



Facultad de Ciencias Económicas

Sede Rosario - Campus Roca

Carrera: Contador Público

Trabajo Final de Carrera Tema:

*Análisis de la factibilidad y riesgo de inversión para la instalación de Centro de
estética “Desing Beauty and Health” en la ciudad de Rosario.*

Alumno: Rosso, Ignacio Jesús

RESUMEN EJECUTIVO:

Desing Beauty and Health es un centro de estética donde se realizarán tratamientos faciales y corporales, utilizando aparatología de última de generación y productos de alta calidad. El cliente contará con una atención y asesoramiento personalizado, a cargo de profesionales especializados, ofreciendo un servicio integral.

El objetivo general de nuestro plan de negocios es analizar la factibilidad de la puesta en marcha del centro de estética, que está ubicado en una importante zona de la ciudad de Rosario, por su constante crecimiento comercial y residencial, y lograr posicionarse entre los centro de estética más reconocidos de la ciudad y zonas aledañas.

Se busca brindar un servicio que se diferencie de la competencia por la aparatología utilizada y la atención personalizada de profesionales capacitados, titulados en medicina y matriculados, ya que muchos de los tratamientos que se ofrecen, no cumplen con una función netamente estética, sino que también son indicados para casos clínicos como edemas post operatorios, problemas de circulación o prevención de trombosis.

Los tratamientos que se ofrecen están destinados para todos los géneros, ya que actualmente los hombres concurren cada vez más a consumir estos servicios, y por este motivo se cuenta con tratamientos para todo tipo de pacientes y sus necesidades.

Al mercado que se pretende penetrar es a clientes de la ciudad y zonas aledañas, ya que no se han encontrado otros centros de estética con tratamientos similares y aparatología de avanzada, que busquen calidad en los tratamientos y una atención personalizada por parte de profesionales médicos.

Un punto fuerte de la puesta en marcha del negocio es que una de las socias, Eliana Sasia, es una profesional dedicada al rubro desde hacer muchos años, contando con una importante cantidad de clientes cautivos que concurrirían a nuestro centro de estética.

Para poder dar inicio a este proyecto necesitaremos una inversión de \$4.675.056, y la actividad se pondrá en marcha en Febrero de 2023, que es cuando la mayoría de la gente vuelve de las vacaciones.

INDICE

INTRODUCCION	6
1. IMAGEN DE LA ORGANIZACIÓN	7
1.1 HISTORIA DEL PROYECTO	7
1.2 VISION	7
1.3 MISION	7
1.4 VALORES.....	8
2. SERVICIO	9
2.1 SERVICIOS OFRECIDOS	9
2.2 PROCESO DE COMERCIALIZACION.....	11
2.2.1 LOCALIZACIÓN, INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES	11
2.2.2 ETAPAS DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN	12
2.2.3 VENTAJAS COMPETITIVAS.....	13
2.2.4 MÁQUINAS Y EQUIPOS NECESARIOS PARA EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN ...	13
2.2.5 CAPACIDAD INSTALADA, CAPACIDAD REAL Y CAPACIDAD OCIOSA.....	14
2.2.7 INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS.....	16
3. MERCADO	18
3.1 CLIENTES.....	18
3.1.1 SEGMENTOS DEL MERCADO	18
3.1.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS	20
3.1.3 CARÁCTERÍSTICAS DE LA DEMANDA.....	21
3.2 COMPETIDORES.....	22
3.2.2 COMPETIDORES INDIRECTOS	23
3.3 PRECIO.....	23
3.3.1 FACTORES DE FIJACIÓN DE PRECIOS	23
3.3.2 LISTA DE PRECIOS	24
3.4 CONTEXTO LOCAL Y GLOBAL	24
4. ESTRATEGIA COMERCIAL	26
4.1 ASPECTOS GENERALES DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL.....	26
4.2 ESTRATEGIA DE PRECIO.....	26
4.3 ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO.....	28
4.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	29
5. ANÁLISIS F.O.D.A.	31
6. RECURSOS HUMANOS Y ORGANIZACIÓN	32
6.1 ORGANIGRAMA	32

7.	ASPECTOS LEGALES	34
7.1	LEGISLACIÓN LABORAL	34
7.2	LEGISLACIÓN SANITARIA.....	35
7.3	LEGISLACIÓN COMERCIAL.....	38
7.4	LEGISLACIÓN AMBIENTAL.....	38
7.5	LEGISLACIÓN TRIBUTARIA.....	38
8.	PLAN DE PUESTA EN MARCHA	40
9.	ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	41
9.1	MONTO DE LA INVERSIÓN	41
9.2	AMORTIZACIÓN	43
9.3	INGRESOS POR VENTAS.....	43
9.4	COSTOS	44
9.5	FLUJO DE FONDOS	45
9.6	INDICADORES ECONÓMICOS-FINANCIEROS	51
9.6.1	TASA DE DESCUENTO	51
9.6.2	INDICADORES	51
	CONCLUSIÓN	53
	REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	55

INTRODUCCION

Este proyecto se encuentra dentro del rubro de centro de estética, a denominarse “Design Beauty and Health”, y es un espacio donde los clientes concurren para mejorar su imagen y serán atendidos por profesionales especializados en este tipo de tratamientos.

El proyecto es instalar un centro de estética moderno en Rosario, ubicado en pleno corazón de barrio Echesortu, a 100 metros de paseo comercial de calle Mendoza. Esta es una zona de gran desarrollo comercial (con crecimiento constante de negocios) e inmobiliario (importantes desarrollos de edificios para viviendas). En la zona no se encontraron centros de estética, sólo se observaron clínicas de kinesiología que realizan unos pocos tratamientos estéticos, generalmente de depilación definitiva.

Además, se contará con aparatología de última generación, que nos permitirá realizar tratamientos más efectivos en menor cantidad de sesiones, ofreciendo al cliente un resultado de excelencia en forma más rápida.

Por todo esto, se confeccionará un Plan de Negocios analizando los puntos claves como el mercado a participar, estrategia comercial, aspectos legales y análisis económico y financiero, para evaluar la viabilidad y rentabilidad del negocio.

1. IMAGEN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 HISTORIA DEL PROYECTO

La idea del negocio surge a partir de un proyecto que comenzamos a pensar con mi socia, Eliana Sasia, que tiene el título de “TECNICA UNIVERSITARIA EN ESTETICA, COSMIATRIA Y COSMETOLOGIA” obtenido en la UNR. Ella trabaja en algunos centros de estética de Rosario desde el año 2005, contando con una gran experiencia en la realización de tratamientos de estética.

Desde hace un tiempo ella desea comenzar con su trabajo de manera independiente, pero no contaba con los recursos económicos y financieros para poder emprender.

A partir de esto, surge la idea de trabajar en conjunto aportando, por un lado, la experiencia y el conocimiento de Eliana, y por otro lado, un inmueble propio, donde no residir. Además, cuento con ahorros que estoy dispuesto a invertir para impulsar este emprendimiento.

1.2 VISION

Convertirnos en un centro de estética reconocido a nivel zonal, y ampliar los servicios ofreciendo nuevos tratamientos. Por tal motivo, nos encontraremos continuamente incorporando tratamientos, productos y tecnología de última generación.

1.3 MISION

Buscamos ser un centro de estética que no tiene sólo como fin la belleza facial y corporal, sino también lograr el bienestar del paciente, logrando mejorar su salud, y una

mejor calidad de vida, mediante atención y asesoramiento personalizado, atendidos por profesionales y aparatología de última generación.

Buscamos que el paciente tenga una experiencia integral de bienestar, desde que ingresa al centro de estética, hasta que se retira.

1.4 VALORES

Honestidad: asesorando a los pacientes sobre la conveniencia de los tratamientos a realizarse, según los resultados que el paciente quiera obtener.

Innovación: manteniendo información y actualización sobre los últimos tratamientos en el mercado y las nuevas técnicas de trabajo que van surgiendo.

Puntualidad: reduciendo los tiempos de espera, por medio de la mejora continua en los procesos de trabajo.

Calidad: tanto en los servicios, como en el atención.

2. SERVICIO

2.1 SERVICIOS OFRECIDOS

Como lo establecimos en nuestra MISIÓN, ofreceremos un servicio integral de bienestar y atención personalizada en nuestras instalaciones desde que el paciente ingresa al centro de estética.

Por esto, consideramos que la RECEPCIÓN es un punto estratégico del negocio, ya que a partir de allí el paciente tiene la primera impresión de nuestro centro de estética.

El paciente al ingresar, será recibido por la recepcionista, quién informará los servicios que tenemos disponibles y realizará todos los trámites administrativos de ingreso y el cobro.

Al pasar a nuestra sala de espera, en la misma se le ofrecerá una infusión (café, té varios) o aguas saborizadas naturales, que, junto a un ambiente amplio en colores claros y música de relax, crearán un clima de relajación que amenizará la espera, que no deberá superar los 5 o 10 minutos.

TRATAMIENTOS

Los tratamientos que se ofrecerán serán, de acuerdo a la extensa experiencia profesional de Eliana, los tratamientos de belleza facial y corporal más solicitados en el mercado, que se realizarán con aparatos de última generación con el objetivo de diferenciarnos de nuestros competidores.

- **ULTRACAVITACION**

Consiste en un tratamiento no invasivo basado en el sistema de cavitación, para aquellas zonas que no pueden reducirse con dietas ni ejercicios.

La cavitación es un método que a partir de la emisión de ondas ultrasónicas, provoca una alternancia de presión y descompresión sobre las células adiposas hasta hacerlas estallar.

Se pueden tratar áreas como abdomen, pantalón de montar, brazos y piernas.

Es un procedimiento mínimamente invasivo, no quirúrgico, por medio de la cual se aspira la grasa indeseada a través de una pequeña incisión de muy pocos milímetros, razón por la que no se requiere de suturas.

APARATOLOGIA REQUERIDA: Ultracavitador

- **RADIOFRECUENCIA CORPORAL Y FACIAL**

Es una técnica no invasiva que se utiliza en tratamientos faciales y corporales para tratar afecciones de la piel como arrugas, laxitud de todo el cuerpo y exceso de grasa, tensando la piel. También tiene efecto analgésico y antiinflamatorio, por lo que su uso se recomienda en casos de algias posturales, dolores post quirúrgicos en heridas y cicatrices, y ciertos procesos inflamatorios.

APARATOLOGIA REQUERIDA: Equipo de Radiofrecuencia Multipolar Facial Corporal

- **ONDAS DE CHOQUE**

Es una técnica nueva de ondas acústicas de alta energía, que penetran en el cuerpo induciendo la vibración en el tejido conectivo de la epidermis, donde se encuentran localizadas las células grasas, actuando sobre ellas, mejorando la flacidez cutánea, la celulitis y removiendo la adiposidad. Además, tiene múltiples aplicaciones médicas (rehabilitación, fisioterapia), ya que activa la circulación y estimula el drenaje linfático y pueden tratarse lesiones como la tendinitis y la fibrosis muscular postraumática, entre otras.

APARATOLOGIA REQUERIDA: Equipo de ondas de choque

- **SKINLIGHT FACIAL**

Es un tratamiento antiage de última generación. Trata alteraciones faciales como flacidez, arrugas, alteraciones pigmentarias y problemas derivados de la deshidratación cutánea.

