

2ej.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ECONOMÍA**

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA INSTALACIÓN  
DE 2 SALAS CINEMATOGRAFICAS EN LA  
DELEGACIÓN TLÁHUAC, DISTRITO FEDERAL”**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN ECONOMÍA**

**PRESENTAN  
RODRÍGUEZ LEÓN NEREY  
GUTIÉRREZ SÁNCHEZ JAVIER**

**ASESOR DE TESIS:  
LIC. JOSÉ ANTONIO LÓPEZ ZARZA**



MÉXICO. D.F

1998

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

261533



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A MIS PADRES :

DESDE CHICO ME ENSEÑARON A SER RESPONSABLE Y A VALORAR  
LO QUE ES EL ESTUDIO, AYUDANDOME A SALIR SIEMPRE ADELAN-  
TE; GRACIAS POR SU APOYO, COMPRESION Y CONFIANZA QUE  
SIEMPRE ME HAN DEMOSTRADO . HOY COMPARTO CON USTEDES ESTE  
TRABAJO QUE TAMBIEN ES PARTE SUYA.

JAVIER.

## A MIS PADRES

Gracias, por haberme dado la vida, educación, amor, cariño y comprensión.

Gracias, por haberme dado las bases para labrarme un porvenir

Gracias, por su apoyo, que a pesar de mis errores siempre a sido incondicional

Gracias, por ayudarme a conseguir uno de mis más preciados sueños

Gracias mil por todas y cada una de las cosas que han hecho por mí

Este documento nos es sólo mío, es también de ustedes sólo me resta decirles

# GRACIAS

CON AMOR

**Nerey**

## **A MIS HERMANOS**

**Norma, Laura, Mónica, Enrique y Leonel**

Gracias, porque de alguna u otra forma ustedes me han ayudado a conseguir mis metas.

Gracias, por su apoyo y su compañía en los momentos difíciles y agradables de mi vida

## **A LIZETH Y FERNANDA**

Gracias por su apoyo, porque gracias a este fue más fácil la elaboración de esta tesis.

**GRACIAS PEQUEÑAS.**

## **A BRYAN**

Tu sabes que eres la personita más importante en mi vida, y el aliciente que me hace luchar y superarme día con día. Realmente le doy gracias a la vida el haberme dado el obsequio de tu presencia.

**TE QUIERO MUCHO**

**Nerey**

**LIC. JOSE ANTONIO LOPEZ ZARZA**

Por su ayuda, por su orientación, por sus consejos que evitaron mayores tropiezos y por el tiempo dedicado para la elaboración de este documento.

**GRACIAS**

## **LIC. JOSE ANTONIO LOPEZ ZARZA**

Por su ayuda, por su orientación, por sus consejos que evitaron mayores tropiezos y por el tiempo dedicado para la elaboración de este documento.

**GRACIAS**

# ÍNDICE

Introducción .....	4
Antecedentes .....	7
Capítulo I Estudio de mercado.....	22
1.1 Los servicios cinematográficos en el Distrito Federal. ....	23
1.2 Zona de influencia. ....	26
1.3 Demanda.	
1.3.1 Crecimiento de la población por sexo y edad .....	30
1.3.2 Distribución de la población de 15 años y más por delegación según condición de alfabetismo. ....	36
1.3.3 Características económicas de la población de la zona de influencia. ....	41
1.4 Oferta. ....	51
1.5 Balance Oferta - Demanda. ....	53
1.6 Comercialización. ....	62
1.6.1 Política de ventas. ....	64
1.7 Conclusiones Estudio de Mercado .....	65
Capítulo II Estudio Técnico .....	66
2.1 Macrolocalización. ....	67
2.2 Microlocalización. ....	69
2.3 Distribución de las instalaciones. ....	72
2.4 Recursos Materiales.....	75
2.4.1 Comparativos entre los diferentes proveedores de recursos materiales .....	75
2.4.2 Presentación de los costos promedio que se aplicarán en el presente proyecto.....	79
2.5 Recursos Humanos.....	85



Capítulo III Estudio Financiero.....	89
3.1 Inversiones .....	90
3.1.1 Inversión Fija.....	91
3.1.2 Inversión Diferida.....	93
3.1.3 Capital de Trabajo.....	94
3.1.4 Inversión Total .....	95
3.2 Financiamiento.....	96
3.3 Presupuesto de Ingresos y Egresos.....	98
3.3.1 Presupuesto de Ingresos.....	98
3.3.2 Presupuesto de Egresos.....	103
3.3.3 Depreciación y Amortización.....	113
3.3.4 Análisis de Costos y Gastos.....	114
3.4 Punto de Equilibrio.....	119
Capítulo IV Evaluación económica y social.....	126
4.1 Valor actual neto.....	127
4.2 Relación Beneficio - Costo.....	127
4.3 Tasa Interna de Rendimiento.....	128
4.4 Evaluación Social.....	129
Conclusiones .....	130
Bibliografía .....	133

## INTRODUCCIÓN

Desde 1896, año en que da inicio la exhibición cinematográfica en nuestro país, ésta se ha venido desarrollando de manera constante, pero no fue hasta la década de los cuarentas del presente siglo que la exhibición cinematográfica tuvo un verdadero auge, posteriormente fue disminuyendo y en la década de los setenta se presentó un agudo estancamiento, causado entre otras cosas por la falta de estímulos a la exhibición.

En los 80's, al aparecer el videograma la exhibición cinematográfica se contrae aún más, incluso por estos años comienza el cierre masivo de salas cinematográficas a lo largo y ancho de nuestro país.

No es hasta principios de 1990 que un nuevo concepto de salas cinematográficas ingresa a nuestro país con la entrada de grandes firmas exhibidoras extranjeras como lo son CINEMEX y CINEMARK.

Es precisamente dentro de este contexto en que los proyectos de inversión acerca de la exhibición cinematográfica pueden lograr que este sector de la industria cinematográfica se desarrolle y exista una verdadera reactivación de esta actividad.

La presente investigación pretende exponer los distintos aspectos que son necesarios para realizar una inversión, su rentabilidad, tiempo de recuperación y en sí la viabilidad de este proyecto referente al servicio de la exhibición cinematográfica.

Para conseguir lo anterior este análisis se ha dividido en cuatro capítulos, anteponiendo a estos los antecedentes de la industria cinematográfica dedicando especial énfasis en el devenir de la industria cinematográfica en nuestro país, así como el comportamiento que la exhibición de películas ha tenido a través de los años.

En el primer capítulo se presenta Estudio de Mercado, en donde se abordan aspectos como los servicios cinematográficos que actualmente existen en el Distrito Federal así como la zona de afectación del proyecto, también se analiza la demanda y oferta que dentro de esta zona existen para poder hacer después una comparación entre estas y determinar la viabilidad de este proyecto.

El capítulo dos se refiere al Estudio Técnico en el cual se hace un análisis de la macro y microlocalización de las salas cinematográficas, así como la distribución de las instalaciones. Por otro lado, se presenta un análisis de los recursos materiales y humanos requeridos para poner en marcha el proyecto.

En el Estudio Financiero correspondiente al capítulo 3, se exponen las inversiones que en base al estudio técnico son necesarias para que el proyecto marche, así como la forma de cubrir estos recursos financieros, posteriormente se presentará el presupuesto de ingresos y egresos, para elaborar un análisis de costos y gastos y por último determinar el punto de equilibrio.

La viabilidad económica y la evaluación social del proyecto se presentan en el capítulo cuatro, mostrando por una parte el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Rendimiento y la relación Beneficio - Costo y por otra la valoración social de los efectos de poner en marcha un proyecto de esta índole.

# ANTECEDENTES

## ANTECEDENTES

### *a) El cine como arte*

El cine es un nuevo medio de expresión surgido en nuestro tiempo; se ha denominado "séptimo arte" y se ha convertido en la forma artística que goza de mayor popularidad. Su novedad y su éxito, dentro de las artes, se apoyan en la aceptación de sus principios, métodos y resultados por parte de las clases cultas<sup>1</sup>.

El éxito del cine se debe, aparte de la novedad de sus individualidades, a que dentro de él se manifiestan otras artes interactuando entre sí y en armonía, destacando en conjunto las aportaciones de cada una.

Así, el planteamiento de problemas en los dominios del arte, la estética y el espíritu, encuentra en la cinematografía la mejor forma de expresión. En otras palabras, el significado del cine se encuentra en el deseo y la posibilidad de poder reflejar en la pantalla todas las manifestaciones del hombre.

El arte se puede considerar como cualquier proceso o actividad inteligente, por lo tanto no sólo se puede identificar en una pintura, en el contenido literario de una poesía, en lo que representa un mural o en una escultura, sino en toda la

---

<sup>1</sup> Enciclopedia de las Artes, Ed. Argos, S.A. Barcelona, compilada por: Dagobert d. Ruess y Harry G. Schickel.

actividad que manifieste el concepto y la sensibilidad propios del autor de dicha actividad. Así en la cinematografía se ven reflejadas las manifestaciones de un grupo de personas interesadas en transmitir sus ideas por medio de imágenes en movimiento proyectadas en una pantalla.

#### *b) El cine como medio de comunicación*

El cine, junto con los demás medios de comunicación como son la radio, la televisión y la prensa, entre otros, ha cambiado la visión que tiene el hombre del mundo; hoy en día se acepta con mucha naturalidad toda la información que se nos hace llegar a través de estos medios; y que se utiliza para distintos fines en cualquier región, país o continente.

Actualmente nos podemos enterar de todo tipo de acontecimientos ya sean de carácter político, económico o social que ocurren en todas partes y que a la vez nos permiten ampliar nuestros conocimientos, y todo esto lo podemos obtener simplemente con el uso de algún medio de comunicación masivo sin necesidad de adherirnos o estar presentes físicamente en los hechos.

En general, nos es suficiente con mirar a través de una foto o de una pantalla para darnos cuenta de lo que está ocurriendo y es aquí donde el cine toma gran importancia ya que a través de sus producciones nos va mostrando distintos lugares, poblaciones, costumbres, ideologías, etc., que se van dando a lo largo de la historia de la humanidad.

Además de ser útil como medio de comunicación, nos ofrece una alternativa de entretenimiento ya que le permite al espectador experimentar diversos estados de ánimo de acuerdo con los distintos temas que se pueden representar y proyectar en sus producciones.

Por último, se puede decir que la característica más importante del cine es que su espectador se convierte en un ser fácil de influir y controlar.

### *c) Reseña histórica de la industria cinematográfica mexicana*

El cine aparece por primera vez en México el 14 de agosto de 1896 cuando representantes de los hermanos Lumiere<sup>2</sup>, llegaron a nuestro país trayendo consigo el kinetoscopio (aparato de proyección individual), dando la primera exhibición a la élite porfiriana y posteriormente a un grupo heterogéneo de la capital de la república y de la ciudad de Guadalajara.

Después de esto, el cine se convirtió en una más de las atracciones populares contando para el año de 1900 con 22 salones en la capital para la exhibición de las primeras proyecciones.

---

<sup>2</sup>El primer cinematógrafo fue creado en Francia por los hermanos Lumiere lográndose así un viejo sueño: reproducir la realidad así como esta se ofrece a los ojos del hombre, es decir, en perpetuo movimiento

A partir de 1906 se comienzan a dar una serie de fenómenos importantes que fueron marcando la historia del cine en nuestro país. En este mismo año se dan tres acontecimientos: se inauguran las primeras casas distribuidoras de películas en México, originando en los siguientes años la apertura de salas cinematográficas y también se fundan los primeros estudios cinematográficos en donde se realizarían los primeros largometrajes.

De estos años y hasta 1942 la actividad cinematográfica se fue desarrollando a base de la producción y exhibición de cortos, medios y largometrajes consistentes en documentales de índole político y social principalmente. Es hasta el año de 1942 cuando la industria cinematográfica comenzó su época de auge en el ámbito artístico y que duró aproximadamente el resto de la década de los 40's; otro suceso importante fue que en este mismo tiempo se fundó el Banco Cinematográfico (institución crediticia fundada por el Estado cuyo objetivo principal era promover el desarrollo de la industria cinematográfica).

La causa fundamental de dicho auge fue que la industria cinematográfica en Estados Unidos (Hollywood) se dedicó exclusivamente, y por obvias razones, a la producción de películas de índole bélico. Así el cine mexicano hace uso de nuevos temas, saliendo de lo habitual y tomando este suceso como una oportunidad para que el público se fije más en las producciones de origen nacional. Por otro lado la industria cinematográfica mexicana también recibió apoyo económico de parte de Hollywood así como la ayuda de muchos productores norteamericanos en la realización de las producciones aumentando



la calidad de las mismas y con la condición de que aquí también se produjeran películas de contenido bélico cuyo fin era el de servir como vínculo ideológico a la lucha de los aliados.

En general, se puede decir que gracias a la capacidad de captar inversiones, la industria cinematográfica mexicana se convierte en este periodo en una de las cinco más importantes del país y en la más poderosa, de su género en toda América Latina.

Con todo esto se consolidan los tres sectores de la industria cinematográfica: el de la producción, la distribución y la exhibición, organizándose a la vez la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica Mexicana. Por último, en el año de 1945, con el incremento de los desacuerdos intergremiales, se crea el Sindicato de Trabajadores de la Producción Cinematográfica, (STPC).

Posterior a la época de auge anteriormente mencionada, se viene una época de recesión como consecuencia del resurgimiento del cine norteamericano y por consiguiente, del retiro del apoyo financiero y tecnológico que se le había brindado a nuestro país.

Como resultado de esta etapa recesiva, la industria mexicana se ve en la necesidad de buscar nuevos horizontes y es cuando comienza a fijarse en las inquietudes de la gente de su tiempo y con esto producir cintas relacionadas con temas actuales que satisficieron todas las inquietudes existentes

Así el cine mexicano tomó un nuevo impulso teniendo como objetivo la producción de un cine predominantemente comercial dedicado a satisfacer la demanda de las clases populares, principalmente en los centros urbanos.

A finales de los 40's surge un mayor interés por impulsar a la industria cinematográfica y el Banco Nacional Cinematográfico (Antes Banco Cinematográfico) cuyo capital era mayoritariamente de origen estatal. Al mismo tiempo se funda también la distribuidora de Películas Nacionales, S.A. de capital mixto cuyo objetivo fue el de difundir los productos fílmicos en el mercado interno.

El último acontecimiento importante de la década de los 40's es la creación de la Dirección General de Cinematografía dependiente de la Secretaría de Gobernación y consigo el decreto de la Ley de la Industria Cinematográfica en cuyos artículos prohibiría el desarrollo de monopolios; medida que fue algo anacrónica ya que para 1949 un monopolio controlado por norteamericanos y prestanombres mexicanos, controlaba el 80% de la exhibición total del país. Dicho monopolio se dedicó a partir de 1950 a producir el cine que más conviniera a los intereses del sector de la exhibición y así es como se empezaría a entrar en una nueva etapa de crisis en la industria cinematográfica.

Posteriormente se presenta una segunda etapa de estancamiento de la industria cinematográfica mexicana que fue durante el periodo 1953-1964 y que coincide con el tiempo del "desarrollo estabilizador" en donde como se sabe existió una estabilidad económica y política en el país, lo que permitió que no decayera por completo la industria cinematográfica.

Aunque existió cierta estabilidad hubo otro factor exógeno al ámbito de la cinematografía aparte de las consecuencias generadas por el monopolio antes mencionado, dicho factor es la competencia que generó un nuevo medio propagador de efectos audiovisuales: la televisión.

Ante esta situación, hace su aparición el Estado instrumentando políticas de ayuda y una de las principales medidas fue la de fortalecer la unión entre productores del medio y las distribuidoras enlazados por el Banco Nacional Cinematográfico; esta unión tenía el objeto de restarle fuerzas al poder monopólico que se había formado en años pasados, pero con el tiempo, fracasaron dichas medidas.

Es hasta finales de los 50's que el Estado logra intervenir en la exhibición cinematográfica anulando de facto el monopolio y creando a la vez uno estatal, la Compañía Operadora de Teatros (COTSA), pero sin ningún beneficio para la industria en toda esta etapa que finalizaría en 1964.

En este tiempo se demostró que la intervención del Estado en la industria cinematográfica no fue de gran ayuda para que ésta saliera de su etapa de recesión. En los años siguientes al desarrollo estabilizador, el Estado ya tenía la imagen del organismo social protector y regulador de la lucha de clases y con esto surgió un desinterés estatal en el ámbito cinematográfico siendo más evidente en 1978 cuando intenta desaparecer el Banco Nacional Cinematográfico.

La fundamentación de este desinterés consistió principalmente en que en este tiempo el cine no se consideró como un negocio sino como uno más de los elementos de la cultura nacional y ante esto, los incentivos y las inversiones de origen estatal destinadas a esta industria fueron de poca importancia para el mismo Estado.

Es en la década de los 70's, cuando la economía mexicana entra en otra etapa de crisis que como se sabe se hizo oficial hasta 1976 pero que le fue restando credibilidad al Estado desde principios de ésta, y es por esto que se le empezó a otorgar a la industria cinematográfica la importancia que no tenía desde su época de auge.

Este nuevo interés por la cinematografía surgió por la necesidad que tenía el Estado de recuperar la confianza de los gobernados y el prestigio internacional aparentando así una transformación profunda en beneficio de todos y el cine era uno de los pocos instrumentos que se prestaba para iniciar esta campaña; por tal motivo casi se estatizó a la industria aunque desde años atrás, el Estado ya venía realizando varias intervenciones.

Así, durante toda esta década el Estado incentivó a la industria pero con toda la ayuda brindada, la misma situación por la que pasaba el país no permitió que aflorara como se pretendía. Específicamente, y a principios de los 80's, con el incremento desenfrenado de los precios (tendencia singular de la etapas recesivas), el nivel de los salarios se fue rezagando y por lo tanto los ingresos de

la industria también se fueron disminuyendo. Ante todo esto, se optó por aumentar las producciones e incrementar su explotación<sup>3</sup>.

Para realizar esta sobreexplotación fue indispensable el producir películas con un fin exclusivamente comercial y por lo tanto los productores se enfocaron estrictamente a satisfacer las inquietudes y los diferentes gustos de la población, proyectando nuevos temas de carácter popular y que serían con los que se identificarían más los espectadores; dichos temas fueron por ejemplo, el del contrabando, narcotráfico, de la vida urbana, etc.

A partir de estos años, el cine ya no tendría mas cambios en cuanto a las características de sus producciones ya que otra tendencia fue la de imitar al cine norteamericano el cual fue ganando más terreno dentro del mercado de la distribución y la exhibición en nuestro país.

Otro suceso importante en los años 80's, fue que con la recesión por la que atravesaba el país y con la intervención del Fondo Monetario Internacional (FMI)<sup>4</sup>, se comenzaron a aplicar en nuestro país las políticas de apertura comercial y por lo tanto el Estado empezó a reducir su intervención en la economía del país incluyendo su intervención en la industria cinematográfica.

---

<sup>3</sup>Entendiéndose como explotación de las producciones cinematográficas, el incremento del tiempo de exhibición de las películas, obteniendo la mayor utilidad hasta agotar el interés del público por las mismas

<sup>4</sup>En noviembre de 1982, el gobierno de México firmó con el FMI una carta de intenciones como requisito para recibir de éste ayuda económica, en dicha carta se enumeran una serie de medidas que nuestro país debía llevar a cabo, entre las cuales se encontraban : la disminución de la intervención del Estado en la economía y la apertura comercial de la misma.

En general, la tendencia que se observó durante esta década fue determinada en su mayoría por la crisis que se mantenía desde la década pasada; así que por una los inversionistas de la industria trataban de recuperarse con el incremento en las tarifas y por otra se reducía el aforo de las salas cinematográficas debido a que a la población ya tampoco podía permitirse el acceso a este entretenimiento debido a que como se dijo anteriormente, el poder adquisitivo de los salarios fue cada vez menor (tendencia que se ha visto hasta nuestros días), además de que la calidad de las producciones fue siempre mala.

Es hasta principios de los 90's que la industria cinematográfica comenzó a cambiar de rumbo; pasó de la tendencia antes descrita a una perspectiva de crecimiento que se ha venido consolidando en los primeros 6 años de la década. Esto se ve de manifiesto entre otras cosas con la introducción de nuevas salas cinematográficas y la renovación de algunas de las ya existentes<sup>5</sup>.

