

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES.

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**



TÍTULO “ESTUDIO DE VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UN SPA EXCLUSIVO PARA VARONES EN LA CIUDAD DE SULLANA”

**TESIS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL
DE LICENCIADO: EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

CASTILLO CARLIN PIERINA ISABEL

ASESORES:

MAG LUIS PACHECO SÁNCHEZ

DR. RICARDO BAYONA ESPINOZA

LINEA DE INVESTIGACIÓN EMPRENDIMIENTO

PIURA – PERÚ

2012

PRESENTACIÓN
SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO

De acuerdo con el CAPÍTULO II del artículo 15° del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Piura, y de la escuela profesional de Administración, de optar el grado de Licenciado en Administración.

Sostenemos a vuestro criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

**“ESTUDIO DE VIABILIDAD Y FACTIBILIDAD PARA LA
INSTALACIÓN DE UN SPA EXCLUSIVO PARA VARONES EN LA
CIUDAD DE SULLANA”**

Con la convicción que se le otorga el valor justo y mostrando apertura a sus observaciones, agradecemos por anticipado las sugerencias y apreciaciones que se brinda a la investigación.

SECRETARIO

VOCAL

PRESIDENTE

DEDICATORIA

Al Señor Cautivo de Ayabaca

Por ser la fortaleza. , porque a pesar de las dificultades que pueda tener, sé que siempre estás ahí, y que no me abandonas, gracias por escucharme , ayudarme, por darme la fuerza necesaria todos los días para seguir adelante y la sabiduría para tener la fe suficiente en ti ...Gracias señor.

A mis Padres

Porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A mis maestros

Lic. Nélida Rodríguez de Peña por su gran apoyo y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de esta tesis; MAG Luis Sánchez Pacheco por su apoyo ofrecido en este trabajo; por su tiempo compartido y por impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

AGRADECIMIENTO

A Dios que me ha heredado el tesoro más valioso que puede dársele a un hijo "sus padres".

A mis padres Julio e Isabel, quienes con esfuerzo alguno sacrificaron gran parte de su vida para educarme.

A mis maestros por el tiempo, apoyo, comprensión y motivación para la culminación de nuestros estudios profesionales y para la elaboración de mi tesis.

Y a todas aquellas personas que comparten conmigo este triunfo.

Gracias.

INDICE

CARATULA	i
PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE	v
INDICE DE FIGURAS	ix
INDICE DE CUADROS	ix
INDICE DE TABLAS	x
INDICE DE GRAFICOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.1.1 Planteamiento del Problema	16
1.1.2 Formulación del Problema	17
1.1.2.1. Pregunta de Investigación	18
1.1.3. Justificación	18
1.1.4. Antecedentes	19
1.1.5. Objetivos	22
1.1.5.1. Objetivo General	22
1.1.5.2. Objetivos Específicos	22
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	23
2.1 MARCO REFERENCIAL	23
2.1.1 Proyecto de Inversión	23
2.1.2 Viabilidad de un Proyecto	27
2.1.3 Fases de un Proyecto	28
2.2 MARCO CONCEPTUAL	38

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	42
3. MARCO METODOLÓGICO	42
3.1. Hipótesis	42
3.1.1 Hipótesis General	42
3.1.2 Hipótesis Específicas	42
3.2. Variables	43
3.2.1. Definición Conceptual	43
3.2.2. Definición Operacional	43
3.2.3. Indicadores	44
3.3. Metodología	45
3.3.1. Tipo de estudio	45
3.3.2. Diseño de Estudio	45
3.4. Población y Muestra	45
3.4.1. Población	45
3.4.2. Muestra	45
3.5. Métodos de Investigación	46
3.6. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	46
3.7. Métodos de Análisis de Datos	46
CAPITULO IV: RESULTADOS	47
4.1 Estudio de Mercado	47
4.1.1 Definición del ámbito del mercado	47
4.1.2 Definición del Servicio	48
4.1.3 Ubicación geográfica del Servicio	48
4.1.4 Análisis de la demanda	48
4.1.4.1 Universo población	48
4.1.4.2 Tamaño de muestra y encuesta	49
4.1.5 Proyección de la demanda	68
4.1.6 Análisis de la oferta	69
4.1.7 Balance Demanda-Oferta	69
4.1.8 Análisis de precios	70
4.3.1.9 Estrategias de marketing	71

