realizar con otros clientes, en fin: enfocarlo a distribuir una serie de contenidos interesantes, para la gente que tiene interés en sus temas.

De vez en cuando puede pasar alguna oferta, y sin que tenga que insistir mucho para vender, la gente con quien ya haya desarrollado una relación de confianza, si tiene necesidad y capacidad adquisitiva, es probable que termine haciéndole una compra.

Esta estrategia mixta de contenidos exclusivos y ofertas puntuales suele funcionar muy bien en el canal e-mail.

Otra gran estrategia en la promoción de la promoción de los servicios y/o productos para un freelancer, es regalar cosas.

Existen varias formas de hacerlo: lo que puede realizar preparando un pequeño e-book titulado, por ejemplo: la Importancia de Elaborar Matrices de Riesgos Financieros, y ponerlo de forma gratuita a disposición de los lectores. Esto se puede hacer de forma abierta, sin pedir ninguna información antes de la descarga, y en este caso, hay que

asegurarse de que en cada una de las páginas del documento aparezca un enlace hacia la web o hacia el blog.

De esta forma, lo que está el freelancer realizando, es asegurarse de que sus ideas van a viajar y se van a compartir, con lo cual, lo que lograra es difundir su marca, y las personas, si están interesadas en sus contenidos, es probable que por mera curiosidad culminen pinchando el enlace y visitando la web o el blog, y al final terminen reclutándolo para un proyecto.

Otra de las cosas que se puede realizar es un prototipo de encuesta anual en para nicho de mercado, a modo de observatorio regional o nacional, donde tendrá el freelance el trabajo de producir y analizar esta encuesta y de comprometes a compartir los resultados obtenidos, no solamente con los participantes sino también con todo el público.

La misión será tratar de difundir esta información y que la misma presente datos de referencia que no sean fácilmente accesibles al día de hoy. O puede hacer un informe sectorial basados en una serie de datos que haya podido recoger, también en base a una encuesta.

Esta clase de documentos suele tener un interés muy grande, sobre todo cuando se enfoca a bloguear para personas de la misma línea de actividad u orientación profesional. Es decir, si un freelancer es un consultor en recursos humanos y saca una encuesta sobre tarifas de freelancers que trabajan como consultores o sobre sueldos medios, puedes estar seguro de que muchos profesionales de esa rama van a participar de la encuesta solo para poder saber cómo se posicionan a nivel de ingresos en su propio sector.

Otra forma de conseguir promocionar los servicios, ya más enfocado a la venta de un servicio a corto plazo, es ofrecer consultas gratuitas de un cuarto de hora o media hora, donde el freelancer atenderá a clientes que tienen un perfil muy concreto, un perfil que deberá corresponder a la descripción que habrá elaborado de su cliente ideal.

La idea consiste en dar una especie de aperitivo sobre lo que puede ser trabajar con él o ella.

Este servicio gratis permitirá rebajar mucho la resistencia que puede haber en las personas u empresas que nunca ha trabajado con un freelancer, porque de esta forma, el cliente potencial podrá experimentar el servicio antes que tener que pagar por él.

Claro está, esto se trata de una estrategia que consume tiempo, pero si se hace de forma muy puntual y si selecciona muy bien el perfil de las personas que van a participar en estas actividades, la tasa de conversiones a proyectos reales, de pago, normalmente se incrementan sustancialmente.

Por último, forma innovadora de promocionar los servicios de consultoría bajo el concepto freelance, es montar un webinar gratuito donde define un tema relevante para la audiencia meta y se solicita que las personas se den de alta antes de poder participar en el webinar. De esta forma, una vez que termina el webinar, se tendrá una mini base de datos sobre la cual el freelance podrá actuar para poder realizar acciones de marketing más enfocadas.

Existe un cúmulo de oportunidades en los webinars, ya que apenas está tomando fuerza como oferta hoy en día en el mercado hispano principalmente, con lo cual resulta accesible llenar un webinar. Como consecuencia de esta realidad, es una forma que un freelance puede utilizar para diferenciarse de su competencia, ya que muy pocas personas lo están haciendo hoy en la actualidad.

El éxito de todas estas estrategias de reclutamiento señaladas, la cual se han descrito en este plan de acción, permite que un emprendedor freelance del área financiera tenga una visión muy clara de quién debe ser su cliente ideal, trabajando de forma muy selectiva, enfocándose toda la energía, paciencia y disciplina mental a su colectivo o nicho de mercado

Para un emprendedor freelance, las estrategias no segmentadas, como estar presente en Facebook y buscando conseguir personas sin saber qué tipo de gente se quiere captar, o haciendo lo mismo en Twitter e Instagram, o estar en Google Plus por el solo hecho de estar en Google Plus, suele resultar ser muy costosas en tiempo y traen un retorno casi nulo.