La apertura comercial de nuestro país contribuyó de manera importante en este cambio positivo de la industria, debido a la inversión extranjera que ha participado en los últimos años en la construcción de los complejos cinematográficos, siendo construidos principalmente por las cadenas exhibidoras CINEMARK de México y CINEMEX; la primera tiene su sede en Dallas, Texas(EUA) y ha realizado fuertes inversiones empezando por la transformación del cine Pedro Armendariz en un centro cinematográfico con 12 salas y con un total de 2,419 butacas, lo que representó una inversión de más de 10 millones de dólares. Esta empresa exhibidora tiene otros proyectos tanto en el Distrito Federal

---

<sup>5</sup> La renovación de las salas consiste principalmente en seccionar las más grandes convirtiéndose en dos o más de menor capacidad; teniendo la posibilidad de ofrecer la exhibición de más de una película al mismo tiempo.

como en el resto de la República Mexicana, los cuales tienen como meta final el contar con 500 pantallas en todo el país.

CINEMEX, la otra empresa americano-canadiense-mexicana que invierte en nuestro país en la construcción de nuevas salas planea una inversión de 120 millones de dólares por todo el país, teniendo ya en el Distrito Federal complejos terminados como la reconstrucción de las cines Manacar, otro complejo en Plaza Loreto y en Pabellón Altavista, entre otros.

Dicha inversión ha traído consigo un nuevo concepto de salas cinematográficas que han permitido que resurja el gusto del público por asistir al cine, basado ante todo en *ofrecer un servicio de calidad reflejado en la mejora de los servicios como son: sanitarios, estacionamientos, confort en las butacas, seguridad dentro y fuera de la sala y mejor sonido entre otros, aspecto que se ha extendido hasta las compañías exhibidoras nacionales.*

Por lo anterior podemos vislumbrar que el agrado por asistir al cine no ha desaparecido sino que se ha mantenido latente durante todo el tiempo a pesar de las distintas etapas "difíciles" en que la industria se ha visto inmersa.

Por último cabe mencionar que la perspectiva de la exhibición cinematográfica mexicana para los años siguientes es en general muy alentadora y con extensas posibilidades de crecimiento.

*d) La historia del videograma en México.*

Es en 1985, cuando el videograma hace su aparición formal en México, cuando Televisa contrató los derechos exclusivos de los "majors" (principales cadenas filmicas estadounidenses) creando un vasta red de clubes bajo la marca de "Videocentro" quien ofrecía el acervo de CBS/FOX, Orión pictures, Columbia, TriStar, CIC, Paramount Warner Bros y MGM, entre otros.

En 1989, el consorcio televisivo aprovechó esta situación para acorralar a los videoclubes caseros, no dejándoles otra alternativa que la de incorporarse a la *red de franquicias o incurrir en la piratería. Sin embargo su oferta no comprendía a todos, y los que no fueron incluidos en este proyecto quedaban en una situación comprometida.*

Ante esta situación la distribuidora fílmica "Artecinema" conformó "Videomax", que con los derechos de que gozaba para distribuir el material de algunas firmas de México y el mundo, convocó a todos los clubes que habían sido marginados a operar en forma legal con su producto, para contrarrestar así a la competencia.

Paralelamente a esto Offer Video, Mexcínema, Video Azteca, Comunicación en video y Video Universal, dedicados a la producción o reproducción de películas, comenzaron a distribuir sus materiales; colocando a estos últimos en clara ventaja pues los franquiciatarios de Videocentro estaban obligados a operar única y exclusivamente con el catalogo de Televisa, mientras



que los afiliados a Videomax se abrieron paso con el acervo de firmas independientes.

Al iniciar los 90's los videoclubes gigantes empezaron a surgir en nuestro país, siendo Videotech<sup>6</sup> y Megavideo en 1991 los primeros en entrar al mercado mexicano, Blockbuster en septiembre del mismo año se estableció de manera más firme con un nuevo concepto de operación y de servicio. Al mismo tiempo surge Multivideo apoyado por Organización Ramírez y es aquí cuando Video Centro crea sus tiendas "Macro" y "Jumbo".

Esta diversificación de la oferta provocó que las nuevas firmas implantaran horarios y modalidades más flexibles que las existentes hasta entonces (precios uniformes, periodos de renta hasta de tres días por la misma tarifa, servicio todo el año, jornadas hasta la media noche, buzón de entregas en horarios inhábiles, entre otros), con lo que el servicio del videoclub se vio beneficiado.

En 1995, el grupo Videovisa adquirió la cadena de tiendas Multivideo propiedad de Organización Ramírez, con lo cual Videovisa se fortalece dentro del mercado del video e incrementa su número de tiendas a 169 en comparación de las 124 manejadas hasta entonces.

Blockbuster es otro grupo que se expande con la compra en junio de 1995, del Grupo Mexicano de Video, puesto que este no pudo enfrentar los costos de

---

<sup>6</sup> Esta empresa regiomontana que ha pesar de estar a la vanguardia en cuanto a sistemas computarizados en la prestación del servicio no les fue suficiente y en 1992 se fusionó con Blockbuster.

las rentas denominadas en dólares; con esto el Grupo Mexicano de Video le deja a Blockbuster 100 locales en México y la participación del 50% en el mercado.

No obstante, en este mismo año el mercado de vídeo también sufrió las consecuencias de la crisis que afectaba al país; muestra de esto es que el Grupo Videovisa reportó que la renta de videos disminuyó en un 35% con respecto al año anterior, teniendo como consecuencia de esta situación que la renta haya aumentado en un 20%.

# **CAPITULO I**

## **ESTUDIO DE MERCADO**

## 1.1 LOS SERVICIOS CINEMATOGRAFICOS EN EL DISTRITO FEDERAL.

El Distrito Federal representa un extenso mercado para la exhibición cinematográfica, con una población aproximada de 8,235,744 habitantes; los cuales demandan servicios de acuerdo a sus diferentes inquietudes y necesidades inherentes a la zona en donde habitan.

Los servicios cinematográficos demandados son cubiertos por 246 salas distribuidas en las distintas delegaciones del Distrito Federal, siendo Cuauhtémoc con 74 salas y ocupando un el 30.08%, la delegación que cuenta con más salas cinematográficas, seguida por la delegación Miguel Hidalgo con 39 salas que representa el 15.85% y la delegación Alvaro Obregón con 37 y un 15.04%. (ver siguiente cuadro)

Por otro lado las delegaciones que cuentan con menos salas cinematográficas son: Azcapotzalco, Tlalpan e Iztapalapa con 6 salas cada una, La Magdalena Contreras con 2 y Venustiano Carranza con sólo 1; por último, Tláhuac, Milpa Alta y Xochimilco no cuentan con ninguna sala.

Cuadro 1sc

DELEGACION	No. DE SALAS	%
ALVARO OBREGÓN	37	15.04
AZCAPOTZALCO	6	2.44
BENITO JUÁREZ	19	7.72
COYOACÁN	25	10.16
CUAJIMALPA	18	7.32
CUAHTÉMOC	74	30.08
GUSTAVO A. MADERO	13	5.28
IZTAPALAPA	6	2.44
MAG. CONTRERAS	2	0.81
MIGUEL HIDALGO	39	15.85
TLALPAN	6	2.44
VENUSTIANO CARRANZA	1	0.41
TLÁHUAC	0	0
XOCHIMILCO	0	0
MILPA ALTA	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>100</b>

Fuente: Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica.

Las salas cinematográficas son administradas por cadenas exhibidoras de las cuales existen 48 en toda la República Mexicana, más las empresas consideradas "exentas";<sup>7</sup> cabe mencionar que si bien el Distrito Federal es la entidad de nuestro país que cuenta con más salas ( 246 que conforman el 15% del total de la República), estos son administrados por sólo 14 cadenas exhibidoras.

<sup>7</sup> Las empresas exentas son aquellas que por exhibir materiales culturales no pagan cuota en la Cámara Nacional de Cinematografía

De estas 14 cadenas, C.O.T.S.A DE C.V. es la que administra más cines en el Distrito Federal con 62 salas que representan un 25% aproximadamente, seguido por Organización Ramírez con 44 salas, CINEMEX de México con 43 y CINEMARK con 22. De lo anterior cabe destacar que estas dos últimas empresas recientemente ingresaron al mercado mexicano y en menos de dos años están igualando la oferta que a las empresas mexicanas les llevó años erigir.

Otro aspecto importante que podemos resaltar son las 4 categorías en las que se dividen las salas cinematográficas. En primer lugar se encuentran las salas de estreno, siendo esta categoría en la que se encuentran inscritas la mayoría de las salas, 182 de un total de 246; en la segunda categoría están las salas de segundas corridas con 46 salas en el Distrito Federal; las salas populares y las salas culturales o exentas con 9 cada una.

De lo anterior podemos concluir que si bien los servicios cinematográficos ofrecidos actualmente en el Distrito Federal representan el mayor número en toda la República Mexicana, y si consideramos la población que la compone, éstas no son suficientes para cubrir las necesidades de dicha población.

En lo que se refiere a las cadenas exhibidoras podemos observar que las nuevas empresas de capital extranjero están entrando fuertemente al mercado con sus nuevos conceptos e imagen, hecho que favorece ampliamente a la exhibición cinematográfica. Dentro de estos beneficios podemos observar que en la población resurge el gusto por asistir al cine, debido al mejor servicio ofrecido, que hace la diferencia entre ver una película en casa ó disfrutar del ambiente del cine.

## 1.2 ZONA DE INFLUENCIA

El mercado específico del proyecto será el sureste del Distrito Federal ya que esta zona no cuenta con salas cinematográficas, a excepción de la delegación Iztapalapa. Es en la delegación Tláhuac donde se localizarán las salas debido a que dicha delegación cuenta con los servicios y la infraestructura necesaria para trasladarse de un lado a otro del área de mercado, que de acuerdo con la zona geográfica elegida, comprende las siguientes delegaciones:

- TLÁHUAC
- MILPA ALTA
- XOCHIMILCO
- IZTAPALAPA

La delimitación de la zona de influencia se hizo tomando en cuenta principalmente que en ella hay poca diversidad de centros de esparcimiento ó de diversión, ya que podemos encontrar solamente centros deportivos (generalmente de tipo popular), algunos parques y casas de cultura, donde se realizan distintas actividades de carácter deportivo y cultural.

Como se mencionó anteriormente, Iztapalapa es la única delegación de la zona de influencia que cuenta con salas cinematográficas las cuales son 6 ubicadas en la periferia que colinda con las delegaciones de Iztacalco, Benito

Juárez y Coyoacán; esto no afecta los fines del proyecto porque estas salas se encuentran alejadas de las otras delegaciones que conforman la zona de influencia.

Se eligió a la delegación Tláhuac para la instalación de las salas por diversos motivos; en primer lugar, cuenta con la infraestructura necesaria para permitir la comunicación con las otras tres delegaciones, tanto por sus vías de comunicación como por su localización geográfica, por otra parte era fundamental ubicar las salas dentro de una zona que aún no sea considerada por las cadenas exhibidoras para ofertar sus servicios.

Por lo anterior queda descartada la delegación Iztapalapa por ser la que se localiza más hacia el norte del Distrito Federal y la que colinda por lo tanto con otras delegaciones que sí cuentan con un número considerable de salas cinematográficas.

En segundo lugar, las delegaciones de Milpa Alta y Xochimilco que no cuentan con salas cinematográficas también son descartadas para la ubicación de las salas, ya que en estas delegaciones no está permitido el uso del suelo para la instalación de centros de espectáculos dentro de las cuales van incluidas las salas cinematográficas.

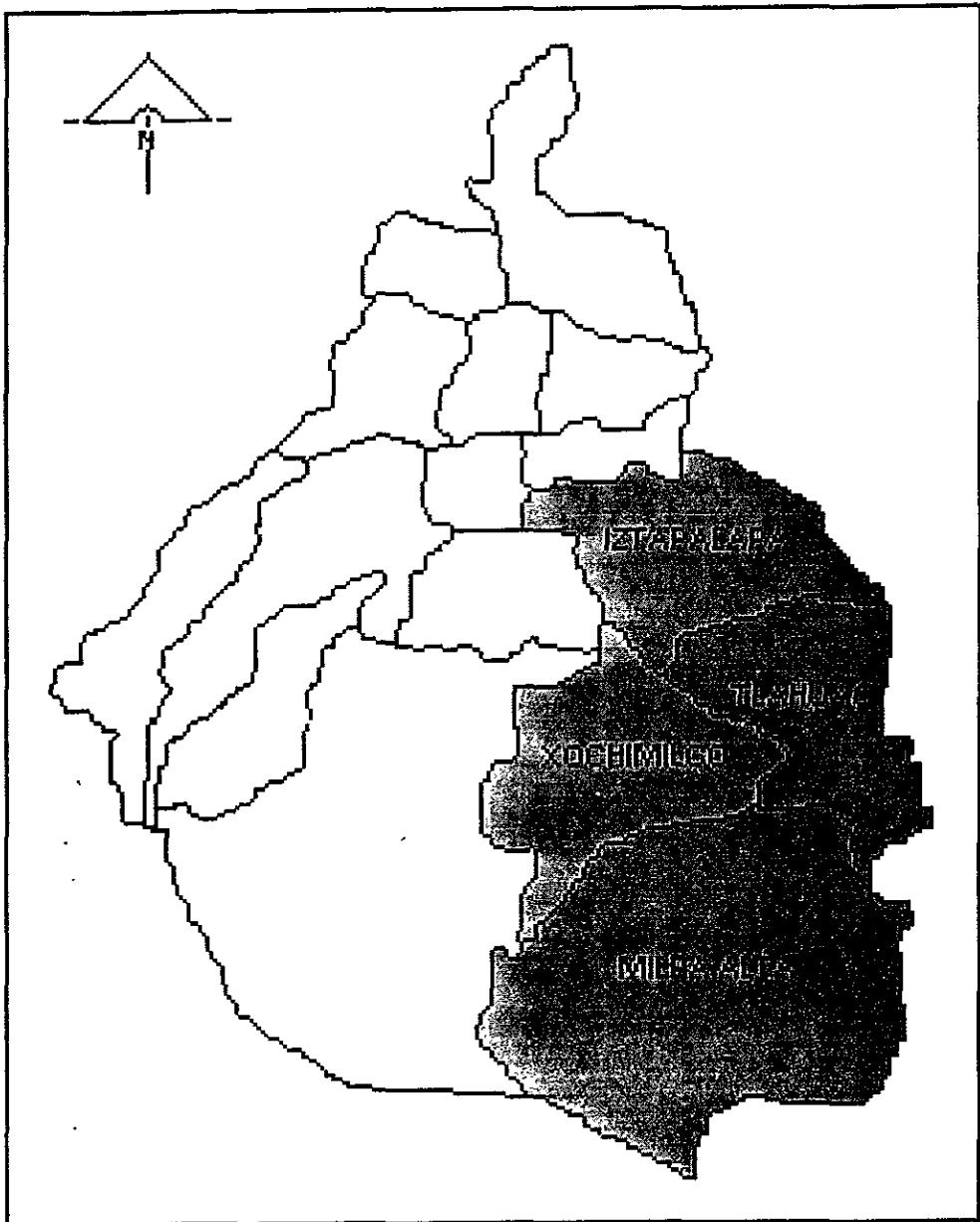
Además de esta limitación de tipo legal, nos encontramos con que una parte considerable de la propia población de estas delegaciones no permite la instalación de cualquier tipo de centros de espectáculos, ya que prefiere mantener las costumbres y tradiciones que aún imperan en esta zona del Distrito Federal.



Un ejemplo de ello fue el intento de instalar hace tiempo un cine en Milpa Alta, donde la población consiguió evitar la apertura de este cine que en la actualidad es la casa de cultura.

En cambio en la delegación Tláhuac no existe ningún tipo de restricción por parte de las autoridades; y por otro lado, la población tiene interés en que se instalen salas cinematográficas en esa zona (esto basado en una encuesta que se aplicó en forma directa a la población de la zona).

# ZONA DE INFLUENCIA



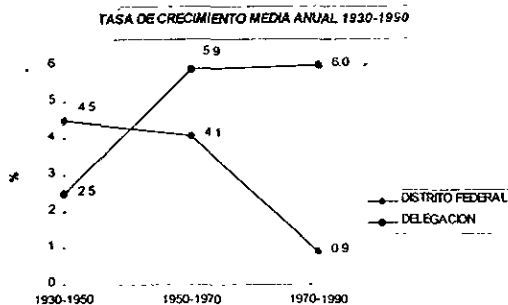
### 1.3. DEMANDA

#### 1.3.1 Crecimiento de la población por sexo y edad

Para realizar el análisis de la demanda que pretende satisfacer el proyecto es necesario hacer un estudio de las características socioeconómicas que se marcan dentro de la zona de influencia del proyecto y que nos permitan conocer las posibles diferencias y similitudes de la población que compone las delegaciones de Tláhuac, Milpa Alta, Xochimilco e Iztapalapa.

Comenzaremos con el crecimiento que ha tenido la población de la delegación Tláhuac, que como se muestra en la gráfica 1, se puede observar que hasta 1990 se tenía una tasa de crecimiento media anual del 6%; situación *contraria* a lo que sucede a nivel general en el Distrito Federal cuya tasa de crecimiento media anual a ido bajando drásticamente a partir de 1970 al pasar de una tasa de 4.1% en dicho año al 0.9% para 1990.

Gráfica 1



FUENTE: Elaboración propia en base a "Tláhuac, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

Como segunda característica de la población que habita en la delegación Tláhuac se puede decir que desde 1950 y hasta 1990, su crecimiento se ha dado de forma acelerada ya que como se puede ver en el cuadro 1. la población de la delegación, en el año de 1950 fue de 19,511 hasta llegar a 206,700 en 1990, esto lo podemos interpretar de otra forma mencionando también que la población tendió a duplicarse a partir de los 60's. Las cifras que muestra el cuadro nos permiten ver también que el incremento tanto en hombres como en mujeres va más o menos a la par ya que los hombres ocupan en promedio el 49.9% del total de la población, mientras que las mujeres conforman el 50.1% durante todo este periodo analizado (ver cuadro 1a)

**POBLACIÓN TOTAL POR SEXO EN LA DELEGACIÓN  
TLÁHUAC  
1950-1990 (No DE PERSONAS)**

cuadro 1d

ANO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
1950	19 511	9 655	9 856
1960	29 880	14 884	14 996
1970	62419	31 897	30 522
1980	146 923	72 918	74 005
1990	206 700	102 060	104 640

FUENTE: Elaboración propia en base a "Tláhuac, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

**POBLACIÓN TOTAL POR SEXO EN LA DELEGACIÓN  
TLÁHUAC  
1950-1990 (%)**

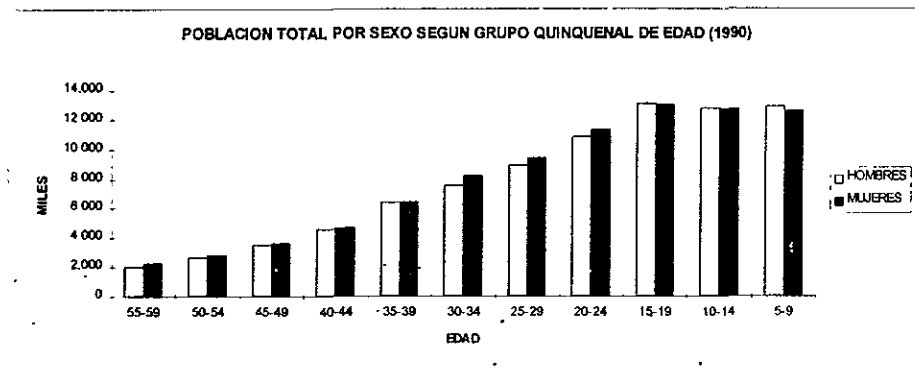
cuadro 1da

ANO	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
1950	19 511	49.5	50.5
1960	29 880	49.8	50.2
1970	62 419	51.1	48.9
1980	146 923	49.6	50.4
1990	206 700	49.4	50.6

FUENTE: Elaboración propia en base a "Tláhuac, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

Dentro de este mismo crecimiento demográfico podemos identificar también que del total de la población en 1990, aproximadamente el 90% se ubica entre los 5 y los 59 años, además de que es en la población que se encuentra entre los 5 y los 24 años de edad donde se concentra el 50% del total delegacional; aunque lo anterior podría ser una característica común de otras poblaciones, es otro factor a favor de los fines del proyecto ya que estamos considerando a este rango de población como demanda potencial del servicio a ofrecer. (ver gráfica 2)

Gráfica 2



FUENTE: Elaboración propia en base a "Tláhuac, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

Tomando en cuenta las delegaciones colindantes con Tláhuac, como lo son Milpa Alta, Xochimilco e Iztapalapa se puede ver en el cuadro 2 que dichas delegaciones tienen una tasa de crecimiento media anual de población, hasta 1990, del 3.2%, 4.3% y 5.% respectivamente.

