TESIS
AE2005
A5

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
DIRECCIÓN GENERAL DE LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESPECIALIDAD EN FINANZAS

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PUESTA EN MARCHA DE ARMONIA, CENTRO DE ADELGAZAMIENTO Y MEDICINA ESTETICA

Trabajo Especial de Grado, presentado como requisito parcial para optar al Grado de Especialista en Finanzas.

Autor: Erwin Arrieta
C.I. 6.918.030

Tutor: Enrique Zambrano

Caracas, Febrero de 2005

ÍNDICE

	pp.
LISTA DE CUADROS	v.
LISTA DE GRAFICOS	Vi
RESUMEN	Vii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO	
I. EL PROBLEMA	3
Planteamiento del Problema	3
Objetivos de la Investigación	5
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
Justificación e Importancia de la Investigación	5
II. MARCO TEÓRICO	7
Bases Teóricas	7
Teoría de la Administración	7
El Plan de Negocios	9
Estudio de Mercado	12
La Demanda	13
La Oferta	13
El Precio	13
Proceso de Prestación del Servicio	14
Recursos Humanos	15
Información Económica y Financiera	15
Estimación de las necesidades reales de Recursos Financieros para la Inversión	16
Teoría de la Inversión	17
Análisis Financiero Empresarial para la Toma de Decisiones a Nivel de Inversión	19
Rentabilidad de la Inversión en el Proyecto	21
Tasa de Descuento y Criterios Alternativos para la Evaluación Proyectos	26
Análisis de Riesgo	28
Base Legal	28
Definición de Términos Básicos	31
III. MARCO METODOLÓGICO	33

Consideraciones Generales 33
Tipo de Investigación 33
Población y Muestra 35
Población 35
Muestra 35
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos 36
Análisis y Procesamiento de Datos 37

IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS 38

V. CONCLUSIONES 51

VI. LA PROPUESTA 52

Plan de Negocio para el Estudio de Factibilidad de la Puesta en Marcha, Armonia Centro de Adelgazamiento y Medicina Estética 52
Resumen Ejecutivo 52
Descripción del Negocio 52
Nombre de la Empresa 53
Tipo de Empresa 53
Ubicación del Negocio 54
La Misión 54
La Visión 54
Servicios 55
Ventajas Competitivas 55
Distinción Competitiva 55
Análisis de Mercado 56
La Organización 57
Reclutamiento y Selección 57
Inducción 58
Descripción de Cargos 58
Descripción del Cargo 58
Plan Financiero 59
Inversión Inicial 59
Estado de Ganancias y Pérdidas 60
Estimación de Ventas 60
Costo de Ventas 61
Gastos de Operación 61
Balance General 62
Activos 62
Pasivos 62
Capital 63
Flujo de Caja 63

Métodos para Analizar la Rentabilidad de una Inversión..... 64

BIBLIOGRAFÍA..... 67

ANEXOS..... 69

A. Encuesta..... 70
B. Nómina Mensual..... 73
C. Provisión de Beneficios Laborales..... 74
D. Equipos..... 75
E. Depreciación de Equipos..... 76
F. Estado de Ganancias y Pérdidas..... 77
G. Balance General..... 79
H. Costo de la Deuda..... 81
I. Resultados..... 82

LISTA DE CUADROS

pp.

CUADROS

1. Distribución de las personas encuestadas según sexo..... 38
2. Distribución de personas de acuerdo a sus edades..... 40
3. Conocimiento de consultorios de medicina estética en el CCCT..... 40
4. Lo primero que busca en un consultorio de medicina estética..... 41
5. Consultorios de medicina estética que ha visitado Ud..... 42
6. Frecuencia con que visita estos consultorios..... 43
7. Servicios Ofrecidos..... 44
8. Importancia que le da un Doctor especializado en medicina estética..... 45
9. Consultorio que ofrezca servicios para cuerpo, masajes, parafangoterapia y drenaje linfático entre otros..... 46
10. Consultorio que ofrezca tratamientos faciales..... 47
11. El CCCT es un buen sitio para un consultorio de medicina estética..... 48
12. El CCCT es un buen lugar para el consultorio..... 49
13. Inversión Inicial..... 60
14. Flujo de Caja Proyectado..... 64
15. Cálculo del VAN..... 65
16. Tasa Interna de Retorno..... 66

LISTA DE GRÁFICOS

pp.

GRÁFICOS

1. Distribución de las personas encuestadas según el sexo..... 40
2. Distribución de las personas de acuerdo a sus edades..... 40
3. Conocimiento de algún consultorio de medicina estética en el CCCT..... 41
4. Lo que busca en un consultorio de medicina estética..... 42
5. Consultorios de medicina estética ha visitado Ud..... 43
6. Frecuencia con que visita estos consultorios..... 44
7. Servicios Ofrecidos..... 45
8. Importancia que le da un Doctor especializado en medicina estética..... 46
9. Consultorio que ofrezca servicios para cuerpo, masajes, parafangoretapia y drenaje linfático entre otros..... 47
10. Consultorio que ofrezca tratamientos faciales..... 48
11. El CCCT es un buen sitio para un consultorio de medicina estética..... 49
12. El CCCT es un buen lugar para el consultorio..... 50

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
DIRECCIÓN GENERAL DE LOS ESTUDIOS DE POSTGRADO
ÁREA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESPECIALIDAD EN FINANZAS

DISEÑO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE LA PUESTA EN MARCHA DE ARMONIA, CENTRO DE ADELGAZAMIENTO Y MEDICINA ESTETICA

Autor: Erwin Arrieta
Tutor: Enrique Zambrano
Fecha: Febrero, 2005

RESUMEN

El proposito del presente estudio es diseñar un plan de negocios con la finalidad de conocer la factibilidad de poner en marcha un consultorio de medicina estética ubicado en el CCCT, para ello se realizó un estudio diagnostico donde se pudo corroborar la problemática planteada por los pacientes sobre la falta de centros de medicina estética y adelgazamiento que no prestan un servicio profesional rápido y efectivo que llegará a satisfacer sus necesidades, quizás por las técnicas y tratamientos inadecuados que muchas veces generan problemas de salud. Para realizar este estudio se utilizó una metodología que se adapta a la de proyecto factible apoyada en la modalidad de investigación de campo de carácter descriptivo. La población estuvo conformada por las personas que viven en la ciudad de Caracas y que recurren a gimnasios y consultorios de medicina estética en el CCCT. La muestra estuvo representada por un total de ciento ochenta y siete (187) personas que fueron seleccionadas en forma aleatoria. Como técnicas de recolección de la información se utilizaron la encuesta y la observación y como instrumento un cuestionario de diez (10) ítems y una guia de observación. Los resultados obtenidos demostraron que actualmente no existe suficiente información acerca de los centros de adelgazamiento y medicina estética ubicados en el CCCT, que pudieran ser una competencia. Asi mismo, se pudo conocer a través del análisis financiero la rentabilidad que ofrece el proyecto si se llegara a ejecutar.

INTRODUCCION

La dinámica económico-financiera actual exige que los países a través de sus empresas sean cada día más eficientes en la distribución de sus recursos y esto dependerá del grado de acierto o de predicción en la toma de decisiones sobre un proyecto de inversión determinado y su administración luego de la puesta en marcha. Por ello el empresario debe tomar las previsiones necesarias, que le permitan conocer con anticipación los resultados de su gestión.

La presente investigación se realiza con la finalidad de demostrar la necesidad de desarrollar y evaluar proyectos de inversión que sean factibles, rentables y viables, dando relevancia al área de las pequeñas y medianas empresas del país, tomando en cuenta que todo proyecto de inversión permite aumentar la riqueza y el crecimiento de una nación.

Los aspectos esenciales o metodología a seguir para el desarrollo de cualquier proyecto de inversión son: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico y la parte de evaluación propiamente dicha, que es el análisis y administración del riesgo.

La siguiente investigación se realizo con la finalidad de crear un Plan de Negocios para evaluar la factibilidad económica de instalar un consultorio de Medicina Estética y adelgazamiento, llamado Armonía en el Centro Comercial Ciudad Tamanaco.

El tema de la investigación nació de la inquietud del autor por crear un Plan de Negocios, para estudiar la factibilidad de un proyecto que beneficie a los habitantes de la ciudad de Caracas que deseen adelgazar, ofreciéndoles un consultorio de Medicina Estética donde sea un Doctor con especialización en el área, que atienda en forma particular y especifica el problema de sobrepeso de cada paciente.

Para llevara cabo el desarrollo de este proyecto, se debe comenzar un plan de negocios que permita de forma clara y sencilla estudiar la factibilidad del mismo,

siendo este el objetivo de la presente investigación, para lo cual ha sido estructurado en seis capítulos:

En el Capitulo I, se plantea el problema y los objetivos generales y específicos, así como la justificación y limitación de la investigación.

En el Capitulo II, se desarrollan los antecedentes de la investigación, el marco teórico para la evaluación del proyecto; la base legal y la definición de términos.

En el Capitulo III, se desarrolla el marco metodológico, conformado por el tipo de investigación, población y muestra, los instrumentos de recolección de datos, el procesamiento y análisis de los resultados.

En el Capitulo IV, se realiza el análisis y presentación de los resultados recopilados a través de la aplicación de la encuesta.

En el Capitulo V, se muestra las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

En el Capitulo VI, se presenta el desarrollo del plan de negocios, el cual permitirá tener una visión del futuro de la empresa, contemplando aspectos tales como: un análisis de mercado, la estructura organizativa y plan financiero que demuestre la factibilidad del proyecto.

Finalmente la bibliografía consultada y los respectivos anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

En general con mayor o menor detalle todos los países elaboran cada cierto tiempo entre los planes nacionales de desarrollo empresarial, industrial y financiero, proyectos donde se establecen y complementan las prioridades de inversión para el país, basándose específicamente en la rentabilidad de los mismos.

Los países ofrecen políticas económicas y establecen los lineamientos generales respecto a la participación y aporte de cada sector de la economía, esto forma parte del proceso de planificación en materia de proyectos de un país, ya que éstos son los instrumentos operativos que permiten la creación de riqueza, por los cuales se crean programas que permiten alcanzar los objetivos.

Toda decisión de inversión debe responder a un estudio previo de las ventajas y desventajas asociadas a su implantación y profundidad; sin embargo, el que se realice dependerá de lo que aconseje cada proyecto en particular.

El estudio de proyectos con la profundidad con que se analice, distingue dos grandes etapas: preparación y evaluación. La etapa de preparación tiene por objeto definir todas las características que tengan algún grado de efecto en el flujo de ingresos y egresos de fondos del proyecto. La etapa de evaluación, con metodología muy definida, busca determinar la rentabilidad de la inversión en el proyecto.

En la preparación del proyecto se reconocen, a su vez, dos sub-etapas: una que se caracteriza por recopilar información a través de estudios específicos de mercado, de ingeniería y de organización y otra que se encarga de sistematizar, en términos monetarios, la información proporcionada por estos tres estudios, mediante un estudio que se conoce como económico.

En términos generales, cinco son los estudios particulares que deben realizarse para evaluar un proyecto. Ellos son: el estudio de mercado, estudio técnico, estudio económico, evaluación económica y análisis y administración del riesgo. El objetivo de cada uno de ellos es proveer información para la determinación de la viabilidad financiera de la inversión.

El estudio de factibilidad financiera no es solamente determinar si el proyecto es o no rentable, sino que debe servir para discernir entre alternativas de acción, para poder estar en condiciones de recomendar la aprobación o rechazo del proyecto en virtud de una operación en el grado óptimo de su potencialidad real. Los Proyectos nacen a partir de una necesidad, que entre muchas puede ser humana.

La Medicina Estética es el arte y la ciencia que utiliza múltiples procedimientos medicamentosos, físicos y manuales poco agresivos, para ser aplicados en los planos cutáneo-mucoso, veno-linfático y adiposo, con objetivo diagnóstico y/o terapéutico de situaciones fisiológicas o patológicas que determinen inestetismos físicos.

Recordando siempre que LA SALUD (según la OMS) no es simplemente la ausencia de enfermedad, sino el completo bienestar físico, psíquico y social. Es mucho más difícil definir la BELLEZA, pero podemos hacer una aproximación desde el punto de vista objetivo diciendo que es regularidad, armonía, calidad y simetría... Y desde el punto de vista subjetivo podríamos decir que es "sentirse bien dentro de la propia piel" o "aquello que agrada a los sentidos".

En la ciudad de Caracas, existen varios centros de medicina estética, en los cuales se atienden pacientes que desean perder peso y los cuales se aplican diversos técnicas y tratamientos, pero la queja de muchas de estas personas es que no logran adelgazar en el tiempo que se estipula, además han presentado problemas de salud derivado de la aplicación de diversos productos, etc.; por lo que atendiendo esta necesidad he llegado a la conclusión de presentar un proyecto de inversión para estudiar la factibilidad de puesta en marcha de un consultorio de Medicina Estética, el cual estaría ubicado en el Centro Ciudad Comercial Tamanaco, donde los pacientes van a ser atendidas por un medico especialista y les va a diagnosticar según su organismo, el tratamiento mas adecuado para la perdida de peso, además de Promover,

Prevenir, Restaurar y Corregir la Salud, la Belleza y el Bienestar.

La creación de un plan de inversión, que muestra la factibilidad de este proyecto, es el objetivo que trazado para este trabajo.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Diseñar un plan de negocios, para estudiar la factibilidad de la Puesta en Marcha de un Consultorio de Medicina Estética, ubicado en el Centro Ciudad Comercial Tamanaco.

Objetivos Específicos

- Describir el negocio que se desea implementar.
- Elaborar un breve análisis de mercado, realizando un estudio comparativo de la competencia.
- Presentar análisis financieros que permitan observar la inversión necesaria y proyectar los resultados.

Justificación e Importancia de la Investigación

Esta investigación se fundamentará en determinar la factibilidad económico-financiera de la Puesta en Marcha de un Consultorio de Medicina Estética, ubicado en el Centro Ciudad Comercial Tamanaco, a objeto de que asegure resolver una necesidad de crecimiento y creación de riqueza en forma eficiente, segura y rentable por parte del inversionista. Sólo así es posible asignar los escasos recursos económicos a la mejor alternativa.

La importancia de la investigación, es que sentará las bases para asignar determinado monto de capital a una inversión específica, con el propósito de prestar

un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general. Además, la evaluación que se realizará en la investigación, puede hacerse desde dos puntos de vista, no opuestos, pero sí distintos entre sí: el criterio privado y el criterio social. De la perspectiva que se tome en la evaluación, dependerá la decisión que se tome sobre la realización física del proyecto.

El aspecto más relevante de la investigación, esta que el hecho de que de acuerdo a los resultados del proyecto, se podrá considerar la decisión de inversión y su rentabilidad basado en su viabilidad.

Otro aspecto importante en la investigación, es que se considera fundamental la administración, básico en toda organización al momento de decidir realizar una inversión en una empresa de carácter económico y social.

Por otra parte, una investigación de esta naturaleza se justifica por si misma, ya que permite satisfacer los objetivos particulares de una empresa (oferta) para alcanzar una rentabilidad; además, permite cubrir los requerimientos de una población (demanda), en un lugar determinado. Por tanto, además de obtener un beneficio, contribuye con el circuito económico de la localidad manifestándose un servicio (oferta) y unidades económicas de demanda de servicios (demanda), ya que de la Puesta en Marcha de un Consultorio de Medicina Estética, se logrará satisfacer la necesidad de un servicio.

Además, este proyecto económico financiero informará oportunamente sobre los desembolsos y aplicación de los fondos, propiciando una mejor administración y manejo del Consultorio de Medicina Estética.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Bases Teóricas

Teoría de la Administración

La administración como proceso constituye una de las teorías administrativas de gran vigencia, al tratar de ver a la administración como un ciclo que comprende diversas funciones para llevar a cabo su función y cumplir sus objetivos.