APARATOLOGIA REQUERIDA: Equipo Skinlight

- **TERMOTERAPIA Y ELECTROESTIMULACION**

La termoterapia se emplea para la reducción del volumen del adipocito individual, y consecuentemente, del panículo adiposo general. El calor generado, se

transmite sobre el tejido conjuntivo de la piel y la grasa subcutánea, estimulando la elevación de la tasa metabólica local y la microcirculación. Como consecuencia de ello promueve el desencadenamiento de mecanismos de lipólisis.

La electroestimulación se utiliza para el fortalecimiento muscular, tonificando y mejorando la estética de la zona tratada.

APARATOLOGIA REQUERIDA: Termocel Stim

- **PRESOTERAPIA**

La presoterapia es un tratamiento que realiza un drenaje linfático. Se hace con botas neumáticas, las cuales van incrementando el volumen de aire y su posterior vaciamiento en su interior realizando un masaje y drenaje desde los pies hasta el abdomen. Está indicado para tratar diferentes tipos de síntomas como celulitis, la retención de líquidos, la obesidad y para paliar los síntomas de las varices. Las botas se van inflando desde abajo hacia arriba, generando así un vaciamiento de los vasos linfáticos y contrarrestando la acumulación y retención de líquido en los tejidos de las piernas, vaciando también el exceso de sangre en las venas, lo cual es muy beneficioso a la hora de tratar los síntomas de las varices y disminuyendo las inflamaciones. También puede realizar drenaje linfático en los brazos y en la zona abdominal.

APARATOLOGIA REQUERIDA: Equipo de Presoterapia

- **LIMPIEZA FACIAL**

Se realiza mediante un tratamiento facial con electrodos-aplicadores para la alta frecuencia. La alta frecuencia es un tipo de corriente eléctrica que tiene propiedades muy beneficiosas para la piel. Lo máspreciado tras la extracción es la propiedad de cerrar los poros que se han abierto con el vapor para trabajar más profundamente. Es el sistema más adecuado para volver a cerrarlos en la medida de lo posible.

Además, es descongestionante y tiene una acción antibacteriana. Siendo una corriente eléctrica, es estimulante y tonificante.

APARATOLOGIA REQUERIDA: Equipo HIDRAFACIAL

2.2 PROCESO DE COMERCIALIZACION

2.2.1 LOCALIZACIÓN, INFRAESTRUCTURA E INSTALACIONES

El centro de estética funcionará en calle Castellanos 1065, ubicado al Barrio Echesortu, a metros del centro comercial a cielo abierto más importante de la ciudad de Rosario, con una gran afluencia de gente, por la cantidad y variedad de negocios en la zona.

También es importante el hecho de que nos encontramos ubicados en un punto neurálgico de la ciudad, ya que estamos en el paso de todas las vías de entrada y salida de la ciudad desde en el centro de Rosario.

Otra ventaja es que nos encontramos situados a tres cuadras de la estación de ómnibus Mariano Moreno, lo que nos da una fácil llegada desde toda la ciudad, ya que todas las líneas de colectivo pasan por la terminal y también nos da, junto con el paseo de compras, un importante tráfico de taxis. De esta manera, contamos con una facilidad de acceso con todos los medios de transporte público.

El inmueble de 450 m2 se encuentra en la planta alta, con entrada independiente, de una casa que cuenta con un galpón en la planta baja. Se trata de una casa antigua pero muy bien conservada, de estilo francés, con detalles de mármol en sus columnas y escaleras, lo que le otorga un extra imponente y elegante al lugar. Cuenta con tres habitaciones, una amplia sala de estar, una antesala y un espacioso comedor, además de una cocina, baño y antebañó.

La antesala cuenta con suficiente espacio para instalar un escritorio donde se ubicará la recepcionista, además de algunas sillas para la sala de espera.

Al principio, sólo se utilizarán las dos habitaciones y la sala de estar se dividirá en dos ambientes, conformando así cuatro consultorios en total, con proyección a futuro de dividir en dos partes la sala del comedor, cuando se incorporen nuevas máquinas y más personal.

2.2.2 ETAPAS DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

1. Recepción de la consulta sobre el servicio, ya sea en forma presencial, telefónica o por redes sociales.
2. Se proporciona información general sobre el servicio y el presupuesto de este.

3. Si el cliente lo requiere, se acuerda un turno para consulta.
4. El cliente acude a la consulta, donde se le otorga asesoramiento y atención personalizada sobre su requerimiento.
5. Si el profesional encuentra apto al paciente para comenzar el tratamiento, y este acepta llevarlo a cabo, se emite la orden de prestación de servicio.
6. Se presta el servicio, en este caso, llevando a cabo el tratamiento.
7. Se factura el servicio, donde el cliente elige si abonar la sesión realizada o el tratamiento completo.
8. Se acuerda un próximo turno.

2.2.3 VENTAJAS COMPETITIVAS

Las ventajas con las que contamos respecto a la competencia son, en primer lugar, la seguridad y confianza que le genera al cliente ser atendido por profesionales especializados. Además, contamos con aparatología innovadora y certificada para realizar los tratamientos.

Otra ventaja es la excelente ubicación del lugar, el fácil acceso, y los pocos centros de este tipo que se encuentran en la zona.

2.2.4 MÁQUINAS Y EQUIPOS NECESARIOS PARA EL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN

La aparatología necesaria para llevar a cabo el proyecto son quipos para realizar los tratamientos.

Además, se necesitará una computadora para la parte administrativa y un teléfono celular para el manejo de turnos, asesoramiento y promoción por redes sociales y por whatsapp.

En la Figura 1, se detallan los equipos necesarios, con sus respectivos precios, que se compran a los proveedores de cada marca dentro del país.

EQUIPO (marca y modelo)	PRECIO EN \$
Ultracavitador BODYMEDICAL	\$ 75.500
Equipo de Radiofrecuencia Multipolar Facial Corporal BODYMEDICAL	\$ 39.559
Equipo de ondas de choque MARELLI	\$ 566.700
Equipo Skinlight SORISA	\$ 80.000
Termocel Stim MEDITEA	\$ 758.408
Equipo de Presoterapia DEMIK	\$ 387.877
BOTAS PRESOTERAPIA	\$ 30.910
Equipo HIDRAFACIAL AQUA H2	\$ 285.000
TOTAL	\$ 2.223.954

FIGURA N° 1. Equipos requeridos.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.5 CAPACIDAD INSTALADA, CAPACIDAD REAL Y CAPACIDAD OCIOSA

CAPACIDAD INSTALADA

Hemos calculado la capacidad máxima de tratamientos a realizar con la aparatología que contamos, en función a la cantidad de sesiones y la facturación a obtener con el precio de cada sesión, suponiendo un trabajo constante las 24 horas del día (1440 minutos).

De esta forma, tenemos como resultado que en un día se pueden realizar 616 sesiones de todos los tratamientos con los que contamos en la clínica, pudiendo obtener una facturación de \$1.690.400.-.

En el siguiente cuadro, se puede observar un resumen de la capacidad instalada, mostrando los datos que se tuvieron en cuenta para su cálculo, como son la cantidad de sesiones de cada tratamiento, la duración de cada uno, y el precio de cada Sesión.

Tratamiento	MINUTOS DE TRABAJO EN 24 HS	DURACION CADA CESION EN MINUTOS	CANTIDAD CESIONES DIARIAS	PRECIO POR CESION	CAPACIDAD INSTALADA
Ultracavitación	1440	30	48	\$ 3.000	\$ 144.000,00
Radiofrecuencia Corporal	1440	60	24	\$ 4.000	\$ 96.000,00
Radiofrecuencia Facial	1440	45	32	\$ 2.800	\$ 89.600,00
Ondas de choque	1440	10	144	\$ 3.200	\$ 460.800,00
Skinlight facial	1440	60	24	\$ 3.500	\$ 84.000,00
Termoterapia y electroestimulación	1440	60	24	\$ 3.200	\$ 76.800,00
Presoterapia	1440	45	32	\$ 2.400	\$ 76.800,00
Limpieza Facial	1440	5	288	\$ 2.300	\$ 662.400,00
TOTAL			616		\$ 1.690.400,00

FIGURA N° 2. Capacidad instalada.

Fuente: Elaboración propia.

CAPACIDAD REAL

Hemos calculado la capacidad real para saber cuál es la cantidad de sesiones y el monto a facturar en un día de trabajo. Para su cálculo hemos tenido en cuenta una jornada de trabajo de 9 horas (540 minutos), la duración en minutos de cada tratamiento, el tiempo de almuerzo de la dermatóloga y kinesiólogo que operan las máquinas, y el tiempo entre sesiones de limpieza y acondicionamiento de los aparatos.

En el siguiente cuadro, se puede observar un resumen de la información utilizada para el cálculo de la capacidad real, y la cantidad de sesiones que se pueden realizar en una jornada de trabajo normal, que son 207 sesiones, pudiendo obtener una facturación estimada de \$569.336,11 por día.

Tratamiento	CAPACIDAD MAXIMA EN MINUTOS	ALMUERZO	PREPARACION EQUIPOS ENTRE CADA CESION	CAPACIDAD REAL EN MINUTOS	DURACION CADA CESION EN MINUTOS	CANTIDAD DE CESIONES DIARIAS	PRECIO POR CESION	CAPACIDAD REAL DIARIA
Ultracavitación	540	45	10	485	30	16	\$ 3.000	\$ 48.500,00
Radiofrecuencia Corporal	540	45	10	485	60	8	\$ 4.000	\$ 32.333,33
Radiofrecuencia Facial	540	45	10	485	45	11	\$ 2.800	\$ 30.177,78
Ondas de choque	540	45	10	485	10	49	\$ 3.200	\$ 155.200,00
Skinlight facial	540	45	10	485	60	8	\$ 3.500	\$ 28.291,67
Termoterapia y electroestimulación	540	45	10	485	60	8	\$ 3.200	\$ 25.866,67
Presoterapia	540	45	10	485	45	11	\$ 2.400	\$ 25.866,67
Limpieza Facial	540	45	10	485	5	97	\$ 2.300	\$ 223.100,00
TOTAL						207		\$ 569.336,11

FIGURA N° 3. Capacidad máxima de producción.

Fuente: Elaboración propia.

CAPACIDAD OCIOSA

Para determinar la capacidad ociosa, hemos tomado la cantidad de sesiones y monto de facturación de la capacidad instalada y de la capacidad real, obteniendo por diferencia, la capacidad no utilizada en una jornada de trabajo. Esta capacidad ociosa, deberá ser absorbida por la capacidad real, a fin de poder hacer rentable el negocio.

En la figura 4 se puede observar el cálculo de la capacidad ociosa, teniendo en cuenta la cantidad de sesiones y el monto de facturación. Se obtiene como resultado, que con la capacidad real se deben absorber la cantidad de 24 sesiones diarias ociosas, que equivalen a \$64.563,89 de facturación diaria.

CAPACIDAD MAXIMA DE CESIONES	231		CAPACIDAD MAXIMA REAL EN \$	\$ 633.900,00
CAPACIDAD REAL DE CESIONES	207		CAPACIDAD REAL DE CESIONES EN \$	\$ 569.336,11
CAPACIDAD OCIOSA	24		CAPACIDAD OCIOSA EN \$	\$ 64.563,89

FIGURA N°4. Capacidad ociosa.