TASA DE CRECIMIENTO MEDIA ANUAL POR DELEGACIÓN 1990

cuadro 2d

	CLAVE	TASA DE CRECIMIENTO
AZCAPOTZALCO	002	-0.6
COYOACÁN	003	3.2
CUAJIMALPA DE MORELOS	004	6.1
GUSTAVO A. MADERO	005	0.3
IZTACALCO	006	-0.3
IZTAPALAPA	007	5.3
MAGDALENA CONTRERAS, LA	008	4.8
MILPA ALTA	009	3.2
ALVARO OBREGÓN	010	1.1
TLÁHUAC	011	6.1
TLALPAN	012	6.7
XOCHIMILCO	013	4.3
BENITO JUÁREZ	014	-1.7
CUAUHTÉMOC	015	-2.2
MIGUEL HIDALGO	016	-2
VENUSTIANO CARRANZA	017	-1.8

FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996 (NEGI)

Las tasas de crecimiento antes mencionadas están representando un crecimiento relativamente más alto si es que las comparamos con las que se tenían en 1970 en donde la mayor fue de 1.3% en Xochimilco, (a excepción de Iztapalapa que en 1970 su tasa fue de 5.8.% y para 1990 de 5.3%, reducción insignificante si consideramos que es la delegación más poblada del Distrito Federal. (ver cuadro 2)

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR DELEGACIÓN (1970-1990)

Cuadro 3d

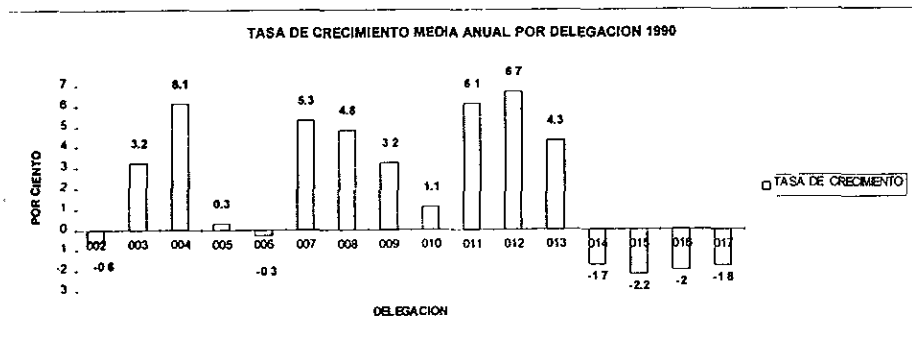
	1970	%	1990	%
DISTRITO FEDERAL	6,889,504	N A.	8,235,744	N A
AZCAPOTZALCO	534,554	5.9	474,688	3.2
COYOACÁN	339,446	3.8	640,066	4.2
CUAJIMALPA DE MORELOS	36,200	0.4	119,669	0.8
GUSTAVO A. MADERO	1,186,107	13.1	1,268,068	8.4
IZTACALCO	477,331	5.3	448,322	3.0
IZTAPALAPA	522,095	5.8	1,490,499	9.9
MAGDALENA CONTRERAS, LA	75,429	0.8	195,041	1.3
MILPA ALTA	33,694	0.4	63,654	0.4
ALVARO OBREGÓN	520,317	5.8	642,753	4.3
TLÁHUAC	62,419	0.7	206,700	1.4
TLALPAN	130,719	1.4	484,866	3.2
XOCHIMILCO	116,493	1.3	271,151	1.8
BENITO JUÁREZ	576,475	6.4	407,811	2.7
CUAUHTÉMOC	923,182	10.2	595,960	4.0
MIGUEL HIDALGO	605,560	6.7	406,868	2.7
VENUSTIANO CARRANZA	749,483	8.3	519,628	3.4

FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996 INEGI

Un punto importante que observamos en el cuadro 3 es que las delegaciones de Xochimilco, Milpa Alta y Tláhuac son las menos pobladas del Distrito Federal, y tal vez este es un factor por el cual se estén observando hoy en día la creación de varios proyectos para urbanizar más la zona sur, como lo son la construcción de unidades habitacionales y centros comerciales, lo que trae consigo una reubicación de la población del Distrito Federal; esta afirmación la podemos respaldar con las mismas tasas de crecimiento ya mencionadas y que se encuentran entre las más altas en 1990, además podemos ver por otro lado, y

con mayor claridad en la gráfica 3 que algunas de las delegaciones localizadas del centro hacia el norte de la ciudad, tienen tasas que no llegan al 1% medio anual e inclusive tienen tasa con tendencia negativa como los son la delegación Venustiano Carranza, Miguel Hidalgo, Cuauhtémoc, Benito Juárez, Azcapotzalco e Iztacalco.

Gráfica 3



FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996. INEGI

El análisis sobre el crecimiento que ha tenido la población en la zona de influencia nos sirve para darnos cuenta que con el tiempo y conforme se vaya concentrando la población en el sur de la ciudad de México, dicha zona requerirá de más centros de esparcimiento para satisfacer sus necesidades; por lo que podemos asumir que las salas tendrán también una aceptación por parte de la población.



### *1.3.2 Distribución de la población de 15 años y más por delegación según condición de alfabetismo.*

En lo que se refiere al grado de alfabetización que han tenido las delegaciones que conforman la zona de influencia del proyecto, se puede observar primeramente en la delegación Tláhuac que desde 1950 y hasta 1990 el número de personas que saben leer y escribir siempre ha estado arriba del 75% del total de la población mayor de 14 años de edad que conforma un total de 130,745 personas para 1990. En esta misma fecha ya existían 123,213 personas alfabetizadas, lo que representa el 94.2% del mismo total. (ver cuadro 4 y gráfica 4)

Igualmente en las otras tres delegaciones, el porcentaje de personas que saben leer y escribir para 1990, es también muy alto estando por encima del 90% del total correspondiente, como por ejemplo, en Milpa Alta el porcentaje de alfabetismo es del 91.8% compuesto por 37,241 personas de un total de 40,550; en Xochimilco el porcentaje es del 94.5% de un total de 178,478 personas y por último, el porcentaje para la delegación Iztapalapa es del 94.8% de un total de 971,036 personas.

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MÁS POR DELEGACIÓN  
SEGÚN CONDICIÓN DE ALFABETISMO, 1990

cuadro 4d

DELEGACIÓN	POBLACIÓN DE 15 AÑOS Y MAS	ALFABETAS	%	ANALFABETAS	%
IZTAPALAPA	971,036	920,713	94.8	12,887	1.3
MILPA ALTA	40,550	37,241	91.8	3,264	8.0
TLÁHUAC	130,745	123,203	94.2	7,328	5.6
XOCHIMILCO	178,478	168,745	94.5	9,365	5.2

FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996. INEGI

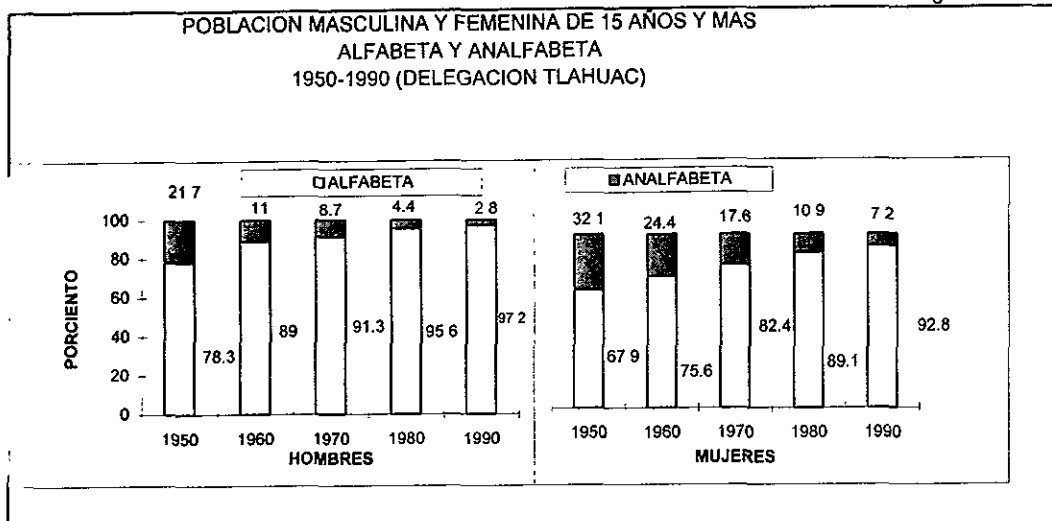
Hablando particularmente de la delegación Milpa Alta, se puede observar en la gráfica 5 que a lo largo del periodo de análisis, su grado de alfabetismo es un poco menor al registrado en la delegación Tláhuac pero que a la vez se considera muy alto si consideramos las características de la población en esta zona que como se sabe, la mayor parte es de bajos recursos y con un porcentaje considerable dedicado a actividades rurales en donde es común detectar niveles muy altos de analfabetismo; finalmente se puede agregar que para el año de 1990 el índice de analfabetismo se ha reducido al 7.8% aproximadamente del total de la población de ésta delegación.

Refiriéndonos a Xochimilco podemos darnos cuenta con su respectiva gráfica (6) y con el cuadro (4), que su nivel de alfabetismo, es más alto que el registrado en las dos delegaciones anteriores con sólo un 5.2% de analfabetismo aproximadamente en 1990 incluyendo tanto hombres como mujeres cifra también muy aceptable ya que esta delegación tiene características muy similares a Milpa Alta, aunque Xochimilco cuenta con más zonas urbanizadas donde hay una mayor diversidad de actividades económicas.

Por último, nos resta hablar de la delegación Iztapalapa que como ya se vio, el 94.8 de su población se encuentra alfabetizada para 1990 y por lo tanto cuenta solamente con un 5% aproximadamente sin alfabetizar; las cifras son favorables, ya que el número de personas que habita dentro de esta delegación es el más alto del Distrito Federal (ver gráfica 7).

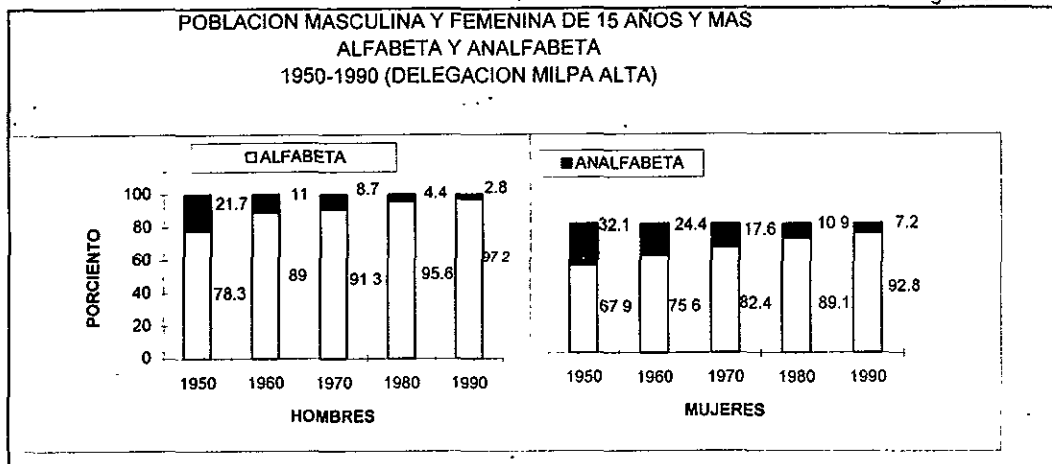
Todo este análisis sobre el grado de alfabetización de la área de influencia nos indica que la población de dicha zona no tiene dificultades en apreciar las películas extranjeras que por el hecho de venir en otro idioma es necesario subtitarlas en español, y para poderlas comprender en su totalidad se requiere de un nivel básico de lectura para que así puedan ser del agrado del público en general.

gráfica 4



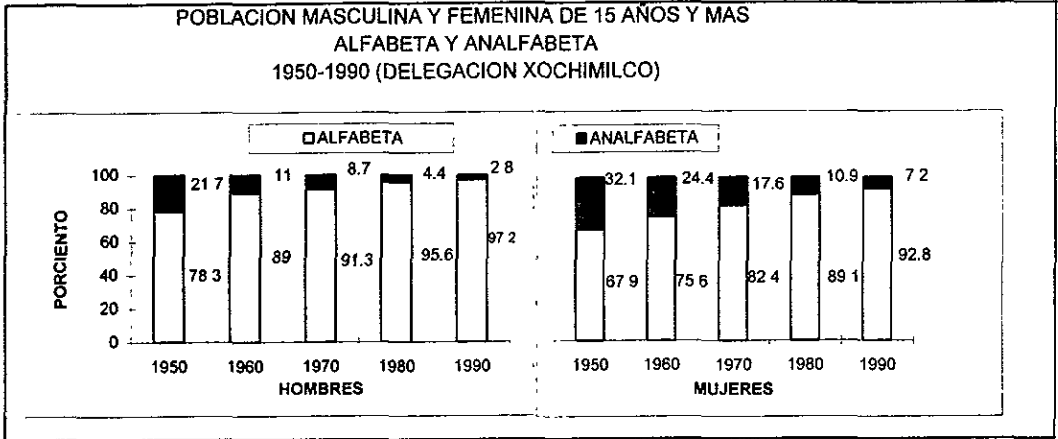
FUENTE: Elaboración Propia en base a "Tlahuac, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional" Edición 1995, INEGI

gráfica 5



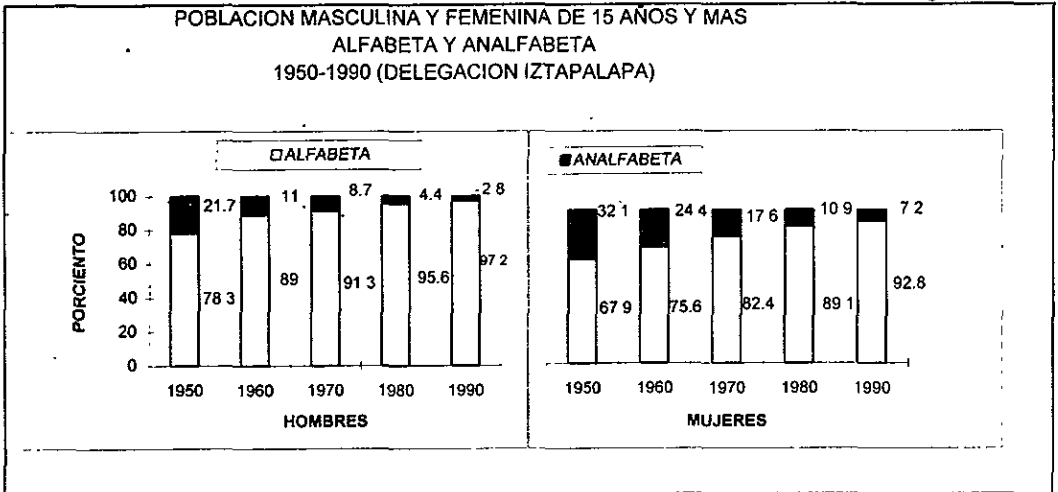
FUENTE: Elaboración Propia en base a "Milpa Alta, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional" Edición 1995, INEGI

gráfica 6



FUENTE: Elaboración Propia en base a "Xochimilco, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional" Edición 1995, INEGI

gráfica 7



FUENTE: Elaboración Propia en base a "Iztapalapa, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional" Edición 1995, INEGI

### *1.3.3. Características económicas de la población de la zona de influencia.*

Aquí veremos en primer lugar como se distribuye la población de 12 años y más según condición de actividad hasta el año de 1990; por ejemplo, en la delegación Tláhuac, de un total de 71, 725 hombres el 65.6% formaba parte de la Población Económicamente Activa, y en donde sólo el 3.3% se encontraba desocupada. Por otra parte la población femenina de 12 años y más, que suma un total de 74, 691 refleja una situación inversa ya que sólo el 21.6% se encuentra dentro de la Población Económicamente Activa, pero de igual forma que la población masculina, sólo el 2.6% se encuentra desocupada (ver cuadros 5 y 6, gráficas 8 y 12).

La tendencia inversa de la población femenina haciendo la comparación con la masculina, aunque arroja resultados negativos para los fines del proyecto refiriéndonos a la condición económica en que se encuentra la población de la zona de influencia, la consideremos normal tomando en cuenta que la mayoría de las mujeres se dedican al hogar sin tener muchas veces tiempo extra para dedicarse a otras actividades que aporten algún otro ingreso para sus familias.

La distribución de la Población Total en Económicamente Activa e Inactiva que se ve en la delegación Tláhuac es muy parecida a las composiciones de las otras tres de la zona de influencia. Hablando de Milpa Alta nos encontramos que su población masculina conformada por un total de 22,193 personas está compuesta en un 66.7% de Población Económicamente Activa en donde sólo existe un 2.7% de *desocupados*, con un 31.2% de Población Económicamente Inactiva y un 2.1% no especificado. En cambio su población femenina compuesta por 23,040 personas solamente tiene un 21% Económicamente Activa con un 2.7% *desocupada*, la Económicamente Inactiva forma el 77% y sólo un 2% no especificado(ver cuadros 5 y 6, gráfica 9 y 13).

Por lo que se refiere a Xochimilco e Iztapalapa se puede observar en el cuadro 5 y sus respectivas gráficas (10 y 11), que la tendencia es casi la misma que en Tláhuac y Milpa Alta por lo que consideramos sería innecesario hacer la narración de sus cifras. En general podemos decir que la población masculina de la zona de influencia es en un 66.5% de Población Económicamente Activa con un 2.8% de *desocupada* en promedio y un 33% aproximadamente es inactiva; en cambio en la población femenina, el 24.2% de Población Económicamente Activa *en promedio* con el 2.4% de *desocupada* y el 75% aproximadamente es inactiva (ver cuadro 6 y gráficas 14 y 15).

En primera instancia, ésta primera distribución de la población de 12 años y más por condición de actividad nos muestra que el 45% de la población de la zona de influencia esta comprendida dentro de la Población Económicamente Activa , situación similar a la que tiene el D.F; por lo que consideramos que ésta característica no es muy relevante para los fines del proyecto.