Diversos autores han tratado de distinguir elementos integrantes de la administración vista como un proceso, lo que incluiría una serie de subprocesos o funciones dentro del proceso global de la Administración.

Pero esta división tiene un carácter meramente conceptual y en ningún caso implica secuencia, pues los subprocesos y funciones son el si inseparable en todos los momentos o fases del proceso (Requeijo y Lugom, 1985).

El Proceso Administrativo, consta de un conjunto de funciones que proporcionan una estructura útil para organizar el trabajo administrativo. Según Koontz y Weihrich (1994), "no han surgido nuevas ideas, resultados de investigación o técnicas que no se puedan ubicar fácilmente en las clasificaciones de planeación, organización, integración de personal, dirección y control." (p. 20).

Planeación: La Planeación incluye seleccionar misiones y objetivos y las acciones para alcanzarlos; requiere tomar decisiones, es decir, seleccionar futuros de acción entre varias opciones, involucra la evaluación del futuro y el aprovisionamiento en función de él.

Organización: La Organización, según Hampton (1993), es definida como:

> ...la división de la organización entera en unidades, comúnmente llamadas divisiones o departamentos, y en subunidades conocidas con el nombre de secciones, que tienen determinadas responsabilidades, y una jerarquía de relaciones jerárquica: una estructura. Con ese vocablo también se denota la coordinación de dichas unidades y subunidades, a fin de que sus esfuerzos se combinen y cumplan con los objetivos globales de la organización (p. 23).

En otras palabras, el término organización implica una estructura intencional y formalizada de papeles o puestos; es el proceso de relacionar el trabajo de las personas con los recursos materiales y financieros disponibles, para que las tareas propuestas se cumplan eficientemente, según las exigencias de los objetivos ya establecidos en la planificación.

Integración de Personal: La función administrativa de Integración de Personal definida por Kooritz y Weihrich (1994) como:

> ... cubrir y mantener cubiertos los puestos de la estructura organizacional. Este objetivo se cumple al identificar los requerimientos de la fuerza de trabajo, realizar un inventario del personal disponible y reclutar, seleccionar, contratar, ascender, evaluar, para las carreras, remunerar y capacitar o desarrollar en alguna otra forma tanto a los candidatos como a los titulares de los puestos, para que puedan cumplir con sus tareas de un modo eficaz y eficiente (p. 356).

La Integración de Personal, no es otra cosa que la Administración de los Recursos Humanos de la organización a través de la planeación, organización, desarrollo, coordinación y control de técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del personal, en la medida en que la organización representa el medio que permite a las personas alcanzar los objetivos individuales relacionados directa o indirectamente con el trabajo.

Dirección: la Dirección es el proceso de influir sobre las personas para que éstas contribuyan al logro de las metas de la organización y del grupo.

Esta es la fase en que se destacan la motivación del grupo, la comunicación eficiente, la toma de decisiones y el rol de líder del administrador o director.

Control: El Control cierra el ciclo del Proceso Administrativo al vigilar dicho proceso basándose en los objetivos y normas establecidos de la planificación. El Control "es la medición y corrección del desempeño con el fin de asegurar que se cumplan los objetivos de la empresa y los planes diseñados para alcanzarlos" (Koontz y Weihrich, 1994, p. 578).

El Plan de Negocios

El plan de negocios reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre ésta de una determinada manera. Se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Los Objetivos

Ninguna empresa que pretenda competir en los complejos mercados actuales puede pasar por alto la tarea de imaginar escenarios futuros. El plan de negocios muestra en un documento el o los escenarios más probables con todas sus variables, para facilitar un análisis integral y una presentación a otras partes involucradas en el proyecto (inversionistas, socios, bancos, proveedores, clientes).

Las ideas en abstracto pueden ser geniales, pero si no se tiene en claro cómo transformarlas en realidad, pueden no encontrar apoyo, tambalearse frente a los problemas o quedar olvidadas en el tiempo.

Los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios difieren según el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse. En general, las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:

quizás, por falta de tiempo, lo único. Si bien se ubica al comienzo del plan, es conveniente realizarlo al final, después de haber analizado todos los puntos. Su extensión es clave: no más de dos páginas, preferentemente sólo una.

- Descripción del negocio:

Hay que explicar cual es la idea fundamental detrás de la iniciativa de negocio. Hay que indicar cuales son los factores que han motivado esta idea y porque va a tener éxito. Conviene indicar las tendencias sociales, cambios en mercado, etc., que van hacer de éste un buen negocio.

Dentro de la descripción de la empresa también se deben mencionar:

- Nombre de la empresa.

Este debe ser:

a) Descriptivo: el nombre por si mismo debe reflejar el giro de la empresa y sus características distintivas de especialización.

b) Original. La ley establece que el nombre de una empresa debe ser nuevo (que no este registrado) puede ser constituido por cualquier numero o combinación de letras.

c) Atractivo: El nombre debe ser llamativo y fácil de recordar.

d) Agradable: el nombre debe implicar doble sentido, o ser asociado con términos vulgares.

- El tipo de empresa

Una empresa se puede clasificar por su objeto o actividad, existen tres tipos de empresas:

a) Comercial: es la que se dedica fundamentalmente a la compra y la venta de un producto terminado.

b) Industrial: se refiere a la empresa de producción (manufactura o de transformación), que ofrezca un producto final o intermedio.

c) Servicios: es aquella empresa que ofrece un producto y atiende las necesidades de los consumidores.

- Ubicación de la empresa

La ubicación de la empresa debe ser determinada de acuerdo a las características

de la empresa y al producto que se comercialize y/o se produzca.

- La Misión

La misión es el enunciado que hace el empresario de lo que va hacer y para quien lo va hacer.

La misión de una empresa queda definida por tres componentes:

a) qué vendemos? (oferta)

b) a quién se lo vendemos? (demanda)

c) Por qué nos elige a nosotros? (ventaja competitiva).

Al construir un plan de negocios alrededor de una misión bien concebida, la compañía podrá usar recursos limitados mas efectivamente.

Estudio de Mercado

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal del estudio. El estudio de mercado tiene como finalidad determinar si existe una demanda insatisfecha, que justifique bajo ciertas condiciones la puesta en marcha de un Supermercado, en un espacio de tiempo.

De acuerdo al autor Baca (1995), consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de la comercialización. Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos servicios, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del servicio en un mercado determinado. El investigador del mercado, al final de un estudio meticuloso y bien realizado, podrá medir el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta del servicio o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado. Aunque hay factores intangibles importantes, como el riesgo, que no es cuantificable, pero que puede medirse, esto no implica que puedan dejarse de realizar estudios cuantitativos. Por el contrario, la base de una buena

decisión siempre serán los datos recabados en la investigación de campo, principalmente en fuentes primarias. (p. 14)

"Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados". (Baca, 1995, p.14).

La Demanda

"Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad especifica a un precio determinado". (Baca, 1995, p.17)

Por tanto, la demanda en el caso de estudio, es la necesidad o requerimiento de un Consultorio de Medicina Estética en la zona, especificando el volumen de la Demanda prevista para el período de vida útil del proyecto y que parte de esa demanda espera ser atendida.

La Oferta

Según el autor Mochón F., (1993): "Bajo la condición de ceteris paribus, se denomina a la oferta como la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo" (p.44).

En este sentido, se relaciona con la forma actual en que la demanda de un Consultorio de Medicina Estética- Distrito Capital no es satisfecha y no se cuenta con una competencia existente.

El Precio

El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. (Baca, 1995, p.37).

En el estudio del mercado del proyecto se analizarán los precios de los productos que se esperan ofertar, con el propósito de caracterizar de qué forma se determinan y el impacto que una alteración de los mismos tendría sobre la oferta y la demanda.

Es estudio de mercado permite establecer de manera preliminar el precio que debe tener el servicio, con base principalmente en los siguientes factores: los precios de venta de la competencia, el tipo de demandantes, el coeficiente de elasticidad precio-demanda, la reacción esperada de los competidores y la estrategia oficial en materia de política económica, es decir decretos sobre salarios de personal, medidas gubernamentales, costos de alimentos, servicios públicos, entre otros.

Entre los precios de la competencia se deben considerar además de los precios de servicios similares y los precios de los servicios substitutivos.

El tipo de consumidores influye en el precio, principalmente con base en la preferencia y en el poder adquisitivo de los mismos.

Entre las medidas de política económica que pueden tener influencia en el precio del servicio, se encuentran el control oficial de precios, el control de cambio de divisas, los subsidios de terceros, y las políticas fiscales de apoyo al desarrollo cultural, entre otros, impuestos, política arancelaria y comercial.

Aquí se analizaron los precios que tienen los productos que se ofrecerán en el Consultorio de Medicina Estética en el mercado, de que forma se determinaron y el impacto que una alteración de los mismos tendría sobre la oferta y la demanda.

Estos Precios conjuntamente con la Demanda se transferirán al Estudio Financiero para el cálculo de los Ingresos que se utilizará en la determinación de las necesidades de capital y estimar el movimiento de caja a través del tiempo.

Proceso de Prestación del Servicio

Se deben considera los factores para optimizar el proceso:

Para la optimización del proceso el investigador procederá a evaluar los aspectos administrativos relacionados con un consultorio de Medicina Estética. Se entenderá

por tal el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para desarrollar la actividad.

En el momento de elegir la tecnología que se empleará, hay que tomar en cuenta los resultados de la investigación de mercados, pues esto dictará las normas de calidad y la calidad que se requieren, factores ambos que influyen en la selección de la tecnología.

Otro aspecto importante que se debe considerar es la flexibilidad de los procesos y equipos, para procesar varias clases de insumos, lo cual ayudará a evitar "tiempos muertos" y a diversificar más fácilmente el servicio en un momento dado.

Recursos Humanos

Para la creación de una empresa o el lanzamiento de un nuevo producto, el capítulo de recursos humanos debe concentrarse en los siguientes aspectos:

¿Qué estructura tendrá la empresa en su punto máximo de expansión (organigrama óptimo)?

¿Qué estructura tendrá al inicio y cómo evolucionará la incorporación de recursos humanos a medida que la empresa crezca (organigrama mínimo requerido)?

¿Qué cantidad de gente se necesitará en el horizonte de planeamiento adoptado (generalmente entre dos y cinco años)?

¿Qué puestos ocuparán en la empresa, sector o equipo?

¿Cuál será el costo de contratación y remuneración?

La conducción, es decir, la dirección y la gerencia, son tan importantes para el éxito de una empresa, negocio o producto, que merecen un capítulo aparte. Este punto será tratado en la tercera entrega de este dossier.

Información Económica y Financiera

El objetivo de este estudio es mostrar la información de carácter monetario necesario para el desarrollo del plan de inversión.

Estimación de las necesidades reales de Recursos Financieros para la Inversión

- ***La Inversión Necesaria:*** Existe un componente fundamental que muchas veces no se analizan con la debida atención cuando e requiere desarrollar un proyecto de inversión, y es el monto de dinero que se necesita para ponerlo en funcionamiento y mantenerlo. Para ello es imprescindible tomar en cuneta cuales son los activos fijos (terrenos, inmuebles, maquinarias, equipos, etc.) y capital de trabajo (dinero en efectivo, sueldos, compras de materias primas y materiales, publicidad, etc.) que debe tener la empresa antes de que comience a generar ingresos. Si no se realiza esta previsión se corre el riesgo de una asfixia financiera al poco tiempo de iniciado el negocio.

- ***Análisis y Proyecciones Financieras:*** Aquí proyectaremos y compararemos los Ingresos Totales con los Gastos de Ejecución y de Operaciones del proyecto, para mostrar el Movimiento de Caja que resultaría de las operaciones financieras corrientes y finalmente el punto de nivelación, donde se mantiene un equilibrio entre los gastos y los ingresos del Supermercado.

- ***Programa de Financiamiento:*** Con los datos del estudio anterior se organizará el programa de financiamiento, teniendo en cuenta las fuentes externas e internas de recursos financieros que se movilizan para el proyecto.

- ***Evaluación Financiera:*** La demostración de la viabilidad financiera del proyecto y el examen de su sensibilidad a las probables variaciones de las magnitudes que conforman su planteamiento básico, los datos para calcularlo se obtendrán de las previsiones de precios y las cantidades demandadas contenidas en el estudio de marcado, el análisis de costos en cuanto a su carácter fijo o variable contenido en el estudio técnico y el cuadro de fuentes y usos de fondos del propio estudio financiero.

El análisis del cuadro de fuentes y usos de fondos, permitirá llegar al cálculo de coeficientes e indicadores característicos de los resultados financieros del proyecto, siendo el dato fundamental la sucesión de valores anuales de Ingresos y Gastos Totales, cuyas diferencias constituyen el Ingreso neto anual positivo o negativo del proyecto.

También se calculara la Tasa Interna de Retorno, mediante la aplicación de la Tasa de actualización a los ingresos y gastos del proyecto durante su vida útil, además abordaremos indicadores financieros básicos tales como: utilidades por unidad de capital, cociente de ventas a costo y periodo de recuperación de la inversión.

- ***Evaluación Económica:*** Este estudio recoge las conclusiones de los Estudios de Mercado, Técnico y Financiero, cuyo análisis debe aportar elementos de juicio sobre su viabilidad, conveniencia y oportunidades del proyecto para la puesta en marcha de un consultorio de Medicina Estética.

La evaluación consistirá en comparar los Beneficios y los Costos del proyecto, con miras a determinar si la relación entre éstos presenta o no, ventajas mejores que las que se obtendrían con proyectos distintos.

Teoría de la Inversión

Decisiones de Inversión

El nuevo enfoque de la administración financiera que vienen operando los inversionistas contemporáneos, se caracteriza por los siguientes aspectos:

a) Finanzas como extensión de la teoría microeconómica. En este sentido se realizará la utilización óptima de los recursos financieros del inversionista.

b) Las finanzas incorporan al análisis.

c) El tiempo y la incertidumbre. La consideración de un área aplicada de estudio incorpora al análisis tres elementos fundamentales, que en la teoría microeconómica se manejan con supuestos restrictivos en cuanto tienen que ver con la realidad. Estos tres elementos son:

- la consideración de las variables de stock;
- la incorporación del tiempo;
- el reconocimiento de la incertidumbre.

El moderno enfoque de las finanzas, toma en cuenta no solo ingresos y costos

(que son variables de flujo), sino también las variables de stock que se han invertido para esos flujos, así como las fuentes de financiamiento que se han utilizado.

El tema central de las finanzas resulta ser entonces, la utilización más adecuada de los recursos financieros en término de los objetivos perseguidos y, en definitiva, su campo es el estudio de cómo las entidades y los individuos asignan sus recursos a través del tiempo.

La administración de las finanzas es un área que debe identificarse con la administración superior e integral del inversionista.

El análisis de la asignación de los recursos financieros a través del tiempo, da lugar a una clasificación más adecuada de las decisiones financieras. Muy a menudo estas decisiones están combinadas. De esta forma, se pueden distinguir las siguientes decisiones financieras:

a. decisiones de inversión;
b. decisiones de financiamiento;
c. decisiones de dividendos.

Las decisiones de inversión involucran aquellas asignaciones de recursos a través del tiempo y su análisis se orienta desde su evaluación particular de cada decisión hacia una evaluación de carácter global; es decir, se estudia el portafolio de inversiones.

Las decisiones de financiamiento apuntan a cuáles son las óptimas combinaciones de fuentes para financiar las inversiones.

Las políticas de dividendos, deben balancear aspectos cruciales de la firma. Por una parte, ella implica una retribución del capital accionario y, por otra, el privar a la firma de ciertos recursos.

En la mayor parte de las decisiones financieras, aparecerán dos parámetros: el riesgo y el retorno. La asociación habitual entre ellos será que, a mayor riesgo, mayor retorno esperado y, a menor riesgo, menor retorno esperado.

