



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Viabilidad de Mercado Para la Creación de un Spa en la Ciudad de
Talara, 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO DE PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Rosio Ojeda, Carlos Francisco Jair (ORCID 0000-0002-3904-3185)

ASESOR:

Castillo Palacios, Freddy William (ORCID 0000-0001-5815-6559)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Marketing

PIURA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A Dios por ser mi guía en el desarrollo de este proyecto y a todas aquellas personas que me apoyaron a lo largo de mi carrera:

A mi padre Carlos Rosio Carrillo, quien a lo largo de toda mi vida me apoyado alentado en mi formación personal y profesional.

A mi ángel que regreso al cielo antes de lo esperado, a la memoria de mi madre Teófila, quien cerró sus ojos antes de ver su sueño realizado, a ella esta tesis por su apoyo, ayuda y sacrificio desde el inicio de mi carrera.

A Miriam Rosio Carrillo, quien me apoyado en todo momento

A Eduardo Rosio Carrillo, quien me apoyo constantemente, preocupándose por mi formación personal y académica.

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la oportunidad de vivir muchas experiencias de las cuales aprendí mucho, por ser mi guía y fortaleza en este camino para salir adelante y no decaer.

A mi padre, que se preocupó por mi bienestar y educación brindándome su apoyo en todo momento para lograr mis metas propuestas.

A mi tío Eduardo; que, junto a mi padre, me apoyaron para seguir adelante en mi formación.

A mis profesores de la Universidad César Vallejo, por todo su apoyo, enseñanza y disposición.

A esta prestigiosa universidad la cual me abrió sus puertas preparándome para un futuro competitivo.

ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	14
3.2. Variables, Operacionalización	14
3.3. Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	15
3.5. Procedimientos	15
3.6. Métodos de análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	16
IV. RESULTADOS.....	17
V. DISCUSIÓN	56
VI. CONCLUSIONES.....	60
VII. RECOMENDACIONES	62
REFERENCIAS	63
ANEXOS.....	66

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 01: SEXO.....	17
TABLA N°02: EDAD.....	18
TABLA N°03: NIVEL DE INGRESOS.....	18
TABLA N°04: ¿TIENE UD. CONOCIMIENTO DE LO QUE ES UN SPA?	19
TABLA N°05: ¿QUE ES PARA UD. UN SPA?	20
TABLA N°06: ¿QUÉ DIAS DE LA SEMANA SUELE ASISTIR?	21
TABLA N°07: ¿QUÉ LE MOTIVA ACUDIR A UN SPA?	22
TABLA N°08: ¿SE ENCUENTRA SATISFECHO CON LA ATENCIÓN DEL SPA DONDE ASISTE?	23
TABLA N°09: ¿CON QUIEN SUELE ASISTIR AL SPA?.....	24
TABLA N°10: ¿QUÉ TIPO DE SERVICIOS LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN UN SPA?.....	25
TABLA N°11: ¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA DE MAYOR IMPORTANCIA PARA ACUDIR A UN SPA?	26
TABLA N°12: ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR POR LOS SERVICIOS OFRECIDOS EN UN SPA?	27
TABLA N°13: ¿A TRAVÉS DE QUE MEDIO LE GUSTARÍA INFORMARSE SOBRE EL SPA?.....	28
TABLA N°14: ¿DÓNDE LE GUSTARÍA QUE ESTE UBICADO EL SPA?	29
TABLA N°15: ¿EN CUANTO A LA INFRAESTRUCTURA QUE ASPECTO ES MAS IMPORTANTE?.....	30
TABLA N°16: ¿LE AGRADARÍA QUE EL SPA TENGA SUSCRIPCIÓN MENSUAL PARA HACER USO DE PAQUETES DE SERVICIOS?.....	31
TABLA N°17: ¿QUÉ MEDIO DE PAGO ES EL QUE MÁS UTILIZA?	31
TABLA N°18: NIVEL DE INGRESOS / DISPOSICIÓN DE PAGO.....	33
TABLA N°19: NIVEL DE INGRESOS / MEDIO DE INFORMACIÓN	34
TABLA N° 20: NIVEL DE INGRESO PROMEDIO / MEDIO DE PAGO	35

TABLA N° 21: NIVEL DE INGRESOS PROMEDIO / UBICACIÓN DE SPA	36
TABLA N° 22: ¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE VISITÓ UN SPA?.....	38
TABLA N° 23: ¿ESTARÍA DISPUESTO A ASISTIR A UN SPA QUE REÚNA TODOS SUS REQUERIMIENTOS?.....	38

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar la viabilidad de mercado para la creación de un spa en la ciudad de Talara. La metodología de esta investigación es observacional – analítica de tipo descriptiva y con enfoque mixto, mediante un diseño no experimental y transversal; la población de estudio fue de 16464 personas en la ciudad de Talara; donde la muestra de estudio obtenida fue de 375 encuestas. Las técnicas de análisis de datos fueron encuesta, guía de entrevista y focus group. Dentro de las principales conclusiones se concluye que las características de la demanda reflejan que el género femenino es el que más demanda este servicio, el rango de edad se establece entre 20 a 35 años, el nivel de ingreso se encuentra entre S/ 750.00 a S/ 1000.00, el spa debe contar con servicios de gimnasio y tratamientos faciales, el precio aceptado está comprendido entre S/. 15.00 a S/. 60.00 nuevos soles, las instalaciones del spa debe contar con ambientes tranquilos y una buena distribución de ambientes. El nivel de demanda de acuerdo a los resultados de la encuesta es de 92,8% por lo que obteniendo una demanda de 15 279 clientes potenciales, además se determinó que la frecuencia de asistencia es semestralmente o mensualmente; por otro lado se identificó que no existe oferta directa y que la oferta indirecta anual es de aproximadamente 8580 clientes. Finalmente se determinó que el balance demanda oferta, existe una considerable demanda potencial de 6699 clientes, lo que, de acuerdo a la proyección de 05 años, resulta 7076 clientes.

Palabras clave: Viabilidad, estudio de mercado

ABSTRACT

The present research was to determine the market feasibility for creating a spa in the city of Talara. The methodology of this research is observational - descriptive and quantitative analytical type, using a non-experimental, cross-sectional design; the study population was 16464 people in the city of Talara; where the study sample was obtained from 375 surveys. Analysis techniques were survey data, interview guide and focus group. Among the key findings concluded that the demand characteristics ruts that the female gender is the most demand this service, the age range is between 20 to 35 years, the level of income is between S / S 750.00 to / 1000.00, the SPA must have gym services and facials, the price accepted is between S /. 15.00 S /. 60.00 soles Spa facilities must have a good quiet environments and distribution environments. The level of demand according to the results of the survey is 92.8% so obtaining a demand for 15 279 potential customers and determined that the frequency is semi-annually or monthly assistance; on the other hand was identified that there is no direct supply and the annual indirect offer is approximately 8580 customers. Finally it was determined that the supply demand balance, there is considerable unmet demand for 6699 customers, according to the projection of 05 years, is 7076 customers.

Keywords: feasibility, market research