

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA DE CONTABILIDAD



TESIS

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UN SPA
EN EL SECTOR NORTE – CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

AUTORES

ELERA VARGAS MANUEL GUISEPPE

FERNÁNDEZ MEJIA DIANA CAROLINA

ASESOR

CPC. PAIVA TUME MANUEL SIXTO

PIURA – PERÚ

2010

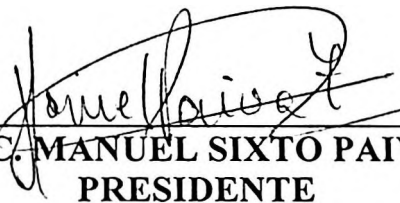
PRESENTACIÓN

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 el de la escuela profesional de Contabilidad, de optar el título profesional de Contador Público, Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA INSTALACIÓN DE UN SPA EN EL SECTOR NORTE – CENTRO DE LA CIUDAD DE PIURA

Con la convicción de que se otorgará el valor justo, agradecemos anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden al presente trabajo de investigación.



CPC. MANUEL SIXTO PAIVA T.
PRESIDENTE



ECON. MILENA NOBLECILLA S.
SECRETARIA



MG. NELIDA RODRIGUEZ DE PEÑA
VOCAL

AGRADECIMIENTOS

Deseamos expresar nuestras más sinceras muestras de agradecimiento: A nuestro Señor Dios, por guiarnos y fortalecemos cada día con su Santo Espíritu.

A nuestros padres por creer y confiar siempre en nosotros, apoyándonos en todas las decisiones que hemos tomado en nuestras vidas.

A nuestros maestros, por sus consejos y por compartir desinteresadamente sus amplios conocimientos y experiencia.

RESUMEN

Ante el estilo de vida tan acelerado que se vive en la actualidad, se identificó la oportunidad de satisfacer la demanda de las personas que requieren cuidar su salud y embellecer su cuerpo, pero al mismo tiempo relajarse y eliminar el stress que provoca este estilo de vida; esto puede lograrse a través de la creación de una empresa que permita satisfacer las necesidades ya mencionadas, pero al mismo tiempo recuperar la inversión realizada, obtener ganancias y mantenerse en el mercado, el objetivo de la tesis es evaluar la factibilidad para la instalación de un Spa en el sector norte - centro de la ciudad de Piura. La metodología empleada es de tipo de diseño no experimental porque responde a los objetivos de la investigación, ya que fue realizada sin manipular deliberadamente las variables, se observaron los fenómenos tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlos utilizando una investigación descriptiva – no correlacional con lo cual se buscó identificar características de tipo comparativas; la población estudiada tuvo como unidad muestral las poblaciones de la urbanizaciones: San Eduardo, San Felipe, Santa Isabel que conforma un total de 3,265 personas, de lo cual se tomó como tamaño de muestra 344 personas encuestadas; siendo la unidad de análisis el mercado de Spa de la ciudad de Piura, obteniendo como resultado una demanda insatisfecha y la identificación de la competencia, según los datos estadísticos reflejados en los resultados de la encuesta realizada, arrojó un 71.80% de personas que han visitado un spa y tienen conocimiento de los servicios que brindan, este dato beneficia al proyecto ya que el porcentaje fue alto y representa que hay una población considerable que acuden a estos establecimientos y por lo tanto tenemos una demanda significativa. El monto de inversión total requerido para el proyecto asciende a S/. 274,008.85 correspondiendo como inversión fija S/. 253,247.85 y un capital de trabajo por un monto de S/. 20,761.00; obteniendo ingresos por ventas de S/. 327,652.29 para el primer año, incrementándose anualmente, debemos considerar que los niveles socioeconómicos de la población a la cual lo dirigimos a la clase A, B, C; al realizar el análisis de evaluación los indicadores obtenidos son: VANE = 50,155.43, VANF = 29,289.88, TIRE = 18.32%, TIRF = 19.40%, B/CE = 1.04047, B/CF = 1.04778, lo cual demuestra que se trata de un proyecto rentable económica y financieramente.