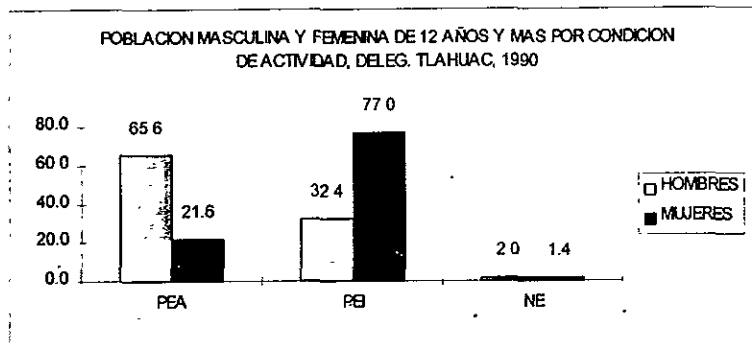
POBLACIÓN DE 12 AÑOS Y MAS POR CONDICION DE ACTIVIDAD SEGÚN SEXO 1990

cuadro 5d

	POBTOT	PEA	%	POB. ECON. INACTIVA	%	NO	
						ESPECIFICADO	%
<b>DELEGACIÓN TLÁHUAC</b>							
HOMBRES	71,725	47,092	65.6	23,230	32.4	1,403	2.0
MUJERES	74,691	16,118	21.6	57,539	77.0	1,034	1.4
<b>DELEGACIÓN MILPA ALTA</b>							
HOMBRES	22,193	14,803	67	6,924	31.2	466	2.1
MUJERES	23,040	4,833	21.0	17,746	77.0	461	2.0
<b>DELEGACIÓN XOCHIMILCO</b>							
HOMBRES	96,222	62,842	65	31,326	32.6	2,054	2.1
MUJERES	100,983	28,163	28	70,685	70.0	2,135	2.1
<b>DELEGACIÓN IZTAPALAPA</b>							
HOMBRES	520,893	352,771	68	159,067	30.5	9,055	1.8
MUJERES	556,437	146,395	26	3,990,445	71.7	10,997	2.0

FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996. INEGI

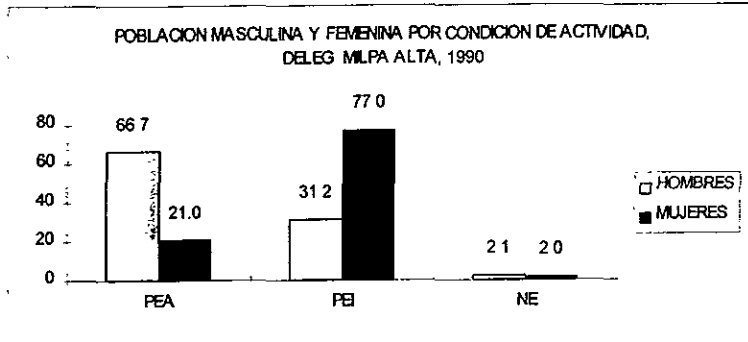
gráfica 8



FUENTE: Elaboración propia en base a "Tlahuac, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

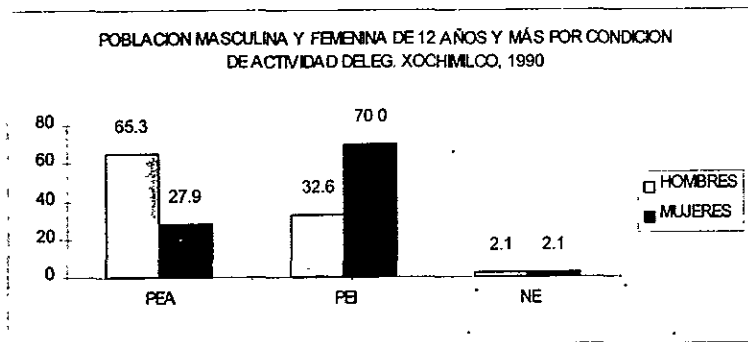


gráfica 9



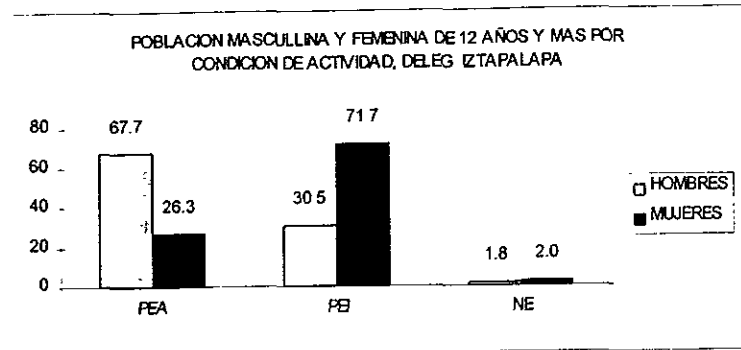
FUENTE: Elaboración propia en base a "Milpa Alta, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

gráfica 10



FUENTE: Elaboración propia en base a "Xochimilco, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

gráfica 11



FUENTE: Elaboración propia en base a "Iztapalapa, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

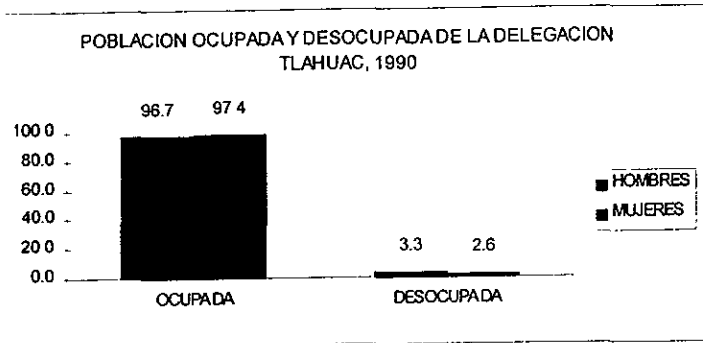
POBLACIÓN OCUPADA Y DESOCUPADA 1990

cuadro 6d

	PEA	OCUPADOS	%	DESOCUPADOS	%
<b>DELEGACIÓN TLÁHUAC</b>					
HOMBRES	47,092	45,560	96.7	1,532	3.3
MUJERES	16,118	15,693	97.4	425	2.6
<b>DELEGACIÓN MILPA ALTA</b>					
HOMBRES	14,803	14,405	97.3	398	2.7
MUJERES	4,833	4,701	97.3	132	2.7
<b>DELEGACIÓN XOCHIMILCO</b>					
HOMBRES	62,842	61,236	97.4	1,606	2.6
MUJERES	28,163	27,594	98.0	569	2.0
<b>DELEGACIÓN IZTAPALAPA</b>					
HOMBRES	352,771	342,474	97.1	10,297	2.9
MUJERES	146,395	143,084	97.7	3,311	2.3

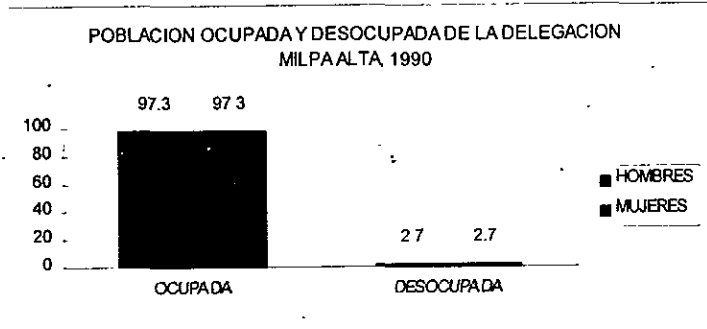
FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996. INEGI

gráfica 12



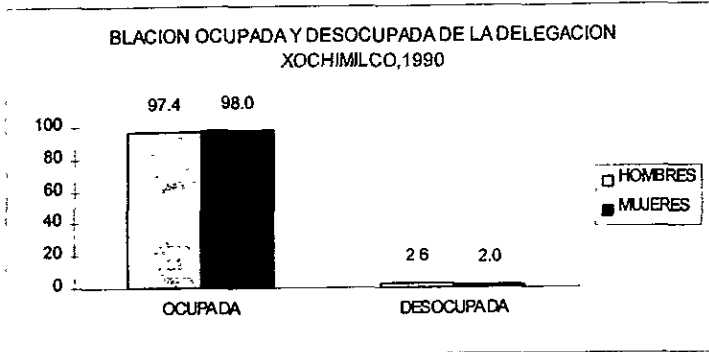
FUENTE: Elaboración propia en base a "Tláhuac, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

gráfica 13



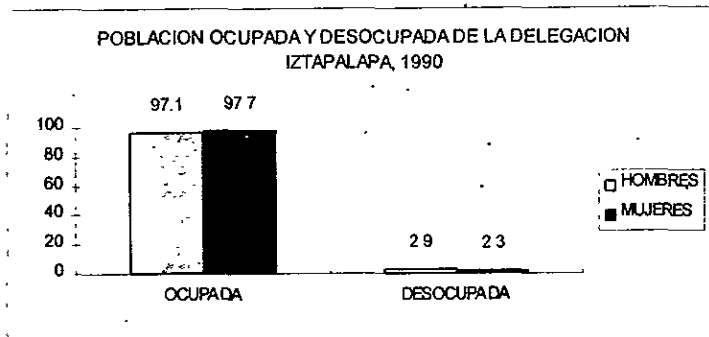
FUENTE: Elaboración propia en base a "Milpa Alta, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

gráfica 14



FUENTE: Elaboración propia en base a "Xochimilco, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

gráfica 15



FUENTE: Elaboración propia en base a "Iztapalapa, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional," Edición 1995. INEGI

Otra característica de tipo económico es el nivel de ingreso que tiene la población y esto lo analizaremos dividiéndola en tres categorías: la parte de la población que no percibe ingresos, la que recibe hasta dos salarios mínimos y la que recibe más de dos salarios mínimos, ( a partir exclusivamente de la población ocupada ).

En Tláhuac, del total de la población ocupada que para 1990 fue de 61,253 el 1.2%, es decir 722 personas solamente no reciben ingresos mientras que 44,814 personas que conforman el 73.2% ganan hasta dos salarios mínimos por lo tanto el 25.6% restante percibe más de dos salarios mínimos (ver cuadro 7, gráfica 16 y 17).

Para el caso de Milpa Alta podemos ver en el cuadro 7 y la gráfica 17 el total de la población ocupada que es de 19,106 personas en donde el 5.2% no percibe ingresos y el 70.3% recibe dos, algo semejante a la delegación Tláhuac, por lo que podemos concluir que entre estas dos delegaciones hay una gran similitud en cuanto a su nivel de vida aunque las actividades que se desarrollan en cada una de ellas son diferentes (ver cuadro 7, gráfica 16 y 17).

Observando las cifras de Xochimilco en el mismo cuadro, podemos observar que su población ocupada es más alta que las mencionadas anteriormente con un total de 88,830 y con sólo el 1.7% de la población que no percibe ingresos, por otro lado la población que recibe más de dos salarios mínimos es solamente del 65.7% siendo a la vez mayor la población que recibe más de dos salarios mínimos con un porcentaje del 32.6% cifra que es un poco

más alta que la observada en Tláhuac, Milpa Alta e Iztapalapa (ver gráfica 16 y 17).

Por último nos resta ver las cifras que nos muestra el cuadro 7 en relación con Iztapalapa que aunque tiene la población ocupada más alta de las cuatro delegaciones que conforman la zona de influencia, con un total de 485,4558, no es la más alta en relación con el número de personas que reciben más de dos salarios mínimos y que hacen el 32.2% de dicha población ocupada, por lo tanto la población que recibe menos de dos salarios mínimos conforma el 66.8% y los que no perciben ingresos hacen solamente el 1%. Con esto podemos ver que hay gran similitud con Xochimilco así como la hubo entre Tláhuac y Milpa Alta; pero en general; podemos concluir diciendo que la conformación de la población en la zona de influencia, en relación con su nivel de ingreso, es uniforme entre las cuatro delegaciones (ver gráficas 16 y 17).

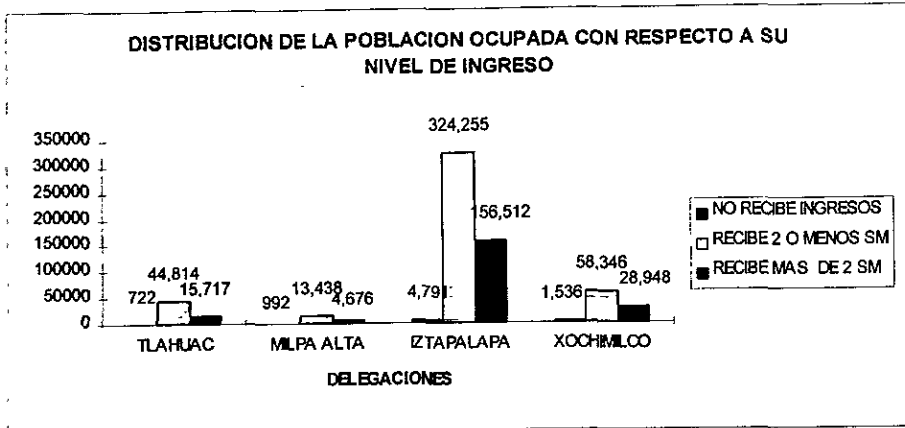
PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN OCUPADA SEGÚN SU NIVEL DE INGRESO, 1990

cuadro 7d

	POBLACIÓN OCUPADA	NO RECIBE INGRESOS	%	RECIBE HASTA DOS SALARIOS MÍNIMOS	%	RECIBE MAS DE DOS SALARIOS M	%
TLÁHUAC	61,253	722	1.2	44,814	73.2	15,717	25.6
MILPA ALTA	19,106	992	5.2	13,438	70.3	4,676	24.5
IZTAPALAPA	485,558	4,791	1	324,255	66.8	156,512	32.2
XOCHIMILCO	88,830	1,536	1.7	58,346	65.7	28,948	32.6

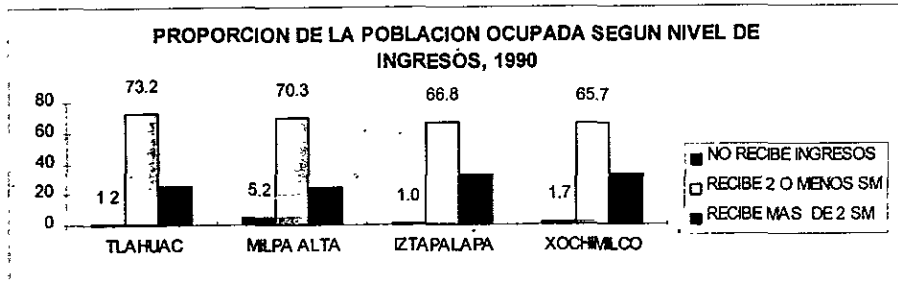
FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996. INEGI

gráfica 16



FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996. INEGI

gráfica 17



FUENTE: Elaboración propia en base a "Anuario Estadístico del Distrito Federal," Edición 1996. INEGI

## 1.4.- OFERTA

Retomando un poco las cifras de las estadísticas sobre el número de salas que hay en cada delegación que se mostraron dentro del punto 1.1. (los servicios cinematográficos en el D.F.), pudimos observar que de las cuatro delegaciones que conforman la zona de influencia, sólo Iztapalapa cuenta con 6 salas y el resto no cuenta con ninguna.

Con esto podemos decir que la oferta en la zona de influencia es casi nula, y decimos "casi nula" ya que aunque sólo existan 6 salas y están localizadas hacia el norte de Iztapalapa, no podemos descartar la influencia que ejercen cerca de nuestra área de mercado, puesto que algunas pertenecen a las nuevas cadenas exhibidoras las cuales están ofreciendo diversas innovaciones que mejoran el servicio ofrecido con el fin de atraer cada vez más público.

Cabe mencionar que aparte del intento fallido por instalar un cine en la delegación Milpa Alta, ya explicado anteriormente, nos encontramos con el caso de un cine que sí estuvo funcionando a principios de los ochentas en la localidad de Tulyehualco, dentro de la delegación Tláhuac.

Según las fuentes que nos informaron sobre este cine, explicaron que éste pertenecía a la empresa "Operadora de Teatros" la cual cuenta con varios cines en el interior de la República por lo que el cine de Tulyehualco era el único que poseía dentro del Distrito Federal.



Al investigar más profundamente nos encontramos con que dicho cine dejó de funcionar básicamente porque las autoridades delegacionales cobraban rentas muy elevadas por el alquiler del inmueble, además de que se le empezó a perder interés tanto de parte de los representantes como de los empleados ya que el cine fue víctima de diversos asaltos y todo esto se tradujo en una reducción considerable de la calidad del servicio ofrecido; lo que finalmente orilló a los representantes a cerrarlo.

En la actualidad este inmueble es uno más de los edificios propiedad de las autoridades de la localidad sirviendo como bodega y como espacio para el uso de diversas actividades.

Aparte de los casos de Milpa Alta y Tulyehualco, no nos hemos encontrado con la existencia de alguna otra sala ni se han detectado iniciativas por parte de las cadenas exhibidoras por instalar salas cinematográficas en la zona de influencia; ya que también se ha visto que las nuevas cadenas como "CINEMEX" y "CINEMARK" están efectuando su extensión hacia el interior de la República y por otro lado las cadenas nacionales sólo se han limitado a dividir y renovar las salas ya existentes tanto en el Distrito Federal como en el interior de la República, ó también están comenzando a asociarse con otras como es el caso de la "Organización Ramírez" la cual está incrementando su capital social para conformar una nueva empresa que es "CINEPOLIS".

## 1.5. BALANCE OFERTA DEMANDA

La exhibición cinematográfica que se ofrece dentro del Distrito Federal está encaminada a satisfacer las necesidades de esparcimiento de la población, por lo tanto tiene algunas diferencias en relación con la zona en donde están localizadas cada una de las salas.

Partiendo de esto, el servicio que se pretende ofrecer va encaminando a satisfacer los gustos y necesidades de la población ubicada en la zona de influencia ya determinada y para esto haremos uso de los resultados del cuestionario de la encuesta que se aplicó en la zona, y que se muestra al final de este apartado.

El objetivo del cuestionario fue el de conocer más a fondo la opinión que tiene la gente sobre el servicio que ofrecen hoy en día las salas cinematográficas, así como el de enterarnos de algunas de sus inconformidades para tomarlas en cuenta y evitarlas cuando se lleve a la práctica el presente proyecto mejorando aún más la calidad del servicio a ofrecer.

Comenzaremos con la aceptación que tendrían las salas cinematográficas por parte de la población de la zona, en donde como se pudo observar en los resultados del cuestionario, al menos las cien personas encuestadas asisten al cine y están demandando a la vez la oferta de este servicio en la zona y el 75% de ellos consideran que no hay centros de diversión o de esparcimiento, a excepción de los deportivos populares y algún centro con actividades culturales.

Por otro lado, el 60% aproximadamente de los encuestados calificaron de "regular" el servicio que ofrecen las salas cinematográficas a las que asisten con regularidad, esto lo podemos interpretar diciendo que la gente califica como ineficiente el servicio que se ofrece hoy en día.

Con esta respuesta nos podemos atrever a decir que la mayor parte de la población de la zona de influencia, rara vez asiste o no ha asistido aún a las salas cinematográficas que pertenecen a las grandes cadenas extranjeras debido principalmente a que las tarifas que cobran son demasiado altas; y es que estas nuevas cadenas han superado, la mala calidad del servicio que existía en las salas nacionales hasta antes de la apertura comercial y que existe aún en varias de ellas, mejorando tanto la atención en público como la higiene que ofrecen sus instalaciones.

Lo anterior lo podemos respaldar con las respuestas que se dieron referentes al precio del boleto, en donde confirmamos que las personas encuestadas sí han asistido al cine por lo menos en los últimos meses, *demostrando tener conocimiento sobre lo que cuesta hoy en día un boleto*; por ejemplo, el 75% aproximadamente tiene idea de que un boleto cuesta entre los 12 y los 20 pesos, mientras que las empresas extranjeras cobran generalmente entre los 20 y los 35 pesos por boleto.

Por otro lado, vemos que casi todos los encuestados opinaron que los precios ofrecidos en las dulcerías son altos, pero aún así el mismo número de personas los sigue consumiendo, esto quiere decir que de una u otra forma la gente acepta estos precios.

Si retomamos las respuestas sobre las promociones, nos damos cuenta que aunque la gente sigue asistiendo al cine y continua consumiendo productos en las dulcerías, asistirían con más frecuencia e incrementarían su consumo si se ofrecieran mas promociones aparte del 2x1 que se ofrece los miércoles y en las matines.

También se puede saber por medio del cuestionario el gusto que tiene la población por las películas tanto nacionales como extranjeras, así como el género de las mismas y las que mas prefieren; al respecto podemos ver que al 60% de las personas encuestadas les agradan tanto las películas extranjeras como las nacionales, al 31% solo la extranjeras y solamente al 9% las nacionales; cabe mencionar que la preferencia por las películas extranjeras es el resultado de la mala calidad que ofrecen las producciones nacionales. Esto quiere decir que las salas tendrán que darle un tiempo de exhibición considerable a las películas de origen nacional, situación que no se observa en la mayoría de las salas del Distrito Federal, o cuando menos, en las salas de estreno y de segundas corridas.

Refiriéndonos al género de las películas, podemos observar que el que más prefiere la población es el de acción, aunque también hay una cierta preferencia por lo géneros de terror, suspenso y comedia.

Además de definir el tipo de películas a exhibir, la idea de construir dos salas es para satisfacer más al grueso de la población ofreciendo dos géneros de películas a la vez, o solamente para dar más de una opción al público evitando así la elección de otras salas.