Las finanzas tienen como campo de estudio el uso eficiente de uno de los recursos económicos más importantes, este es el capital.

Tomando como referencia la "Biblioteca Práctica de Negocios" (1998), las metas de la administración financiera, este concepto comprende argumentos como utilidad o flujo de efectivo comparado con la maximización de riqueza y funciones específicas de las finanzas y su relación con las responsabilidades administrativas generales (p. 9).

En el caso de las inversiones, se proponen 10 elementos específicos para lograr un programa de inversión ordenado, es decir, una planeación de inversión. A continuación se describen brevemente:

- ***Investigación creativa de oportunidades rentables.*** La primera fase del programa de gastos de capital debería ser la conceptualización de la idea de obtener utilidades. Es necesario un serio y ordenado procedimiento de investigación con el objeto de descubrir oportunidades rentables de inversión que sustituyan a proposiciones actualmente disponibles.

- ***Planes de capital a largo plazo.*** Cuando una promoción específica se le presenta a la administración, la congruencia de ésta con los planes a largo plazo de la empresa debe ser verificada. Esto implica la existencia de un programa definido a la vez que flexible sobre el desarrollo futuro esperado de la inversión, según las proyecciones del desarrollo económico a corto y a largo plazo.

- ***Presupuesto de capital a corto plazo.*** Una vez que se conocen la oportunidad y la prioridad de una proposición, ésta debe tomarse en cuenta en el presupuesto de capital a un año como un indicador de su importancia para ser considerada y cuidadosamente estudiada como un proyecto a corto plazo.

- ***Medición del valor del proyecto.*** Esta fase incluye la aceptación probable de la proposición, individualmente considerada, sobre la base de su valor económico para la empresa. Ya que el proyecto será eventualmente considerado junto con otros proyectos y se le asigna un rango, esta fase debe sumarizarse en una sola medida de la productividad del proyecto.

Comparación y selección. Esta fase incluye la comparación de una propuesta

con otros proyectos competitivos según el criterio selectivo del inversionista. Tal criterio debe abarcar la oferta y el costo de capital, así como los rendimientos esperados de oportunidades alternas de inversión. Una vez que la propuesta ha pasado por esta fase, los desembolsos para el proyecto son autorizados.

- ***Control de desembolsos autorizados.*** A la autorización de un proyecto debe seguir un control de los desembolsos para su adquisición o construcción con el objeto de evitar costosas demoras y costos excesivos.

- ***Post mortems.*** A pesar de los procedimientos de selección y control adoptados por el inversionista, los logros de un proyecto de inversión concluido deben evaluarse con la finalidad de verificar si su conformidad es exacta o aproximada respecto a las proyecciones preliminares.

- ***Retiro y disposición.*** Esta fase marca el fin del ciclo de vida de un proyecto. Va más allá de la recuperación del costo original más un ajuste, a través de las reservas para depreciación, puesto que en ella también se encuentra el comienzo del ciclo de un nuevo proyecto.

- ***Formas y procedimientos.*** Esta es una fase de naturaleza continua, incluye la preparación de reportes de todas las demás fases del programa de gastos de capital del inversionista.

- ***Economía del presupuesto de capital.*** Esta es la fase más compleja e importante del programa de gastos de capital. En ella se incluyen las estimaciones de la tasa de rendimiento sobre los gastos de capital, implica un amplio conocimiento de la teoría económica que fundamente las decisiones de inversión, así como de las técnicas de pronóstico empleadas en las fases 4 y 5 del plan sugerido. Se puede recapitular las diez fases anteriores condensándolas en un conjunto de prerrequisitos generales cuyo objetivo es dar un enfoque sistemático a las decisiones de capital:

a. una definición flexible y adecuada de las metas del inversionista a largo plazo,

b. un sistema viable para reunir y evaluar informaciones sobre oportunidades de inversión disponibles y sus condiciones financieras y,

c. un conjunto de procesos de decisión para seleccionar proyectos congruentes con las metas.

En general el tercer prerrequisito, relativo al programa sistemático de gastos de capital, plantea la siguiente pregunta: si se considera la meta a largo plazo relativa a la maximización del valor de mercado del la inversión y la información necesaria concerniente a los costos y beneficios esperados de los diversos proyectos, así como, las condiciones en los mercados de capitales, ¿cómo se debe utilizar esta información para obtener condiciones óptimas de inversión y de financiamiento?: 1)El logro de tal optimización requiere una consideración simultánea de tres decisiones interrelacionadas: 1) el volumen total de la inversión bruta; 2) la composición de los gastos y sus interrelaciones relevantes y 3) la composición del financiamiento y las interrelaciones relevantes entre las diversas clases de instrumentos de financiamiento. Las dos últimas decisiones también definen el riesgo de negocios, el de portafolio de inversiones y el financiero, respectivamente.

Rentabilidad de la Inversión en el Proyecto

En esta sección se presenta la base teórica que permitirá demostrar que el proyecto es rentable y que puede realizarse con los recursos financieros programados. Incluye un plan financiero completo para el período de inversión y el análisis financiero del proyecto, a fin de determinar, por un lado, si es económicamente viable, y por el otro, el plazo de amortización, etc.

Se consideró como referencia documental el Manual para la Formulación y Evaluación de Proyectos del Fondo de Crédito Industrial (FONCREI) sujeto al ISO9002, para facilitar la evaluación se requiere presentar los estados financieros a precios y costos constantes durante un período igual, cuando menos, al plazo del crédito; y guiarse, tanto para la presentación de dichos estados como para la determinación de otros cálculos e índices, por los formatos que acompañan a este documento, señalando las bases y supuestos utilizados.

- ***Situación financiera actual:*** Permite el análisis de los estados financieros auditados, correspondientes a los tres (3) últimos ejercicios, sólo en caso de ampliación de la empresa.

- ***Situación financiera proyectada:*** Para el caso de proyectos de ampliación, modernización o reconversión se deberán realizar las proyecciones de la situación actual de la empresa, la del proyecto y consolidada.

- ***Presupuesto de gastos:*** Por razones de carácter analítico en la formulación del proyecto, es conveniente dividir los costos en:

a. Costo Primo.
b. Gastos de Operación.
c. Gastos de Administración y Ventas.
d. Gastos financieros (FONCREI, 1996, p. 35).

a) ***El Costo Primo.*** Incluye, Materias Primas, Otros materiales directos. y Mano de Obra Directa. Es decir, que el Costo Primo es el costo de aquellos insumos que se incorporan al producto terminado en forma directa.

- *Materias Primas:* Se calcula a partir de los requerimientos de materia primas, cuyas proyecciones se estiman de acuerdo al Coeficiente Técnico de requerimientos de materia prima por unidad de producto terminado o por servicio prestado según sea el caso. Al igual que en el caso anterior, pueden elaborarse cuadros por separados o presentarse en un solo cuadro de requerimientos y costos.
- *Otros materiales directos:* También se proyectan de acuerdo con requerimiento por unidad de producto terminado o servicio prestado y se pueden elaborar lo cuadros en igual forma.
- *Mano de Obra Directa:* Este rubro se calcula con base a requerimientos de mano de obra originados por los distintos procesos productivos o los servicios prestados y en proporción a la producción de los diferentes años. (FONCREI, 1996, p. 36)

Los sueldos y/o salarios se establecen de acuerdo con los sueldos y/o salarios actuales para cada tipo de labor, adicionándole las cargas sociales reglamentarias. Para su estimación se elaboran dos cuadros por separado, uno sobre los requerimientos de mano de obra a través del tiempo y otro con el costo que representan. Para fines de presentación del proyecto se debe remitir el cuadro que representa los costos anuales por este concepto:

b) ***Gastos Operativos.*** Incluyen: la Mano de Obra Indirecta, Electricidad, Combustible, Repuestos para mantenimiento, Depreciación de maquinaria y equipos, Amortización de activos diferidos, Royalties, Impuestos indirectos y Otros gastos de operación.

- *Mano de obra indirecta:* Este gasto incluye la mano de obra auxiliar de la producción, clasificada según su número, sueldos y salarios,

prestaciones sociales y otras remuneraciones.

- *Electricidad:* Comprende el gasto de energía eléctrica de los equipos y el alumbrado de la planta, de las oficinas y áreas de servicio; se calcula de acuerdo con los consumos estimados por los proveedores y con las tarifas del servicio.
- *Combustible* Los requerimientos de combustible se estiman de acuerdo al consumo requerido por unidad y aplicando tarifa existente.
- *Repuestos para mantenimiento*: Los gastos por este concepto se estiman un porcentaje sobre el valor de la maquinaria y equipos.
- *Depreciación de maquinaria y equipos*: Existen varios métodos de depreciación, pero el más utilizado es el de Depreciación lineal sin valor ya que facilita los cálculos en los proyectos. Para aplicar este método se requiere el valor del equipo y su vida útil. Para calcular la depreciación anual simplemente se divide el valor del equipo entre la vida útil estimada. La depreciación anual es un gasto fijo durante la vida útil del Proyecto.
- *Amortización de activos diferidos*: Los gastos por este concepto se distribuyen durante los años de la vida útil del activo. Permaneciendo constante el costo calculado por este concepto. A este tipo de costos se les incluye como: Amortización de Gastos Diferidos.
- *Royalties*: Comprende el pago de las patentes y otros costos similares, si se pagan, según el número de unidades de producción. (En caso de que la empresa lo amerite)
- *Impuestos indirectos*: Los impuestos a que se refiere el rubro comprenderán la tributación por los bienes raíces que requiera la empresa y que sean de su propiedad, así como aquellos impuestos indirectos relacionados.
- *Otros gastos:* Bajo este concepto se incluyen gastos tales como: Servicios de producción, Otros servicios profesionales y técnicos, arrendamiento, Primas de seguro, uniformes, botas y equipos de seguridad, (casco, guantes para el personal de las instalaciones, etc.).

c) ***Gastos de Administración y Ventas:*** Incluye las remuneraciones personal de Administración y Ventas, la Depreciación, la Amortiza de activos diferidos y Otros gastos de administración y ventas.

- *Remuneraciones*: Incluye sueldos y salarios del personal administrativo de venta, Prestaciones sociales y Otras remuneraciones.
- *Comunicaciones*: Se incluyen teléfonos, telex, fax, correo, etc.; para establecerlos se hace una estimación mensual y se eleva a costo anual.
- *Depreciación*: Se incluyen sólo las depreciaciones de las edificaciones equipos utilizados en administración y venta.
- *Amortización de activos diferidos:* Se distribuyen durante la vida útil del activo, por ser gastos diferidos.
- *Otros gastos de administración y ventas*: Bajo este concepto se

incluyen gastos tales como: seguros, Gastos de oficina, Gastos generales, Gastos de viáticos, Comisiones sobre venta, Publicidad, etc.

d) ***Gastos Financieros:*** Corresponde a los intereses a ser pagados por los préstamos previstos, calculados según las condiciones del (o los) préstamo (s) a solicitar.

- *Intereses:* Se calculan tomando en cuenta el monto de los préstamos previstos, los plazos concedidos y las tasas de interés vigentes para el momento de la formulación del proyecto. Para los efectos del cálculos se debe tener cuidado en cargar o diferir el pago de los intereses causados durante los años de gracia, lo cual depende de las características del financiamiento. (FONCREI, 1996, p. 37)

La Estructura de Costos del Proyecto y de la Empresa, en el caso de ampliación.

- ***Presupuesto de Ingresos:*** De acuerdo con las proyecciones de la demanda de productos terminados o servicios prestados, del proyecto y los precios unitarios, se obtienen los ingresos proyectados.

- ***Estado de Resultados Proyectados:*** También se le denomina Presupuesto de Ingresos y Costos o Estado de Pérdidas y Ganancias e indica, para cada uno de los años de la vida útil del Proyecto, los distintos ingresos y gastos en que incurrirá la empresa como resultado de su gestión productiva. Muestra las utilidades netas que se esperan. El cálculo del impuesto sobre la renta (ISLR, según la legislación), así como la Utilidad líquida. (FONCREI, 1996, p. 39)

- ***Presupuesto de Caja:*** También se le conoce como Flujo de Caja. Es un análisis financiero que muestra el Flujo del Efectivo; razón por la cual sirve para conocer la capacidad de pago de la empresa y durante su elaboración, permite detectar el número de años en los cuales las empresas deben recurrir a préstamos ordinarios. No debe confundirse su interpretación con la de los Estados de Resultados Proyectados, ya que en éstos se trata de demostrar cuáles son las Utilidades líquidas esperadas, y se relacionan los ingresos con los egresos (costos) en efectivo y calculados (depreciaciones, gastos diferidos); mientras que en el flujo de caja se tratan como ingresos tanto las ventas, como los ingresos provenientes de otras fuentes (préstamos, ventas de bienes, depreciación, amortización de gastos diferidos, etc.) y en los egresos, se colocan las inversiones y los costos pagados en efectivo. (FONCREI, 1996, p. 39).

Se define como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el

servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos (NOF).

Ventas
- Coste de las ventas
- Gastos generales

= Margen operativo bruto (BAAIT)
- Amortización (*)

= Beneficio antes de impuestos e intereses (BAIT)
- Impuestos

= Beneficio neto (BDT) (antes de intereses)
+ Amortización (*)
- Inversión en A. fijos
- Inversión en NOF (**)

= FCL

(*): La amortización se resta inicialmente debido a la depreciación que sufre con el tiempo la inversión en inmovilizado (equipos, maquinaria...), por lo tanto debe recogerse anualmente como un coste a descontar de los beneficios antes de calcular los impuestos que se deben pagar. Pero para calcular el flujo de caja se vuelve a sumar de nuevo, ya que ese gasto no sale en realidad de caja.

(**): Necesidades operativas de fondos (NOF) = Caja + Clientes + Existencias – Proveedores

Si actualizamos los FCL, descontándolos al coste de capital, obtenemos el valor de la empresa.

Cuadro de Fuente y Usos de Fondos: Se trata de destacar y clasificar en categorías adecuadas el origen y destino de todos los recursos financieros en las etapas de ejecución y operación del proyecto. El cuadro debe permitir la estimación de las disponibilidades anuales resultantes, indicando las asignaciones que se pueden hacer a rubros como: servicio de préstamos, pago de dividendos y constitución de reservas, de acuerdo con política financiera que se proponga para la empresa responsable del

proyecto. (FONCREI, 1996, p. 40)

El cuadro se prepara definiendo en cada línea las distintas fuentes y usos de fondos y ubicando en las sucesivas columnas los valores relativos a cada periodo financiero (por años o sus fracciones o por períodos más largos en los que datos sean constantes).

- ***Punto de Equilibrio:*** El cálculo del punto de equilibrio puede obtenerse mediante dos métodos diferentes, el algebraico y el gráfico. (FONCREI, 1996, p. 40).

a) *Método Gráfico:* Fundamentalmente, el método gráfico tiene 2 una de ingresos o ventas y otra de costos, las cuales se cortan en el de equilibrio. Para trazar las líneas de costos y de ingresos es contar con una escala de cantidades a fin de dar valores a dichas líneas (FONCREI, 1996, p. 42)

Tasa de Descuento y Criterios Alternativos para la Evaluación Proyectos

La naturaleza de los proyectos de inversión es tal que los beneficios y costos de un proyecto normalmente reunirán en diferentes períodos a través del tiempo. Debido a que una determinada cantidad de dinero disponible ahora es considerada más valiosa que la misma suma recibida en el futuro, necesario darle mas peso a los costos y beneficios que ocurren más El mayor valor atribuido a los costos y beneficios más tempranos se debe que el dinero disponible hoy permita tanto inversión rentable como consumo entre este momento y el futuro. La existencia de este valor asociado al tiempo permite a los que prestan dinero cobrar un interés. También debido a que la inversión tiene un retorno esperado positivo, y al hecho que el consumo presente se valore más que el consumo futuro hace que los que toman préstamos estén dispuestos a pagar un interés por dichos préstamos.