ABSTRACT

Given the fast-paced lifestyle we live today, identified the opportunity to meet the demand of people requiring health care and beautify your body, but at the same time relax and eliminate stress caused by this lifestyle and this can be achieved through the creation of company that would meet the aforementioned needs, but at the same time recover the investment, profit and stay in the market, the objective of the thesis is to evaluate the feasibility of installing Spa in the north – Piura city's center. The methodology is non – experimental type of design because it meets the objectives of the investigation, since it was made without deliberately manipulate variables, such phenomena were observed as given in its natural context, and then analyzed using a descriptive – no correlation with which we tried to identify characteristics of comparable type, the study population as the sampling unit was the population of the suburbs: San Eduardo, San Felipe, Santa Isabel for a total of 3.265 people, which was taken as size 344 sample respondents, being the unit of analysis the Spa market in Piura's city, resulting in unmet demand and the identification of competition, according to statistical data reflected in the results of the survey, showed a 71.80% of people who have visited a spa and are aware of the services provided, this data benefits the project and that the percentage was high and there is a sizeable population who come to these establishments and therefore have a significant demand. The total investment amount required for the project amounts to S/. 274,008.85 as fixed investment corresponding S/. 253,247.85 and a working capital amounting to S/. 20,761.00, gaining sales revenue of S/. 327,652.29 for the first year, increasing annually, we should consider the socioeconomic levels of the population which is directed to the class A, B, C, to perform the analysis of assessment indicators are obtained: VANE = 50,155.43, VANF = 29,289.88, TIRE = 18.32%, TIRF = 19.40%, B/CE = 1.04047, B/CF = 1.04778, which shows that a project is economically and financially profitable.

ÍNDICE

	Página
Dedicatoria	v
Agradecimientos	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
Índice	ix
Índice de cuadros	xi
Índice de figuras	xv
Introducción	17
Capítulo I: Lineamientos de la Investigación	
1.1 Planteamiento y Formulación del Problema	19
1.2 Objetivos	20
1.3 Hipótesis y Variables	20
1.4 Metodología	24
Capítulo II: Marco Teórico	
I. Proyecto de Inversión	28
1.1. Definición	28
1.2. Tipos de Proyecto de Inversión	28
1.2.1. Proyecto de Inversión Privada	28
1.2.2. Proyecto de Inversión Pública	29
1.3. Ciclo Vital de un Proyecto de Inversión	31
1.3.1. Fases de un Proyecto de Inversión	31
I. Fase de Pre inversión	31
II. Fase de Inversión	33
III. Fase de Operación o Funcionamiento	34
1.3.2. Estudio de Mercado	35
1.3.3. Tamaño del Proyecto	38
1.3.4. Ingeniería del Proyecto	40
1.3.5. Inversión del Proyecto	42

1.3.6. Financiamiento del Proyecto	45
1.3.7. Evaluación del Proyecto	46
1.3.9. Localización del Proyecto	60
1.4. Presupuesto de Ingresos y Costos	61
1.4.1. Presupuesto de Ingresos	61
1.4.2. Presupuesto de Costos	61
1.5. Principales Bases Legales de la Inversión Privada	62

Capítulo III: Estudio Económico y Financiero para la Implementación de un Spa

3.1. Estudio de mercado del servicio	65
3.2. Determinación de la localización, tamaño e ingeniería para la instalación de un Spa en el sector Norte – Centro de la ciudad de Piura.	98
3.3. Determinación el tipo de organización más adecuada	115
3.4. Estructura de la inversión inicial y alternativas de financiamiento	122
3.5. Presupuesto de ingresos y gastos	131
3.6. Estados financieros proyectados	147
3.7. Evaluación del proyecto	150
3.8. Análisis de sensibilidad	151