4.2	ESTUDIO TECNICO- OPERATIVO	73
4.2.1	Tamaño del proyecto	73
4.2.1.1	Medición del Tamaño	73
4.2.1.2	Tecnología	73
4.2.1.3	Capacidad de Inversión	73
4.2.2	Localización	74
4.2.2.1	Factores de localización	74
4.2.2.2	Selección de la localización	74
4.2.3	Ingeniería del producto	75
4.2.3.1	Servicio	75
4.2.3.2	Proceso	76
4.2.3.3	Requerimientos	78
4.2.3.4	Cronograma de actividades	81
4.2.4	Organización	81
4.2.4.1	Tipo de organización	81
4.2.4.2	Organigrama	82
4.2.4.3	Funciones de los Puestos	83
4.2.4.4	Aspectos legales	88
4.3	ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO	93
4.3.1	Inversión	93
4.3.1.1	Inversión Fija	93
4.3.1.1	Capital de Trabajo	93
4.3.2	Financiamiento	97
4.3.3	Presupuesto de ingresos y egresos	99
4.3.3.1	Presupuesto de Ingresos	99
4.3.3.2	Presupuesto de egresos	99
4.3.3.3	Punto de equilibrio	103
4.3.4	Estados financieros proyectados	105
4.3.4.1	Balance Inicial	105
4.3.4.2	Estado de pérdidas y ganancias	105
4.3.5	Evaluación económica y financiera	106
4.3.5.1	Flujo de Caja	107

4.3.5.2 Evaluación Financiera	
4.3.6 Análisis de sensibilidad	110
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
CAPÍTULO VII: REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA Y ANEXOS	
5. DISCUSIÓN	
6. CONCLUSIONES	113
7. SUGERENCIAS	114
8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	115
9. ANEXOS	117

INDICE DE CUADROS, FIGURAS, GRÁFICOS Y TABLAS

FIGURA N° 01	FASES DE UN PROYECTO	28
FIGURA N° 02	FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	30
FIGURA N° 03	DEFINICION DEL PRODUCTO O SERVICIO	31
FIGURA N° 04	TRANSFORMACION USANDO TECNOLOGIA	32
FIGURA N° 05	DEFINIR TAREAS	33
FIGURA N° 06	ESTUDIO LEGAL – REGISTRO DE MARCAS	34
FIGURA N° 07	ESTUDIO ECONOMICO–PRONOSTICO DE VENTAS	35
FIGURA N° 08	FLUJO DEL PROCESO DEL SERVICIO DEL SPA	77
CUADRO N° 01	DATOS PARA LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	68
CUADRO N° 02	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	68
CUADRO N° 03	BALANCE DEMANDA-OFERTA	69
CUADRO N° 04	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	69
CUADRO N° 05	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POR SERVICIO	70
CUADRO N° 06	PRECIOS DE LOS SERVICIOS EN NUEVOS SOLES	70
CUADRO N° 07	SELECCIÓN DE LA LOCALIZACIÓN	75
CUADRO N° 08	DATOS PARA LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	76
CUADRO N° 09	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	81
CUADRO N° 10	OBRAS CIVILES	93
CUADRO N° 11	MAQUINARIAS Y EQUIPO	94
CUADRO N° 12	MUEBLES Y ENSERES	95
CUADRO N° 13	EQUIPOS COMPLEMENTARIOS	95
CUADRO N° 14	INVERSION DE INTANGIBLES	95
CUADRO N° 16	INSUMOS	96
CUADRO N° 16	CAJA Y BANCOS	96
CUADRO N° 17	MATERIALES DE LIMPIEZA	96
CUADRO N° 18	INVERSIÓN TOTAL	97
CUADRO N° 19	SERVICIO DE LA DEUDA	99
CUADRO N° 20	PRESUPUESTO DE INGRESOS	99
CUADRO N° 21	MANO DE OBRA DIRECTA	99
CUADRO N° 22	MATERIA PRIMA	100

CUADRO N° 23	COSTOS DE PRODUCCIÓN	100
CUADRO N° 24	GASTOS ADMINISTRATIVOS	101
CUADRO N° 25	GASTOS DE VENTA	101
CUADRO N° 26	GASTOS GENERALES	101
CUADRO N° 27	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	102
CUADRO N° 28	DEPRECIACION	103
CUADRO N° 29	AMORTIZACIONES	103
CUADRO N° 30	VENTAS DE PUNTO DE EQUILIBRIO IGUAL A COSTO TOTAL POR SERVICIO	104
CUADRO N° 31	BALANCE INICIAL EN NUEVOS SOLES (S/)	105
CUADRO N° 32	ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS (S/.)	106
CUADRO N° 33	TASA DE DESCUENTO	106
CUADRO N° 34	FLUJO DE CAJA	108
CUADRO N° 35	INDICADORES DE RENTABILIDAD	109
CUADRO N° 36	FLUJO DE CAJA DE SENSIBILIDAD	111
TABLA N° 01	CARACTERISTICAS GENERALES DE LOS ENCUESTADO	49
TABLA N° 02	ESTABLECIMIENTOS DE SALUD O ESTETICA QUE VISITAN LOS ENCUESTADOS	50
TABLA N° 03	ENCUESTADOS DE ACUERDO A SU ASISTENCIA A UN SPA EN RELACION CON SU EDAD Y CONDICION LABOR	51
TABLA N° 04	SPA QUE LOS ENCUESTADOS USAN	52
TABLA N° 05	RAZONES POR LAS QUE LOS ENCUESTADOS VISITAN UN SPA	53
TABLA N° 06	FRECUENCIA CON LA QUE LOS ENCUESTADOS ASISTEN A UN SPA	54
TABLA N° 07	HORARIO EN EL QUE LOS ENCUESTADOS ASISTEN A UN SPA	55
TABLA N° 08	PERSONA QUE LO ATENDIO EN EL SPA	56
TABLA N° 09	FORMAS DE PAGO QUE UTILIZAN PARA CANCELAR EL SERVICIO	57