Valor Presente Neto o Valor Actual Neto (VAN): Cuando se calcula el VAN de un proyecto, el primer paso es el de restar todos los costos, en un período, de los beneficios en dicho periodo para obtener los beneficios netos (positivos o negativos). Luego, se elige una tasa de descuento que mida el costo de oportunidad de los fondos con usos alternativos en la economía. Utilizando esta tasa de descuento, se le imputa a

cada proyecto un costo de fondos igual al retorno económico, en la mejor alternativa. Por lo tanto el VAN de un proyecto mide el monto en el que la economía estará peor.

Esta característica del VAN, que es cierta bajo todas las circunstancias, conduce a un primer código que se debe recordar:

> "No aceptar proyecto alguno a menos que genere un VAN positivo, cuando se descuenta utilizando el costo de oportunidad de los fondos".
> En segundo lugar cuando existe una situación de restricción en los fondos, es decir, cuando no se pueden financiar todos los proyectos con un VAN positivo y se tiene que elegir entre los distintos proyectos, debemos observar las siguientes reglas:
> "Cuando existe una restricción de fondos, elija el subconjunto del proyecto de tal manera, que el VAN generado por los fondos sea el máximo"
> "En una situación en la que no existe restricción de fondos pero se debe elegir entre proyectos mutuamente excluyentes, se elegirá siempre aquella alternativa que genere el mayor VAN". (FONCREI, 1996 , p. 45)

Tasa Interna de Retorno: La tasa interna de retorno (TIR) se define como aquella tasa de interés que aplicada a los ingresos y gastos de un proyecto, para cada año de la vida de la inversión, equilibra o nivela sus valores al presente. (FONCREI, 1996, p. 46)

La TIR se obtiene por la solución de:

$$\sum_{t=0}^{n} \frac{(Bt - Ct)}{(1+R)^t} = 0$$

donde la R se hace O el VAN, es igual al TIR.

La gran ventaja de la TIR estriba en el hecho de que puede ser calculada únicamente con los datos del proyecto. En particular, no se necesita ningún dato sobre el costo de oportunidad de los fondos.

Análisis de Riesgo

El riesgo de un proyecto de inversión lo podemos definir como la volatilidad o variabilidad de los flujos de caja reales respecto a los flujos estimados, mientras mayor sea la viabilidad de estos flujos mayor será el riesgo a que se encontrará sometido el proyecto de inversión. El análisis de riesgo tiene su fundamentación e importancia en los últimos años debido a la incertidumbre e inestabilidad de nuestra economía.

En el riesgo se puede identificar dos componentes, el Riesgo General basado en el entorno económico y la política económica de un país (riesgo país) y el Riesgo Específico asociado a las particularidades propias de cada negocio. (FONCREI, 1996, p. 46).

Métodos para medir el riesgo de un proyecto: uno de los métodos más tratados es a través de la distribución de probabilidades de los flujos de caja esperado por el proyecto, si la dispersión de estos flujos es muy alta, mayor será el riesgo inherente a nuestro proyecto de inversión. Las formas precisas para medir estas dispersiones pueden realizarse con los siguientes métodos: (1) Desviación estándar. (2) La Dependencia e Independencia de los flujos de caja en el tiempo. (3) El ajuste a la tasa de descuento. (4) Equivalencia a certidumbre y el tradicional árbol de decisión.

La importancia de esta metodología radica en la incorporación del factor riesgo a la decisión en la inversión de capital para lograr disminuir la incertidumbre y el riesgo en nuestros proyectos Económicos — Financieros.

Base Legal

Todas las operaciones de tipo económico que se llevan en el país se encuentran regidas por una serie de normativas legales, las cuales van a establecer en definitiva los parámetros por los cuales deben regirse las personas naturales ò jurídicas que realicen actividades comerciales y mercantiles en el país. Además, en toda nación existe una constitución que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos, por lo que es obvio señalar que en gran parte de los

códigos y reglamentaciones locales, regionales y nacionales, repercuten de alguna manera sobre los proyectos de inversión, por lo cual, es indispensable que se tomen en consideración, debido a que toda actividad lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico.

Aunque parezca que sólo en el aspecto señalado es importante el conocimiento de las leyes, a continuación se mencionan aspectos relacionados al efecto de un conocimiento profundo del marco legal en el mejor aprovechamiento de los recursos con que ella cuenta:

a) Mercado:

- Legislación sanitaria sobre los permisos que deben obtenerse.
- Elaboración y funcionamiento de contratos.

b) Localización:

- Estudio de posesión y vigencia de los títulos de bienes raíces.
- Litigios, prohibiciones, contaminación ambiental, uso intensivo de agua en determinadas zonas.
- Apoyos fiscales por medio de extensión de impuesto, a cambio de ubicarse en determinadas zonas.
- Gastos notariales, trasferencias, inscripción en Registro Público de la propiedad y el comercio.

c) Administración y Organización:

- Leyes para la contratación de personal sindicalizado y de confianza.
- Prestaciones sociales a los trabajadores, vacaciones, incentivos, seguridad social.
- Leyes sobre seguridad industrial.

d) Aspectos Financieros y contables:

- La Ley de Impuesto Sobre la Renta, todo lo relacionado a tratamiento fiscal para depreciación y amortización, método fiscal para la valuación de inventario, perdidas o ganancias en la operación, cuentas incobrables.
- Ley de crédito público, que establece la normativa legal para la adquisición de apalancamiento financiero público.

- Normativa establecida por el Colegio de Contadores Públicos.

Entre las bases legales más importantes que se pueden destacar, se tienen las siguientes:

- La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (Gaceta Oficial Nro. 5.453 del 24 de marzo de 2000).

- Código Civil de Venezuela (según Gaceta Oficial Nro. 2.990 extraordinario del 26 de junio de 1982).

- El Código de Comercio (según Gaceta Oficial Extraordinario Nro. 475 de 1955), la cual tiene como finalidad establecer las directrices a seguir por las empresas y otras entidades que realicen operaciones comerciales en el país.

- Ley del Seguro Social y Paro forzoso: en esta se establece como debe efectuarse un adecuado calculo, registro y pago de las retenciones laborales, así como, de las distintas multas que pueden ser objetos las empresas por incumplimiento de la misma.

- Ley Orgánica del Trabajo: esta establece una serie de directrices en las cuales se pretende mantener un control estricto sobre la situación laboral sobre todo en lo referente a las prestaciones de antigüedad que corresponden a cada trabajador.

- La Ley de Impuesto Sobre la Renta: (gaceta Oficial Nro. 4.727 del 27 de mayo de 1994) la información financiera oportuna y exacta va a permitir a las organizaciones cumplir con los requisitos y las exigencias establecidas en esta ley, evitando posibles multa o infracciones estipuladas de acuerdo a la infracción llevada a cabo.

- Código Orgánico Tributario (1994), El Código Orgánico Tributario (1994), contiene las disposiciones aplicables a los tributos nacionales y a las relaciones jurídicas derivadas entre ellos. Además, contiene las disposiciones regulatoria del procedimiento aduanero, tales como: las normas tributaras, los sujetos activo y pasivo de la obligación tributaria

- Ley de Impuesto al Valor Agregado: Un impuesto que se aplica a los bienes y raíces, y a la venta y prestación de servicios adquiridos por el consumidor.

- Reglamento del decreto con rango de fuerza de ley de promoción y

protección de inversiones (Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela del 22 de julio de 2002 Decreto Nro. 1867): este decreto establece que cuando, a juicio del organismo correspondiente conforme al artículo 6° de este Reglamento, con independencia del porcentaje de participación de inversionistas venezolanos en la empresa receptora de la inversión, estos inversionistas estén en capacidad de decidir sobre las actividades de la misma, mediante el control sobre los derechos de propiedad o uso de la totalidad o de una parte de los activos de la empresa receptora de la inversión; el control igual o superior a la tercera parte de los votos de sus órganos de dirección o administración; el control sobre las decisiones de su órganos de dirección o administración, mediante cláusulas contractuales, estatutarias o por cualquier otra modalidad.

- Ley de protección al consumidor y al usuario. Esta ley tiene por objeto la defensa, protección y salvaguarda de los derechos e intereses de los consumidores y usuarios, su organización, información, y orientación, así como establecer los ilícitos y los procedimientos para la aplicación de las sanciones.

Definición de Términos Básicos

Calidad Total: Control y mejoramiento continuo de la calidad de los procesos de trabajo desde los proveedores hasta los clientes. Es el enfoque gerencial que logra mejorar la calidad de los productos y servicios de cualquier organización. La calidad es responsabilidad de aquellos que hacen el trabajo no de un grupo de especialistas e inspectores. Los clientes son los jueces finales de la calidad; las mediciones internas se deben hacer tomando en cuenta las características de calidad que exige el cliente.

Cambio: Transición hacia la implantación de la calidad total.

Eficiencia: es el ratio del output obtenido con respecto al output estándar. refleja lo bien que se utilizaron los recursos.

Inversiones. Erogación para adquirir bienes que produzcan ingresos luego del proceso de fabricación.

Objetivos: Metas hacia donde se deben enfocar los esfuerzos y recursos de la

empresa. Tres son básicas: Supervivencia, crecimiento y rentabilidad.

Organización: disposición ordenada de las diversas partes de una institución o empresa. Las firmas modernas se organizan internamente para lograr un mejor uso de las diferentes aptitudes de que disponen sus integrantes, de modo tal que los procesos y actividades que realizan puedan desarrollarse adecuadamente en el tiempo y en el espacio.

Planificar: es diseñar a futuro deseado y determinar los medios necesarios para alcanzarlo, mediante la identificación sistemática de los riesgos y oportunidades que aparecen en el futuro.

Planta Física: Se refiere a la edificación que sirve de entorno a las actividades que conlleva a la administración de un Supermercado.

Proceso de la Empresa: consiste en un grupo de tareas lógicamente relacionadas que emplean los recursos de la organización para dar resultados definitivos en apoyo de los objetivos de la organización.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Consideraciones Generales

Una vez delimitada la investigación y los objetivos, se establecieron los aspectos teóricos, donde se tomó en cuenta las bases muéstrales, así como conceptos y el tipo de investigación, de tal manera de dar una orientación bibliográfica a la investigación y plasmar las bases en que se ha fundamentado la misma, los mecánicos de fiabilidad, validez y objetividad para la delimitación de los procedimientos mediante los cuales se buscó dar respuesta a las interrogantes de la investigación y situar el tema de estudio dentro de un conjunto de conocimientos para poder manejar acciones concretas, aceptables y acordes con la realidad.

La investigación se abordará bajo el nivel descriptivo debido a que su objetivo principal es detallar con la mayor precisión posible las características de una determinada situación, con o sin especificación de hipótesis iniciales acerca de la naturaleza de tales características, además se extiende hasta la determinación de la frecuencia con que algo ocurre o asociado o relacionado con otros factores.

Tipo de la Investigación

De acuerdo al caso planteado se aplicaran dos tipos de investigación la primera llamada Desk Research o Investigación Documental y se refiere a la colección de datos secundarios la mayoría de las personas sugieren informes personales, estadísticas, Internet, en este sentido este tipo de estudio se obtienen grandes conocimientos sobre el tema a investigar. La exploratoria descriptiva, donde la exploratoria pretende dar una visión general y solo aproximada a los objetivos del

estudio y la descriptiva radica en describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos.

a) Exploratoria – Descriptiva:

La investigación se desarrolló a través de un estudio exploratorio el cual estuvo dirigido principalmente a obtener un conocimiento general y aproximado de la realidad, permitiendo identificar el tópico de interés, formular el problema y delimitar futuras investigaciones sobre el mismo tema.

b) Investigación de Campo:

Se entiende como el análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidadi.

Se realizó una investigación de campo, utilizando como estrategia de investigación la recolección de datos e información a través de una serie de encuestas que permitieron formular argumentos interpretativos de sus resultados.

Con base a la literatura y tomando como referencia el Manual de Trabajos de Grado de Maestría y Tesis Doctorales propuesto por Maritza Barrios Yaselli (1990), se establece que, según los objetivos, el presente estudio se ubica dentro de los parámetros de los proyectos factibles:

> El Proyecto Factible consiste en la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible a un problema de tipo práctico, para satisfacer necesidades de una institución o grupo social. La propuesta debe tener apoyo, bien sea en una investigación de campo, o de tipo documental; y puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

Población y Muestra

Población

Rodríguez y Sandoval (1999), explican que "Se entiende por población el conjunto de todos los casos, elementos y/ o sujetos que concuerden o reúnan una serie de especificaciones" (p. 34). Mencionando la generalidad de los elementos que reúnen características similares que delimitan el objeto, espacio, contenido y tiempo de los mismos.

Sabino (1998), por otro lado, explica que la población en estudio es un concepto mas limitado forma parte del universo, más no se confunde con él, es un subconjunto del universo confirmado en atención a un determinado numero de variables que se van a estudiar, las cuales lo hacen un subconjunto particular con respecto al resto de los integrantes del universo.

En el estudio la población estará constituida por las personas que habitan en la ciudad de Caracas que visitan gimnasios investigación estará representada por las personas que requieren de un Consultorio de Medicina Estética en CCCT.

Muestra

La muestra es un "subconjunto representativo de un universo o población" (Morles 1994, cit., p.54). En este estudio se seleccionarán muestras probabilísticas. Donde En el caso de la muestra, su selección se hizo sobre la literatura de Ary, D y L. Jacobs (1989), quienes señalan lo siguiente: "En la investigación descriptiva se emplean muestras grandes. Algunas veces se recomiendan seleccionar de un 10% a un 20% de la población accesible." (Ary, 1989,141) De acuerdo a eso, la muestra estará representada por un total de 187 personas que serán seleccionadas en forma aleatoria, a la salida de gimnasios.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Según Arias G Fidias (1997)..."las técnicas de investigación son las distintas formas o manera de obtener la información, se puede lograr mediante la observación directa, la encuesta, el análisis documental y el análisis de contenido, etc." (p. 53). Estas técnicas facilitaran recabar la información para el estudio, entre las diversas técnicas seleccionadas están las siguientes:

Lectura y selección del material relevante para la investigación como. Bibliografía, prensa, revistas especializadas, folletos y páginas Web.

Subrayado del material el cual según Hochman y Montero (1986) "se utiliza para determinar la lectura del plan real de las ideas de un autor" (p. 18).

Fichaje de las ideas más importantes, con la finalidad de acumular datos, de manera que sirvan de consulta rápida y eficaz.

Entre los instrumentos que se utilizaran para el desarrollo de la investigación se encuentran:

Observación Directa: La observación directa es según Hernández Fernández y Baptista (1996)..."el registro sistemático, válido y confiable de comportamiento o conducta manifiesta". (p.316) Esta se realizará directamente en las empresas seleccionadas con el fin de percibir la realidad presente para la posterior recolección de datos.

Cuestionario: Para Bernal (2000) "es una de las técnicas de recolección de información más usada, se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas" (p. 172).

Se pretende conocer a través del contacto directo el punto de vista de los involucrados en la investigación, haciendo uso del cuestionario que se aplicaran a los empleados de la empresa y clientes, para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar conclusiones que se correspondan con los datos recaudados.

Las encuestas se realizaran a través del cuestionario en donde los consultados responderán una serie de preguntas. De ser necesario el entrevistador se proveerá de una grabadora a fin de preservar los detalles de las encuestas.

Análisis y Procesamiento de Datos

Para el análisis de la información se procederá a organizar, evaluar y verificar los datos para la posterior tabulación de los mismos, la cual se ejecutará mediante cuadros estadísticos que según Balestrini (1997), es el "recurso que utiliza el investigador para preparar los datos que ha reunido, mediante serie de cantidades que permiten efectuar comparaciones e interpretaciones fundamentadas en los elementos aludidos". (p. 169).