Capítulo IV: Contrastación de la Hipótesis

4.1 Planteamiento de la Hipótesis	157
4.2 Evaluación de Hipótesis	157

Conclusiones	159
---------------------	-----

Recomendaciones	161
------------------------	-----

Bibliografía	162
---------------------	-----

Anexos	163
---------------	-----

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro	Página
Cuadro N° 01. Unidad poblacional.	67
Cuadro N° 02. Distribución de encuesta.	68
Cuadro N° 03. ¿Alguna vez ha visitado un SPA o algún lugar que ofrezca servicios similares?.	69
Cuadro N° 04. ¿Conoce los servicios que ofrece un SPA?.	70
Cuadro N° 05. ¿Cuál es el principal motivo por el que Ud. asiste a un SPA?.	71
Cuadro N° 06. ¿Con que frecuencia asiste a un SPA?.	72
Cuadro N° 07. Señale Ud. cuál de estos SPA conoce o ha escuchado en la ciudad.	73
Cuadro N° 08. Si se apertura un nuevo Spa entre la intersección de Av. Junín con Av. San Teodoro; usted concurriría a dicho Spa.	74
Cuadro N° 09. Si su respuesta fue no, señale cuál fue el motivo.	75
Cuadro N° 10. Si su respuesta en la pregunta N° 06 fue no ¿Dónde quisiera que se ubique un nuevo Spa?.	76
Cuadro N° 11. Señale los servicios que Ud. prefiere en un Spa, en una escala del 1 al 5, siendo 1 el más importante.	77
Cuadro N° 12. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: manicure y pedicure.	78
Cuadro N° 13. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: baños sauna.	79
Cuadro N° 14. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: tratamiento facial.	79
Cuadro N° 15. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: tratamiento corporal.	80

Cuadro N° 16. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: masajes.	81
Cuadro N° 17. ¿Qué aspecto consideraría Ud. de mayor importancia para asistir a un SPA?	82
Cuadro N° 18. Población de la zona (2005 – 2009).	83
Cuadro N° 19. Datos para la proyección de la demanda.	84
Cuadro N° 20. Proyección de la demanda.	85
Cuadro N° 21. Competencia.	87
Cuadro N° 22. Análisis cuantitativo de la competencia.	89
Cuadro N° 23. Proyección de la oferta.	91
Cuadro N° 24. Balance demanda – oferta.	92
Cuadro N° 25. Demanda del proyecto.	92
Cuadro N° 26. Demanda del proyecto según el tipo de servicios.	93
Cuadro N° 27. Proyección de la demanda del proyecto según el tipo de servicios.	94
Cuadro N° 28. Precios de servicios.	95
Cuadro N° 29. Maquinaria.	99
Cuadro N° 30. Selección de la localización aplicando el método puntaje ponderado.	103
Cuadro N° 31. Programa de producción del proyecto.	114
Cuadro N° 32. Cronograma de actividades.	114
Cuadro N° 33. Aportes de los accionistas.	115
Cuadro N° 34. Inversión fija tangible e intangible.	123
Cuadro N° 35. Equipos para salas de tratamientos.	123
Cuadro N° 36. Equipos para oficina.	125
Cuadro N° 37. Otros equipos.	125

Cuadro N° 38. Otros gastos.	125
Cuadro N° 39. Inversión en capital de trabajo.	126
Cuadro N° 40. Gastos generales.	126
Cuadro N° 41. Insumos.	126
Cuadro N° 42. Planillas.	127
Cuadro N° 43. Cuadro resumen de las inversiones.	127
Cuadro N° 44. Estructura de financiamiento.	128
Cuadro N° 45. Servicio de deuda.	131
Cuadro N° 46. Programa de producción.	133
Cuadro N° 47. Precios de los servicios del Spa.	133
Cuadro N° 48. Proyección de costos de venta con inflación estimada de los servicios del Spa.	134
Cuadro N° 49. Presupuesto de ingresos.	134
Cuadro N° 50. Determinación de beneficios y cargas sociales de mano de obra directa e indirecta.	136
Cuadro N° 51. Proyección de costos mano de obra.	137
Cuadro N° 52. Proyección de costos de materia prima e insumos.	138
Cuadro N° 53. Proyección de otros costos directos.	138
Cuadro N° 54. Costo de producción del proyecto.	139
Cuadro N° 55. Proyección de remuneración del personal administrativo.	140
Cuadro N° 56. Proyección de otros gastos administrativo.	140
Cuadro N° 57. Proyección de gastos de marketing.	140
Cuadro N° 58. Gastos administrativos y de marketing.	141
Cuadro N° 59. Equipos depreciados.	142
Cuadro N° 60. Depreciación.	143
Cuadro N° 61. Resumen del gasto financiero.	143