Esta idea de satisfacer al máximo los distintos gustos de la población se puede ver más claramente con lo que está aconteciendo hoy en día dentro del mercado de la exhibición, donde las grandes cadenas cinematográficas en sus conjuntos de salas, ofrecen varias películas a la vez y de distintos géneros, así el público puede elegir más una película sin tener la necesidad de trasladarse a otro punto de la ciudad para verlas.

Aquí surge una diferencia importante entre nuestro proyecto y la nueva competencia tanto nacional como extranjera, porque ya en marcha éste es muy pequeño en comparación a los que han realizado las nuevas cadenas cuyas inversiones son tan grandes que sólo podrían recuperarse a largo plazo, pero que en cambio, han tratado de reducir el plazo para su recuperación con el aumento en los precios del boleto y ofreciendo precios altísimos en las dulcerías y tarifas de estacionamiento.

Al conseguir que el proyecto no requiera de un monto enorme de inversión no nos veríamos en la necesidad de incrementar los precios o al menos tener la posibilidad de ofrecerlos más bajos que los de la competencia, y sobre todo manteniendo también un nivel de calidad igual o mejor con lo que se asegura aún más al público de la zona de influencia del proyecto, eliminando a la vez la existencia de una gran demanda insatisfecha.

Con todo lo anterior se puede cumplir otro de los objetivos del proyecto que es hacer del cine (además de ser una diversión), un hábito más de la población y esto se puede lograr haciéndolo económicamente más accesible, o como se podría decir también, colocándolo a la medida de las posibilidades, logrando con esto el poder reducir la fuerza que tiene otro servicio que es la renta de videogramas y que es uno de los principales factores (o producto sustituto) que han logrado reducir la asistencia a las salas cinematográficas en los últimos años.

CUESTIONARIO

(RESULTADOS)

1. ¿ Existen centros de esparcimiento o diversión en la zona ?

SI 73 NO 27

2. ¿Cuáles son estos ?

Cines 2 Teatros 10 Deportivos 70

3. ¿ Le gustaría que se instalaran unas salas cinematográficas en la zona ?

SI 100 NO 0

4. ¿ Asiste usted al cine ?

SI 100 NO 0

5. ¿ Con que frecuencia ?

Cada semana 5 Cada 15 días 25 Cada mes 48 Después de 30 días 22

6. ¿ Qué días son los elige generalmente para ir al cine ?

Lunes 1 Martes 2 Miércoles 16 Jueves 2 Viernes 7 Sábado 68 Domingo 47

7. ¿ A qué función le gusta ir más ?

1ra (16:00-17:45 hrs.) 29 2da (18 00-19:45 hrs) 58 3ra (21:00-21:45) 13

8. ¿ Le gustaría que se ofrecieran matinés ?

SI 89 NO 11

9. ¿ Con quién asiste generalmente al cine ?

Familia 42 Hijos 2 Esposa 3 Amistades 59 Solo 3

10. ¿ Como considera el servicio ofrecido por los cines ?

Malo 5 Regular 58 Bueno 36 Muy bueno 1

11. En general, piensa que la higiene de los cines es:

Mala 11 Regular 50 Buena 37 Muy buena 2

12. Conoce usted el precio actual del boleto de cine ?

SI 85 NO 15

13. ¿ Cuanto cuesta ?

\$10 8 \$12 5 \$15 50 \$20 19 \$25 3

14. Cree que el precio del boleto es:

Alto 43 Bajo 1 Justo 51 N/C 5

15. ¿Cuál considera que deba ser el precio adecuado del boleto ?

\$10 44 entre \$10 y \$15 49 entre \$15y \$20 7

16. ¿ Le gustaría que los cines ofrecieran promociones ?

SI 98 NO 2

17. ¿Que tipo de promoción le gustaría más ?.

- Descuento en boletos 54
- Descuento en dulcería 54
- La venta de un abono familiar 25
- Ofrecer dos películas por el precio de una 18
- Obsequiar regalos con la acumulación de boletos 15

18. ¿ Qué películas le gustan más ?

Nacionales 9 Extranjeras 31 Ambas 60



19. ¿Qué género de películas prefiere ?

Acción 61 Terror 31 Aventura 16 Suspenso 25 Comedia 23 Drama 15

20. ¿Cada cuando le gustaría que los cines cambiarán su cartelera ?

Cada semana 25 Cada quince días 55 Más de quince días 20

21. ¿Compra productos en las dulcerías de los cines ?

SI 81 NO 19

22. ¿Qué tipo de productos consume ?

Frituras 57 Caramelos 6 Chocolates 12 Alimentos preparados 9 Bebidas 59

23. Piensa que el precio de estos productos son:

Altos 83 Bajos 0 Aceptables 17

24. Si se ofreciera una promoción en la dulcería ¿Consumiría más productos?

SI 88 NO 12

25. ¿ Considera adecuada la tarifa que los cines cobran por el servicio de estacionamiento ?

SI 33 NO 49 N/C 18

26. ¿Qué tarifa cree que sea la más adecuada ?

\$5. 78 \$10 9 \$15 1 N/C 12

27. ¿ Que tipo de transporte usa para ir al cine ?

Particular 30 Colectivo 70

28. ¿ Que tiempo se hace aproximadamente al trasladarse de su casa al cine ?

De 15 a 30 min. 30 De 30 min a 1 hora 46 1 hora o más 24

29. ¿Cuanto gasta aproximadamente en transporte cuando asiste al cine ?

\$5 18

\$10 37

\$15 15

\$20 15

Más de \$20 15

El cuestionario se aplico a 53 mujeres y 47 hombres.

La edad promedio de los encuestados es de 14 a 40 años aproximadamente.

La sumatoria de muchos totales de las respuestas no suma 100 porque muchas fueron contestadas con mas de una opción.

## 1.6 COMERCIALIZACIÓN

El proceso de comercialización de una película generalmente empieza con la distribución y dicha distribución inicia en la producción de la misma película; posteriormente se les proporciona a las cadenas de cine por medio de las distribuidoras que son:

- Películas Internacionales Unidas, (UIP)
- Columbia
- Warner Bros.
- Fox
- Distribuidoras Mexicanas, (Videocine, Telecine y Productores Nacionales)

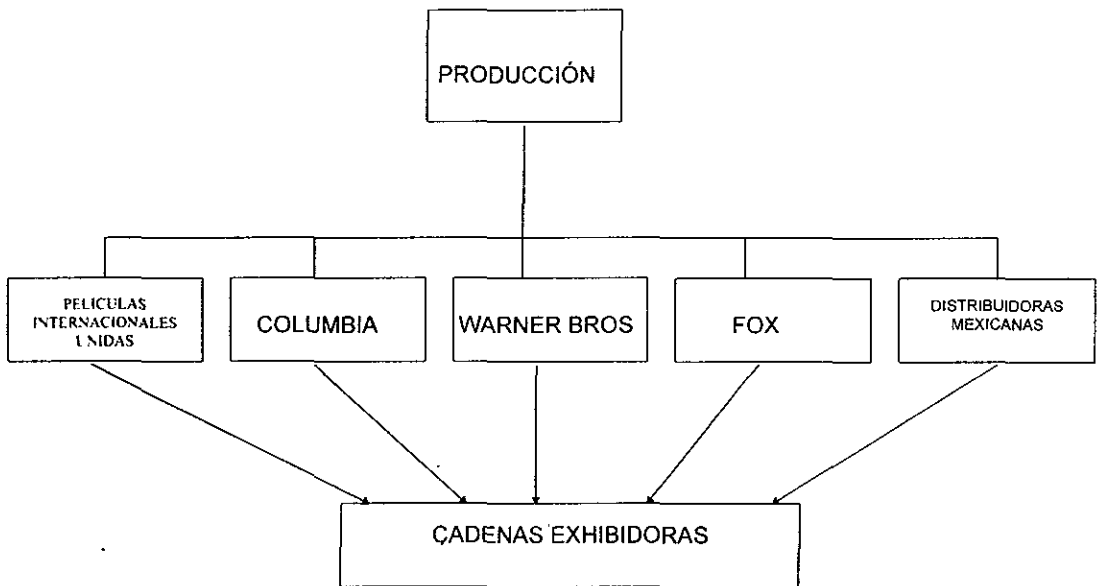
Los cines, para exhibir su materia prima que es la película, tienen que contratar con las cinco distribuidoras mencionadas anteriormente a porcentaje del ingreso de la exhibición diaria, dicho porcentaje varía pagándose el 40% del ingreso neto y si es una película importante (comercial) el 50%, en un término de 18 días después de terminado el último día de exhibición, realizando cortes cada semana para liquidar.

La distribución tiene diferentes modalidades como son:

- 1) Renta directa al exhibidor.
- 2) Renta a un subdistribuidor, el cual a su vez puede redistribuir.
- 3) Venta total o cesión del derecho, que a su vez puede ser por tiempo determinado, por zona geográfica o por exhibiciones predeterminadas con o sin frecuencia específica.

La tercera y última etapa para efectos del proyecto la constituye la exhibición que es el primer contacto que tiene el público con el producto cinematográfico terminado.(ver diagrama)

#### DIAGRAMA DE FLUJO DE LA TRAYECTORIA DE LA COMERCIALIZACIÓN



Habiendo descrito el camino que recorre una película desde su producción hasta su exhibición, resta mencionar el principal y único canal de comercialización para dar a conocer las salas cinematográficas que es el empleo de la cartelera cinematográfica de los diarios que circulan por el Distrito Federal y áreas conurbadas.

### 1.6.1 Política de ventas

Dentro de este servicio no existe realmente una política de ventas definida, a excepción de unas cuantas decisiones para incrementar los ingresos de la empresa. Estas decisiones se formularían observando el comportamiento del público por medio del análisis de la oferta y la demanda.

Algunas de estas decisiones podrían estar relacionadas con las promociones que consisten en aplicar el 2x1 en el precio del boleto de las entradas los miércoles y en las matines; o también se pueden aplicar pequeños descuentos en dicho precio del boleto en las funciones que se den entre las matines y la segunda función de la tarde, ya que en ésta, la asistencia del público es muy reducida. Por otro lado, también se podría aplicar el 2x1 en algunos productos de la dulcería o el regalar bolsas de palomitas de maíz, como se ha visto algunas veces en varias salas.

Por último, también se puede tomar la elección de exhibir las mejores películas en periodos vacacionales ya que una de las principales causas de que la demanda del servicio venga reduciéndose en los últimos años, ha sido que la gente tiene cada vez menos tiempo para asistir al cine, prefiriendo rentar el videograma además de que su precio es mas bajo.

## 1.7. CONCLUSIONES

De acuerdo con el estudio de mercado realizado, las perspectivas del presente proyecto se consideran viables por las siguientes razones:

- En primer lugar, las elevadas tasas de crecimiento de la población que se registran en la zona de influencia se consideran favorables ya que al mismo tiempo también se está incrementando la cantidad de demanda insatisfecha.

- Se considera que existe una gran demanda insatisfecha porque en realidad, la oferta de este servicio en la zona de influencia es casi nula, además se ha comprobado que la población, considerada dentro del área de mercado, está demandando la existencia de este servicio, ante la escasez de centros de diversión o esparcimiento en dicha zona.

- Aunque el grueso de la población cuenta con un nivel bajo de ingresos, se ha comprobado que asisten constantemente al cine, aunque esto implique un gasto considerablemente alto para dicha población.

- La población asistirá con más frecuencia al cine si éste estuviera más a la medida de sus posibilidades económicas, y esto es posible con la aplicación de descuentos o promociones que no afecten la rentabilidad del servicio.

# **CAPITULO II**

## **ESTUDIO TECNICO**

## 2.1 MACROLOCALIZACIÓN

Las salas cinematográficas se instalarán en la Delegación Tláhuac, localizada en la zona sureste del Distrito Federal.

La Delegación Tláhuac colinda con las siguientes delegaciones: Al norte con Iztapalapa, al oeste con Xochimilco, al sur con Milpa Alta y al este con los municipios Ixtapaluca y Chalco, ambos del Estado de México.

La decisión de instalar las salas cinematográficas en la Delegación Tláhuac obedece a factores mencionados en el apartado referente a la zona de influencia, de donde podemos retomar que dentro de ésta, la oferta de este servicio es casi nula, y la población que vive y circula por la delegación está demandando el servicio que ofreceremos.

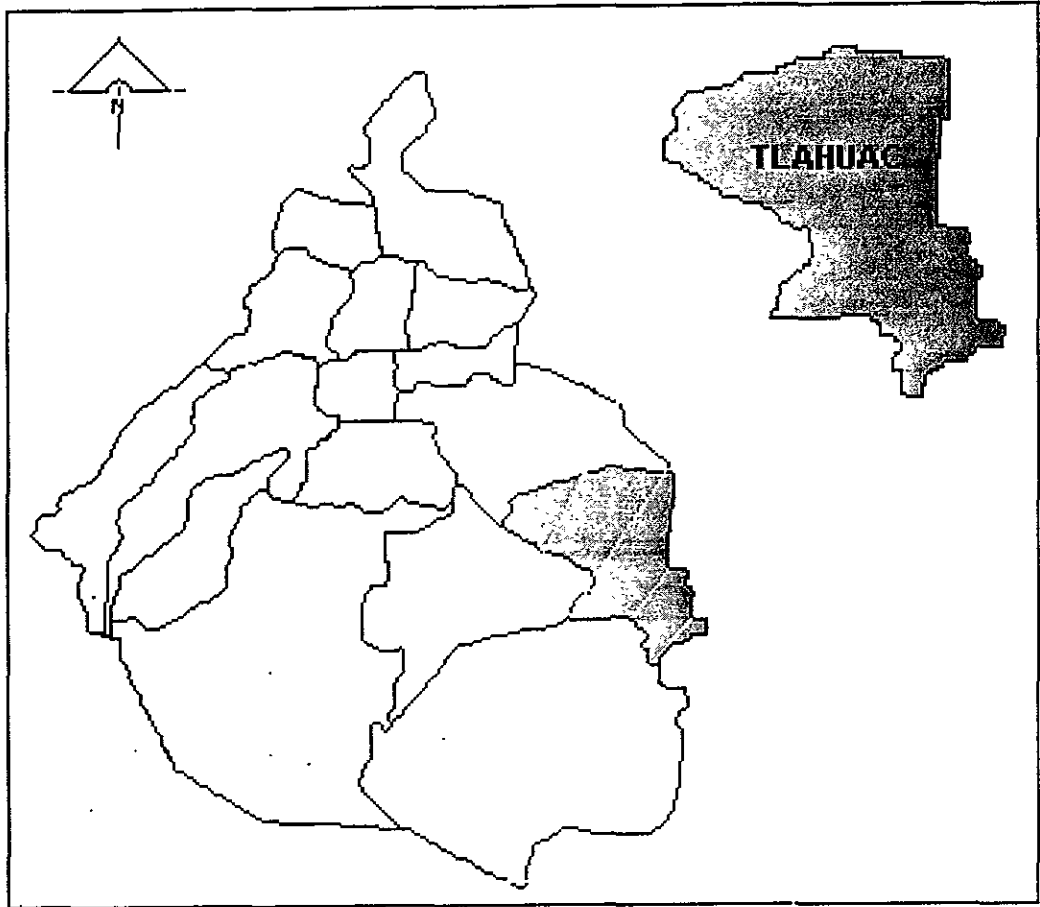
Decimos casi nula porque, en la delegación Tláhuac los centros de recreación y esparcimiento son deportivos, casas de la cultura y otros pero del mismo género y no salas cinematográficas por lo que el proyecto tiene una gran demanda potencial que puede cubrir.

Se decidió instalar las salas en esta delegación porque tiene una ubicación céntrica con respecto a las demás delegaciones que conforman la zona de influencia (Xochimilco, Milpa Alta e Iztapalapa).

Por otro lado, algunas de las vías de comunicación más utilizadas por la población en el sureste del Distrito Federal cruzan o recorren la mayor parte de la delegación Tláhuac; lo que permite captar un mayor número de demandantes para beneficio del proyecto.

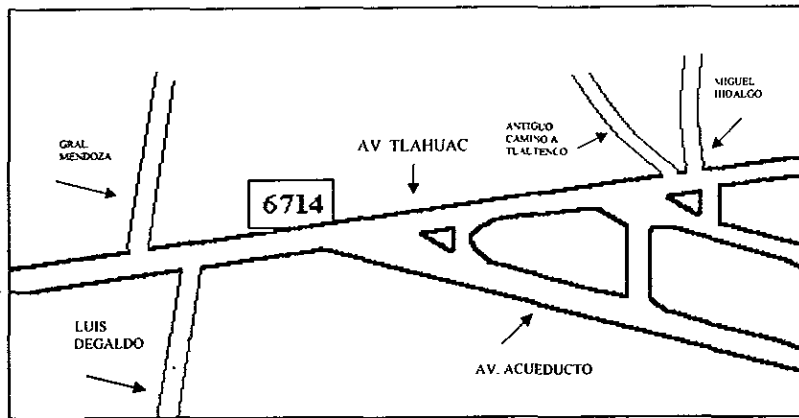


# MACROLOCALIZACION



## 2.2. MICROLOCALIZACION

La localización de las salas cinematográficas se encuentra dentro de los límites que abarca la colonia Santiago Zapotitlán en la delegación Tláhuac, Distrito Federal, específicamente en la Av. Tláhuac 6714 entre las calles de General Mendoza y Antiguo Camino a Tlaltemco.



La ubicación de las salas se fundamentó en relación a las características con que cuenta la zona representada en el mapa anterior; como lo es en primer lugar, el hecho de que en las colonias aledañas, se permite el uso de varios tipos de suelo como el habitacional, el comercial y el industrial; esto es muy importante ya que significa que dentro de esa misma zona se puede contar por una parte, con la población que ocupa la zona habitacional, y por otra con las industrias o centros de trabajo cercanos a las salas cinematográficas ya que atraen a un número considerable de personas que aunque las consideremos como población

que va de paso por la zona, debido a que solo acuden a dicha área para realizar actividades laborales, no podemos descartar que con el tiempo y conforme se vayan conociendo las salas, ésta población se interese por asistir al cine por tenerlo muy cerca, hasta poderse convertir en un público constante de las salas

Por otro lado, al permitirse el comercio en los alrededores, esto trae consigo que con el tiempo se convierta en un centro de atracción para la población, y aunque a la fecha no exista mucha actividad comercial, en un futuro no muy lejano ésta tenderá a incrementarse; esto basado en el estudio que se realizó sobre la demanda en donde se observó que las tasas de crecimiento medias anuales de la población de la zona de influencia han estado en constante aumento propiciando la creación de nuevos centros comerciales y de distracción.

Además de los factores antes mencionados, existe otro que favorece la decisión de establecer las salas en ese lugar, este factor consiste en que la Av. Tláhuac-Tulyehualco, es la arteria más importante que comunica a la delegación Tláhuac con el resto del Distrito Federal; ya que, solo existen otras tres arterias que son: la Av. Canal de Chalco; la carretera a Tlaltenco que se comunica con la carretera México-Puebla; y la carretera Xochimilco-Tulyehualco; de las cuales, solo la Av. Canal de Chalco y la Av. Tláhuac, son las únicas que comunican a la delegación Tláhuac con algunas delegaciones que se encuentran al norte de la zona de influencia, porque la carretera Tlaltenco solo se conecta con la autopista México-Puebla y la carretera Xochimilco- Tulyehualco comunica a la delegación Tláhuac solamente con las delegaciones de Milpa Alta y Xochimilco.

Por último, y de acuerdo con el mapa anterior, podemos observar que a unos cuantos metros de la ubicación exacta de las salas, la Av. Tláhuac se divide en varios ramales comunicando así a un gran número de colonias por casi toda la delegación y áreas localizadas hacia el sur de la misma, por las cuales transitan diversas rutas del transporte colectivo, trasladando personas de varias delegaciones.

### 2.3. DISTRIBUCION DE INSTALACIONES

La superficie requerida para la instalación de las salas incluyendo el espacio para estacionamiento es de 2000 m<sup>2</sup> aproximadamente; por lo que se establece un terreno de 60 m de largo por 36 m de ancho. El terreno elegido tiene dimensiones más grandes que las requeridas por lo que quedará más espacio para que con el tiempo se pueda realizar una posible ampliación u otro tipo de inversión.