Posteriormente los resultados se presentaran a través de representación gráfica, la que según (ob. cit.) "permite representar los datos cuantitativos, mediante dibujos geométricos donde la superficie de las mismas se relaciona n con determinadas magnitudes de datos...estableciendo las diferencias significativas presentes entre las diversas variables" (p.178). Por medio de esta técnica se visualiza con mayor exactitud el o los elementos que componen las variables de la investigación.

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

Dentro de la investigación de campo fue aplicado el instrumento (cuestionario) a una muestra de 187 personas obtenidas luego de aplicar un muestreo probabilístico estratificado a una población de 63.834 personas. Dicho cuestionario esta estructurado por 10 preguntas cerradas, obteniendo resultados que serán presentados a continuación a través de cuadros donde se refleja la frecuencia absoluta y porcentual, las cuales serán representadas a través de gráficos circulares señalando el porcentaje obtenido en cada ítem.

Con el desarrollo de este cuestionario se busca realizar un estudio de mercado para conocer, tanto la oferta como la demanda y el nivel de aceptación por parte del consumidor.

La población que se utilizó para la investigación son los clientes ubicados en la zona de Caracas, cuyas edades oscilan entre 15 y 55 años, siendo considerados como los clientes potenciales de este consultorio.

Cuadro 1

Distribución de las personas encuestadas según sexo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	150	80
Masculino	37	20
Total	**187**	**100%**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

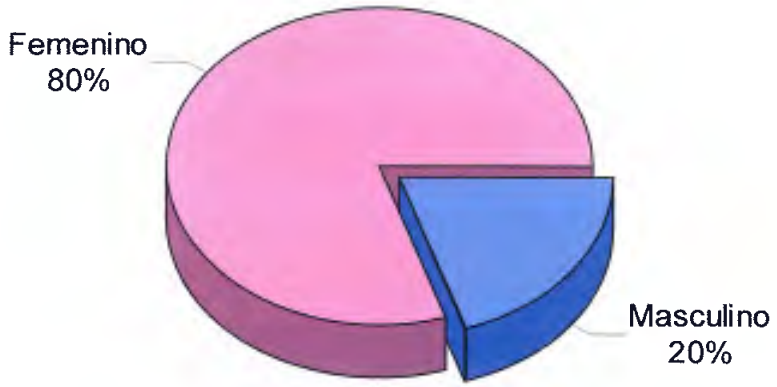


Gráfico 1: **Distribución de las personas encuestadas según el sexo**

El 80% de las personas encuestadas es de sexo femenino y el 20% pertenece a masculino.

Cuadro 2

Distribución de personas de acuerdo a sus edades

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 15 A 25	24	13
De 26 A 35	42	22
De 36 A 45	86	46
De 46 en adelante	35	19
Totales	**187**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

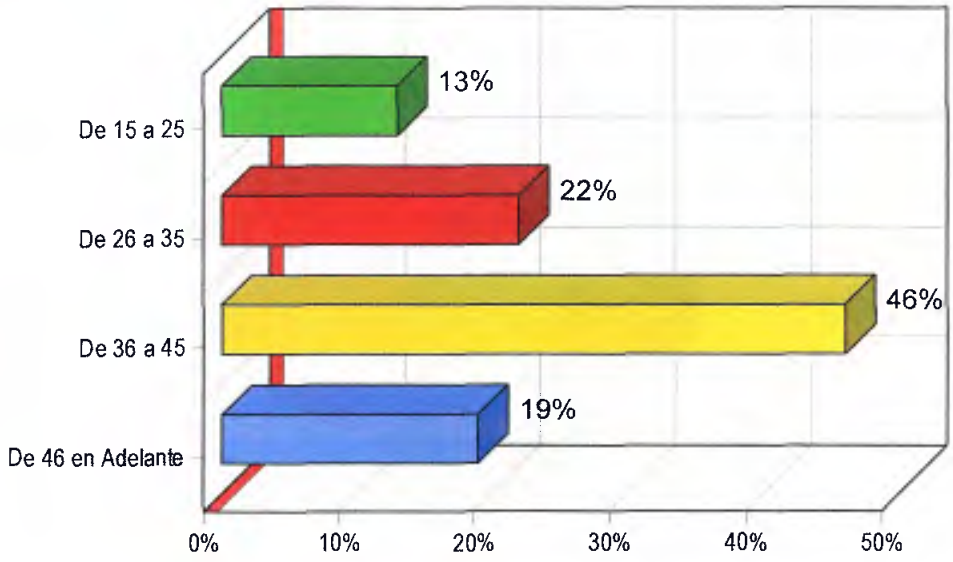


Gráfico 2. **Distribución de personas de acuerdo a sus edades**

Mas del 60% de las personas encuestadas se encontraban en las edades comprendidas entre los 26 y 45 años, siendo estos considerados clientes potenciales.

Item 1. ¿Conoce usted algún consultorio de medicina estética en el CCCT?

Cuadro 3

Conocimiento de consultorios de medicina estética en el CCCT

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	122	65
No	65	35
Totales	**187**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

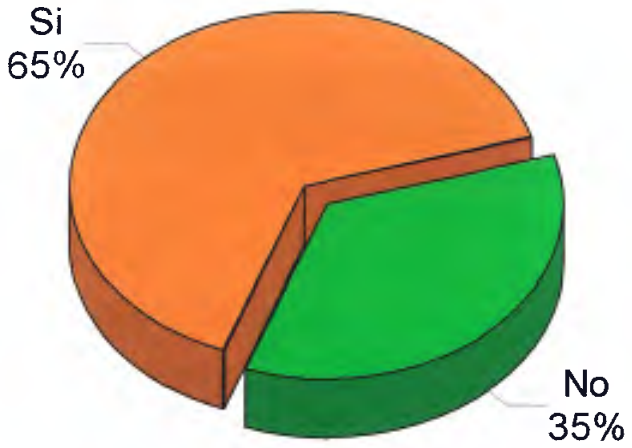


Gráfico 3. **Conocimiento de algún consultorio de medicina estética en el CCCT**

Se puede observar que un 35% de la población representada por una muestra de 187 personas, no conoce algún consultorio de medicina estética en el CCCT, lo cual favorece de alguna manera al investigador.

Item 2. ¿Que es lo primero que busca en un consultorio de medicina estética?

Cuadro 4

Lo primero que busca en un consultorio de medicina estética.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Un ambiente Agradable	122	65
Un servicio de primera	18	10
Un medico especialista	46	25
Todas las anteriores	98	52
Totales	**187**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

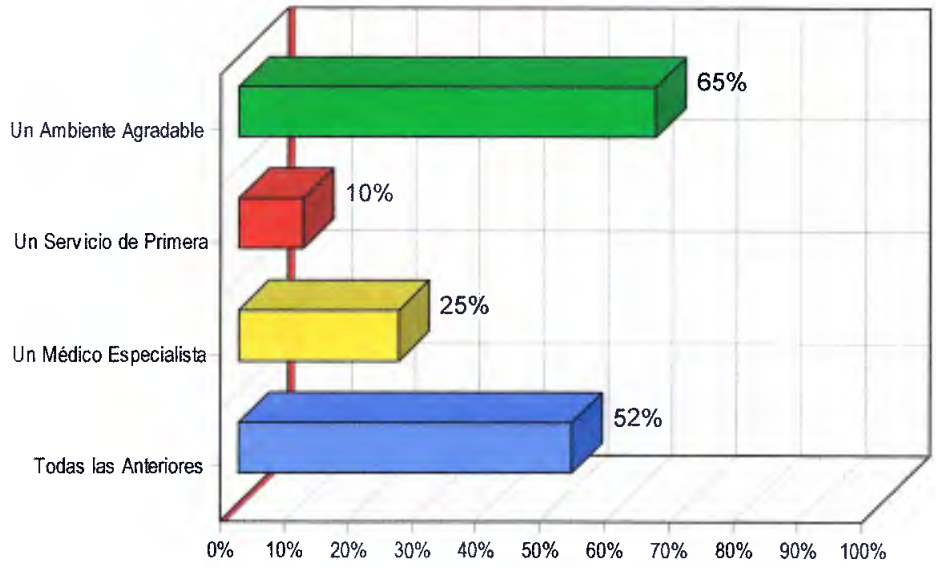


Gráfico 4. **Lo que busca en un consultorio de medicina estética**

El gráfico nos muestra la necesidad que tienen las personas de obtener un buen servicio, conseguir un ambiente agradable, acompañado por supuesto de un medico especialista.

Hoy en día las exigencias de las personas son mayores ya no solo buscan un consultorio de medicina estética, sino además que la calidad, el ambiente y el servicio sean de primera.

Item 3. ¿Cual de los siguientes consultorios de medicina estética ha visitado Ud.?

Cuadro 5
Consultorios de medicina estética que ha visitado Ud.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Centro Fast	20	11
Dr. Gabriel Medina	5	3
Dr. Jorge León	8	4
Otros en el CCCT	12	6
Ninguno	142	76
Totales	**187**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005.

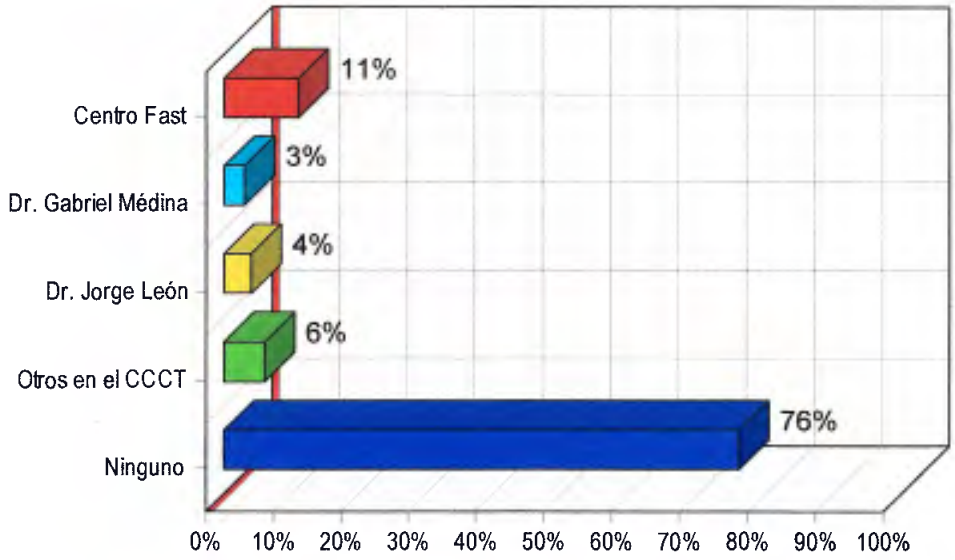


Gráfico 5. **Consultorios de medicina estética ha visitado Ud.**

Un 76% de la población no ha visitado ningún consultorio de medicina estética en el CCCT, debido al desconocimiento que poseen de la existencia del mismo.

Ítem 4. ¿Con que frecuencia visita Ud. estos consultorios?

Cuadro 6

Frecuencia con que visita estos consultorios

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diaria	15	33
Semanal	17	38
Quincenal	11	24
Mensual	2	4
Totales	**45**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

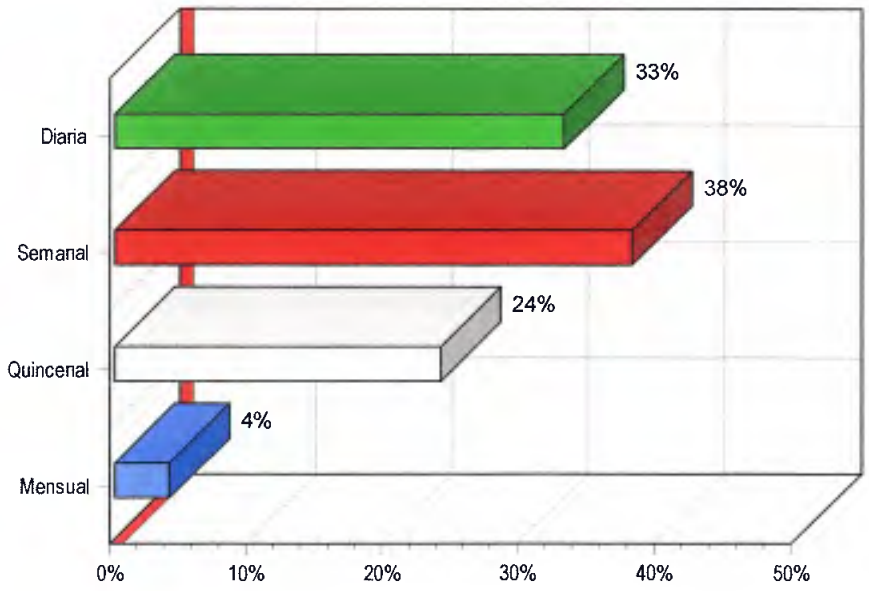


Gráfico 6. **Frecuencia con que visita estos consultorios.**

De una población de 45 personas encuestadas que visitan algún consultorio de medicina estética, estas asisten de manera frecuente a estos lugares, sobretodo semanalmente.

Ítem 5. ¿ Considera Ud. que los servicios ofrecidos son?

Cuadro 7

Servicios ofrecidos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	9	20
Buenos	12	27
Regular	19	42
Malos	5	11
Totales	**45**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

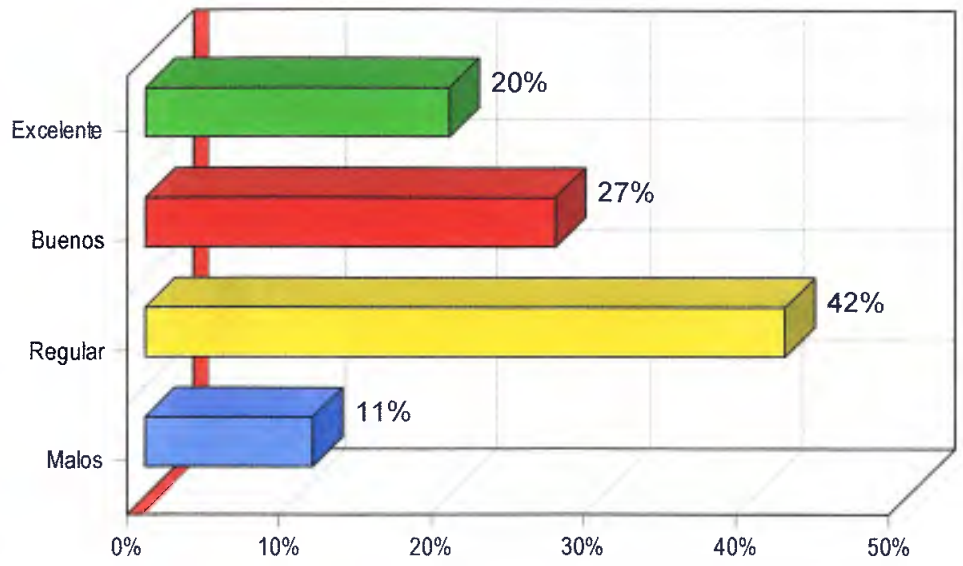


Gráfico 7. **Servicios ofrecidos.**

Un 42% de la población considera que el servicio recibido por los otros consultorios es regular y un 11% considera que es malo, por lo que se evidencia la presencia de futuros clientes potenciales que actualmente no se encuentran satisfechos.

Ítem 6. ¿Que importancia le da Ud. al ser atendido por un doctor con especialización en medicina estética?