TABLA N° 10	EL SPA QUE FRECUENTA ACTUALMENTE. ¿SATISFACE TODA SUS NECESIDADES?	58
TABLA N° 11	SERVICIO QUE LOS ENCUESTADOS HAN RECIBIDO EN UN SPA	59
TABLA N° 12	SERVICIOS QUE LOS ENCUESTADOS PREFIEREN EN UN Spa	60
TABLA N° 13	ACUDIRIA A UN NUEVO SPA EXCLUSIVO PARA VARONES CON TODOS LOS SERVICIOS QUE UD REQUI	61
TABLA N° 14	LUGAR EN DONDE LE GUSTARIA SE ENCUENTRE UBICADO EL NUEVO SPA	62
TABLA N° 15	MEDIOS DE COMUNICACION POR LOS QUE LES GUSTARIA ENTERARSE DEL NUEVO SPA	63
TABLA N° 16	MONTO QUE A LOS ENCUESTADOS LES GUSTARIA PAGAR POR LOS SERVICIOS DEL NUEVO SPA	64
TABLA N° 17	ASPECTOS DE MAYOR IMPORTANCIA PARA ASISTIR A UN SPA	65
GRAFICO N° 01	PLANO DE DISTRIBUCIÓN	79
GRAFICO N° 02	ORGANIGRAMA DE SPA	82
ANEXO N° 01	FICHA TÉCNICA	118
ANEXO N° 02	ENCUESTA	120
ANEXO N° 03	ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD	125
ANEXO N° 04	MATRIZ DE CONSISTENCIA	126
ANEXO N° 05	CUADROS FINANCIEROS	127
ANEXO N° 06	PLANOS DEL SPA	129

RESUMEN

Ante el creciente incremento de turistas debido a la estabilidad económica y política que vive el país y al tener en el Perú una maravilla del mundo, se identifican oportunidades de negocio para brindarle al turista y más aún nuestro arte donde se plasma la cultura y tradición de los pueblos que los turistas aprecian y que no escatiman en el precio para llevarse un recuerdo de su visita al Perú.

La técnica e instrumento empleado fue la encuesta, la que permitió obtener información primaria del mercado detectando algunas ventajas competitivas como: Los horarios de atención accesible, Atención personalizada y Calidad en los servicios, Instalaciones amplias con mucha iluminación y ventilación, Personal altamente capacitado.

El objetivo del presente trabajo de investigación consiste en determinar la viabilidad comercial, técnica, económica y financiera para la instalación de la Galería de Arte en la ciudad de Máncora, cuyos objetivos específicos pretenden diagnosticar por medio de un estudio de mercado la necesidad de instalar esta iniciativa empresarial para satisfacer la demanda potencial de Turistas tanto nacionales como extranjeros.

Asimismo, establecer un Plan estratégico a mediano plazo y un Plan de Marketing a corto plazo, una estructura organizacional adecuada y evaluar la rentabilidad económica de su instalación. Esta investigación se encuentra enmarcada dentro de la modalidad de Plan de negocios viables, apoyado en un diseño de campo de tipo descriptivo.

ABSTRACT

SPA is a place where you can breathe a sense of peace and harmony, where can recover the daily stress or a problem that takes us to progressive depletion of our life force, the spa is an establishment that offers treatments, therapies, relaxation systems using the water as the main basis.

The objective of this research work is to determine the commercial viability, technical, economic and financial for the installation of a spa exclusively for men in the city of Sullana, whose specific objectives intended to diagnose by a market research the need to install a business initiative to meet the demand of this city.

Also set the appropriate organizational structure and evaluate the economic profitability of its installation. This research is framed in the form of feasible project, supported by a field design of a descriptive type.

The methodology used for the development of this study was the survey applied to the men of the city of Sullana and personal interviews with the owners of the spas to understand your business vision.

The results of market research, technical, economic and financial evaluation, allowed evidencing that the project is viable and deserves to be put in place as there is an extensive potential demand and an excellent opportunity to enter the market. Was further found that earnings and cash flows are sufficient and are able to meet financial commitments and other costs generated by the operation of the service of car wash. Similarly, the economic evaluation revealed the high profitability of the project, which is why, was recommended for installation in a short term and over time increase services such as sale of accessories.