Fuente: Elaboración propia.

2.2.6 PRODUCCIÓN ANUAL PROYECTADA A CINCO AÑOS

En lo que refiere a la producción anual proyectada, se hará el plan de negocio a 5 años.

Es necesario aclarar la dificultad de realizar una proyección a este período de tiempo, debido a variables extrínsecas, como lo es contexto económico del país, sobre todo por la inflación, y variables intrínsecas del rubro, como por ejemplo la constante innovación en maquinarias, técnicas de trabajos y tratamientos.

2.2.7 INSUMOS Y MATERIAS PRIMAS

Los insumos requeridos para el funcionamiento del centro se detallan en la Figura 5.

INSUMOS	PRESENTACION	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	PRECIO
TOALLAS DESCARTABLES	1 CAJA X 2500 U.	4	\$ 2.974	\$ 11.896
KIT PERSONAL DESCARTABLE (SÁBANAS Y CUBRECAMILLAS)	1 CAJA X 20 U.	35	\$ 2.118	\$ 74.138
COFIAS	1 CAJA X 100 U.	10	\$ 750	\$ 7.500
MANGO BISTURI	1 U.	10	\$ 799	\$ 7.990
BISTURÍ	1 CAJA X 100 U.	8	\$ 3.500	\$ 28.000
GUANTES	1 CAJA X 100 U.	40	\$ 485	\$ 19.400
BARBIJOS	1 CAJA X 100 U.	35	\$ 649	\$ 22.715
ALCOHOL ETÍLICO	1 PACK X 12 U.	20	\$ 2.848	\$ 56.960
PRODUCTOS PARA TRATAMIENTOS (GELES Y CREMAS)		–	–	\$ 350.000
TOTAL				\$ 578.599

FIGURA N°5. Insumos generales

Fuente: Elaboración propia.

2.2.8 PROVEEDORES Y POSIBLES PROBLEMAS DE APROVISIONAMIENTO

Los productos descartables, como ser toallas descartables, cofias, guantes, barbijos, y alcohol, se adquirirán en comercios mayoristas y las compras se realizarán mensualmente, teniendo en cuenta el consumo de los mismos.

En cuanto a los productos utilizados para realizar los tratamientos, estos son de origen nacional, de excelente calidad, y la compra se realizará directamente al proveedor.

En un principio la idea era trabajar con productos importados, pero finalmente se decidió hacerlo con productos nacionales de buena calidad, para evitar posibles problemas de aprovisionamiento, debido a las políticas del gobierno nacional, respecto al comercio exterior.

2.2.9 CONDICIONES DE COMPRA

Las condiciones de compra están dadas por los proveedores, los cuales hoy en día no están dando largos plazos para el pago. Pero se consiguen en el mercado facilidades de pago que van de a 15 días a 20 días.

3. MERCADO

Procederemos a describir los elementos del mercado objetivo, para el que tomamos en cuenta la demanda, competencia, precio y contexto tanto local como global.

3.1 CLIENTES

3.1.1 SEGMENTOS DEL MERCADO¹

Los segmentos en los que se divide el mercado de nuestros servicios pueden mostrarse en grupos de clientes según las siguientes variables:

- **Edad**

Si bien los servicios estéticos son demandados por clientes de todas las edades, lo que varía según la franja etaria son los tipos de tratamientos que se requieren. Por ejemplo, las personas más jóvenes se interesan más en el cuidado del cuerpo, mientras que las personas de mayor edad se centran, en el cuidado del rostro.

Segmentos del mercado		Participación en el mercado (%)
Edad	18 a 29	7%
	30 a 39	25%
	40 a 49	30%
	50 a 59	28%
	Más de 60	10%

FIGURA N° 6. Segmentos del mercado según edad.

Fuente: Elaboración propia.

- **Sexo**

El cuidado de la imagen y la estética fue durante mucho tiempo se asoció sólo a las mujeres. Hoy se puede observar, que tanto hombres como mujeres se preocupan por

¹ La información recolectada sobre segmentos del mercado y la participación de cada uno de estos fue obtenida luego de consultar a la Sra. Eliana Sasía, quien cuenta con formación profesional y una larga trayectoria en el rubro.

su bienestar y su apariencia física. Esto se ve reflejado por el creciente cambio de estilo de vida de la población en general, y el consumo cada vez mayor de productos saludables y del cuidado del cuerpo. La cantidad de hombres que acuden a clínicas estéticas en busca de verse mejor es también cada vez mayor.

Segmentos del mercado		Participación en el mercado (%)
Sexo	Mujeres	90%
	Hombres	10%

FIGURA N° 7. Segmentos del mercado según sexo.

Fuente: Elaboración propia.

- **Ubicación Geográfica**

El lugar de residencia del cliente claramente es un factor importante a la hora de decidir a qué centro de estética acudir. Muchas veces los tratamientos consisten en varias sesiones, por lo cual los clientes preferirán, generalmente, acudir a un lugar cercano y de fácil acceso, como nuestro centro de estética, que cumple con este factor como una fortaleza.

Segmentos del mercado		Participación en el mercado (%)
Ubicación Geográfica	Rosario Centro	50%
	Rosario Norte	20%
	Rosario Sur	10%
	Funes	11%
	VGG	5%
	Funes	4%

FIGURA N° 8. Segmentos del mercado según ubicación geográfica.

Fuente: Elaboración propia.

- **Condición socioeconómica**

Otro de los factores determinantes para establecer los clientes que acuden a las clínicas de estética es la posibilidad económica con la que estos cuentan.

En un contexto de crisis económica en la que se encuentra nuestro país desde hace varios años, agravada por la crisis que generó la pandemia, muchos ciudadanos, especialmente los de bajos recursos, han tenido que ajustar sus gastos y priorizar sus necesidades, debiendo dejar de lado algunos consumos que no son considerados esenciales. Para muchas personas se dificulta y hasta resulta prácticamente imposible acudir a realizarse tratamientos de belleza.

Si bien en la actualidad no están bien definidos los límites entre las llamadas clase baja, media y alta, utilizamos estos términos a modo de referencia para decir que, la población que cuenta con un ingreso que posibilita concurrir a realizarse tratamientos estéticos, catalogan a este servicio con una mayor prioridad para su bienestar. Y es por este motivo que, a pesar de la crisis económica, este rubro cuenta con una demanda cada vez mayor.

Segmentos del mercado		Participación en el mercado (%)
Condición socio-económica	Clase alta	80%
	Clase media	17%
	Clase baja	3%

FIGURA N° 9. Segmentos del mercado según condición socioeconómica.

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2 PRODUCTOS SUSTITUTOS²

Los productos sustitutos varían en este rubro según algunas variables como son la edad, ubicación geográfica y condición socioeconómica, pero también a la necesidad y deseos de cada cliente.

- **Cirugías estéticas:**

² Las características y precios de los productos sustitutos fueron obtenidos a través de la información proporcionada por las clínicas de cirugía estética y los centros de estética de la zona, al ser consultados por los servicios ofrecidos.

Supongamos que una persona quiere reducir la adiposidad localizada de su abdomen. Y que también esta persona ha realizado una consulta médica y se encuentra apta para realizarse tanto una cirugía como un tratamiento estético para lograr su objetivo. Entonces esta persona, puede optar por realizarse una cirugía de liposucción con resultados rápidos, pero afrontando un costo económico alto, además de los riesgos y las consecuencias de una intervención quirúrgica, o puede optar por llevar a cabo un tratamiento no invasivo a un costo mucho menor y con menos riesgos, pero en un tiempo más prolongado. Esta decisión va a estar determinada por el factor económico del cliente, por la necesidad o deseo de rapidez en su resultado, por la evaluación que se haga de los riesgos que se afrontan, etc.

- **Tratamientos realizados en otras clínicas o centros de estética:**

En este caso, supongamos que una persona decide realizar un tratamiento no invasivo, por ejemplo, ultracavitación corporal. Para este tipo de tratamiento cuenta con varias opciones de clínicas donde concurrir para realizarlo. Y esta elección va a estar dada por sus posibilidades económicas, la confianza que tenga en el lugar donde asistirá, la percepción de calidad del tratamiento, la cercanía a su domicilio o lugar de trabajo. Entonces puede que, por su condición económica o por su percepción de calidad, decida llevar a cabo el tratamiento en una clínica que realice este mismo procedimiento, pero con máquinas más antiguas que las nuestras y poco eficaces, manipuladas por personas no profesionales, a un menor costo. O puede que elija llevarlo a cabo en un lugar con profesionales y aparatología más moderna, lo que asegura mejores resultados en sus tratamientos.

3.1.3 CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA

Las principales características de la demanda de este servicio son las siguientes:

Hábitos: En cuanto a los tratamientos corporales, generalmente solicitan los servicios dos tipos de clientes; quienes no cuentan con tiempo o voluntad para realizar deportes o actividad física y recurren a estos tratamientos para mejorar su imagen y su figura, y quienes buscan llevar a cabo estos procedimientos como complemento del deporte o gimnasia que realizan y así mejorar los resultados de estos.

En cuanto a los tratamientos faciales, recurren personas que desean corregir algún defecto, eliminar arrugas o retrasar la aparición de las mismas y mejorar el aspecto general de su rostro.

Todos los clientes tienen algo en común, que es que desean mejorar su imagen para verse y sentirse bien.

Pautas de consumo: Generalmente, los clientes que asisten a realizar un tratamiento, buscan también complementarlo con otro para lograr un mejor resultado. Por ejemplo, puede demandar un tratamiento para eliminar la grasa corporal y, a su vez, solicitar otro procedimiento para tensar la piel y eliminar la flacidez cutánea de esa misma zona.

3.2 COMPETIDORES

3.2.1 COMPETIDORES DIRECTOS

Los competidores directos son los centros kinesiológicos que se encuentran en la zona y que realizan algunos tratamientos similares al de nuestro proyecto, así como los centros de estética con aparatología y tratamientos del mismo nivel que “Design Beauty and Health”, que se encuentran en la ciudad de Rosario.

Entre los principales competidores se encuentran los siguientes comercios:

- **Kinesia Sport:** Es un centro de kinesiología ubicado a 200 mts. de nuestro Centro, el cual ofrece servicios de tratamientos de ondas de choque con fines médicos y estéticos, a un menor costo y con aparatos de menor calidad que nuestro proyecto.
- **Kinesiología Rosario KTM:** También se trata de un centro de kinesiología que se encuentra a 100 mts. de nuestro inmueble, y realiza tratamientos de Radiofrecuencia facial y corporal, con aparatología de calidad similar a la nuestra y con precios más o menos iguales.
- **Rosario Beauty Nails:** Se trata de un centro de estética que se ubica a 150 mts. de nuestro inmueble y trabaja sin aparatología, realizando tratamientos en uñas y limpiezas faciales básicas, a un precio mucho menor que el nuestro, pero con un servicio de calidad inferior.

3.2.2 COMPETIDORES INDIRECTOS

- **Cirujanos estéticos:**

Los competidores indirectos están conformados por cirujanos estéticos que trabajan en clínicas de la ciudad y que realizan tratamientos quirúrgicos que otorgan el mismo resultado que nuestros tratamientos no invasivos, pero cuyos resultados duran un tiempo más prolongado. La diferencia de precio entre tratamientos invasivos y no invasivos es muy poca en algunos casos, quedando a criterio del cliente si prefiere someterse a procesos quirúrgicos para lograr el mismo resultado, en beneficio de mantener los mismos por más tiempo.