Cuadro 8

Importancia que le da a un Doctor especializado en medicina estética.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alta	115	61
Media	44	24
Baja	12	6
Ninguna	12	6
Totales	**187**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

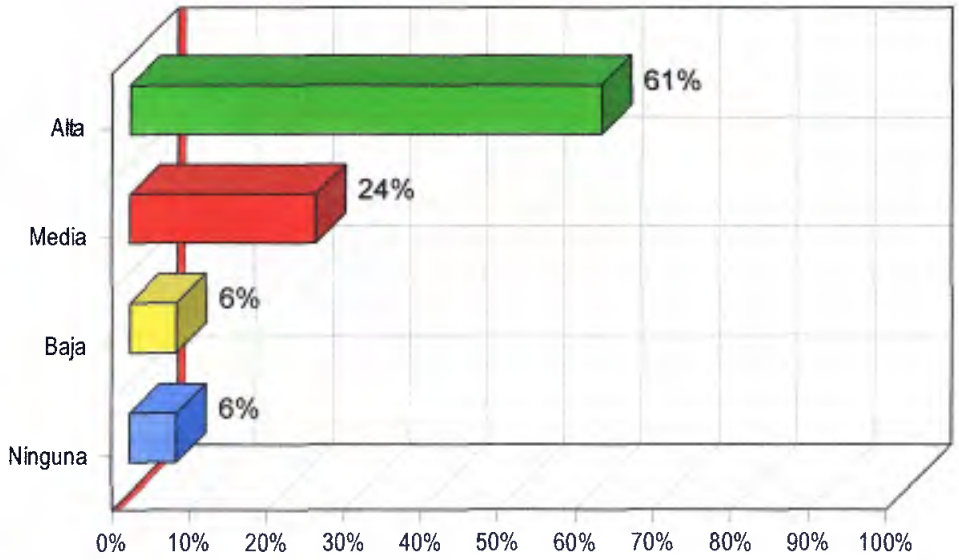


Gráfico 8. **Importancia que le da a un Doctor especializado en medicina estética.**

Un 61% de la población considera que ser atendido por un medico con especialidad en medicina estética es de un alto nivel de importancia, siendo solo un 6% el que no lo considera como algo relevante.

Ítem 7. ¿ Le gustaría acudir a un consultorio de medicina estética en donde además de los tratamientos para la perdida de peso, se ofrezcan servicios, para el cuerpo: masajes, parafangoterapia y drenaje linfatico, entre otros?

Cuadro 9

Consultorio que ofrezca servicios para cuerpo, masajes, parafangoterapia y drenaje linfático entre otros.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	156	83
No	31	17
Totales	**187**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

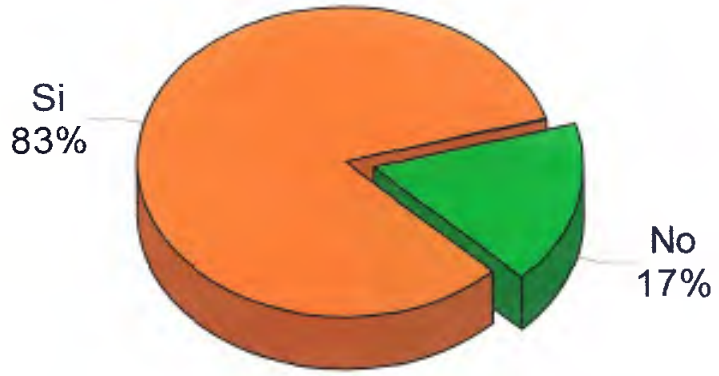


Gráfico 9. **Consultorio que ofrezca servicios para cuerpo, masajes, parafangoterapia y drenaje linfático entre otros.**

Un 83% de la población le gustaría acudir a un consultorio de medicina estética, donde además de los tratamientos para la perdida, recibir tratamientos corporales.

Ítem 8. ¿Le gustaría acudir a un consultorio de medicina estética en donde además de los servicios anteriores, también se ofrezcan los siguientes tratamientos faciales: cosmetología medica, vacuna antivejez y botox:?

Cuadro 10

Consultorio que ofrezca tratamientos faciales.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	134	72
No	53	28
Totales	**187**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

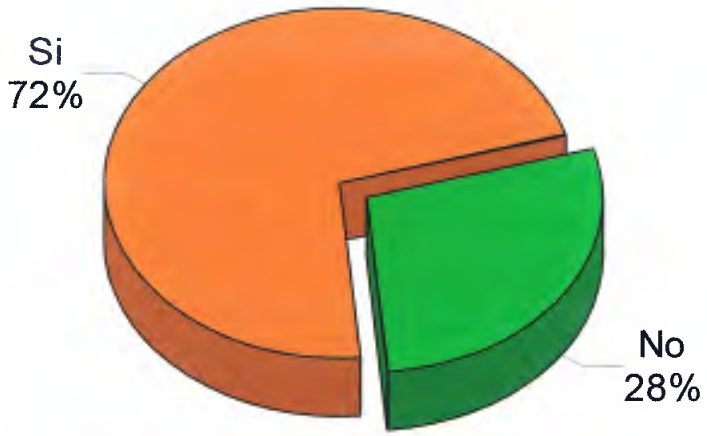


Gráfico 10. **Consultorio que ofrezca tratamientos faciales.**

Un 72% de la población le gustaría acudir a un consultorio de medicina estética, donde además de los tratamientos para la perdida de peso, recibir tratamientos faciales.

Ítem 9. ¿Considera Ud. que el CCCT es un buen sitio para un consultorio de medicina estética?

Cuadro 11

El CCCT es un buen sito para un consultorio de medicina estética.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	157	82
No	30	18
Totales	**187**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor 2005

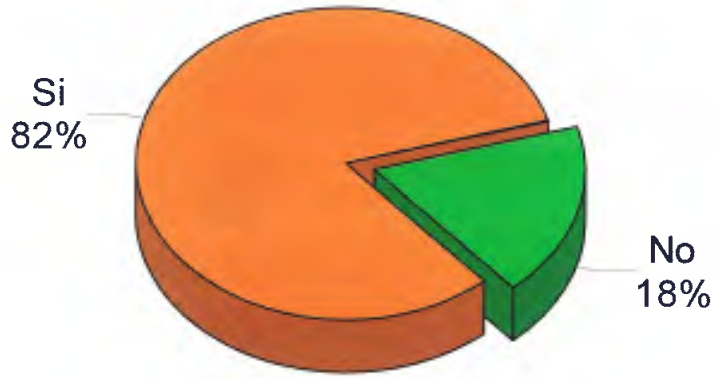


Gráfico 11. **El CCCT es un buen sito para un consultorio de medicina estética.**

Un 82% de la población opina que el centro comercial Ciudad Tamanaco es un buen lugar para colocar un consultorio de medicina estética, lo cual garantiza que va a ser un éxito la ubicación del consultorio.

Ítem 10. ¿Por que considera que el CCCT es un buen lugar para el consultorio?

Cuadro 12

El CCCT es un buen lugar para el consultorio.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Por su Ubicación	114	73
Por su Estructura	13	8
Por los Servicios que Ofrece	21	13
Por su Estilo	9	6
Totales	**157**	**100**

Fuente: Elaborado por el autor. 2005.

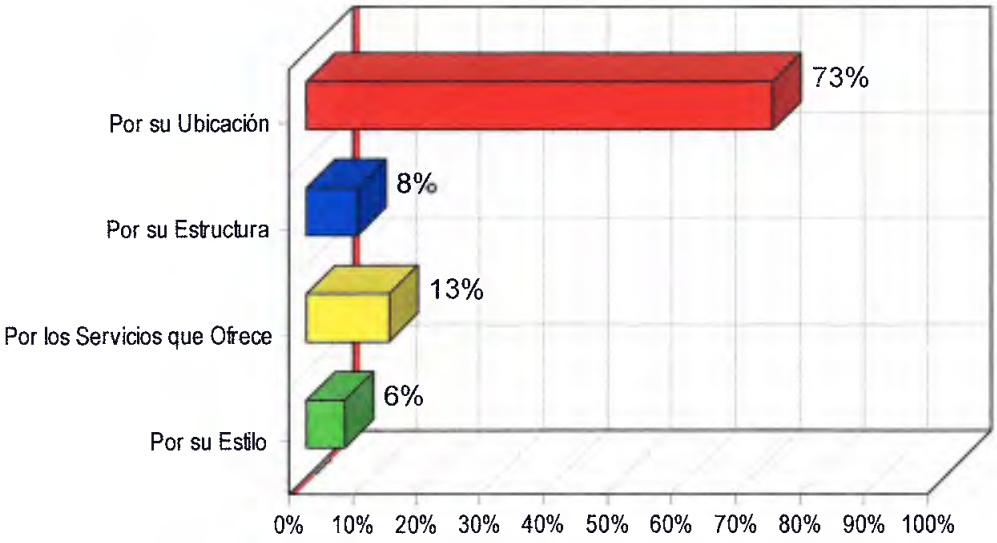


Gráfico 12. **El CCCT es un buen lugar para el consultorio.**

De las 157 personas que consideran que el CCCT es un buen lugar para el consultorio, el 73% opinan que un el lugar es idóneo por su ubicación, por su fácil acceso y variedad de servicios que ofrece.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo de la presente investigación permite obtener la importancia de crear un plan de negocios como estrategia de planificación, lo que le permite a un empresario estar preparado para tomar decisiones y acciones acertadas antes las eventualidades que pueden presentarse, evaluar diversos aspectos desde diferentes perspectivas y tener una visión más precisa tanto del mismo como de su entorno. Si bien un plan de negocios no garantiza el éxito de una empresa, si incrementa las posibilidades de estar en el momento justo y en el lugar adecuado.

El plan de negocios desarrollado para estudiar la factibilidad de la puesta en marcha de Armonía, Centro de Adelgazamiento y Medicina Estética en el Centro Comercial Ciudad Tamanaco, en Caracas, logro dar una perspectiva general del funcionamiento del negocio al igual que su rentabilidad.

A través del estudio de mercado, realizado en gimnasios, se pudo conocer que no existe suficiente información acerca de los centros de adelgazamiento y medicina estética que se encuentran ubicados en la actualidad en el CCCT, por lo que la competencia es escasa en éste lugar. La elaboración de la encuesta permitió observar la necesidad que posee la población de un centro de adelgazamiento y medicina estética, que tenga la atención de un médico especialista, un ambiente agradable y una atención de primera, siendo este el concepto que ofrece Armonía.

Por otra parte, se puede observar a través del análisis financiero, la gran rentabilidad que ofrece el proyecto, la cual fue calculada a través de dos indicadores, como son el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Rendimiento, donde se obtuvo una VAN superior a la invasión lo que indica que se debe invertir en el proyecto. Al igual que el VAN el TIR nos demuestra que la tasa interna de rendimiento se encuentra por encima de la tasa de descuento, demostrando nuevamente la rentabilidad de este negocio.

CAPITULO VI

LA PROPUESTA

Plan de Negocio para el Estudio de Factibilidad de la puesta en marcha, de Armonía Centro de Adelgazamiento y Medicina Estética

Resumen Ejecutivo

El presente plan de negocios, pretende estudiar la factibilidad de la puesta en marcha de un consultorio de medicina estética y adelgazamiento, con ubicación en el Centro Ciudad Comercial Tamanaco, en Caracas.

Para desarrollar el plan se pretende presentar, en primer lugar la definición del consultorio que se establecer, teniendo en cuenta su nombre, dirección, razón social, visión y misión al igual que otros aspectos que son importantes mencionar para la presentación del mismo.

Luego de realizar la presentación se elabora un breve análisis de mercado donde se señalan las ventajas competitivas y la distinción que se posee sobre la competencia. Cubierto este punto se procede a presentar la estructura organizativa con la que contará le negocio.

Para finalizar, se presenta la parte más importante del plan, el análisis financiero, el cual demostrara la factibilidad del proyecto.

Descripción del Negocio

El negocio que se desea desarrollar es un consultorio de medicina estética y centro de adelgazamiento, que ofrece a los habitantes de Caracas y sus alrededores, no solo una excelente atención por personal calificado, sino una variedad de servicios

Armonía, estará representado por dos socios principales, y un gran equipo conformado por un doctor, un nutricionista, entre otros, que le ofrecerán una atención y un servicio de primera.

Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa a constituir es Armonía, Centro de Medicina Estética y Adelgazamiento, este nombre fue seleccionado por los socios, buscando darle un nombre agradable, fácil de aprender y especialmente que refleje el equilibrio entre salud y bienestar que todos deseamos.

Tipo de Empresa

La compañía a constituirse es clasificada como empresa de servicios debido a que ofrece un producto y atiende las necesidades de los consumidores. Por otro lado, según el estado de desarrollo actual, esta empresa se encuentra en fase embrionica, pues aun no esta activamente productiva, sino que se están planificando sus diversos aspectos mediante el presente plan de negocios.

La empresa será constituida como un consultorio que presta servicios de salud, en el área de la estética.

El objeto de esta empresa es ofrecer un servicio de medicina estética y de adelgazamiento.

En cuanto a los proveedores, se busca aquellos que ofrecen los mejores productos para la elaboración de los diversos productos para adelgazar que requieren los pacientes, de la misma manera se contacta a proveedores de productos para el cuerpo y la cara, ambos surten directamente al consultorio otorgando créditos a 30 días.

Por ser un centro de salud que ofrece su servicio de forma directa, no existe ningún tipo de financiamiento en las consultas y tratamientos, lo que se ofrece son paquetes de varias sesiones de masajes, etc.; por lo tanto los ingresos por venta son obtenidos de manera inmediata.

El 100% de las acciones se encuentra distribuida por partes iguales a nombre de los dos socios principales.

Ubicación del Negocio

Armonía, Centro de Medicina Estética y Adelgazamiento, estará ubicado en el Centro Comercial Ciudad Tamanaco.

El centro comercial esta ubicado en una zona de fácil acceso para las personas que residen en las zonas de las Mercedes, Chuao, El Cafetal, Chacao y alrededores, además que cuenta con varios pisos de locales comerciales y varias torres de oficina, por lo que el acceso se considera fácil desde varios puntos de la ciudad y la concurrencia alta.

El consultorio estará distribuido en un espacio físico de 110 mtrs. cuadrados, donde se encuentra un área de recepción, dos consultorios médicos, 2 áreas de masaje, 2 áreas de tratamientos faciales y una oficina para el gerente general.

La Misión

Armonía, Centro de Medicina Estética y Adelgazamiento, busca dar atención personalizada a través de un equipo medico especializado, en un ambiente cálido y agradable para satisfacer todas las facetas relacionadas con la salud y la medicina estética.

La Visión

Armonía, Centro de Medicina Estética y Adelgazamiento, pretende ser el mejor consultorio en su estilo, ofreciendo un staff de primera, con atención personalizada que le permitirá sobresalir como uno de los mejores.

Servicios

Armonía, Centro de Medicina Estética y Adelgazamiento; se caracteriza por presentar una variedad de servicios, entre los cuales esta:

Control de peso: a través de consultas y seguimiento de un tratamiento adecuado, según las condiciones físicas del paciente unido a las recomendaciones de un nutricionista.

Mesoterapia: es uno de los tratamientos actuales que se considera mas efectivo para al reducción de medidas y celulitis.

Masajes corporales: reductores, anticelulíticos y antistress.

Parafangoterapia: mascarilla corporal a base de fango marino y minerales con efecto reductor, reafirmante, hidratante, exfoliante y relajante.

Cosmetología médica: limpieza profunda de cutis, hidratación profunda, hidratación de ojos, etc.

Botox: eliminación de líneas de expresión.

Ventajas Competitivas

- Variedad de servicios.
- Atención personalizada por especialistas en el área.
- Una de las mejores ubicaciones.
- Los tratamientos para la pérdida de peso, corporal y facial de una gran aceptación por la población femenina.

Distinción Competitiva

Posee un personal altamente capacitado, conformado por especialistas, los cuales ofrecerán un servicio de calidad orientado al bienestar físico y emocional de los pacientes.

En la recepción del consultorio estará ubicada una recepcionista la cual le dará la bienvenida y atenderá las inquietudes del paciente.

Áreas destinadas para la consulta medica, la nutricionista, masajes y tratamientos corporales; además que se atiende previa cita vía telefónica o Internet.