El tamaño y distribución de las instalaciones está determinada por la capacidad que tendrán las salas que como ya se mencionó en el estudio de mercado, serán para 300 personas cada una. Se contará con sanitarios para hombres y mujeres a los extremos de cada una de las salas, la dulcería se colocará al centro del edificio para atender al mismo tiempo al público de ambas salas las cuales contarán con 4 salidas de emergencia a lo largo y ancho de cada una, además de su respectivo acceso, para desalojar al público en el menor tiempo posible y con mayor comodidad.

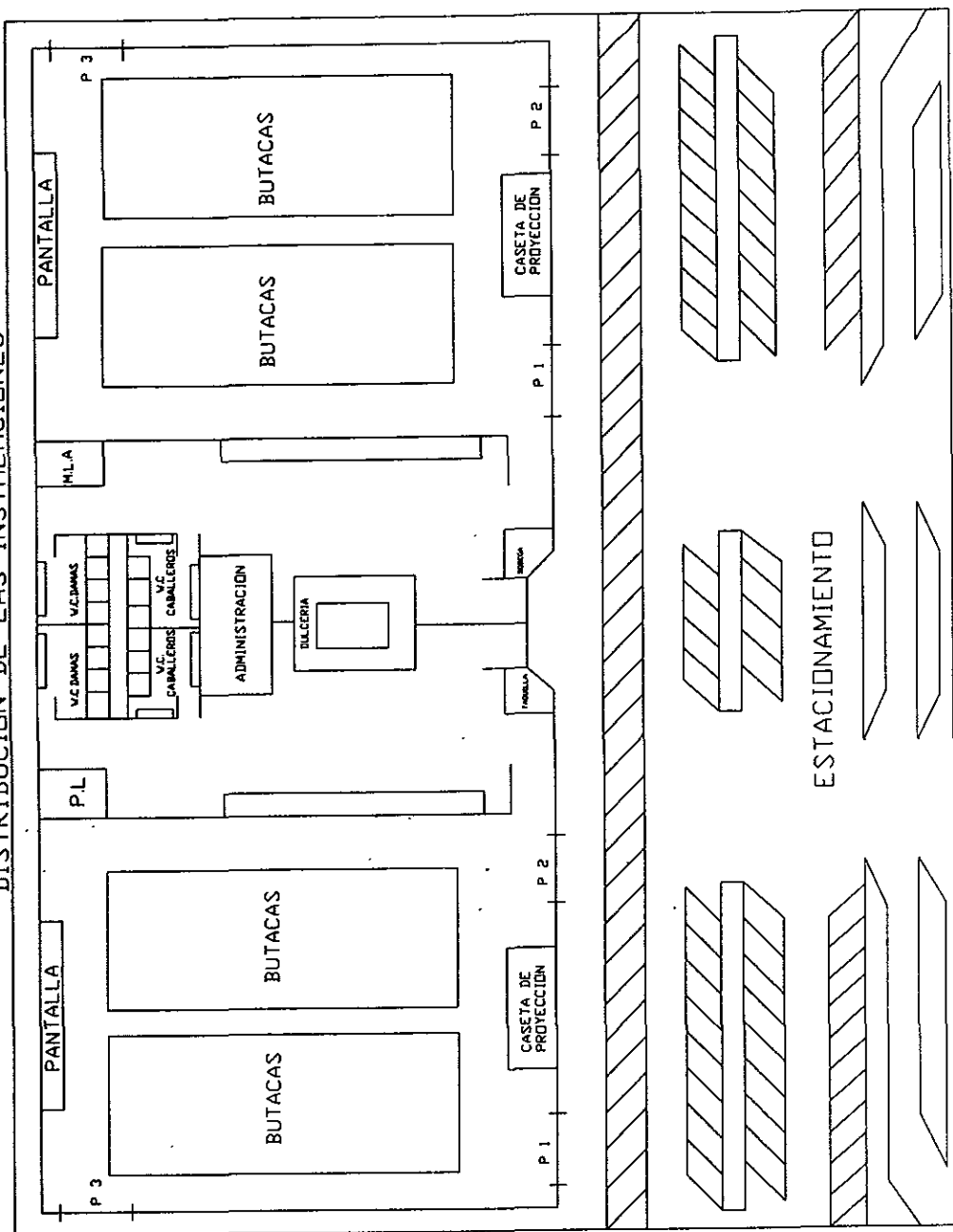
El área de estacionamiento contará con dos accesos para evitar el congestionamiento de los automóviles que entren y salgan, y de estos, con los que transiten por la avenida Tláhuac, que es la avenida sobre la que está ubicado el terreno.

El edificio medirá 50 m de largo, por 22m de ancho, con una altura de 6 m; en cuanto al estacionamiento, este tendrá capacidad para 70 automóviles aproximadamente. Las dos salas se encontrarán en los extremos del edificio de tal manera que el resto de las instalaciones como son: el loby, la dulcería, la administración y los baños quedarán en la parte central. (ver siguiente diagrama).

El acceso a las instalaciones estará exactamente a la mitad, de la parte frontal del edificio para tener acceso inmediato a cualquiera de las dos salas y a la dulcería. En los extremos de la puerta principal estarán la taquilla y la bodega, posteriormente hacia el fondo, se encuentran el loby, la dulcería, la administración y los baños.

La administración se ubicará al centro del edificio para tener el control y la supervisión del personal de la dulcería, así como de los accesos al edificio y a cada una de las salas. Al fondo se encontrarán los baños y los cuartos para la maquina de lavado de aire y la planta de luz; manteniendo así, lo más lejos posible del público, el ruido que generan estas máquinas.

DISTRIBUCION DE LAS INSTALACIONES



## **2.4. RECURSOS MATERIALES**

Los recursos materiales, necesarios para poder instalar y a la vez poner en práctica el proyecto, se basa exclusivamente en enumerar el valor o costo de los distintos equipos, insumos y servicios que requerirá la empresa.

Es importante aclarar que los costos de cada uno de los recursos se determinó en base a una investigación realizada con distintos proveedores para obtener así un costo promedio de cada uno de los recursos, y elegir el más conveniente de acuerdo a las ventajas ofrecidas por cada uno de ellos.

### **2.4.1. COMPARATIVOS ENTRE LOS DIFERENTES PROVEEDORES DE RECURSOS MATERIALES.**

Antes de presentar la lista de los recursos materiales y de sus respectivos costos, consideramos necesario hacer algunas comparaciones entre los proveedores de algunos de los recursos que requieren las salas para su instalación y funcionamiento.

Un ejemplo de como se determinaron los costos lo podemos observar en la investigación que se hizo sobre el costo de la obra civil, y que en el próximo cuadro se presenta.



En la sección de la distribución de instalaciones (donde se aclaró que ya se contaba con el terreno, por lo cual no está incluido dentro del monto total para adquirir los recursos materiales), indicamos que se requiere de una superficie de 2000 m<sup>2</sup> para la instalación de las salas; por otro lado, en el cuadro 1c referente a la obra civil, encontramos una superficie total de 2128m<sup>2</sup>, esto se debe a que unas constructoras no incluyen dentro del precio ofrecido, las modificaciones que se le harán a la superficie que ocupará el acceso al estacionamiento, y en cambio otras sí lo hacen, pero esto depende de las características de las instalaciones.

Debido a que las constructoras determinan el precio del metro cuadrado de construcción en relación con las características particulares de las instalaciones, nos encontramos con que hay una gran variedad en dichos precios; presentamos a continuación algunos de ellos.

#### COMPARATIVO DE OBRA CIVIL

cuadro 1c

CONSTRUCTURA	PRECIO X M <sup>2</sup> DE CONSTRUCCION
Medrano y Asociados, Construcciones S.A.	\$2,800.00
Consorcio Constructor RAI, S.A de C.V.	\$3,000.00
ABH Edificaciones y Proyectos, S.A de C.V.	\$2,000.00
Grupo Constructor POLAR, S.A. de C.V.	\$1,750.00
Construcciones América, S.A.	\$2,200.00
Corvimex S.A. de C.V.	\$1,600.00
Grupo Ingeniería, S.A.	\$1,700.00
Construcción Grupo Unido	\$2,400.00

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los equipos para las salas, nos encontramos con que el costo de los equipos de proyección y sonido puede variar de acuerdo al tipo de cambio de nuestra moneda en el momento en que se decida adquirirlos, ya que estos son importados.

Al realizar la investigación entre los distribuidores de equipos de proyección y sonido se determinó que el costo de ambos se puede reducir si se compran los dos con el mismo distribuidor; además algunos distribuidores incluyen la instalación de los mismos y otros no, además de que no pueden determinar con exactitud el precio de los equipos que ofrecen ya que tendrían que ver detalladamente las características de las instalaciones para poder determinar a la vez el costo de la instalación de los equipos.

**COMPARATIVO ENTRE DISTRIBUIDORES DE EQUIPO DE PROYECCION Y SONIDO**

**cuadro 2c**

<b>EMPRESA</b>	<b>PROYECCION</b>	<b>SONIDO</b>
Servicios Cinematográficos Sotomayor S.A. de C.V.	\$400,000.00	\$ 500,000.00
Cine Servicio	\$360,000.00	\$400,000 00
Independent Theatre Supply, INC.	\$300,000.00	\$320,000.00
Texas Theatre Supply	\$350,000 00	\$390,000.00
Comercializadora Quezada	\$280,000.00	\$250,000.00
On Sound S.A. de C.V.	\$300,000.00	\$340,000.00

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al costo de las butacas y señales luminosas, éste dependerá del material y resistencia requeridas ya que tendrán que ser de un diseño y material

llamativo, resistente y económico, ya que debido al usuario de las salas y la zona donde se instalarán las salas, no es recomendable emplear materiales costosos que a la vez sean muy delicados; también dependerá de los acuerdos que se hagan con la constructora que finalmente elijamos ya que si esto se incluye dentro de la obra civil, entonces el costo de este equipo se descontaría del cuadro 2 que se presenta en el apartado 2.4.2.

### COMPARATIVO ENTRE FABRICANTES DE BUTACAS

cuadro 3c

EMPRESA	PRECIO X UNIDAD
Butacas Ideal S.A. de C.V.	\$400.00
Butacas Mobiliario S.A. de C.V.	\$200.00
Butacas Figuras Internacional Seating S A.	\$500.00
Mayora, Decoraciones de Cine, S.A de C.V	\$200.00
Equipos para Teatros, Cines, Auditorios y Similares, S.A. de C.V.	\$300.00

Fuente: Elaboración propia

El costo de los demás equipos, requeridos para el resto de las instalaciones no presentó mayores problemas en su determinación ya que existe una gran oferta de los mismos, donde cada proveedor tiene sus ventajas y desventajas muy particulares, por lo tanto, sólo presentamos en el siguiente apartado el costo promedio de cada equipo en relación con el análisis de costos llevado a cabo

**2.4.2. PRESENTACION DE LOS COSTOS PROMEDIO QUE SE APLICARAN EN EL PRESENTE PROYECTO.**

De acuerdo a la investigación realizada con distintos proveedores para determinar el costo, a continuación presentamos los costos promedio que finalmente decidimos aplicar dentro de este proyecto:

**OBRA CIVIL**

cuadro 1cp

DESCRIPCION	AREA	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Edificio	1100 m <sup>2</sup>	1800 m <sup>2</sup>	\$1,980,000.00
Estacionamiento	1028 m <sup>2</sup>	300 m <sup>2</sup>	\$308,400.00
<b>Total</b>	<b>2128 m<sup>2</sup></b>		<b>\$2,288,400.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**EQUIPO PARA LAS SALAS**

cuadro 2cp

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Equipo de Proyección	2	\$160,000.00	320,000.00
Sonido	2	\$176000.00	352,000.00
Equipo auxiliar de proyección	1	\$50,000.00	50,000.00
Pantalla	2	\$11,800.00	23,600.00
Butacas	600	\$200.00	120,000.00
Señales luminosas	12	\$600.00	7,200.00
<b>Total</b>			<b>872,800.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**ESTA TESIS NO DEBE  
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

### EQUIPO PARA EL RESTO DE LAS INSTALACIONES

cuadro 3cp

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Planta de luz	1	\$250,000.00	250,000.00
Maquina de palomitas	1	\$900.00	900.00
Vitrina c/ refrigerador	1	\$60,000.00	60,000.00
Marquesina	3	\$1,700.00	5,100.00
Letras y Números para marquesina	144	\$32.00	4,608.00
Orquilla	1	\$600.00	600.00
Boletera	1	\$15,000.00	15,000.00
Extintor	6	\$279.68	1,678.08
<b>Total</b>			<b>337,886.08</b>

Fuente: Elaboración propia

### EQUIPO DE OFICINA

cuadro 4cp

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio ejecutivo	1	\$1,890.00	1,890.00
Escritorio secretarial	1	\$1,705.00	1,705.00
Equipo de Computo	1	\$21,223.25	21,223.25
Telefono	2	\$450.00	900.00
Archivero	1	\$1,210.00	1,210.00
Silla secretarial	1	\$499.00	499.00
Sillón ejecutivo	1	\$1,317.00	1,317.00
Sillón para Lobby	1	\$2,016.00	2,016.00
Caja de seguridad	1	\$792.00	792.00
<b>Total</b>			<b>31,552.25</b>

Fuente: Elaboración propia

El equipo de transporte que se requiere consta de una camioneta Pickup Nissan, que se utilizará para transportar las películas y los productos de la dulcería, también se necesitará un automóvil de la misma marca que será utilizado por el personal administrativo cuando las necesidades de la empresa así lo requieran.

Se eligió esta marca porque dentro de los automóviles de carga, la camioneta NISSAN es una de las más económicas en cuanto a valor y rendimiento; en lo que se refiere al automóvil, consideramos indispensable encontrar lo más económico por lo que al comprar los dos en una misma agencia se puede obtener un descuento mayor. Es necesario que la empresa disponga de dos automóviles desde un principio para estar seguros de contar por lo menos con un automóvil todos los días, cuando uno u otro no circule o se encuentren en *mantenimiento*.

#### EQUIPO DE TRANSPORTE

*cuadro 5cp*

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pick Up Nissan 2 Ptas, Standard Mod. 97	1	\$95,000.00	95,000.00
Tsuru Gsi 4 Ptas, Standard Mod. 97	1	\$70,000.00	70,000.00
<b>Total</b>			<b>165,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia

Otros recursos materiales son los accesorios para la oficina y los insumos para la dulcería; nos referimos con accesorios a todos los artículos de papelería que nos servirán para registrar y llevar el control del funcionamiento de la empresa en general. En lo que se refiere a los insumos para la dulcería, estos son todos los

dulces, frituras, alimentos preparados y bebidas que se pretenden vender además de los productos que se requieren para prepararlos como el aceite, la mantequilla, los aderezos, platos, vasos, etc.

En el cuadro siguiente se presentan los accesorios de oficina y dulcería, en lo que se refiere a su inversión inicial; ya que son rubros en los que se tiene que invertir con cierta periodicidad, además de contar con un stock al poner en marcha la empresa; el costo estimado se presenta en el cuadro 6cp.

Cuadro 6cp

CONCEPTO	COSTO TOTAL
Accesorios de oficina	1,000.00
Insumos de Dulcería	30,000.00
<b>Total</b>	<b>31,000.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

El costo de la materia prima y las películas, está compuesto por la renta que cobran las compañías distribuidoras y que aproximadamente es del 50% sobre el ingreso obtenido durante el tiempo de exhibición, aquí no se puede precisar el monto exacto de la renta ya que esta se aplica en función de la importancia comercial que tenga cada película. Además de la renta, decidimos incorporar el impuesto estatal a la exhibición de películas que es del 8% sobre el ingreso (ver cuadro 7cp). La determinación del ingreso, que es la base para fijar el costo de la materia prima se explicará en el capítulo 3; pero se estima que el ingreso mensual de las salas, iniciando sus actividades con una capacidad aproximada del 40% y sin incluir las ventas de la dulcería será de aproximadamente \$324 000.00 pudiendo así estimar también el monto aproximado del impuesto a la exhibición.

## MATERIA PRIMA

cuadro 7cp

Renta de Peliculas (50% S/Ingreso) y Publicidad	162,000.00
Impuesto Estatal a la Exhibicion (8% Sobre el Ingreso)	12,960.00
<b>Total</b>	<b>174,960.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

El costo de los insumos requeridos para el proyecto, se determinó en base a las tarifas que se cobran actualmente en los servicios de agua, luz y teléfono; el precio del diesel y la gasolina para la planta de luz y el equipo de transporte (ver cuadro 8cp).

## INSUMOS

cuadro 8cp

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	IMPORTE ANUAL
Agua	6,000	72,000
Luz	6,000	72,000
Telefono	1,000	12,000
Combustible	600	7,200
<b>Total</b>	<b>13,600</b>	<b>163,200</b>

Fuente: Elaboración Propia

Por último, dentro de los recursos materiales, podemos incluir el costo de algunos servicios prestados u ofrecidos por terceras personas como son: asesoría contable, vigilancia, limpieza, y mantenimiento; dichos costos tambien fueron



determinados por medio de una investigación realizada a empresas dedicadas a ofrecer este tipo de servicios (ver cuadro 9cp).

### SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS

cuadro 9cp

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	IMPORTE ANUAL
Asesoría contable	5,000	60,000
Vigilancia (1 Persona)	4,000	48,000
Limpieza (4 Personas)	8,000	96,000
Mantenimiento y refacciones de los equipos	2,000	24,000
<b>Total</b>	<b>19,000</b>	<b>228,000</b>

Fuente: Elaboración Propia

## **2.5. RECURSOS HUMANOS**

Refiriéndonos al personal requerido por la empresa, en un principio, sólo se contratará al indispensable, con el tiempo y conforme se vaya requiriendo, este se irá incrementando de acuerdo a las necesidades.

### **Personal administrativo:**

**Puesto:** Administrador

### **Perfil del puesto:**

Contar con amplios conocimientos en administración, contabilidad , manejo de personal y relaciones humanas, con experiencia en actividades referentes a la administración de salas cinematográficas.

### **Funciones:**

- Administración y organización de los recursos materiales y humanos,
- Administrar los ingresos y egresos de la empresa,
- Mantener las relaciones con las distribuidoras de las películas, para conseguir que la renta de las películas se pacte en las mejores condiciones posibles.
- Supervisión y control de las relaciones entre el personal de la empresa,
- Reportar semanalmente el avance y desarrollo de las actividades de la empresa al o a los representantes legales de la misma.

**Puesto:** Programador

**Perfil del puesto:**

Por lo anterior, dicha persona deberá de contar con conocimientos básicos sobre administración, contabilidad y relaciones humanas.

**Funciones:**

- Auxiliar en las actividades administrativas de la empresa:
- Programación de las películas.
- Compra de mercancía para abastecer la dulcería,
- Control y supervisión de las condiciones adecuadas en las que se deben de encontrar las instalaciones.

**Puesto:** Secretaria

**Perfil del puesto:**

Tener conocimientos básicos de contabilidad y secretariales.

**Funciones:**

- Apoyo en las actividades administrativas.

Para el resto de las funciones se requieren de los siguientes puestos:

- Proyeccionista
- Taquillero
- Personal de dulcería
- Personal de la puerta

**Perfil de los puestos:**

Se requiere básicamente de gente joven ya que dichas funciones son exclusivamente manuales y sencillas.