De hecho, las campañas no segmentadas de publicidad tradicional en la actualidad, como pueden ser los envíos postales o la distribución de folletos en la calle, tienen tasas de respuesta muy bajas.

En definitiva, si un consultor emprendedor freelance en recursos humanos que quiere mejorar el resultado de la promoción de sus servicios para ser reclutado, tendrá obligatoriamente que tener muy claro su posicionamiento estratégico en el mercado y cuál es el cliente que quiere atraer a su negocio.

5.6.4. Recomendaciones de la propuesta

Las recomendaciones derivadas de la propuesta, son las siguientes:

1. Diseñar estrategias de marketing de reclutamiento que se adapten a los comportamientos de los consumidores de los servicios a ofrecer de forma virtual, resulta esencial cuando se va a ofrecer bajo la forma online. Independientemente del negocio o trabajo freelance que se vaya a comenzar, los pasos a seguir siempre serán los mismos para construir una correcta estrategia de marketing para poder ser reclutado.
2. Analizar al nicho de mercado objetivo del servicio que se ofrece cuidadosamente, que en el caso de este proyecto serían las empresas y personas tanto en Panamá inicialmente, como de forma internacional posteriormente, que requieran asesoría financiera, elaborando objetivos precisos para llevar a cabo el plan de acción con su correspondiente método de control de la propia estrategia de networking que se estén utilizando.

CONCLUSIONES

Además de un completo análisis de mercado, que puede servir tanto a nivel nacional como internacional y que permite encontrar las claves para vender más y escalar, un freelancer también puede realizar un plan de negocios analizando el estado actual de las finanzas e indicándole cómo y para dónde conviene avanzar con dichos números.

Para la gestión operativa, es decir en el día a día, con tareas que se llevan a cabo constantemente, un profesional freelance es de muchísima ayuda. Nos referimos a todo lo referente a facturación, pagos a proveedores, gestión comercial de ventas, manejo de inventarios, responder consultas y hasta liquidación de impuestos.

Las competencias laborales y que aplican al benchmarking del freelancer deben ser: identificar las fortalezas de sus competidores así como las propias, establecer estándares de calidad y explotar el uso de las redes sociales para identificar y dar seguimiento a posibles negocios y promoverse, todo dentro del marco de la legalidad y las mejores prácticas.

Las plataformas principales donde un freelancer debe ofertar sus servicios a nivel nacional e internacional, tanto como para ser visto como para ser reclutado, siempre deben ser las redes sociales, tanto redes profesionales como LinkedIn, hasta las redes más populares como Facebook, Instagram, Twitter y Google.

El aprovechamiento y explotación del networking y el marketing de contenido ofrecen muchas ventajas al freelancer, tales como: mejora la imagen del profesional, mejora el posicionamiento SEO de la página web. reduce los costes e incrementa la fidelización de clientes.

RECOMENDACIONES

1. Tener claro las ventajas y desventajas de tomar la decisión de realizar un emprendimiento freelance.
2. Capacitarse, entrenarse y buscar ayuda de expertos antes de lanzarse como freelancer.
3. Tener organización y contar con una infraestructura básica al menos (computadora e Internet) en su hogar o sitio de trabajo preferido para poder trabajar.
4. Buscar contactos importantes y hacer alianzas empresariales y de trabajo con ellos para incursionar en el nicho de mercado propuesto.
5. Analizar los contactos y la base de datos que se tenga de empresarios en la ciudad de Panamá. Es la base de los potenciales y futuros clientes a quienes ofertar los servicios para ser reclutados.

BIBLIOGRAFÍA

- Calderón, A. (2013). *Marketing de Servicios*. Madrid: Esparsa.
- Chandler, A. (2014). *El Mercadeo Digital - Estrategias*. México: Trillas.
- Coleman, A. (2016). *El Marketing Digital y sus Principios*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Ferris, T. (2014). *La Semana Laboral de 4 horas*. Madrid: Prentice Hall.
- Fleming, P. (2011). *Hablemos de Marketing Interactivo*. Madrid: ESIC Editorial.
- Moore, H. (2012). *Estrategias de Negocios a través de Internet*. México: McGraw Hill Interamericana.
- Murdock, L. (2012). *Ventaja Competitiva del Negocio*. Buenos Aires: Pirámide.
- Porter, M. (2010). *Venta Competitiva: Creación y Sostenimiento de un Desarrollo Superio*. Madrid: Prentice Hall.
- Porter, M. (2014). *Ser Competitivo*. Madrid: Prentice Hall.
- Ries, E. (2014). *The Lean Startup*. New York: Crown Publishing Group.
- Sullivan, L. (2015). *Estrategias de Marketing Digital*. México: McGraw Hill Interamericana.
- WORKANA. (15 de Febrero de 2020). *Forma de pago de Proyectos*. Obtenido de Pago en Garantía (Escrow) : <https://help.workana.com/hc/es/articles/360041401574-pago-en-garant%c3%ada-escrow->