- **Centros de estética dentro de la ciudad de Rosario:**

Por otro lado, podemos establecer como competidores indirectos a los centros de estética que, si bien no están en la misma zona de nuestro proyecto, se encuentran dentro de la localidad de Rosario y que ofrecen los mismos tratamientos con la misma calidad que nuestro proyecto.

La demanda tanto en locales de competidores directos como indirectos siempre es alta, ya que vivimos en una época y en un contexto donde todos quieren verse bien por fuera para sentirse bien por dentro.

3.3 PRECIO

3.3.1 FACTORES DE FIJACIÓN DE PRECIOS

El precio será fijado a partir de los siguientes factores:

Posicionamiento en el mercado: Al tratarse de un servicio diferenciado, ofreciendo mayor calidad en los tratamientos y en sus resultados, que los centros de estética ubicados alrededor, que utilizan aparatología más tradicional que la nuestra.

Competidores: Se toman en cuenta los precios tanto de los competidores de la zona, como de los competidores que trabajan con la misma tecnología y calidad en sus tratamientos y se encuentran en zonas diferentes a la nuestra.

Demanda: Si bien “Design Beauty and Health”, ofrece una calidad excelente en sus servicios, si los precios son excesivamente elevados no se contará con la demanda esperada. Por eso lo ideal es equilibrar sus servicios diferenciados y que, al mismo tiempo, sus precios no dejen de ser accesibles para sus clientes.

Relación costo-beneficio: Por supuesto, un factor importante para tener en cuenta a la hora de determinar el precio es que este logre cubrir los costos tanto fijos como variables y, además, obtener la rentabilidad necesaria por la prestación de esos servicios.

3.3.2 LISTA DE PRECIOS

En base a los factores mencionados, se fijan los precios para los servicios, según se detalla en la Figura 10.

TRATAMIENTOS	PRECIO POR SECCION
Ultracavitación	\$ 3.000
Radiofrecuencia Corporal	\$ 4.000
Radiofrecuencia Facial	\$ 2.800
Ondas de choque	\$ 3.200
Skinlight facial	\$ 3.500
Termoterapia y electroestimulación	\$ 3.200
Presoterapia	\$ 2.400
Limpieza Facial	\$ 2.300

Figura N° 10. Lista de Precios unitarios.

Fuente: Elaboración propia.

3.4 CONTEXTO LOCAL Y GLOBAL

En cuanto al contexto debemos tener en cuenta la crisis económica que atraviesa a nuestro país desde hace varios años, que fue profundizada por la pandemia del año 2020.

Muchas empresas y comercios pequeños, fueron quienes más estuvieron afectados, llegando muchos de estos a cerrar sus puertas.

Ya ingresando más al contexto local de lo referido al bienestar, dentro del cual podemos incluir los centros de estética y gimnasios, estos fueron afectados por las restricciones de la pandemia, al no poder abrir sus puertas, pero que al reabrirse no se vio afectado el caudal de clientes, ya que para mucha gente es esencial y prioritario este tipo de actividades para verse y sentirse bien.

Otro aspecto que debe tenerse en cuenta, son los cambios tecnológicos, ya que para el tipo de clínica que vamos a instalar es importante renovar y mantenerse actualizados en aparatología, ya que constantemente surgen en el mercado nuevos lanzamientos. Como también mantener al personal capacitado en las nuevas técnicas de trabajo y nuevos tratamientos para lograr mejores resultados.

4. ESTRATEGIA COMERCIAL

4.1 ASPECTOS GENERALES DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL

Eliana cuenta con el beneficio de tener una importante cantidad de clientes fidelizados por los años a los que hace que se dedica a esta actividad. Por lo cual la estrategia comercial se va a enfocar en atraer nuevos clientes mediante publicidad en redes sociales. Además de la creación de una página web para promocionar los servicios, “Design Beauty and Health”, contará con su Instagram y también Facebook, ya que ambas redes son utilizadas, generalmente, por diferentes generaciones. La idea es abarcar hombres y mujeres de diferentes edades, pero enfocándonos principalmente en mujeres de 18 a 60 años, que son quienes más consumen este tipo de servicio.

A su vez, un punto clave es la excelente ubicación del local que es un paso casi obligatorio para quienes viven en la ciudad y para quienes se dirigen de los pueblos aledaños tanto entrando a la ciudad o saliendo de la misma hacia las demás localidades.

En cuanto a las barreras de entrada, estas no son altas en el mercado de los tratamientos de belleza, ya que hoy en día es tanta la demanda, que muchos emprendedores deciden por optar por este rubro, que, existiendo diferentes tipos de tratamientos y de servicios de diferente calidad, siempre existe una buena cantidad de clientes dispuestos a adquirir el servicio.

Con respecto a la escasez de competidores directos en la zona, esto se debe principalmente a que el costo de adquirir maquinaria de última tecnología y profesionales capacitados para manipularlas es relativamente alto, y también a que el precio de los alquileres va en aumento.

4.2 ESTRATEGIA DE PRECIO

Para fijar los precios, primero debe definirse a quienes va a estar dirigido el servicio, es decir, el mercado que se desea abarcar. En este caso, el objetivo es prestar un servicio que se destaque por su diferenciación de la competencia. No obstante, se realizó un relevamiento del precio de los competidores y del servicio que prestan.

También se tuvo en cuenta el costo del medio de pago con el que se realizarán los cobros, ya que el cobro con tarjetas de crédito tiene un costo de 1.8%, con tarjeta de débito tiene un costo de 0.7%, más impuestos, y en efectivo o transferencia no tendría costo alguno.

Respecto al cobro con tarjetas de crédito hay que tener en cuenta cuatro aspectos que hacen a la venta con financiación, que son:

ARANCEL: es el costo que aplica a cada una de las ventas por realizar el cobro mediante esta modalidad al comercio. Como mencionamos anteriormente este arancel es del 1.8% para tarjetas de crédito y del 0.7% para las tarjetas de débito.

CUOTAS: las ventas en más de un pago generan un costo financiero que varía de acuerdo a cada marca de tarjeta y de la cantidad de cuotas en que se realice la operación. Hoy un pago en tres cuotas tiene un interés de financiación de un 17.9% y en seis cuotas del 33.8%.

PROMOCIONES: son casos particulares por acuerdos entre cada comercio con la marca de tarjeta o banco, para ofrecerle un beneficio extra a sus clientes. Generalmente el costo de las promociones se absorbe entre el comercio y el banco.

IMPUESTOS: sobre todos los costos, las tarjetas cobran IVA, IIBB, y además son agentes de retención.

Por lo tanto, ofreceremos la posibilidad de pago con tarjetas de crédito en un pago y en 3 o 6 cuotas, con tarjeta de débito, transferencia o pago en efectivo.

Además, como los tratamientos completos consisten en varias sesiones, para quienes abonen un tratamiento completo se le aplicará un descuento del 10%, abonando en efectivo, transferencia o con tarjeta de débito.

También, se realizaran distintas promociones y descuentos, teniendo en cuenta días festivos como día de la madre, día de la mujer, día del amigo, entre otros.

En el siguiente cuadro, observamos los precios de cada sesión de tratamiento, la cantidad de sesiones de cada uno completo, el total de cada tratamiento, con el descuento aplicado, comparando los precios unitarios abonando cada sesión o abonando el tratamiento completo. Y también el precio con los intereses por financiación en 3 y 6 cuotas.

Tratamiento	PRECIO POR CESION	Cantidad de sesiones por tratamiento	Precio Tratamiento Completo	de Débito o Transferencia - Desc 10%	Precio Pago Tarjeta de Crédito 3 Cuotas	Precio Pago Tarjeta de Crédito 6 Cuotas
Ultracavitación	\$ 3.000	6	\$ 18.000,00	\$ 16.363,64	\$ 21.218,40	\$ 24.098,40
Radiofrecuencia Corporal	\$ 4.000	8	\$ 32.000,00	\$ 29.090,91	\$ 37.721,60	\$ 42.841,60
Radiofrecuencia Facial	\$ 2.800	6	\$ 16.800,00	\$ 15.272,73	\$ 19.803,84	\$ 22.491,84
Ondas de choque	\$ 3.200	8	\$ 25.600,00	\$ 23.272,73	\$ 30.177,28	\$ 34.273,28
Skinlight facial	\$ 3.500	10	\$ 35.000,00	\$ 31.818,18	\$ 41.258,00	\$ 46.858,00
Termoterapia y electroestimulación	\$ 3.200	12	\$ 38.400,00	\$ 34.909,09	\$ 45.265,92	\$ 51.409,92
Presoterapia	\$ 2.400	8	\$ 19.200,00	\$ 17.454,55	\$ 22.632,96	\$ 25.704,96
Limpieza Facial	\$ 2.300	1	\$ 2.300,00	\$ 2.090,91	\$ 2.711,24	\$ 3.079,24

Tabla N° 11. Lista de Precios de tratamientos completos.

Fuente: Elaboración propia.

4.3 ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO

Las principales ventajas competitivas de los servicios que se ofrecen en “Design Beauty and Health”, están dadas por los tratamientos diferenciales realizados con aparatología de última tecnología, lo que asegura mejores resultados que los que se llevan a cabo con aparatos tradicionales.

Además, la seguridad que tiene el cliente de estar siendo atendido por profesionales es un aspecto muy importante, ya que en muchos centros de estética se capacita a personas sin títulos habilitantes para poder manipular las máquinas, pero que no están capacitadas para diagnosticar o para resolver eventuales problemas imprevistos que pudiesen surgir durante los tratamientos.

Estos dos aspectos clave, aparatología de última generación y atención con personal especializado, son las principales características que diferencian a “Design Beauty and Health”, de los centros de estética de la ciudad.

Otra de las ventajas es que nuestro centro ofrece varias opciones de tratamientos en un solo lugar, a diferencia de nuestros competidores directos en la zona que, al no dedicarse específica y únicamente a realizar tratamientos estéticos con aparatología, no cuentan con el servicio completo y con la variedad de tratamientos con las que se cuentan en “Design Beauty and Health”

Además, se destaca el valor agregado de ofrecer un ambiente de relajación desde el momento en que el paciente ingresa al lugar, y minimizar los tiempos de espera.

Otro punto a favor es la ubicación geográfica, ya que se encuentra ubicado en el corazón de la ciudad de Rosario, con muchas facilidades de acceso por transporte público, siendo nuestra ubicación un paso obligado por gran cantidad de gente, además de la gran afluencia de gente por el paseo comercial de Echesortu.

4.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Eliana, al poseer una vasta experiencia en el rubro, cuenta con pacientes cautivos, por su forma de atenderlos durante mucho tiempo. Por lo tanto, contamos con una cartera de clientes para comenzar a trabajar. Y buscaremos nuevos clientes por medio de publicidad en redes sociales, que hoy en día son los medios de comunicación más masivos, como son FACEBOOK, INSTAGRAM, SNAPCHAT, TIKTOK. De esta manera, estamos cubriendo todas las edades del mercado ya que, por ejemplo, la gente más grande suele utilizar más Facebook, y la gente más joven se vuelca a INSTAGRAM o TIKTOK.