En el siguiente cuadro se presentan los sueldos que percibirán los empleados según las actividades que desempeñen:

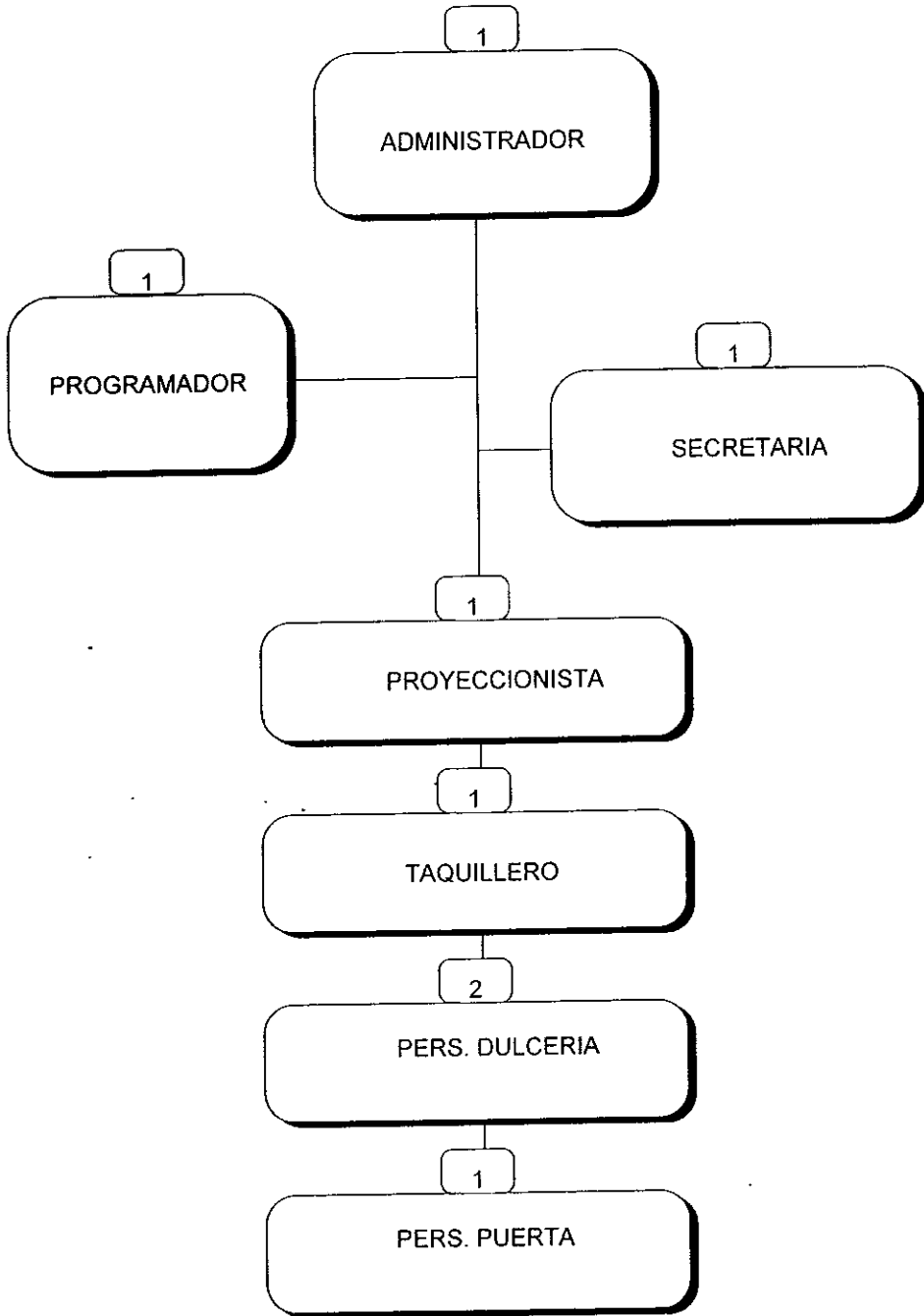
**RECURSOS HUMANOS**

Cuadro 1rh

PUESTO	No. DE EMPLEADOS	SUELDO MENSUAL POR EMPLEADO	28% PRESTACIONES	SUELDOS TOTALES
Administrador	1	5,000.00	1,400.00	6,400.00
Programador	1	3,500.00	980.00	4,480.00
Secretaria	1	2,000.00	560.00	2,560.00
Proyeccionista	2	1,500.00	420.00	1,920.00
Pers. Dulceria	2	1,140.00	319.20	1,459.20
Pers. Puerta	2	1,140.00	319.20	1,459.20
Taquillero	1	1,170.00	327.60	1,497.60
<b>Total Mensual</b>		<b>18,450.00</b>	<b>5,166.00</b>	<b>19,776.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

# ORGANIGRAMA DE RECURSOS HUMANOS



**CAPITULO III**

**ESTUDIO FINANCIERO**

### 3.1 INVERSIONES

Después de haber determinado el costo de todos los recursos, tanto materiales como humanos, el siguiente paso es realizar el estudio financiero por medio del cual podremos determinar en primer lugar el monto de las distintas inversiones, (fija, diferida y capital de trabajo) que se requieren para el proyecto.

Posteriormente se determinarán los medios más adecuados con que se financiarán o adquirirán los recursos de tal forma que la decisión que se tome no afecte la rentabilidad del proyecto.

Teniendo el monto total de la inversión requerida así como la forma en que esta será financiada, el siguiente paso es hacer un análisis de ingresos y egresos requeridos a cinco años para así poder estimar el monto al que ascenderán dichos rubros lo que nos ayudará a calcular el grado de rentabilidad del proyecto, así como estimar el tiempo en el que se recuperará la inversión y al mismo tiempo, establecer a partir de cuando se comenzarán a percibir utilidades.

### 3.1.1 INVERSION FIJA

En lo que se refiere a la inversión fija, la inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos, considerando dentro de este grupo los siguientes:

#### OBRA CIVIL

cuadro 1i

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Edificio	\$1,980,000.00
Estacionamiento	\$308,400.00
<b>Total</b>	<b>\$2,288,400.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### EQUIPO PARA LAS SALAS

cuadro 2i

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Equipo de Proyección	320,000.00
Sonido	352,000.00
Equipo auxiliar de proyección	50,000.00
Pantalla	23,600.00
Butacas	120,000.00
Señales luminosas	7,200.00
<b>Total</b>	<b>872,800.00</b>

Fuente: Elaboración propia

#### EQUIPO PARA EL RESTO DE LAS INSTALACIONES

cuadro 3i

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Planta de luz	250,000.00
Maquina de palomitas	900.00
Vitrina c/ refrigerador	60,000.00
Marquesina	5,100.00
Letras y Números para marquesina	4,608.00
Orquilla	600.00
Boletería	15,000.00
Extinguidor	1,678.08
<b>Total</b>	<b>337,886.08</b>

Fuente: Elaboración propia



## EQUIPO DE OFICINA

cuadro 4i

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Escritorio ejecutivo	1,890.00
Escritorio secretarial	1,705.00
Equipo de Computo	21,223.25
Telefono	900.00
Archivero	1,210.00
Silla secretarial	499.00
Sillón ejecutivo	1,317.00
Sillón para Loby	2,016.00
Caja de seguridad	792.00
<b>Total</b>	<b>31,552.25</b>

Fuente: Elaboración propia

## EQUIPO DE TRANSPORTE

cuadro 5i

DESCRIPCION	COSTO TOTAL
Pick Up Nissan 2 Ptas, Standard Mod. 97	95,000.00
Tsuru Gsi 4 Ptas, Standard Mod. 97	70,000.00
<b>Total</b>	<b>165,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia

## INVERSION FIJA

cuadro 6i

CONCEPTO	IMPORTE TOTAL
Obra Civil	\$2,288,400.00
Equipo Para Las Salas	\$872,800.00
Equipo Para El Resto De Las Instalaciones	\$337,886.08
Equipo De Oficina	\$31,552.25
Equipo De Transporte	\$165,000.00
<b>Total</b>	<b>\$3,695,638.33</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.2 INVERSION DIFERIDA

A continuación se enumera el conjunto de rubros considerados como activos diferidos así como su importe total.

#### INVERSION DIFERIDA

cuadro 7i

CONCEPTO	IMPORTE TOTAL
Constitucion legal de la empresa	\$5,000
Contrato de energia electria	\$450
Contrato de servicio de agua	\$320
Contrato de servicio de telefono	\$2,100
Licencia de uso de suelo	\$875
Licencia de construccion	\$19,000
Tenencia y placas	\$43,100
Permiso de anuncio en la estructura	\$1,000
<b>Total</b>	<b>\$71,845.00</b>

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.3 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo está representado por el capital adicional necesario para el funcionamiento de la empresa, esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

#### 3.1.3.1 COSTO DE LA MATERIA PRIMA

cuadro 8i

CONCEPTO	COSTO MENSUAL
Renta de películas	162,000.00
Costo de dulcería	30,000.00
Impuesto estatal a la exhibición	12,960.00
Total	204,960.00

Fuente: Elaboración propia

#### 3.1.3.2 INSUMOS

cuadro 9i

CONCEPTO	COSTO MENSUAL
Agua	6,000.00
Luz	6,000.00
Teléfono	1,000.00
Combustible	600.00
Total	13,600.00

Fuente: Elaboración propia

#### 3.1.3.3 SERVICIOS PRESTADOS POR TERCEROS

cuadro 10i

CONCEPTO	COSTO MENSUAL
Asesoría contable	5,000
Vigilancia (1 elemento)	4,000
Limpieza (4 elementos)	8,000
Mantenimiento	2,000
Total	19,000

Fuente: Elaboración propia

### 3.1.3.4 SUELDOS

cuadro 11i

SUELDOS MENSUALES	19,776.00
-------------------	-----------

Fuente: Elaboración Propia

### CAPITAL DE TRABAJO

cuadro 12i

CONCEPTO	IMPORTE TOTAL
Costo de la materia prima	162,000 00
Insumos	13,600 00
Servicios prestados	
Por terceros	19,000.00
Sueldos mensuales	19,776 00
<b>Total</b>	<b>214,376.00</b>

Fuente: Elaboración Propia

3.1.4 Por lo tanto la inversión total será:

### INVERSION TOTAL

Cuadro 13i

CONCEPTO	IMPORTE TOTAL
Inversión fija	3,695,638.33
Inversión diferida	71,845.00
Capital de trabajo	214,376.00
<b>Total</b>	<b>3,981,859.33</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2 FINANCIAMIENTO

El financiamiento de un proyecto consiste generalmente en elegir los medios más adecuados para adquirir los recursos necesarios, así como en descubrir los mecanismos a través de los cuales fluirán esos recursos hacia los usos específicos del proyecto.

Para determinar las fuentes de las que se obtendrán los recursos para financiar el proyecto se realizó una investigación tanto en la Banca de Desarrollo como en la Comercial, para conocer las posibilidades que existen actualmente de obtener un crédito de acuerdo a nuestras necesidades.

Dentro de la Banca de Desarrollo nos encontramos que ésta solo le otorga créditos a los sectores estratégicos de la economía como es el campo, la industria, las exportaciones etc; y dentro de los cuales, el sector de los servicios no está incluido, por lo tanto esta banca queda descartada dentro de nuestras posibilidades.

La Banca Comercial sí otorga créditos pero bajo muchas condiciones que afectarían en gran medida la rentabilidad del proyecto. En primer lugar, se pide que por lo menos el 50% del monto total del crédito solicitado se respalde con bienes propiedad de los solicitantes, por otra parte, el banco antes tendría que dar el visto bueno al proyecto; por último y muy independientemente de lo anterior, la situación por la que atraviesa el sistema financiero actualmente, y en sí, toda la economía, ocasiona que se estén ofreciendo tasas de interés pasivas muy altas que a la larga sería muy difícil cubrir aún sin tomar en cuenta el pago del principal,

este panorama generaría costos financieros elevados que afectarían la misma rentabilidad del proyecto.

Por todo lo expuesto anteriormente, se determinó que el 100% de la inversión requerida será aportada por los socios que integren la empresa, ya sea con aportaciones de capital propio o aportando algunos de los activos; así de esta manera se evitan gastos financieros generados por el pago de intereses.

### 3.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

Dentro de este apartado presentamos mes a mes el el monto de ingresos que generaran las salas dentro de los primeros 5 años después de su puesta en marcha.

A continuación se muestran 5 cuadros (1 por cada año) donde los ingresos totales son desglosados en ingresos por exhibición e ingresos por ventas en dulcería.

Como se puede ver en los siguientes cuadros hay un ingreso estimado para los meses de enero a junio y de septiembre a noviembre porque en dichos meses el monto del ingreso no tiene variaciones significativas, en lo referente a los meses de julio, agosto y diciembre, podemos ver que el ingreso se duplica ya que son meses en los que hay periodos vacacionales, siendo estos, las mejores temporadas para un cine.

Para estimar lo anterior se tomaron como base , tanto los ingresos como la renta de las películas y el costo de los insumos de la dulcería; por otro lado, existe otro factor que afecta por igual estos conceptos, dicho factor es la capacidad a la que estarán trabajando las salas dentro de este periodo de análisis.

Se determinó que las salas empezarán a trabajar con una capacidad del 40% en el primer año, dicho porcentaje se estableció después de realizar una investigación con algunas empresas que cuentan con salas semejantes a las de éste proyecto, donde pudimos comprobar cual era la capacidad a la que trabajaban realmente las salas cinematográficas en condiciones normales.

Posteriormente se decidió que la capacidad irá aumentando 5% cada año tomando en cuenta que conforme pase el tiempo, las salas se irán dando a conocer y serán aceptadas cada vez más por la población de la zona de influencia.



### 3.3.1 PRESUPUESTO DE INGRESOS

1ER. AÑO

cuadro 1p

MES	INGRESO BRUTO POR EXHIBICION	INGRESO BRUTO POR VENTAS EN DULCERIA	TOTAL DE INGRESOS BRUTOS
Enero	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Febrero	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Marzo	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Abril	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Mayo	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Junio	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Julio	648,000.00	70,000.00	718,000.00
Agosto	648,000.00	70,000.00	718,000.00
Septiembre	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Octubre	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Noviembre	324,000.00	40,000.00	364,000.00
Diciembre	648,000.00	70,000.00	718,000.00
Total anual	4,860,000.00	570,000.00	5,430,000.00

Fuente: Elaboración propia

\* Trabajando a una capacidad del 40%

2DO. AÑO

cuadro 2p

MES	INGRESO BRUTO POR EXHIBICION	INGRESO BRUTO POR VENTAS EN DULCERIA	TOTAL DE INGRESOS BRUTOS
Enero	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Febrero	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Marzo	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Abril	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Mayo	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Junio	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Julio	729,000.00	73,500.00	802,500.00
Agosto	729,000.00	73,500.00	802,500.00
Septiembre	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Octubre	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Noviembre	364,500.00	42,000.00	406,500.00
Diciembre	729,000.00	73,500.00	802,500.00
Total anual	5,467,500.00	598,500.00	6,066,000.00

Fuente: Elaboración propia

\* Trabajando a una capacidad del 45%

## 3ER AÑO

cuadro 3p

MES	INGRESO BRUTO POR EXHIBICION	INGRESO BRUTO POR VENTAS EN DULCERIA	TOTAL DE INGRESOS BRUTOS
Enero	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Febrero	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Marzo	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Abril	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Mayo	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Junio	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Julio	810,000.00	77,000.00	887,000.00
Agosto	810,000.00	77,000.00	887,000.00
Septiembre	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Octubre	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Noviembre	405,000.00	44,000.00	449,000.00
Diciembre	810,000.00	77,000.00	887,000.00
Total anual	6,075,000.00	627,000.00	6,702,000.00

Fuente: Elaboración propia

\* Trabajando a una capacidad del 50%

## 4TO AÑO

cuadro 4p

MES	INGRESO BRUTO POR EXHIBICION	INGRESO BRUTO POR VENTAS EN DULCERIA	TOTAL DE INGRESOS BRUTOS
Enero	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Febrero	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Marzo	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Abril	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Mayo	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Junio	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Julio	891,000.00	80,500.00	971,500.00
Agosto	891,000.00	80,500.00	971,500.00
Septiembre	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Octubre	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Noviembre	445,500.00	46,000.00	491,500.00
Diciembre	891,000.00	80,500.00	971,500.00
Total anual	6,682,500.00	655,500.00	7,338,000.00

Fuente: Elaboración propia

\* Trabajando a una capacidad del 55%

5TO AÑO

cuadro 5p

MES	INGRESO BRUTO POR EXHIBICION	INGRESO BRUTO POR VENTAS EN DULCERIA	TOTAL DE INGRESOS BRUTOS
Enero	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Febrero	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Marzo	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Abril	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Mayo	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Junio	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Julio	972,000.00	84,000.00	1,056,000.00
Agosto	972,000.00	84,000.00	1,056,000.00
Septiembre	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Octubre	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Noviembre	486,000.00	48,000.00	534,000.00
Diciembre	972,000.00	84,000.00	1,056,000.00
Total anual	7,290,000.00	684,000.00	7,974,000.00

Fuente: Elaboración propia

\* Trabajando a una capacidad del 60%

### 3.3.2 PRESUPUESTO DE EGRESOS

Antes de presentar el presupuesto de egresos se decidió mostrar independientemente el costo de la materia prima y de los insumos de la dulcería que se generará en los primeros cinco años ya que existe una relación directa entre el ingreso y estos costos, dicha relación consiste en que entre mayor sea el nivel de ingreso, mayor será el costo de la materia prima y de los insumos de la dulcería, dicho en otras palabras entre mayor sea el número de personas que asistan a las salas, mayor será también el consumo de la dulcería, y por otro lado, mayor será también el monto cobrado por la renta de películas.

Por lo anterior, a continuación presentamos cinco cuadros en donde se estiman las rentas y el costo de los insumos de dulcería por mes, dichos cuadros se elaboraron con los mismos parámetros con que se realizaron los cuadros de ingresos.

1ER. AÑO

cuadro 6p

	RENTA DE PELICULA	COSTO DE INSUMOS DE DULCERIA
Enero	162,000.00	30,000.00
Febrero	162,000.00	10,000.00
Marzo	162,000.00	10,000.00
Abril	162,000.00	10,000.00
Mayo	162,000.00	10,000.00
Junio	162,000.00	10,000.00
Julio	324,000.00	17,500.00
Agosto	324,000.00	17,500.00
Septiembre	162,000.00	10,000.00
Octubre	162,000.00	10,000.00
Noviembre	162,000.00	10,000.00
Diciembre	324,000.00	17,500.00
Total anual	2,430,000.00	162,500.00

Fuente: Elaboración Propia

## 2DO.AÑO

cuadro 7p

	RENTA DE PELICULA	COSTO DE INSUMOS DE DULCERIA
Enero	182,250.00	10,600.00
Febrero	182,250.00	10,600.00
Marzo	182,250.00	10,600.00
Abril	182,250.00	10,600.00
Mayo	182,250.00	10,600.00
Junio	364,500.00	10,600.00
Julio	364,500.00	18,550.00
Agosto	182,250.00	18,550.00
Septiembre	182,250.00	10,600.00
Octubre	182,250.00	10,600.00
Noviembre	182,250.00	10,600.00
Diciembre	364,500.00	18,550.00
Total anual	2,733,750.00	151,050.00

Fuente: Elaboración Propia

## 3ER. AÑO

cuadro 8p

	RENTA DE PELICULA	COSTO DE INSUMOS DE DULCERIA
Enero	202,500.00	11,660.00
Febrero	202,500.00	11,660.00
Marzo	202,500.00	11,660.00
Abril	202,500.00	11,660.00
Mayo	202,500.00	11,660.00
Junio	202,500.00	11,660.00
Julio	405,000.00	20,405.00
Agosto	405,000.00	20,405.00
Septiembre	202,500.00	11,660.00
Octubre	202,500.00	11,660.00
Noviembre	202,500.00	11,660.00
Diciembre	405,000.00	20,405.00
Total anual	3,037,500.00	166,155.00

Fuente: Elaboración Propia

## 4TO. AÑO

cuadro 9p

	COSTO DE INSUMOS DE DULCERIA	RENTA DE PELICULA
Enero	12,709.40	222,750.00
Febrero	12,709.40	222,750.00
Marzo	12,709.40	222,750.00
Abril	12,709.40	222,750.00
Mayo	12,709.40	222,750.00
Junio	12,709.40	222,750.00
Julio	22,241.45	445,500.00
Agosto	22,241.45	445,500.00
Septiembre	12,709.40	222,750.00
Octubre	12,709.40	222,750.00
Noviembre	12,709.40	222,750.00
Diciembre	22,241.45	445,500.00
Total anual	181,108.95	3,341,250.00

Fuente: Elaboración Propia

## 5TO. AÑO

cuadro 10p

	COSTO DE INSUMOS DE DULCERIA	RENTA DE PELICULA
Enero	13,726.15	243,000.00
Febrero	13,726.15	243,000.00
Marzo	13,726.15	243,000.00
Abril	13,726.15	243,000.00
Mayo	13,726.15	243,000.00
Junio	13,726.15	243,000.00
Julio	24,020.77	486,000.00
Agosto	24,020.77	486,000.00
Septiembre	13,726.15	243,000.00
Octubre	13,726.15	243,000.00
Noviembre	13,726.15	243,000.00
Diciembre	24,020.77	486,000.00
Total anual	195,597.67	3,645,000.00

Fuente: Elaboración Propia

Después de haber explicado la forma en que se estimaron los costos de las películas y los insumos de la dulcería podemos mostrar el presupuesto de egresos en el cual se observan los diversos egresos que generarán las salas en los primeros 5 años, posteriormente se presenta el monto de los ingresos brutos de cada año para así obtener los ingresos netos por año.