Análisis de Mercado

En el CCCT no existe actualmente un consultorio de medicina estética y adelgazamiento que sea reconocido por sus visitantes. Gran parte de ellos no posee conocimiento de los centros que hay en el lugar, debido tal vez a la falta de publicidad por parte de estos consultorios, como también por el servicio que prestan, el cual no los favorece.

La población encuestada en su mayoría es de 35 a 45 años, las cuales al considerar que servicios debe ofrecer un consultorio de medicina estética resaltaron que la atención medica, un ambiente agradable y un servicio de primera, son factores que en su conjunto son importantes.

Al realizar preguntas acerca de otros centros de medicina estética ubicados en el mismo centro comercial, tenemos que solo el 50% de la población se atiende en algunos de estos centros, donde consideran que los servicios recibidos son de regular a malos, alegando algunos que no son atendidos directamente por doctores sino por asistentes.

Dicho esto, se puede considerar que los consultorios ubicados en el CCCT no son una competencia potencial por las siguientes razones:

- La mayoría de los consultorios son desconocidos para los visitantes.
- La atención medica directa, no es lo común en la mayoría de ellos, y en Armonía se busca la salud, el bienestar físico y emocional de los pacientes.
- El personal es calificado, lleno de energía y preactivos, dispuestos a ofrecer el mejor servicio.
- Clima grato y agradable.

Todas estas razones permiten pensar en el éxito que traerá la creación de dicho consultorio.

Como estrategia de mercadeo para captar a posibles clientes, se desea contratar

una empresa de publicidad para el desarrollo de la imagen, desarrollo del arte para imprenta, pagar la publicación en revistas de alto tiraje, promociones en locales relacionados a la estética Gimnasios, peluquerías, eventos de bailo terapia y spinning etc. Además de entrega de material descriptivo en áreas de alta circulación peatonal.

La Organización

Armonía, cuenta con una estructura muy bien organizada representada gráficamente a través de un organigrama de tipo vertical, la cual muestra la estructura organizativa del mismo.

¡Error!

Reclutamiento y Selección

Se procederá colocar los anuncios de solicitud de Personal a través de los periódicos de mayor circulación en la zona, colocando los requisitos exigidos de acuerdo al cargo, las personas interesadas serán entrevistadas directamente por los socios quienes tomaran la decisión de la selección del personal indicado.

Inducción

Durante la primera semana se entrenará al personal, suministrándole información referente a las características de la organización (visión, misión, valores, estructura, etc.) y sus procesos así como también la atención al paciente. También se les dará a conocer la descripción de su cargo donde se define las funciones, actividades y responsabilidades que debe asumir y desempeñar el nuevo empleado.

Descripción de Cargos

A continuación se presenta la información relevante sobre las responsabilidades, funciones y requisitos de los cargos que desempeñara el personal de Armonía.

Descripción del Cargo

Titulo: Medico con Post Grado en Medicina Estética

Reporta: Gerente Administrativo

Le reportan: Asistentes Corporales

Propósito general: atender a los pacientes y darle una respuesta medica al problema del sobrepeso, actuando directamente sobre sus causas y aplicando tratamientos según el estado general del mismo.

Titulo: Nutricionista

Reporta: Medico Especialista

Propósito general: atender a los pacientes en el área de nutrición y dietética.

Titulo: Asistente Corporal

Reporta: Medico Especialista

Propósito general: atender a los pacientes y prepararlos para la aplicación de tratamientos servir de apoyo al doctor.

Titulo: Terapeuta

Reporta: Gerente general.

Propósito general: aplicar tratamientos anti-stress.

Requisitos: estudios en el área de tratamientos anti-stress y mínimo dos años de experiencia.

Titulo: Masajista

Reporta: Gerente general

Propósito general: aplicar masajes corporales a los pacientes.

Requisitos: estudios en el área de tratamientos reductivos, masajes y mínimo dos años de experiencia.

Titulo: Recepcionista

Reporta: Gerente General

Propósito general: recibir a los pacientes, tomar nota de sus recomendaciones, controlar las reservaciones, entre otros.

Requisitos: estudiante universitaria, buena presencia, habilidad de relacionarse con el publico.

Plan Financiero

Inversión Inicial

Antes de comenzar a elaborar los estados financieros se determino la inversión inicial considerando lo siguiente:

Cuadro 13

Inversión Inicial

Bancos	22.000.000
Caja	3.000.000
Sueldos	12.804.750
Mobiliario y equipos	39.600.000
Gastos de constitución	2.700.000
Inventario de productos aplicados para adelgazar	12.000.000
Contrato de arrendamiento	5.600.000
Inventario de materiales de oficina	3.000.000
Mejoras de la propiedad arrendada	15.000.000
Total de la Inversión	**115.704.750**

Fuente: Elaborado por el autor. 2005

Para iniciar las actividades del negocio se necesita una inversión inicial de 115704750 Bs. Los socios van aportar el 60% del capital requerido y el resto será financiado.

Estado de Ganancias y Perdidas

Estimación de Ventas

Para la estimación de las consultas se considera que los pacientes van asistir 3 veces al mes, el cual realizara un pago por concepto en servicios en promedio de 50.000Bs, según los costos de consultorios con servicios similares y el numero de consultas se estima en 325 mensuales al inicio, lo que significa que se espera una frecuencia diaria de 13 pacientes, distribuidas entre días de semana y sábados mediodía.

Se estima que los clientes además de la consulta con el doctor, la asesoría de la nutricionista, se van a aplicar las recetas medicas indicadas para adelgazar y se van realizar algún tratamiento corporal o facial, como complemento a la dieta o régimen que le sugieren.

Costo de Ventas

El costo de ventas se encuentra conformado por todos aquellos gastos que influyan en el proceso productivo, los cuales fueron divididos en:

- Costos de insumos,
- Costos de personal,
- Otros costos.

Dentro de los costos de insumos, encontramos los costos por material medico (guantes, gasa), además de los costos de producto aplicados para adelgazar, para tratamientos corporales y faciales. Se estima que entre los costos de material son el 30% de los costos.

Por otra parte, tenemos los costos de personal, para ello se elaboró una nomina, donde se presenta de manera detallada cada uno del personal con su remuneraciones y retenciones establecidas por la ley, al igual que se prepara un provisión de los beneficios laborales.

Por ultimo tenemos los otros costos, en los cuales se incluyen los gastos de lavandería, material de oficina, etc. Los cuales se estiman en un 20% de los costos.

Gastos de Operación

Dentro de este rubro se colocaron todos aquellos gastos que intervienen en el funcionamiento del consultorio entre los cuales podemos mencionar:

Gastos de personal: donde se incluye todos los beneficios laborales (utilidades, vacaciones, bono vacacional, prestaciones sociales, etc.).

Alquileres: se elaboro un contrato por un año con el dueño del local donde se estableció una mensualidad fija de 1.400.000, este monto incluye el condominio y el servicio de electricidad. Al momento de realizar el contrato exigen tres meses de deposito.

Gastos de constitución: dentro de esto se consideran, los gastos de registro, patente, entre otros.

Publicidad: se manejan varios medios publicitarios, como son revistas, volantes, etc.

Intereses: de acuerdo al financiamiento se calculo a una tasa de interés anual de 17%, durante cinco años.

Gastos de depreciación: en donde se incluyen los gatos de depreciación de los activos que se utilizan en el proceso productivo.

Balance General

Activos

Como primer rubro, se encuentra el efectivo en caja y bancos, de acuerdo con política de los socios es de Bs. 3.000.000.

Inventarios, se considera tanto el material que necesita el doctor, las terapeutas y masajistas; como el material de oficina utilizado por la recepcionista y el gerente general.

Los activos fijos, se agrupan en un solo rubro denominado: Mobiliario y equipos, que contiene tanto el equipo de oficina, como los equipos de adelgazamiento, básculas, camillas.

La depreciación, se considera el utilizar el método lineal tomando una vida útil de 3 años para el dermocell y el resto de los equipos 10 años

Pasivos

Proveedores, son las deudas contraidas a corto plazo, para el suministro de los materiales y productos utilizados para adelgazar y los de oficina.

Gastos acumulados, se consideran las retenciones elaboradas a los trabajadores por la ley de política habitacional, Ince, Seguro Social, Paro Forzoso.

Otras obligaciones a largo plazo, se considera el crédito bancario, el cual fue solicitado a 5 años, con una amortización anual de Bs. 1.033.629

Capital

El capital suscrito por los socios, fue de Bs. 69.422.850, el aporte fue en efectivo.

Flujos de Caja

Se define como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos (NOF).

Ventas
- **Coste de las ventas**
- **Gastos generales**

= Margen operativo bruto (BAAIT)
- Amortización (*)

= **Beneficio antes de impuestos e intereses (BAIT)**
- **Impuestos**

= **Beneficio neto (BDT) (antes de intereses)**
+ **Amortización (*)**
- **Inversión en A. fijos**
- **Inversión en NOF (**)**

= **FCL**

(*): La amortización se resta inicialmente debido a la depreciación que sufre con el tiempo la inversión en inmovilizado (equipos, maquinaria...), por lo tanto debe recogerse anualmente como un coste a descontar de los beneficios antes de calcular los impuestos que se deben pagar. Pero para calcular el flujo de caja se vuelve a sumar de nuevo, ya que ese gasto no sale en realidad de caja.

(**): Necesidades operativas de fondos (NOF) = Caja + Clientes + Existencias –

Proveedores.

Si actualizamos los FCL, descontándolos al coste de capital, obtenemos el valor de la empresa.

Para nuestros efectos, los flujos anuales proyectados a periodo de 5 años los calculamos usando un supuesto de endeudamiento de 40% de la inversión inicial para así poder incluir en el cálculo de los flujos de caja amortizaciones de deuda y evidenciar que con la colocación de un adeuda, es rentable e importante la puesta en marcha de un consultorio de medicina estética. El flujo de caja proyectado es el siguiente:

Cuadro 14

Flujo de Caja Proyectado

Descripción	2005	2006	2007	2008	2009
Ingresos operativos	131.900.717	178.092.432	237.757.855	315.608.567	416.907.199
Gastos operativos	114.387.190	126.501.927	130.019.243	133.791.103	137.830.236
Margen operativo	17.513.527	51.590.504	107.738.612	181.817.464	279.076.963
Amortización +	9.256.380	9.256.380	9.256.380	9.256.380	9.256.380
Intereses +	2.360.377	5.507.546	3.933.962	2.360.377	786.792
Depreciación +	5.415.003	7.220.000	7.220.000	7.220.000	7.220.000
Total flujo de caja	**34.545.287**	**73.574.430**	**128.148.954**	**200.654.221**	**296.340.135**

Fuente: Elaborado por el autor. 2005.

Métodos para Analizar la Rentabilidad de una Inversión

1. **Valor Actual Neto (VAN):** Consiste en actualizar a valor presente los flujos de caja futuros que va a generar el proyecto, descontados a un cierto tipo de interés ("la tasa de descuento"), y compararlos con el importe inicial de la inversión. Como tasa de descuento se utiliza normalmente el coste promedio ponderado del capital

(cppc) de la empresa que hace la inversión (ver punto anterior)

$$VAN = - A + [FC1 / (1+r)^1] + [FC2 / (1+r)^2]+...+ [FCn / (1+r)^n]$$

Siendo:

A: desembolso inicial

FC: flujos de caja

n: número de años (1,2,...,n)

r: tipo de interés ("la tasa de descuento")

1/(1+r)^n: factor de descuento para ese tipo de interés y ese número de años

FCd.: flujos de caja descontados

Si VAN> 0: El proyecto es rentable.

Si VAN< 0: El proyecto no es rentable.

Este método se considera el más apropiado a la hora de analizar la rentabilidad de un proyecto.

Cuadro 15

Cálculo del VAN

Año	Flujos Anuales	Factor 17%	Valor Presente
0	115.704.750	1	115.704.750
1	34.545.287	1,17	29.525.886
2	73.574.430	1,37	53.747.118
3	128.148.954	1,60	80.012.434
4	200.654.221	1,87	107.079.135
5	296.340.135	2,19	135.164.040
			289.823.864

Fuente: Elaborado por el autor. 2005

En el cuadro encontramos el cálculo del VAN, reflejando que nos da un valor de 289.823.864 siendo un valor mayor que cero y aceptando que es rentable la puesta

en marcha del consultorio de Medicina Estética Armonía.

2. ***Tasa Interna de Retorno (TIR):*** Se define como la tasa de descuento o tipo de interés que iguala el VAN a cero.

VAN = - A + [FC1 / (1+r)^1] + [FC2 / (1+r)^2] +...+ [FCn / (1+r)^n] = 0

Si TIR> tasa de descuento (r): El proyecto es aceptable.

Si TIR< tasa de descuento (r): El proyecto no es aceptable.

Este método presenta más dificultades y es menos fiable que el anterior, por eso suele usarse como complementario al VAN.

Si suponemos que para el ejemplo de la imagen la tasa de descuento (r) que tiene la empresa es del 17%, podemos decir que como el TIR es mayor que la tasa de descuento de la empresa (79%>17%) este proyecto sería considerada rentable para la empresa.

Cuadro 16

Tasa Interna de Retorno

Tasa Interna de Retorno 1. Flujos Totales/ Años Proyectados	733.263.027 5	146.652.605
2. Inv. Inic/ flujos totales prom	115.704.750 146.652.605	0,79

BIBLIOGRAFÍA

Ary, D. y CH., Jacobs (1989). ***Introducción a la Investigación Pedagógica.*** México: McGraw Hill.

Baca, G. (1995). ***Evaluación de Proyectos***. (3ª. ed.) México: Mc Graw- Hill.

Barrios, Y. (1990). ***Manual de Trabajos de Maestría y Tesis Doctorales***. Caracas. Editado por el Vicerrectorado de Investigación y Postgrado, Instituto de Investigaciones Educativas, U.P.E.L.

Camacho, I., Cedeño, G. y otros (1997). ***Investigación Técnica***. Universidad Santa María, Economía. Caracas-Venezuela.

Castro, Jiménez (1963). Citado por MELINKOFF, R. V. (1990). ***Los Procesos Administrativos.*** Caracas: Panapo.

Chiavenato (1992). ***Introducción a la Teoría General de la Administración***. (23ª. ed.). México: Me Graw-Hill.

Conindustria (2003). ***Encuesta de Coyuntura Industrial.*** (3er. Trimestre). Perspectivas Finales de Año.

Fondo de Crédito Industrial. (1996). ***Manual para la Formulación y Créditos Industriales.***

Fontaine, Ernesto (1971). ***Formulación y Evaluación de Proyectos***.

Hernández S., R., Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (1998). ***Metodología de la Investigación***. (2ª. ed.). México: Mc Graw Hill,.

Koontz, H. y Weitirich, H. (1994). ***Administración (una Perspectiva-Global)***. México: Mc Graw-Hill.

Melinkoff, R. V. (1990). ***Los Procesos Administrativos***. Caracas: Panapo.

Méndez, C. (1992). ***Trabajos de Investigación en Economía, Contaduría, Administración***. México. Editorial Mc Graw Hill.

Mochón, F. (1993). ***Economía Teoría y Política.*** (3ª. ed.) España: Mc Graw - Hill.

Paredes Aecila, Jesús M. (1988). ***Estudio Económico Financiero y de Mercado de Industria Metalmecánica Guslore, S.R.L.*** Economista.

Pereira, J. (1996). ***Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión.*** Caracas: Universidad Católica Andrés Bello.

República de Venezuela (1999). ***Gaceta Oficial Nº 5372***, "Lineamientos de la Organización Mundial del Comercio". Agosto, 11, 1999.

Romero Velasco, Maribel (1999). ***Lineamientos para la Evaluación de los Proyectos de Inversión del Sector Industrial.*** Universidad Santa María Especialidad en Finanzas.

Sapag, N. y Sapag, R. (1987). ***Preparación y Evaluación de Proyectos.*** Colombia: Mc Graw- Hill.