Además, nos encontramos realizando convenios con bancos y algunas mutuales para realizar promociones de descuentos y financiación en los tratamientos, que nos darán publicidad en sus canales de comunicación.

Por lo tanto nuestra estrategia comercial se basará en:

- Prestar un servicio basado en la atención personalizada, con una alta calidad tanto en los productos como en los aparatos utilizados, generando un servicio integral de bienestar en los pacientes, para poder lograr una importante publicidad de BOCA A BOCA, que hoy en día es una manera de fundamental importancia de publicidad.
- Utilización de redes sociales y página web con imágenes de productos y tratamientos con el “antes y después” de los mismos. También publicitar videos mostrando los tratamientos y breves narraciones de los pacientes sobre su experiencia con nosotros y de los resultados obtenidos.

- Publicidad gráfica tanto en la fachada del local como en los canales de publicidad de bancos y mutuales con quienes realicemos convenios de promociones.

5. ANÁLISIS F.O.D.A.

Mediante la utilización de la herramienta de análisis F.O.D.A., podemos analizar la actualidad de la empresa, evaluando sus características intrínsecas (Debilidades y Fortalezas) como así también extrínsecas (Amenazas y Oportunidades) buscando el resultado más objetivo posible para la toma de decisiones.

En La Figura 12, se detallan cada una de estas características.

FORTALEZAS • Importante caudal de clientes fidelizados previamente • Profesionales Especializados • Aparatología de última generación • Alta calidad en los tratamientos • Diferenciación con la competencia • Variedad de tratamientos estéticos • Atención personalizada • Excelente ubicación y fácil acceso • Tiempo de espera reducidos	OPORTUNIDADES • Primer centro de estética en la zona • Demanda en aumento de este tipo de servicios • Tendencia cada vez mayor al cuidado y bienestar personal de la población en general • Renovación e incorporación constante de productos y aparatos para incorporar nuevos tratamientos
DEBILIDADES • Fuerte inversión inicial • Precios relativamente altos • La habilitación del local lleva más requisitos y más tiempo que si se tratara de un centro sin aparatología y sin profesionales a cargo	AMENAZAS • Precios de competidores directos de la zona • Situación macroeconómica del país, inflación y devaluación constante que afecta al poder adquisitivo de los clientes

Figura N° 12. Análisis FODA.

Fuente: Elaboración propia.

6. RECURSOS HUMANOS Y ORGANIZACIÓN

En cuanto a los recursos humanos necesarios para establecer este tipo de centro de estética se debe contar, como mínimo, con un médico matriculado a cargo de la clínica. Luego se pueden incorporar, a opción de cada clínica, otros médicos de diversas especialidades, así como también kinesiólogos o técnicos universitarios en estética. Dependiendo del tipo de tratamiento que se realice y la aparatología que se utilice, una persona que haya recibido la correspondiente capacitación y no cuente con título profesional, podrá realizar tratamientos bajo supervisión y responsabilidad del médico a cargo.

En el caso del presente proyecto, se ha optado por contar sólo con profesionales titulados, por lo que se contratará a un kinesiólogo, además de la médica dermatóloga, para llevar a cabo los tratamientos y manipular la aparatología.

También estará a cargo de realizar los tratamientos la socia Eliana Sasia, quien es Técnica universitaria en estética, cosmiatría y cosmetología.

En la parte administrativa habrá una empleada que se encargará de otorgar turnos, dar información a los clientes que lo requieran tanto por teléfono, por WhatsApp, por redes sociales o presencialmente. También se encargará de la recepción de estos y la facturación y cobranza de los servicios.

Contaremos con los servicios de la empresa a la que contratamos el Software para coordinar y organizar los turnos y los tratamientos. La misma se encarga de la capacitación para utilizarlo.

También se contratará una empleada encargada de la limpieza y orden del lugar.

En cuanto a la capacitación necesaria para utilizar la aparatología, los proveedores de las mismas se encargan de asesorar y capacitar gratuitamente al personal del local sobre la utilización de las máquinas, una vez que son compradas.

6.1 ORGANIGRAMA

En La Figura 13, se puede observar el organigrama de la clínica.

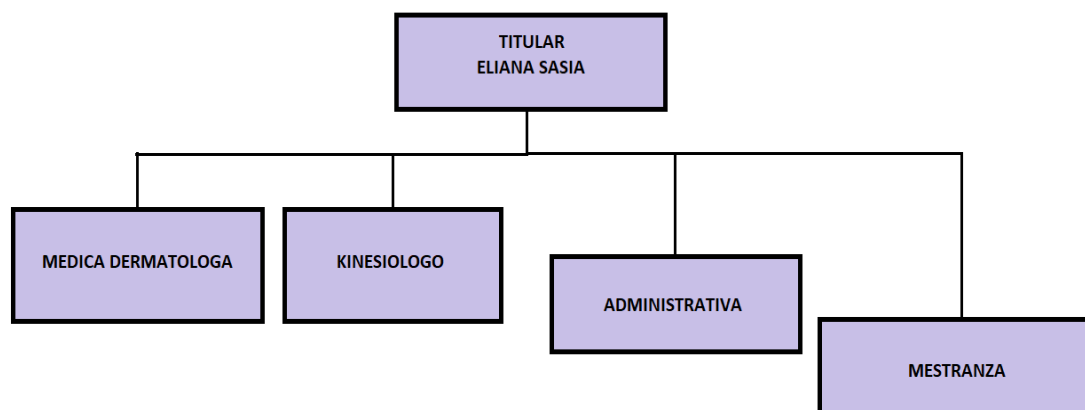


Figura N° 13. Organigrama de Dermostudio.

Fuente: Elaboración propia.

7. ASPECTOS LEGALES

Para poder habilitar el negocio, se deberán tener en cuenta los diferentes aspectos legales que afectan a este rubro, a tener en cuenta, las diferentes legislaciones laborales, comerciales, ambientales, sanitarias y tributarias vigentes; las que se detallan a continuación.

7.1 LEGISLACIÓN LABORAL

Como hemos visto en el organigrama presentado anteriormente, tendremos en nuestra estructura de trabajo dos profesionales y dos empleados para las tareas de recepción, caja y maestranza.

Respecto a las profesionales, que son la médica dermatóloga y la kinesióloga, son profesionales independientes, monotributistas, que nos facturaran por sus servicios, percibiendo ellas un porcentaje del 7.5% de los tratamientos realizados.

Por el lado de los empleados que tendrá la clínica, se cubrirán dos vacantes, que se regirán por el Convenio Colectivo de Trabajo N° 734/15, de Trabajadores de Peluquerías, salones y establecimientos de estética y actividades afines.

Los puestos a cubrir son de recepcionista, que según el CCT, tendrá entre sus tareas la atención al público, la organización y distribución de los clientes entre el personal, siguiendo las directivas que le impartan, atención de teléfonos y distribución de turnos. A demás tendrá la función de caja, cuyas tareas, según CCT, serán la cobranza de los servicios prestados, control de facturas y tickets, y la rendición de caja.

El otro puesto a cubrir es el de Mestranza cuyas actividades, según el CCT, consiste en tareas de limpieza, cafetería y mantenimiento en general del establecimiento, y colaborar en tareas generales no administrativas.

Ambas empleadas corresponden al agrupamiento Personal Administrativo y Servicios de la FeNTPEA (Federación Nacional de Trabajadores de Peluquerías, Estética y Afines).

Su remuneración según escala salarial, con vigencia hasta Marzo de 2023, es de Sueldo Mínimo Garantizado de \$92.970.-, más los adicionales de Puntualidad y presentismo, que en ambos casos es el 1% del sueldo mínimo garantizado. En el caso de la recepcionista, cobrará además el adicional por la función de caja, que es un 10% del sueldo mínimo garantizado.

Respecto a los aportes, le corresponde al empleado un 2% del salario mínimo garantizado, y como contribución por parte del empleador un 5% de las ventas brutas.

En la figura 14, se muestra la liquidación mensual de haberes de la recepcionista y personal de mestranza.

Conceptos	Liquidación Sueldo Recepcionista / Cajera	Liquidación Sueldo Mestranza
Salario Mínimo Garantizado	\$ 92.970,00	\$ 92.970,00
Puntualidad	\$ 929,70	\$ 929,70
Presentismo	\$ 929,70	\$ 929,70
Función Caja	\$ 9.297,00	-
Salario Bruto	\$ 104.126,40	\$ 94.829,40
APORTES	\$ 1.859,40	\$ 1.859,40
Sueldo Neto	\$ 102.267,00	\$ 92.970,00

Figura N° 14. Liquidación mensual de haberes de empleados.

Fuente: Elaboración propia.

7.2 LEGISLACIÓN SANITARIA

Por tratarse de un proyecto relacionado con la salud, se necesita obtener una habilitación del Ministerio de Salud.

La ley N° 9847 de Auditoría Médica y la Ley N°10169 (Modificatoria), autoriza las funciones de los establecimientos con o sin internación y delega en los Colegios del Arte de Curar la habilitación.

Requisitos para Habilitación según Ley 9847 y Ley 10169 (Modificatoria)

Este trámite permite a toda persona(s) física(s) y/o jurídica(s) que desee instalar un establecimiento de salud privado, solicitar la habilitación para su funcionamiento.

El mismo se encuadra en la Ley 9847 y Ley 10169 (Modificatoria).

La habilitación de establecimientos de salud del sector privado, deberá solicitarse con 90 días de anticipación al inicio de actividades y será renovable cada 3 años.

En el caso de nuestro proyecto, la titular del establecimiento deberá presentarse en el nodo correspondiente, en este caso, ubicado en la ciudad de Rosario de Lunes a Viernes de 7 a 13 horas, y cumplimentar con los siguientes requisitos:

- Formulario Solicitud de Habilitación -DAM2-
- Planos actualizados del establecimiento aprobado por autoridad competente (Ingeniero, Arquitecto, Maestro Mayor de Obras) por duplicado. Se deberá especificar la distribución de ambientes, ubicación de camas y redes de provisión de agua e instalaciones diversas. En caso de que el establecimiento de Salud ocupe parcialmente el edificio, identificar su ubicación dentro del mismo
- Certificado de la Municipalidad o Comuna que autorice la ubicación del Establecimiento en ese predio.
- Certificado de matrícula y habilitación expedida por el Colegio Profesional respectivo del Director y demás profesionales.
- Copia autenticada por autoridad notarial o judicial del reglamento interno del establecimiento.
- Copia autenticada por autoridad notarial o judicial de la estructura orgánica funcional.

En el Artículo 3 de la mencionada Ley, se enumeran los requisitos referentes a la infraestructura para habilitar el consultorio. Para cumplir con estos requisitos es que deben realizarse algunas modificaciones en el inmueble, como separar ambientes y agregar piletas con agua en cada consultorio.

Ley N° 13454. Del ejercicio de la cosmetología facial y corporal

Recientemente, se sancionó lo que, durante mucho tiempo y hasta Agosto de 2021 en la Provincia de Santa Fe fue un Proyecto de Ley. La Ley N° 13454 encuadra el ejercicio profesional de cosmetólogos con título universitario y, con esto, reconoce la profesión oficialmente otorgándole un Colegio propio y reconocimiento del Ministerio de Salud.

En el caso de nuestro centro médico de estética, la titular quien cuenta con este título, por lo que la Habilitación se realizará mediante este Colegio.