Cuadro N° 62. Resumen de presupuesto de egresos.	144
Cuadro N° 63. Unidades de punto de equilibrio por servicios.	145
Cuadro N° 64. Ventas de punto de equilibrio igual a costo total por servicio.	146
Cuadro N° 65. Balance inicial.	147
Cuadro N° 66. Estado de resultado.	148
Cuadro N° 67. Flujo de caja económico y financiero.	149
Cuadro N° 68. Flujo de caja económico y financiero si caen las ventas en 5%.	154
Cuadro N° 69. Flujo de caja económico y financiero si incrementa los costos de producción en 5%.	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico	Página
Gráfico N° 01 ¿Alguna vez ha visitado un SPA o algún lugar que ofrezca servicios similares?.	69
Gráfico N° 02 ¿Conoce los servicios que ofrece un SPA?.	70
Gráfico N° 03 ¿Cuál es el principal motivo por el que Ud. asiste a un SPA?.	71
Gráfico N° 04. ¿Con que frecuencia asiste a un SPA?.	72
Gráfico N° 05. Señale Ud. cuál de estos SPA conoce o ha escuchado en la ciudad.	73
Gráfico N° 06. Si se apertura un nuevo Spa entre la intersección de Av. Junín con Av. San Teodoro; usted concurriría a dicho Spa.	74
Gráfico N° 07. Si su respuesta fue no, señale cuál fue el motivo.	75
Gráfico N° 08. Si su respuesta en la pregunta N° 06 fue no ¿Dónde quisiera que se ubique un nuevo Spa?.	76
Gráfico N° 09. Señale los servicios que Ud. prefiere en un Spa, en una escala del 1 al 5, siendo 1 el más importante.	77
Gráfico N° 10. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: manicure y pedicure.	78
Gráfico N° 11. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: baños sauna.	79
Gráfico N° 12. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: tratamiento facial.	80
Gráfico N° 13. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: tratamiento corporal.	81
Gráfico N° 14. Si ha recurrido a un Spa cuánto ha pagado por los siguientes servicios: masajes.	82

Gráfico N° 15. ¿Qué aspecto consideraría Ud. de mayor importancia para asistir a un SPA?.	83
Gráfico N° 16 Macro localización.	100
Gráfico N° 17 Micro localización.	101
Gráfico N° 18 Descripción, selección y etapas del proceso de los servicios: manicure y pedicure.	104
Gráfico N° 19 Descripción, selección y etapas del proceso de los servicios: tratamiento facial.	105
Gráfico N° 20 Descripción, selección y etapas del proceso de los servicios: tratamiento corporal.	106
Gráfico N° 21 Descripción, selección y etapas del proceso de los servicios: sauna.	107
Gráfico N° 22 Descripción, selección y etapas del proceso de los servicios: masajes.	107
Gráfico N° 23 Plano de distribución.	112
Gráfico N° 24 Plano de distribución: ambientes.	113

INTRODUCCIÓN

Analizando el éxito que han tenido la apertura de otros Spa en nuestra ciudad, se ha creído conveniente realizar esta investigación que tiene por finalidad ver si es factible financieramente o no la apertura de un Spa en el Sector Norte – Centro de la ciudad de Piura, asimismo evaluar la necesidad que existe en el mercado de establecer este Spa, saber si el proyecto va funcionar con éxito analizando las características de dicho mercado y competencia.

Esta investigación permitirá evaluar la necesidad que existe en el mercado de establecer un Spa en el Sector Norte – Centro de la ciudad de Piura ya que la sociedad de esta ciudad no cuenta con muchos lugares adecuados donde pueda satisfacer sus necesidades.

Los SPA al igual que cualquier otro negocio, requieren de un buen estudio para ser competitivos en el mercado y alcanzar el éxito.

El servicio brindado en los Spa en las diferentes ciudades del Perú ha tenido muy buena acogida, los diferentes sectores de la población permanecen atentos al constante cambio en su persona para mejorar su imagen profesional ya que en estas épocas se ve mucho este tema.

A pesar de los posibles problemas que se puedan presentar, la idea de esta investigación resulta ser muy rentable y puede resolver importantes problemáticas en nuestra ciudad, ya que las pequeñas y medianas empresas son las principales creadoras de empleos, tanto directos como indirectos, por lo que es indispensable que su creación se fomente constantemente.

Este estudio nos proporcionará la información necesaria en todas las áreas del negocio: mercado, operaciones y finanzas. Nos provee una proyección del comportamiento de la empresa través del tiempo y nos facilita la obtención de capital de inversión.

Por último, este estudio nos permitirá saber cuánto es el capital necesario a invertir, determinando en cuánto tiempo se podrá recuperar dicha inversión y saber la rentabilidad del mismo.