Tamayo y Tamayo, Mario (1993). ***El Proceso de la Investigación Científica.*** (2ª. Ed.) Editorial Limusa.

Universidad Nacional Abierta (1995). ***Técnica de Documentación e Información*** (3ª. ed.). Caracas: Universidad Nacional Abierta.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Vicerrectorado de Investigación y Postgrado (2004). ***Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría* y *Tesis Doctorales.*** Caracas: FEDEUPEL.

A N E X O S

ANEXO A

ENCUESTA

SEXO
FEMENINO_____
MASCULINO_____

RANGO DE EDAD

DE 15 A 25
DE 26 A 35
DE 36 A 45
DE 46 EN ADELANTE

1. **Conoce usted algún consultorio de medicina estética en el CCCT**

   SI _____ NO _____

2. **Que es lo primero que busca en un consultorio de medicina estética**

   Un ambiente agradable_____

   Un servicio de primera_____

   Un medico reconocido_____

   Todas las anteriores _____

3. **Cual de los siguientes consultorio de medicina estética ha visitado UD:**

   Centro Fast _____

   Dr Gabriel Medina_____

   Dr Jorge León_____

   Otros_____

   Ninguno_____

4. **Con que frecuencia visita Ud. estos consultorios**

Diaria _____

Semanal_____

Quincenal_____

Mensual _____

No los Visita _____

5. **Considera UD que los servicios ofrecidos en estos consultorios son:**

Excelente _____

Buenos _____

Regular _____

Malos_____

6. **Que importancia le da UD. A ser atendido por un doctor con post grado en medicina estética.**

Alta _____

Media _____

Baja _____

Ninguna _____

7. **Le gustaría acudir a un consultorio de medicina estética en donde además de los tratamientos para al perdida de peso, se ofrezcan servicios, para el cuerpo: masajes, parafangoterapia y drenaje linfático, entre otros:**

SI_____

NO_____

8. **Le gustaría acudir a un consultorio de medicina estética en donde además de los servicios anteriores, también se ofrezcan los siguientes tratamientos faciales: cosmetología medica, vacuna antivejez y botox:**

SI_____ NO_____

9. **Considera UD. Que el CCCT es un buen sitio para un consultorio de medicina estética.**

SI _____ NO _____

10. **Por que considera que el CCCT es un buen lugar para el consultorio:**

Por su Ubicación_____

Por su Estructura_____

Por los Servicios que Ofrece_____

Por su Estilo _____

ANEXO B

NÓMINA MENSUAL

Costo de Personal												
Empleados	**Q**	**Salarios**	**Monto**	**LPH Empresa**	**LPH Retención**	**SSO Empresa**	**SSO Retención**	**Paro Forzoso Empresa**	**Para Forzoso Retención**	**INCE**	**Efectivo**	**Retenciones**
Area Administrativa												
Gerente General	1	800.000	800.000	16.000	8.000	72.000	32.000	13.600	4.000	16.000	756.000	44.000
Recepcionista	1	350.000	350.000	7.000	3.500	31.500	14.000	5.950	1.750	7.000	330.750	19.250
												0
Area salud												0
Medico Especialista	1	8.000.000	8.000.000	160.000	80.000	720.000	320.000	136.000	40.000	160.000	7.560.000	440.000
Nutricionista	1	800.000	800.000	16.000	8.000	72.000	32.000	13.600	4.000	16.000	756.000	44.000
Masajista	2	900.000	1.800.000	36.000	18.000	162.000	72.000	30.600	9.000	36.000	1.701.000	99.000
Terapeuta	2	900.000	1.800.000	36.000	18.000	162.000	72.000	30.600	9.000	36.000	1.701.000	99.000
Asistente corporal	2	350.000	700.000	14.000	7.000	63.000	28.000	11.900	3.500	14.000	661.500	38.500
Total		**11.750.000**	**13.550.000**	**271.000**	**135.500**	**1.219.500**	**542.000**	**230.350**	**67.750**	**271.000**	**12.804.750**	**783.750**

ANEXO C

PROVISIÓN DE BENEFICIOS LABORALES

Empleados	Cant.	Salarios	Utilidades	Bono Vacacional	Vacaciones	Antigüedad	Doble Indemnización	Preaviso	Total	Retenciones
Area Administrativa										
Gerente General	1	800.000	100.000	35.520	33.280	155.920	77.920	16.000	418.640	44.000
Recepcionista	1	350.000	43.750	15.540	14.560	68.215	34.090	7.000	183.155	19.250
Area Salud										
Medico Especialista	1	8.000.000	1.000.000	355.200	332.800	1.559.200	779.200	160.000	4.186.400	440.000
Nutricionista	1	800.000	100.000	35.520	33.280	155.920	77.920	16.000	418.640	44.000
Masajista	1	900.000	112.500	39.960	37.440	175.410	87.660	18.000	470.970	99.000
Terapeuta	1	900.000	112.500	39.960	37.440	175.410	87.660	18.000	470.970	99.000
Masajista	1	900.000	112.500	39.960	37.440	175.410	87.660	18.000	470.970	99000
Terapeuta	1	900.000	112.500	39.960	37.440	175.410	87.660	18.000	470.970	99.000
Asistente Corporal	1	350.000	43.750	15.540	14.560	68.215	34.090	7.000	183.155	38.500
Asistente Corporal	1	350.000	43.750	15.540	14.560	68.215	34.090	7.000	183.155	38.500
								TOTAL	**7.457.025**	**1.020.250**

ANEXO D

EQUIPOS

Equipos	Cantidades	Precio Unitario	Monto
Dermocell	2	1.500.000	3.000.000
Camillas	6	500.000	3.000.000
Básculas	3	1.200.000	3.600.000
Mobiliario	3	3.000.000	9.000.000
Equipos de Oficina	3	3.000.000	9.000.000
Equipos Médicos	1	12.000.000	12.000.000
Total Mobiliario y Equipos			**39.600.000**

ANEXO E

DEPRECIACIÓN DE EQUIPOS

Depreciación Equipos	Línea Recta	3 años el Dermocell y el resto a 10 años	
Equipos	**Precio Unitario**	**Depreciación Mensual**	**Depreciación Anual**
Dermocell	15.000.000		
Depreciación Mensual		416.667	5000000
Mobiliario y equipo de oficina	18.000.000		
Depreciación Mensual		150.000	1800000
Camillas	3.000.000		
Depreciación Mensual		25.000	300000
Básculas	1.200.000		
Depreciación Mensual		10.000	120000
Total Depreciación		**601.667**	**7220000**

ANEXO F

ESTADO DE GANANCIAS Y PÉRDIDAS

ARMONÍA

Al 31 de Diciembre de 2005

Descripción	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.	Saldo anual
Prec. Prom. Consulta-tratamientos	60.000	60.000	60.000	65.000	65.000	65.000	70.000	70.000	70.000	65.000
Prom. De consultas al mes 8 supuesto cada paciente asiste 3 veces al mes promedio)	325	364	408	457	511	573	641	718	805	4.802
Ingreso mensual consulta	19.500.000	21.840.000	24.460.800	29.679.104	33.240.596	37.229.468	44.904.466	50.293.002	56.328.162	
Total ingresos	19.500.000	21.840.000	24.460.800	29.679.104	33.240.596	37.229.468	44.904.466	50.293.002	56.328.162	317.475.599
Costo de insumos	2.925.000	2.730.000	3.057.600	3.709.888	4.155.075	4.653.684	5.613.058	6.286.625	7.041.020	40.171.950
Costo de personal	12.804.750	12.804.750	12.804.750	12.804.750	12.804.750	12.804.750	12.804.750	12.804.750	12.804.750	115.242.750
Otros costos	1.852.500	2.074.800	2.323.776	2.819.515	3.157.857	3.536.799	4.265.924	4.777.835	5.351.175	30.160.182
Total costos	17.582.250	17.609.550	18.186.126	19.334.153	20.117.681	20.995.233	22.683.733	23.869.210	25.196.946	185.574.882
Utilidad bruta	1.917.750	4.230.450	6.274.674	10.344.951	13.122.915	16.234.235	22.220.734	26.423.792	31.131.217	131.900.717
Gastos de personal	7.407.725	7.407.725	7.407.725	7.407.725	7.407.725	7.407.725	7.407.725	7.407.725	7.407.725	66.669.525
Alquiler	5.600.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	1.400.000	16.800.000
Gastos de constitución	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	2.700.000
Intereses	262.264	262.264	262.264	262.264	262.264	262.264	262.264	262.264	262.264	2.360.377
Gastos de depreciación	601.667	601.667	601.667	601.667	601.667	601.667	601.667	601.667	601.667	5.415.003

ANEXO F (cont.)

Descripción	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Octubre	Nov.	Dic.	Saldo anual
Amortización	771.365	771.365	771.365	771.365	771.365	771.365	771.365	771.365	771.365	6.942.285
Publicidad	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	1.500.000	13.500.000
Total gastos	16.443.021	12.243.021	12.243.021	12.243.021	12.243.021	12.243.021	12.243.021	12.243.021	12.243.021	114.387.190
Misceláneos	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000	3.600.000
Total otros egresos	**400.000**	**400.000**	**400.000**	**400.000**	**400.000**	400.000	**400.000**	**400.000**	**400.000**	**3.600.000**
Gastos, ingresos y egresos	-14.925.271	-8.412.571	-6.368.347	-2.298.070	479.894	3.591.214	9.577.712	13.780.770	18.488.195	13.913.527

ANEXO G

BALANCE GENERAL

Armonía
Al 31 de Diciembre de 2005

Descripción	Saldo Inicial	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
ACTIVOS								
Efectivo en caja					3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Efectivo en banco	115.704.750	114.671.121	74.037.492	73.003.863	55.666.880	62.767.868	65.400.380	70.058.945
Total Efectivo Caja y Bancos	115.704.750	114.671.121	74.037.492	73.003.863	58.666.880	65.767.868	68.400.380	73.058.945
Inventario de productos aplicados para adelgazar					12.000.000	10.000.000	11.000.000	11.500.000
Inventario de equipos de oficina					3.000.000	2.500.000	2.000.000	3.000.000
Total Inventarios					15.000.000	12.500.000	13.000.000	14.500.000
mobiliario y equipos			39.600.000	39.600.000	39.600.000	39.600.000	39.600.000	39.600.000
Depreciación acumulada					601.667	1.203.334	1.805.001	2.406.668
Total Equipos			39.600.000	39.600.000	38.998.333	38.396.666	37.794.999	37.193.332
Total Activos	115.704.750	114.671.121	113.637.492	112.603.863	112.665.213	116.664.534	119.195.379	124.752.277
PASIVOS								
Proveedores					15.000.000	12.500.000	13.000.000	14.500.000
Obligaciones a largo plazo	46.281.900	45.248.271	44.214.642	43.181.013	42.147.384	41.113.755	40.080.126	39.046.497
Gastos acumulados					1.020.250	2.040.500	3.060.750	4.081.000
Total Pasivos	46.281.900	45.248.271	44.214.642	43.181.013	58.167.634	55.654.255	56.140.876	57.627.497
Capital	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850
Utilidad o perdida en el ejercicio					-14.925.271	-8.412.571	-6.368.347	-2.298.070
Total Patrimonio	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850	54.497.579	61.010.279	63.054.503	67.124.780
Total Pasivos y Patrimonio	115.704.750	114.671.121	113.637.492	112.603.863	112.665.213	116.664.534	119.195.379	124.752.277

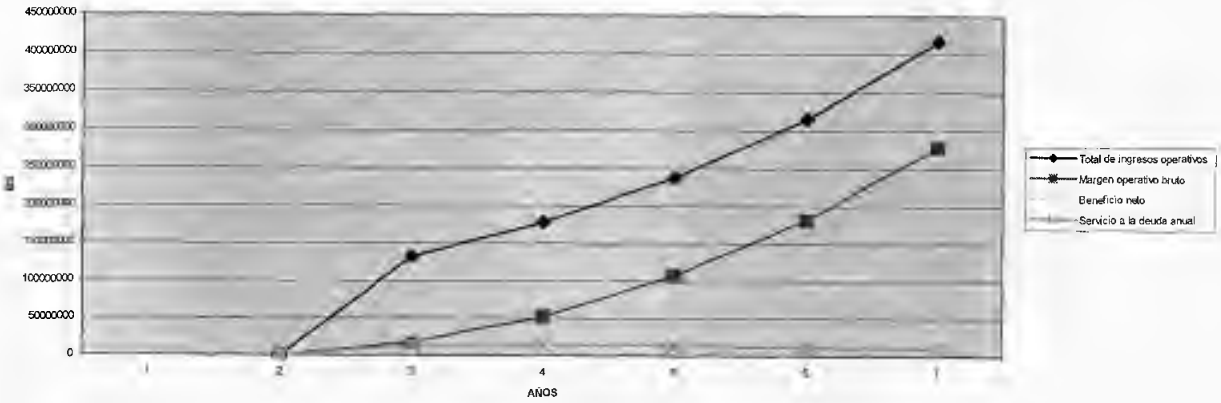
ANEXO G (cont.)

Descripción	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Saldo Año
ACTIVOS						
Efectivo en caja	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Efectivo en banco	73.425.197	77.124.805	83.699.591	88.490.938	93.786.651	93.786.651
Total Efectivo Caja y Bancos	76.425.197	80.124.805	86.699.591	91.490.938	96.786.651	96.786.651
Inventario de productos aplicados para adelgazar	11.500.000	12.000.000	12.000.000	13.000.000	13.000.000	13.000.000
Inventario de equipos de oficina	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Total Inventarios	14.000.000	14.500.000	14.500.000	15.500.000	15.500.000	15.500.000
mobiliario y equipos	39.600.000	39.600.000	39.600.000	39.600.000	39.600.000	39.600.000
Depreciación acumulada	3.008.335	3.610.002	4.211.669	4.813.336	5.415.003	5.415.003
Total Equipos	36.591.665	35.989.998	35.388.331	34.786.664	34.184.997	34.184.997
Total Activos	127.016.862	130.614.803	136.587.922	141.777.602	146.471.648	146.471.648
PASIVOS						
Proveedores						
Obligaciones a largo plazo	14.000.000	14.500.000	14.500.000	15.500.000	15.500.000	15.500.000
Gastos acumulados	38.012.868	36.979.239	35.945.610	34.911.981	33.878.352	33.878.352
Total Pasivos	5.101.250	6.121.500	7.141.750	8.162.000	9.182.250	9.182.250
Capital	57.114.118	57.600.739	57.587.360	58.573.981	58.560.602	58.560.602
Utilidad o perdida en el ejercicio	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850	69.422.850
Total Patrimonio	479.894	3.591.214	9.577.712	13.780.770	18.488.195	13.913.527
Total Pasivos y Patrimonio	69.902.744	73.014.064	79.000.562	83.203.620	87.911.045	87.911.045
	127.016.862	130.614.803	136.587.922	141.777.601	146.471.647	146.471.647

ANEXO H

COSTO DE LA DEUDA

Financiamiento	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	115.704.750					
% recursos propios	60%					
% financia con deuda	40%					
Importe inicial de la deuda	46.281.900					
Plazo de amortización (años)	5					
Principal a amortizar anualmente		9.256.380	9.256.380	9.256.380	9.256.380	9.256.380
Importe de la deuda a final de cada año		37.025.520	27.769.140	18.512.760	9.256.380	0
Importe medio de la deuda en cada año		18.512.760	32.397.330	23.140.950	13.884.570	4.628.190
Tipo de interés de la deuda		17%	17%	17%	17%	17%
Interés anual		**3.147.169**	**5.507.546**	**3.933.962**	**2.360.377**	**786.792**
Servicio a la deuda anual (Interés + principal)		**12.403.549**	**14.763.926**	**13.190.342**	**11.616.757**	**10.043.172**

ANEXO I

RESULTADOS