Resolución N° 2263/2004. Aparatología

Toda aparatología utilizada en los servicios personales de estética facial y corporal ha sido considerada en la Resolución 2263 de 2004 como dispositivo médico, según se establece a continuación: “Corresponde a todo dispositivo médico operacional y funcional que reúne sistemas y subsistemas eléctricos, electrónicos, mecánicos, hidráulicos y/o híbridos, incluidos los programas informáticos que intervengan en su buen funcionamiento, destinados por el fabricante para ser usados en seres humanos con fines estéticos y que deben cumplir con la normatividad sanitaria vigente establecida para equipo biomédico”. Todos los equipos deben cumplir con la norma IRAM 4220 o su equivalente internacional IEC 60601.

También deben estar aprobados por la Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (ANMAT). Este organismo se encarga de que los aparatos y los productos utilizados para los tratamientos se encuentren en buen estado.

En el caso de nuestro Proyecto, nos aseguramos de que la Aparatología adquirida cumpla con todos estos requisitos.

7.3 LEGISLACIÓN COMERCIAL

Requisitos según Ordenanza 9610/2016

A continuación, se detallan los requisitos a presentar para el inicio de la Habilitación:

- Tasa de actuación administrativa del trámite de habilitación
- Constancia de inscripción en AFIP
- DNI del titular
- Libre multa personal y de comercio
- Memoria descriptiva firmada por titular, detallando tratamiento a realizar y aparatología a utilizar
- Cobertura médica
- Póliza de seguro
- Título habilitante del profesional a cargo
- Declaración jurada de utilización de precursores químicos
- Informe eléctrico
- Informe de gas

7.4 LEGISLACIÓN AMBIENTAL

En el caso de centros de estética, consultando al Ministerio de Medio Ambiente, se comunica que no es necesario el Certificado Ambiental.

7.5 LEGISLACIÓN TRIBUTARIA

Para comenzar con la actividad comercial, se deberán dar de alta los siguientes impuestos y tasas.

AFIP. Régimen General.

La clínica se encontrará a nombre de la titular del comercio, que actualmente se encuentra inscripta en la categoría B del Régimen de Monotributo. Debido a los ingresos que se esperan obtener, y la superficie afectada al desarrollo de la actividad, debe registrarse dentro del Régimen General. Por este motivo, se deben dar de alta los siguientes impuestos: IVA, Ganancias y Bienes personales.

Luego, se debe dar de alta el punto de venta con el domicilio donde se realiza la actividad, y talonario de respaldo.

Todo esto se realiza vía online en la página de AFIP con clave fiscal.

Ingresos Brutos. Régimen General.

Este impuesto también se da de alta en forma online mediante la página de AFIP con clave fiscal. En el caso de nuestro proyecto, nos corresponde inscribirnos en el Régimen General de Ingresos Brutos.

DReI.

Esta tasa se da de alta en el momento en que se obtiene la habilitación municipal, en base al domicilio, la actividad y la superficie del inmueble declarados.

8. PLAN DE PUESTA EN MARCHA

El Diagrama de Gantt es una herramienta que permite planificar en el tiempo las tareas que son necesarias llevar a cabo en un período determinado de tiempo para la puesta en marcha del Proyecto.

Como muestra la Figura 15, para comenzar con las actividades del local, se realizan actividades cronológicamente diagramadas.

TAREAS	PLAZO	MESES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Refacciones del local	30 días												
Compra de insumos / muebles y útiles	60 días												
Adquisición de aparatología	60 días												
Habilitación Colegio de Médicos	60 días												
Habilitación Municipal	30 días (sujeto a certificado ambiental)												
Puesta en marcha	90 días												

Figura N° 15. Plan de puesta en marcha. Diagrama de Gantt.

Fuente: Elaboración propia.

9. ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

En este punto, determinaremos la inversión del proyecto, los ingresos por ventas estimados, presupuestación de costos variables y fijos, el precio de venta estimado y los indicadores económicos.

9.1 MONTO DE LA INVERSIÓN

El siguiente cuadro tiene como finalidad exponer de forma detallada todas las erogaciones en las que se incurrirá para poner en marcha el proyecto. Contempla los costos de los equipos, insumos, software, muebles y útiles necesarios para llevar adelante este proyecto, así como también los costos de refacción del inmueble que consiste en pintura, colocación de aires acondicionados y señalizaciones, y gastos de habilitación.

Los precios se determinaron en base a consultas y comparación de presupuestos a diferentes proveedores de la ciudad y de la ciudad de Buenos Aires. En el caso de los gastos de habilitación del local se consultó a las oficinas municipales, y para las refacciones del inmueble a tres contratistas.

CONCEPTO		UNIDADES	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
EQUIPOS				
Ultracavitador BODYMEDICAL		1	\$ 75.500	\$ 75.500
Equipo de Radiofrecuencia Multipolar Facial Corporal BODYMEDICAL		1	\$ 39.559	\$ 39.559
Equipo de ondas de choque MARELLI		1	\$ 566.700	\$ 566.700
Equipo Skinlight SORISA		1	\$ 80.000	\$ 80.000
Termocel Stim MEDITEA		1	\$ 758.408	\$ 758.408
Equipo de Presoterapia DEMIK		1	\$ 387.877	\$ 387.877
BOTAS PRESOTERAPIA		1	\$ 30.910	\$ 30.910
Equipo HIDRAFAcial AQUA H2		1	\$ 285.000	\$ 285.000
TOTAL				\$ 2.223.954
MUEBLES Y ÚTILES				
CAMILLAS		4	\$ 21.900,00	\$ 87.600,00
BANQUETA DE TRABAJO		8	\$ 17.830,00	\$ 142.640,00
SILLA ADMINISTRACION REGULABLE		1	\$ 20.424,00	\$ 20.424,00
MESA DE TRABAJO		4	\$ 17.500,00	\$ 70.000,00
ESCRITORIO RECEPCION		1	\$ 20.990,00	\$ 20.990,00
COMPUTADORA		1	\$ 36.499,00	\$ 36.499,00
IMPRESORA		1	\$ 34.999,00	\$ 34.999,00
TELEFONO CELULAR		1	\$ 54.999,00	\$ 54.999,00
AIRE ACONDICIONADO 2800 FRIG RECEPCION		1	\$ 169.999,00	\$ 169.999,00
AIRES ACONDICIONADOS F/C CONSULTORIOS		4	\$ 124.999,00	\$ 499.996,00
SILLONES SALA DE ESPERA		5	\$ 16.990,00	\$ 84.950,00
HELADERA FRIGOBAR		1	\$ 68.289,00	\$ 68.289,00
MICROONDAS		1	\$ 27.599,00	\$ 27.599,00
CAFETERA NESPRESO		1	\$ 52.399,00	\$ 52.399,00
TOTAL				\$ 1.371.383,00
INSUMOS PRESENTACIÓN				
TOALLAS DESCARTABLES	1 CAJA X 2500 U.	4	\$ 2.974	\$ 11.896
KIT PERSONAL DESCARTABLE (SÁBANAS Y CUBRECAMILLAS)	1 CAJA X 20 U.	35	\$ 2.118	\$ 74.138
COFIAS	1 CAJA X 100 U.	10	\$ 750	\$ 7.500
MANGO BISTURI	1 U.	10	\$ 799	\$ 7.990
BISTURÍ	1 CAJA X 100 U.	8	\$ 3.500	\$ 28.000
GUANTES	1 CAJA X 100 U.	40	\$ 485	\$ 19.400
BARBIJOS	1 CAJA X 100 U.	35	\$ 649	\$ 22.715
ALCOHOL ETÍLICO	1 PACK X 12 U.	20	\$ 2.848	\$ 56.960
PRODUCTOS PARA TRATAMIENTOS (GELES Y CREMAS)		-	-	\$ 350.000
TOTAL				\$ 578.599
GASTOS DE HABILITACIÓN				
COMPRA DE FORMULARIOS/ SELLADOS				\$ 8.120,00
INFORME TÉCNICO				\$ 12.000,00
INFORME ELECTRICISTA				\$ 15.000,00
ELEMENTOS DE SEGURIDAD				\$ 50.000,00
TOTAL				\$ 85.120,00
REFACCIONES Y PINTURA				\$ 375.000,00
SOFTWARE				\$ 40.000,00
TOTAL INVERSIÓN				\$ 4.674.056

Figura N° 16. Inversión inicial.

Fuente: Elaboración propia.

9.2 AMORTIZACIÓN

Para el cálculo de amortizaciones se utilizó el método líneaL, debido a su sencillez y fácil aplicación.

En la figura 17 se muestra la amortización mensual y anual de los bienes de uso.

BIENES DE USO	VALOR	VIDA UTIL	AMORT ANUAL	AMORT MENSUAL
SOFTWARE	\$ 40.000,00	5	\$ 8.000,00	\$ 666,67
EQUIPOS	\$ 2.223.454,00	10	\$ 444.690,80	\$ 37.057,57
MUEBLES Y UTILES	\$ 1.371.383,00	5	\$ 274.276,60	\$ 22.856,38
TOTALES	\$ 3.634.837,00		\$ 726.967,40	\$ 60.580,62

Figura N° 17. Amortizaciones.

Fuente: Elaboración propia.

9.3 INGRESOS POR VENTAS

Como puede observarse en la figura 18, los ingresos por ventas del periodo analizado han sido calculados en base a la capacidad real, especificada anteriormente. Para calcular los ingresos por ventas, supondremos que sólo se utilizara el 10% de esa capacidad, debido al contexto económico del país, y también la época estacional del año, ya que la mayor afluencia es en la época primaveral.

Tratamiento	PRECIO POR CESION	cantidad de secciones anuales	Ingreso Anual
Ultracavitación	\$ 3.000	360	\$ 1.080.000,00
Radiofrecuencia Corporal	\$ 4.000	288	\$ 1.152.000,00
Radiofrecuencia Facial	\$ 2.800	360	\$ 1.008.000,00
Ondas de choque	\$ 3.200	1440	\$ 4.608.000,00
Skinlight facial	\$ 3.500	288	\$ 1.008.000,00
Termoterapia y electroestimulación	\$ 3.200	288	\$ 921.600,00
Presoterapia	\$ 2.400	360	\$ 864.000,00
Limpieza Facial	\$ 2.300	3240	\$ 7.452.000,00
TOTAL INGRESO ANUAL			\$ 18.093.600,00

Figura N° 18. Ingresos por ventas.

Fuente: Elaboración propia.

9.4 COSTOS

En el próximo cuadro, se muestran diferenciados los costos fijos y variables en los que se incurrirán mensualmente.

Dentro de los costos variables se incluyen los honorarios de los profesionales, que varían según el volumen de sesiones realizadas en el mes. También se encuentran los aranceles por el cobro de los servicios con tarjetas de crédito y débito, que dependen del medio de pago elegido por los clientes.

Respecto a los costos fijos, se incluyen los gastos de operatividad que tiene el centro de estética, independientemente del nivel de actividad que tengamos, ya que muchos de esos gastos son abonos fijos que pueden variar por aumentos, debido a la economía inflacionaria que tenemos en el país, y también podemos tener alguna variación en los sueldos que dependerá de paritarias que se puedan cerrar.

<u>COSTOS VARIABLES</u>	
INSUMOS	
COMISION POR TRATAMIENTO	7,5% de las ventas
COMISIÓN TARJETAS DE CRÉDITO	1,8% de las ventas
COMISIÓN TARJETAS DE DEBITO	0,7% de las ventas
<u>COSTOS FIJOS</u>	
ALARMA	\$ 8.450,00
SEGUROS	\$ 16.000,00
LUZ	\$ 18.000,00
GAS	\$ 1.200,00
TGI	\$ 6.200,00
INMOBILIARIO	\$ 9.250,00
SUELDOS EMPLEADOS	\$ 195.237,00
APORTES Y CONTRIBUCIONES	\$ 64.030,80
INTERNET	\$ 4.000,00
TELEFONIA FIJA Y MOVIL	\$ 6.500,00
SOFTWARE ADMINISTRATIVO	\$ 4.500,00
RECOELCCION RESIDUOS PATOLOGICOS	\$ 18.000,00
ARTICULOS DE LIMPIEZA	\$ 25.000,00
ARTICULOS REFRIGERIO CORTESIA	\$ 20.000,00
ARTICULOS DE LIBRERÍA	\$ 7.500,00
DISPENSER AGUA	\$ 4.900,00
GASTOS VARIOS (AROMATIZANTES, ESCENCIAS)	\$ 12.000,00
SERVICIO EMERGENCIA MEDICA	\$ 3.800,00
EXTINTORES	\$ 833,33
DESINFECCIÓN	\$ 3.200,00
AMORTIZACION	\$ 60.580,62
TOTAL COSTO FIJO	\$ 489.181,75

Figura N° 19. Costos fijos y variables.

Fuente: Elaboración propia.

9.5 FLUJO DE FONDOS

A continuación, desarrollaremos el flujo de fondos del proyecto con el objetivo de evaluar la conveniencia del mismo en función del resultado positivo que el mismo genere.

Para realizar el flujo de fondos se estima una inflación anual para el próximo año del 60% aproximadamente, según lo informado por el gobierno nacional en la presentación de su presupuesto anual, lo cual tomaremos como año base.

Para nuestro flujo de fondos, y tomando la experiencia de este año, en el cual la inflación fue muy superior a la esperada por el gobierno, llegando casi al 100%, para el año 2024 tomamos una inflación esperada del 65%, para el año 2025 del 60%, para el año 2026 del 55%, y para el año 2027 del 50%, tal como se puede observar en la Figura 20.

AÑO	TASA INFLACION
Inflación estimada 2023	60%
Tasa inflación esperada año 2024	65%
Tasa inflación esperada año 2025	60%
Tasa inflación esperada año 2026	55%
Tasa inflación esperada año 2027	50%

Figura N° 20. Inflación anual estimada.

Fuente: Elaboración propia.

Del mismo modo, se calculó un incremento del 25% anual para los impuestos TGI e Inmobiliario desde el año 2024 en adelante.

El cálculo de sueldos de empleadas se realizó en base a la escala salarial de la Federación Nacional de Trabajadores de Peluquerías, Estética y Afines, cuya escala salarial actual tiene vigencia hasta Marzo de 2023. Luego se ajustan en el flujo de fondo de acuerdo a la tasa de inflación esperada. Los aportes se realizan según CCT un 2% del salario mínimo garantizado, al igual que las contribuciones, que son el 5% de las ventas brutas, según CCT, por lo que tomamos en cada período los ingresos por ventas esperados que hemos calculado:

EMPLEADAS	Sueldo Bruto	Sueldo Neto
RECEPCIONISTA	\$ 104.126,40	\$ 102.267,00
MESTRANZA	\$ 92.970,00	\$ 92.970,00
TOTAL	\$ 197.096,40	\$ 195.237,00

APORTES Y CONTRIBUCIONES	RECPCIONISTA	MESTRANZA
SALARIO MINIMO GARANTIZADO	\$ 92.970,00	\$ 92.970,00
APORTES 2%	\$ 1.859,40	\$ 1.859,40
VENTAS BRUTAS AÑO 2023	\$ 1.507.800,00	
CONTRIBUCIONES 5%	\$ 75.390,00	\$ 75.390,00
TOTAL APORTES + CONTRIBUCIONES	\$ 77.249,40	\$ 77.249,40

RESUMEN	
Sueldos	\$ 195.237,00
Aportes y contribuciones	\$ 154.498,80
Total	\$ 349.735,80

Para el cálculo de impuestos y tasas, se utilizó la alícuota correspondiente a la reglamentación vigente de cada uno de estos, y para la proyección tuvimos en cuenta las tasas de inflación esperadas. Se realizaron los siguientes cálculos:

DReI:

Conceptos	Mensual	Anual
Ventas	\$ 1.507.800,00	\$ 18.093.600,00
Alicuota 6,83%0	\$ 10.298,27	\$ 123.579,29
Publicidad 8-%	\$ 823,86	\$ 9.886,34
Total	\$ 11.122,14	\$ 133.465,63

IVA:

IVA Ventas: Tomamos como base los ingresos por ventas calculados anteriormente:

Conceptos	Mensual	Anual
Ventas	\$ 1.507.800,00	\$ 18.093.600,00
Alicuota21%	\$ 316.638,00	\$ 3.799.656,00

IVA Compras: Tomamos de los costos informados en el punto 1.4 que están gravados por IVA:

Compras	Mensual	Anual
Variables	\$ 578.599,00	\$ 6.943.188,00
Fijas	\$ 153.883,33	\$ 1.846.599,96
Total	\$ 732.482,33	\$ 8.789.787,96
Alicuota 21%	\$ 153.821,29	\$ 1.845.855,47

IVA Saldo a pagar: Tomamos la diferencia entre IVA venta e IVA compra, en lo proyectado no se generará saldo a favor, que se deba tener en cuenta para la determinación del impuesto.

Conceptos	Mensual	Anual
IVA venta	\$ 316.638,00	\$ 3.799.656,00
IVA compra	\$ 732.482,33	\$ 8.789.787,96
IVA SALDO A PAGAR	-\$ 415.844,33	-\$ 4.990.131,96

INGRESOS BRUTOS:

Compras: A igual que en IVA, tomamos del punto 1.4, para calcular el impuesto sobre los costos que están gravados por este impuesto.

Compras	Mensual	Anual
Compras	\$ 732.482,33	\$ 8.789.787,96
Alicuota 4,5%	\$ 32.961,70	\$ 395.540,46

Ventas: Tomamos para el cálculo los ingresos por ventas calculados anteriormente.

Ventas	Mensual	Anual
Ventas	\$ 1.507.800,00	\$ 18.093.600,00
Alicuota 4,5%	\$ 67.851,00	\$ 814.212,00

Saldo a pagar: Para liquidar el impuesto tomamos el impuesto de Ingresos Brutos de compras y ventas:

Liquidacion	Mensual	Anual
Ventas	\$ 67.851,00	\$ 814.212,00
Compras	\$ 32.961,70	\$ 395.540,46
Saldo a pagar	\$ 34.889,30	\$ 418.671,54

IMPUESTO A LAS GANANCIAS:

Se calculan en base a la utilidad aplicando las alícuotas establecidas, del 30% en el caso de Impuesto a las Ganancias.

En la Figura 21, se puede observar detalladamente el flujo de fondos proyectado a cinco años, calculado con los datos suministrados anteriormente:

CONCEPTO	INVERSION	MENSUAL	AÑO 2023	AÑO 2024	AÑO 2025	AÑO 2026	AÑO 2027
VENTAS CON TARETAS DE CREDITO		\$ 603.120,00	\$ 7.237.440,00	\$ 11.941.776,00	\$ 19.106.841,60	\$ 29.615.604,48	\$ 44.423.406,72
VENTAS CON TARJETAS DE DEBITO		\$ 603.120,00	\$ 7.237.440,00	\$ 11.941.776,00	\$ 19.106.841,60	\$ 29.615.604,48	\$ 44.423.406,72
VENTAS EFECTIVO		\$ 301.560,00	\$ 3.618.720,00	\$ 5.970.888,00	\$ 9.553.420,80	\$ 14.807.802,24	\$ 22.211.703,36
VENTAS		\$ 1.507.800,00	\$ 18.093.600,00	\$ 29.854.440,00	\$ 47.767.104,00	\$ 74.039.011,20	\$ 111.058.516,80
COSTOS VARIABLES							
INSUMOS		\$ 578.599,00	\$ 6.943.188,00	\$ 11.456.260,20	\$ 18.330.016,32	\$ 28.411.525,30	\$ 42.617.287,94
COMISION POR TRATAMIENTO	7,5%	\$ 113.085,00	\$ 1.357.020,00	\$ 2.239.083,00	\$ 3.582.532,80	\$ 5.552.925,84	\$ 8.329.388,76
COMISIÓN TARJETAS DE CRÉDITO	1,8%	-\$ 10.856,16	-\$ 130.273,92	-\$ 214.951,97	-\$ 343.923,15	-\$ 533.080,88	-\$ 799.621,32
COMISIÓN TARJETAS DE DEBITO	0,7%	-\$ 4.221,84	-\$ 50.662,08	-\$ 83.592,43	-\$ 133.747,89	-\$ 207.309,23	-\$ 310.963,85
TOTAL COSTOS VARIABLES		\$ 676.606,00	\$ 8.119.272,00	\$ 13.396.798,80	\$ 21.434.878,08	\$ 33.224.061,02	\$ 49.836.091,54
CONTRIB MARGINAL		\$ 831.194,00	\$ 9.974.328,00	\$ 16.457.641,20	\$ 26.332.225,92	\$ 40.814.950,18	\$ 61.222.425,26
COSTOS FIJOS							
ALARMA		\$ 8.450,00	\$ 101.400,00	\$ 167.310,00	\$ 267.696,00	\$ 414.928,80	\$ 622.393,20
SEGUROS		\$ 16.000,00	\$ 192.000,00	\$ 316.800,00	\$ 506.880,00	\$ 785.664,00	\$ 1.178.496,00
LUZ		\$ 18.000,00	\$ 216.000,00	\$ 356.400,00	\$ 570.240,00	\$ 883.872,00	\$ 1.325.808,00
GAS		\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 23.760,00	\$ 38.016,00	\$ 58.924,80	\$ 88.387,20
TGI		\$ 6.200,00	\$ 74.400,00	\$ 93.000,00	\$ 116.250,00	\$ 145.312,50	\$ 181.640,63
INMOBILIARIO		\$ 9.250,00	\$ 111.000,00	\$ 138.750,00	\$ 173.437,50	\$ 216.796,88	\$ 270.996,09
SUELDOS EMPLEADOS		\$ 195.237,00	\$ 2.538.081,00	\$ 4.187.833,65	\$ 6.700.533,84	\$ 10.385.827,45	\$ 15.578.741,18
APORTES Y CONTRIBUCIONES		\$ 64.030,80	\$ 832.400,40	\$ 1.373.460,66	\$ 2.197.537,06	\$ 3.406.182,44	\$ 5.109.273,66
INTERNET		\$ 4.000,00	\$ 48.000,00	\$ 79.200,00	\$ 126.720,00	\$ 196.416,00	\$ 294.624,00
TELEFONIA FIJA Y MOVIL		\$ 6.500,00	\$ 78.000,00	\$ 128.700,00	\$ 205.920,00	\$ 319.176,00	\$ 478.764,00
SOFTWARE ADMINISTRATIVO		\$ 4.500,00	\$ 54.000,00	\$ 89.100,00	\$ 142.560,00	\$ 220.968,00	\$ 331.452,00
RECOELCCION RESIDUOS PATOLOGICOS		\$ 18.000,00	\$ 216.000,00	\$ 356.400,00	\$ 570.240,00	\$ 883.872,00	\$ 1.325.808,00
ARTICULOS DE LIMPIEZA		\$ 25.000,00	\$ 300.000,00	\$ 495.000,00	\$ 792.000,00	\$ 1.227.600,00	\$ 1.841.400,00
ARTICULOS REFRIGERIO CORTESIA		\$ 20.000,00	\$ 240.000,00	\$ 396.000,00	\$ 633.600,00	\$ 982.080,00	\$ 1.473.120,00
ARTICULOS DE LIBRERÍA		\$ 7.500,00	\$ 90.000,00	\$ 148.500,00	\$ 237.600,00	\$ 368.280,00	\$ 552.420,00
DISPENSER AGUA		\$ 4.900,00	\$ 58.800,00	\$ 97.020,00	\$ 155.232,00	\$ 240.609,60	\$ 360.914,40
GASTOS VARIOS (AROMATIZANTES, ESCENCIAS)		\$ 12.000,00	\$ 144.000,00	\$ 237.600,00	\$ 380.160,00	\$ 589.248,00	\$ 883.872,00
SERVICIO EMERGENCIA MEDICA		\$ 3.800,00	\$ 45.600,00	\$ 75.240,00	\$ 120.384,00	\$ 186.595,20	\$ 279.892,80
EXTINTORES		\$ 833,33	\$ 9.999,96	\$ 16.499,93	\$ 26.399,89	\$ 40.919,84	\$ 61.379,75
DESINFECCIÓN		\$ 3.200,00	\$ 38.400,00	\$ 63.360,00	\$ 101.376,00	\$ 157.132,80	\$ 235.699,20
AMORTIZACION		\$ 60.580,62	\$ 726.967,44	\$ 726.967,44	\$ 726.967,44	\$ 726.967,44	\$ 726.967,44
TOTAL COSTO FIJO		\$ 489.181,75	\$ 6.129.448,80	\$ 9.566.901,68	\$ 14.789.749,73	\$ 22.437.373,74	\$ 33.202.049,55
IVA		\$ 162.816,71	\$ 1.953.800,52	\$ 3.223.770,86	\$ 5.158.033,37	\$ 7.994.951,73	\$ 11.992.427,59
ING BRUTOS		\$ 34.889,30	\$ 418.671,60	\$ 690.808,14	\$ 1.105.293,02	\$ 1.713.204,19	\$ 2.569.806,28
DREI		\$ 11.122,14	\$ 133.465,68	\$ 220.218,37	\$ 352.349,40	\$ 546.141,56	\$ 873.826,50
TOTAL IMPUESTOS		\$ 208.828,15	\$ 2.505.937,80	\$ 4.134.797,37	\$ 6.615.675,79	\$ 10.254.297,48	\$ 15.436.060,37
UTILIDAD ANTES DEL IMP. A LAS GANANCIAS		\$ 133.184,10	\$ 1.338.941,40	\$ 2.755.942,15	\$ 4.926.800,40	\$ 8.123.278,96	\$ 12.584.315,34
IMP. A LAS GANANCIAS		\$ 39.955,23	\$ 401.682,42	\$ 826.782,64	\$ 1.478.040,12	\$ 2.436.983,69	\$ 3.775.294,60
INVERSION	-\$ 4.675.056,00						
FLUJO DE FONDO	-\$ 4.675.056,00	\$ 93.228,87	\$ 937.258,98	\$ 1.929.159,50	\$ 3.448.760,28	\$ 5.686.295,27	\$ 8.809.020,74

Figura N° 21. Flujo de fondos.

Fuente: Elaboración propia.

9.6 INDICADORES ECONÓMICOS-FINANCIEROS

9.6.1 TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento es una aproximación financiera que define el valor presente de una suma futura, desde la perspectiva de un emisor de deuda. En el caso de nuestro proyecto, se decidió aplicar la tasa de interés pasiva para plazos fijos de hasta \$10.000.000.- para personas humanas, que es del 107%, informada por la página del BCRA consultada a fecha 25/10/2022. Tomamos esta tasa, ya que sería el rendimiento que tendría el capital a invertir en el proyecto, si lo colocáramos a plazo fijo.

9.6.2 INDICADORES

VAN

El Valor Actual Neto a una tasa de descuento del 107% es positivo en \$7.794.897,96, lo que significa que es un proyecto viable, ya que el valor actual de los flujos que percibiremos en los años siguientes, es superior a la inversión inicial.

TIR

La TIR que representa la Tasa de Rentabilidad de la Inversión es de 51%, lo que nos indica que el proyecto es rentable. Aunque en la actualidad tengamos una tasa impuesta con el gobierno del 107%, esta tiende a bajar en el tiempo, por lo que el proyecto sería más rentable.

PRI

El plazo de recupero es de 3 años, por lo que al finalizar este período ya se dispone del capital inicial invertido.

En la figura 22 podemos observar los indicadores económicos y financieros con sus respectivos valores.

Indicadores Financieros	
Tasa de descuento	107,00%
Valor actual neto (VAN)	\$ 7.794.897,96
Tasa interna de retorno (TIR)	51%
Plazo de recupero de inversión (PRI)	3 años

Figura N° 22. Indicadores económicos y financieros.

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIÓN

Para la realización de este proyecto de negocios, que consiste en la instalación de un centro de estética, primero tomamos la información que tiene la socia Eliana Sasía sobre el rubro por su larga trayectoria en el mismo. A partir de esto, pudimos ver los primeros requerimientos de la inversión, como son el lugar para desarrollar la actividad y las máquinas e instalaciones.

Luego tuvimos en cuenta los aspectos legales, laborales, comerciales y las normativas vigentes respecto a sanidad, ambiental y tributario. Todo a fin de ser lo más exacto en el proyecto de inversión, consultando a organismos oficiales, municipalidad, gobierno provincial, colegio de médicos y AFIP.

Al tratarse de un centro de estética que se dedica al cuidado de la piel y el cuerpo y que implica la utilización de aparatología bajo indicaciones médicas, la habilitación del local requiere, además, condiciones de higiene con aprobación del colegio de médicos. Estas aprobaciones, tienen una demora de 60 días.

Como hemos mencionado a lo largo del trabajo, contamos con una importante ventaja, que son los clientes con los que cuenta la socia Eliana Sasía, que están dispuestos a concurrir a nuestro centro de estética, donde serán atendidos por profesionales de confianza altamente capacitados, y con un servicio de calidad.

En nuestro negocio es importante hacer foco en la seguridad que tendrá cada paciente en recibir el tratamiento adecuado que necesita, ya que será asesorado por médicos, siendo esto un punto muy importante para nuestros clientes.

Una gran diferenciación es que contamos con tratamientos que no prestan los competidores de la zona, con aparatología de última generación, productos de calidad y atendidos por profesionales de la salud, obteniendo resultados más efectivos en los tratamientos.

Todas estas características de los servicios prestados justifican el precio que cobramos por nuestros tratamientos. Para poder ser más accesibles en nuestros servicios y poder llegar a más clientes, se ofrece opciones de financiación con tarjetas de créditos y descuentos por pago total de tratamientos en efectivo o transferencia bancaria.

Junto a todas las ventajas competitivas, se realizarán campañas de publicidad y promociones en redes sociales, con el fin de captar nuevos clientes.

El rubro de medicina estética tiene una demanda en constante crecimiento, ya que cada vez más la gente se interesa en el cuidado personal, con cambios en el estilo de vida y la alimentación, notándose también un crecimiento en la cantidad de hombres que consumen este tipo de servicios.

Por todo lo mencionado, creemos que es importante para poder seguir creciendo, la incorporación de nuevos aparatos, como así también la constante capacitación en nuevos tratamientos y técnicas que van apareciendo en el mercado, y que son demandados por los clientes.

Como conclusión final podemos determinar por medio del flujo de fondos y de los indicadores financieros, que nuestro proyecto es un negocio viable y rentable.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Bonanno, G. y Capomassi, J. (2008). Guía para la evaluación Económica Financiera de los Proyectos de Inversión. Disponible en: <http://materias.fi.uba.ar/7299/GUIA%20para%20la%20evaluacion%20de%20proyectos.pdf> (fecha de consulta: 12/08/21).
- López Dumrauf, G. (2003). *Finanzas Corporativas*, Buenos Aires: Grupo Guía.
- López Dumrauf, G. (2006). *Cálculo financiero aplicado. 2da ed.*, Buenos Aires: La Ley.
- Osterwalder, A. (2019). *Diseñando la propuesta de valor*, Buenos Aires: Valletta Ediciones.
- Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación. 2da ed.*, Santiago de Chile: Pearson Educación.

Sitos Web

- AFIP. Contribuciones patronales:
<https://www.afip.gob.ar/noticias/20200108-contribuciones-patronales.asp>
- BCRA. Principales variables:
[https://www.bcr.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/Principales_variables_datos.asp?serie=7991&detalle=Tasas%20de%20inter%20E9s%20de%20las%20operaciones%20de%20pase%20pasivas%20para%20el%20BCRA,%20a%207%20d%20EDas%20de%20plazo%20A0\(en%20%20e.a.\)](https://www.bcr.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/Principales_variables_datos.asp?serie=7991&detalle=Tasas%20de%20inter%20E9s%20de%20las%20operaciones%20de%20pase%20pasivas%20para%20el%20BCRA,%20a%207%20d%20EDas%20de%20plazo%20A0(en%20%20e.a.))
- BCRA. Relevamiento de expectativas de mercado 2021:
<http://www.bcr.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/REM210730%20Resultados%20web.pdf>
- Escala salarial de FeNTPEA:

<http://www.fentpea.org.ar/escalas-salariales.asp>

- Ley de Impuesto a las Ganancias:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/44911/texact.htm>

- Ley de Impuesto al Valor Agregado:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42701/texact.htm>

- Ley Impositiva de la Provincia (Ley 3650 y sus modificatorias):

<https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/135402/669699/file/Impuesto%20sobre%20los%20Ingresos%20Brutos%20 Art.%206%20a%2014.pdf>

- Ley N° 9.847 y su modificatoria 10.169:

http://www.colmedicosantafe1.org.ar/images/PDFs/Leyes&Estatutos/Ley_9847.pdf

- Ley N° 13.454 del ejercicio de la cosmetología facial y corporal:

https://colegiocfyc.org/archivos/normativas/ley_13454.pdf

- Ley N° 24.051 de Residuos peligrosos:

<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/ley-24051-450/actualizacion>

- Municipalidad de Rosario. Simulador de Habilitaciones :

<https://www.rosario.gob.ar/ph/consulta/requisitos>

- Ordenanza Tributaria N° 2740/20 2021 de Villa Gobernador Gálvez:

<https://concejovgg.gob.ar/ord-2740-20-ordenanza-tributaria-2020/>

- Portal de la Provincia de Santa Fe. Trámites para solicitud de habilitación de establecimientos privados de la salud:

<https://www.santafe.gob.ar/index.php/tramites/modul1/index?m=descripcion&id=99103>

- Resolución N° 599/2001. Tasa ambiental:

<https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-599-2001-67076>