Algo que podemos apreciar dentro de los 5 cuadros del presupuesto de egresos, es que el monto de los ingresos netos es muy elevado y esto se debe principalmente a dos factores: El primero es que las rentas de las películas las cobran los distribuidores hasta después de haberlas exhibido, es decir, la renta jamás rebasará al monto de ingresos obtenido por exhibición.

El segundo factor consiste en que generalmente la dulcería es la principal fuente de ingresos de un cine, ya que en ella se obtiene hasta un 300% de ganancia sobre el costo.

Al igual que en los cuadros anteriores los totales de los distintos egresos van incrementándose en relación con la capacidad a la que trabajarán las salas cada año y con el aumento de precios que se vaya dando.

**EGRESOS****CONCEPTO****COSTOS DIRECTOS****MATERIA PRIMA**

RENTA DE PELICULA 2,430,000.00

8% IMPUESTO ESTATAL 194,400.00

COSTO INSUMOS DE DULCERIA 162,500.00

**SUELDOS**

PERSONAL OPERATIVO 76,020.00

**TOTAL COSTOS DIRECTOS** 2,862,920.00**COSTOS INDIRECTOS**

INSUMOS 163,200.00

SERV. PREST. POR TERCEROS 228,000.00

**TOTAL COSTOS INDIRECTOS** 391,200.00**GASTOS DE ADMINISTRACION****SUELDOS**

PERSONAL ADMINISTRATIVO 161,280.00

PAPELERIA 5,000.00

**TOTAL GASTOS DE ADMON.** 166,280.00**EGRESOS TOTALES****3,420,400.00**



**EGRESOS**

**CONCEPTO**

**COSTOS DIRECTOS**

**MATERIA PRIMA**

RENTA DE PELICULA 2,733,750.00

8% IMPUESTO ESTATAL 218,700.00

COSTO INSUMOS DE DULCERIA 151,050.00

**SUELDOS**

PERSONAL OPERATIVO 80,581 20

**TOTAL COSTOS DIRECTOS** 3,184,081.20

**COSTOS INDIRECTOS**

INSUMOS 172,992.00

SERV. PREST. POR TERCEROS 241,680 00

**TOTAL COSTOS INDIRECTOS** 414,672.00

**GASTOS DE ADMINISTRACION**

**SUELDOS**

PERSONAL ADMINISTRATIVO 14,246.40

PAPELERIA 63,600 00

**TOTAL GASTOS DE ADMON.** 77,846 40

**EGRESOS TOTALES**

3,676,599.60

**EGRESOS**

**CONCEPTO**

**COSTOS DIRECTOS**

**MATERIA PRIMA**

RENTA DE PELICULA 3,037,500.00

8% IMPUESTO ESTATAL 243,000.00

COSTO INSUMOS DE DULCERIA 166,155.00

**SUELDOS**

PERSONAL OPERATIVO 88,639.32

**TOTAL COSTOS DIRECTOS**

3,535,294.32

**COSTOS INDIRECTOS**

INSUMOS 190,291.20

SERV. PREST. POR TERCEROS 265,848.00

**TOTAL COSTOS INDIRECTOS**

456,139.20

**GASTOS DE ADMINISTRACION**

**SUELDOS**

PERSONAL ADMINISTRATIVO 15,671.04

PAPELERIA 69,960.00

**TOTAL GASTOS DE ADMON.**

85,631.04

**EGRESOS TOTALES**

4,077,064.53

**EGRESOS****CONCEPTO****COSTOS DIRECTOS****MATERIA PRIMA**

RENTA DE PELICULA 3,341,250 00

8% IMPUESTO ESTATAL 267,300 00

COSTO INSUMOS DE DULCERIA 181,108 95

**SUELDOS**

PERSONAL OPERATIVO 96,616.86

**TOTAL COSTOS DIRECTOS 3,886,275 81****COSTOS INDIRECTOS**

INSUMOS 207,417.41

SERV. PREST. POR TERCEROS 289,774.32

**TOTAL COSTOS INDIRECTOS 497,191.73****GASTOS DE ADMINISTRACION****SUELDOS**

PERSONAL ADMINISTRATIVO 17,081 43

PAPELERIA 76,256 40

**TOTAL GASTOS DE ADMON. 93,337.83****EGRESOS TOTALES****4,476,805.37**

**EGRESOS****CONCEPTO****COSTOS DIRECTOS****MATERIA PRIMA**

RENTA DE PELICULA 3,645,000.00

8% IMPUESTO ESTATAL 291,600 00

COSTO INSUMOS DE DULCERIA 195,597.67

**SUELDOS**

PERSONAL OPERATIVO 104,346.21

**TOTAL COSTOS DIRECTOS**

4,236,543 88

**COSTOS INDIRECTOS**

INSUMOS 224,010.80

SERV. PREST. POR TERCEROS 312,956.27

**TOTAL COSTOS INDIRECTOS**

536,967.07

**GASTOS DE ADMINISTRACION****SUELDOS**

PERSONAL ADMINISTRATIVO 18,447.95

PAPELERIA 82,356 91

**TOTAL GASTOS DE ADMON.**

100,804.86

**EGRESOS TOTALES**4,874,316.81

## INGRESOS NETOS

cuadro 16p

1 er. AÑO

Ingresos brutos	5,430,000.00	
- Egresos totales	3,420,400.00	
<b>Ingresos netos</b>		<b>2,009,600.00</b>

2do. AÑO

Ingresos brutos	6,066,000.00	
- Egresos totales	3,676,599.60	
<b>Ingresos netos</b>		<b>2,389,400.40</b>

3er. AÑO

Ingresos brutos	6,702,000.00	
- Egresos totales	4,077,064.53	
<b>Ingresos netos</b>		<b>2,624,935.47</b>

4to. AÑO

Ingresos brutos	7,338,000 00	
- Egresos totales	4,476,805 37	
<b>Ingresos netos</b>		<b>2,861,194.63</b>

5to. AÑO

Ingresos brutos	7,974,000 00	
- Egresos totales	4,874,316 81	
<b>Ingresos netos</b>		<b>3,099,683.19</b>

Fuente: Elaboración Propia

### 3.3.3 DEPRECIACION Y AMORTIZACION

#### DEPRECIACION

Cuadro 17p

CONCEPTO	VIDA UTIL AÑOS	TASA DE DEPRECIACION %	VALOR ORIGINAL	VALOR SALVAMENTO	DEPRECIACION
Obra civil	20	5	2,288,400.00	114,420.00	2,17,388.00
Equipo para las salas	10	10	872,800.00	87,280.00	78,562.00
Equipo para el resto de las instalaciones	10	10	337,886.08	33,788.61	30,409.75
Equipo de transporte	5	20	165,000.00	33,000.00	13,200.00
Equipo de oficina	10	10	31,552.25	3,155.23	28,397.03
Total					367,956.77

Fuente: Elaboración propia

#### AMORTIZACION

Cuadro 18p

CONCEPTO	VIDA UTIL AÑOS	TASA DE AMORTIZACION (%)	VALOR ORIGINAL	AMORTIZACION
Constitución legal de la empresa	10	10	5,000.00	500.00
Contrato de energía eléctrica	10	10	450.00	45.00
Contrato de servicio de agua	10	10	320.00	32.00
Contrato de servicio de teléfono	10	10	2,100.00	210.00
Licencia de uso de suelo	10	10	875.00	87.50
Licencia de construcción	10	10	19,000.00	1,900.00
Tenencia y placas	10	10	43,100.00	4,310.00
Permiso de anuncio en la estructura	10	10	1,000.00	100.00
Total				2,774.50

Fuente: Elaboración propia

3.3.4 ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS

ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS

cuadro 19p

	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>COSTOS Y GASTOS VARIABLES</b>					
Materias Primas	2,592,500.00	2,884,800.00	3,203,655.00	3,522,358.95	3,840,597.67
Insumos	163,200.00	172,992.00	190,291.20	207,417.41	224,010.80
Serv. prestados por terceros	228,000.00	241,680.00	265,848.00	289,774.32	312,956.27
Suma de costos y gastos Variables	2,983,700.00	3,299,472.00	3,659,794.20	4,019,550.68	4,377,564.73
<b>COSTOS Y GASTOS FIJOS</b>					
Sueldos	170,856.00	181,107.36	199,218.10	217,147.72	234,519.54
Prestaciones	66,444.00	70,430.64	77,473.70	84,446.34	91,202.04
Papeleria	5,000.00	5,300.00	5,830.00	6,354.70	6,863.08
Depreciacion	367,131.77	367,131.77	367,131.77	367,131.77	367,131.77
Amortizacion	2,774.50	2,774.50	2,774.50	2,774.50	2,774.50
<b>SUMA DE COSTOS Y GASTOS FIJOS</b>	612,206.27	626,744.27	652,428.07	677,855.03	702,490.93
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	3,595,906.27	3,926,216.27	4,312,222.27	4,697,405.71	5,080,055.67

Fuente: Elaboracion Propia

## ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS QUE IMPLICAN SALIDA DE EFECTIVO

cuadro 20p

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
<b>COSTOS Y GASTOS VARIABLES</b>					
Materias Primas	2,592,500.00	2,884,800.00	3,203,655.00	3,522,358.95	3,840,597.67
Insumos	163,200.00	172,992.00	190,291.20	207,417.41	224,010.80
Serv. prestados por terceros	228,000.00	241,680.00	265,848.00	289,774.32	312,956.27
Suma de costos y gastos Variables	2,983,700.00	3,299,472.00	3,659,794.20	4,019,550.68	4,377,564.73
<b>COSTOS Y GASTOS FIJOS</b>					
Sueldos	170,856.00	181,107.36	199,218.10	217,147.72	234,519.54
Prestaciones	66,444.00	70,430.64	77,473.70	84,446.34	91,202.04
Papelería	5,000.00	5,300.00	5,830.00	6,354.70	6,863.08
<b>SUMA DE COSTOS Y GASTOS FIJOS</b>	242,300.00	256,838.00	276,691.80	301,594.06	325,721.59
<b>TOTAL DE COSTOS Y GASTOS</b>	3,226,000.00	3,556,310.00	3,936,486.00	4,321,144.74	4,703,286.32

Fuente: Elaboración Propia



## FLUJO NETO DE INVERSIONES

cuadro 21p

CONCEPTO	1
<b>INVERSION FIJA</b>	
Obra civil	2,288,400.00
Equipo para las salas	872,800.00
Equipo para el resto de las instalaciones	337,886.08
Equipo de oficina	31,552.25
Equipo de transporte	165,000.00
<b>INVERSION DIFERIDA</b>	
Constitución legal de la empresa	5,000.00
Contrato de energía eléctrica	450.00
Contrato de servicio de agua	320.00
Contrato de servicio de teléfono	2,100.00
Licencia de uso de suelo	875.00
Licencia de construcción	19,000.00
Tenencia y placas	43,100.00
Permiso de anuncio en la estructura	1,000.00
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	
Costo de la materia prima	162,000.00
Insumos	13,600.00
Servicios prestados por terceros	19,000.00
Sueldos mensuales	19,776.00
<b>FLUJO DE INVERSIONES</b>	<b>3,981,859.33</b>

Fuente: Elaboración propia

FLUJO NETO DE EFECTIVO

cuadro 22p

CONCEPTO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos	5,430,000.00	6,066,000.00	6,702,000.00	7,338,000.00	7,974,000.00
Egresos					
1)COSTOS					
Materias primas	2,592,500.00	2,884,800.00	3,203,655.00	3,522,358.95	3,840,597.67
Sueldos y prestaciones	161,280.00	80,581.20	88,639.32	96,616.86	104,346.21
Insumos	163,200.00	172,992.00	190,291.20	207,417.41	224,010.80
Servicios prestados por terceros	228,000.00	241,680.00	265,848.00	289,774.32	312,956.27
2)GASTOS					
Gastos de administración	166,280.00	176,256.80	193,882.48	211,331.90	228,238.46
Depreciación	367,131.77	367,131.77	367,131.77	367,131.77	367,131.77
Amortización	2,774.50	2,774.50	2,774.50	2,774.50	2,774.50
TOTAL DE EGRESOS	3,681,166.27	3,926,216.27	4,312,222.27	4,697,405.71	5,080,055.67
Utilidad antes de impuestos	1,748,833.73	2,139,783.73	2,389,777.73	2,640,594.29	2,893,944.33
ISR (34%)	594,603.47	727,526.47	812,524.43	897,802.06	983,941.07
RUT (10%)	174,883.37	213,978.37	238,977.77	264,059.43	289,394.43
UTILIDAD NETA	979,346.89	1,198,278.89	1,338,275.53	1,478,732.80	1,620,608.83

Fuente: Elaboración propia

## ESTADO DE RESULTADOS

CONCEPTO	1	2	3	4	5
INGRESOS	5,430,000.00	6,066,000.00	6,702,000.00	7,338,000.00	7,974,000.00
-Costos	3,144,980.00	3,380,053.20	3,748,433.52	4,116,167.54	4,481,910.94
=Utilidad de operación	2,285,020.00	2,685,946.80	2,953,566.48	3,221,832.46	3,492,089.06
- Gastos de administración	166,280.00	176,256.80	193,882.48	211,331.90	228,238.46
=Utilidad bruta	2,118,740.00	2,509,690.00	2,759,684.00	3,010,500.56	3,263,850.60
-ISR(34%)	720,371.60	853,294.60	938,292.56	1,023,570.19	1,109,709.21
-RUT (10%)	211,874.00	250,969.00	275,968.40	301,050.06	326,385.06
=Utilidad neta	1,186,494.40	1,405,426.40	1,545,423.04	1,685,880.31	1,827,756.34
+ Depreciación	367,131.77	367,131.77	367,131.77	367,131.77	367,131.77
+Amortización	2,774.50	2,774.50	2,774.50	2,774.50	2,774.50
<b>=FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>1,556,400.67</b>	<b>1,775,332.67</b>	<b>1,915,329.31</b>	<b>2,055,786.58</b>	<b>2,197,662.61</b>

Fuente: elaboración propia

### 3.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

#### PUNTO DE EQUILIBRIO

cuadro 24p

MESES	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
1	5,430,000.00	242,300.00	3,178,100.00
2	6,066,000.00	256,838.00	3,518,172.00
3	6,702,000.00	282,521.80	3,902,794.20
4	7,338,000.00	307,948.76	4,286,850.68
5	7,974,000.00	332,584.66	4,669,164.74

Fuente: Elaboración propia

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$PE = \frac{CF}{IT - CV}$$

AÑO 1

$$\frac{242300}{1 - \frac{3178100}{5430000}} = \frac{242300}{1 - 0.58529} = \frac{242300}{.41471} = 584,263.70$$

$$\frac{242300}{5430000 - 3178100} = \frac{242300}{2251900} = .1075 = 11\%$$

AÑO 2

$$\frac{256838}{1 - \frac{3518172}{6066000}} = \frac{256838}{1 - 0.57998} = \frac{256838}{.42002} = 611,489.90$$

$$\frac{256838}{6066000 - 3518172} = \frac{256838}{2547828} = .1008 = 10\%$$

AÑO 3

$$\frac{282521.8}{1 - \frac{3902794.20}{6702000}} = \frac{282521.80}{1 - 0.58233} = \frac{282521.80}{.41767} = 676,423.50$$

$$\frac{282521.8}{702000 - 3909794.2} = \frac{282521.80}{2799205.8} = .1009 = 10\%$$

AÑO 4

$$1 - \frac{307948.76}{7338000 - 1 \cdot 0.58419} = \frac{307948.76}{41580} = 740,617.50$$

$$\frac{307948.76}{7338000 - 4286850.68} = \frac{307948.76}{3051149.3} = .1009 = 10\%$$

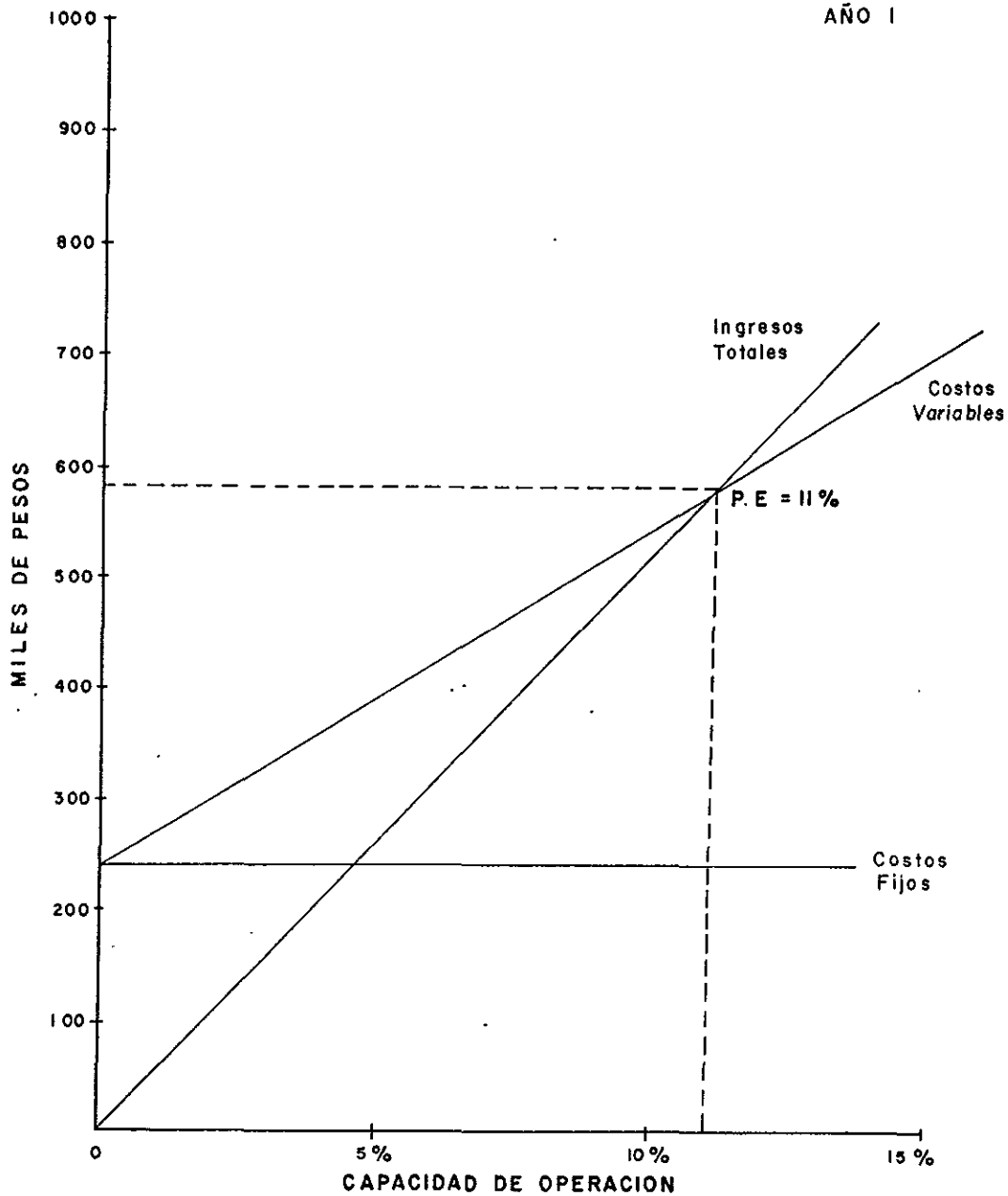
AÑO 5

$$1 - \frac{332584.66}{7974000 - 1 \cdot 0.58555} = \frac{332584.66}{41445} = 802,472.30$$

$$\frac{332584.66}{7974000 - 4669164.74} = \frac{332584.66}{3304835.26} = 1006 = 10\%$$

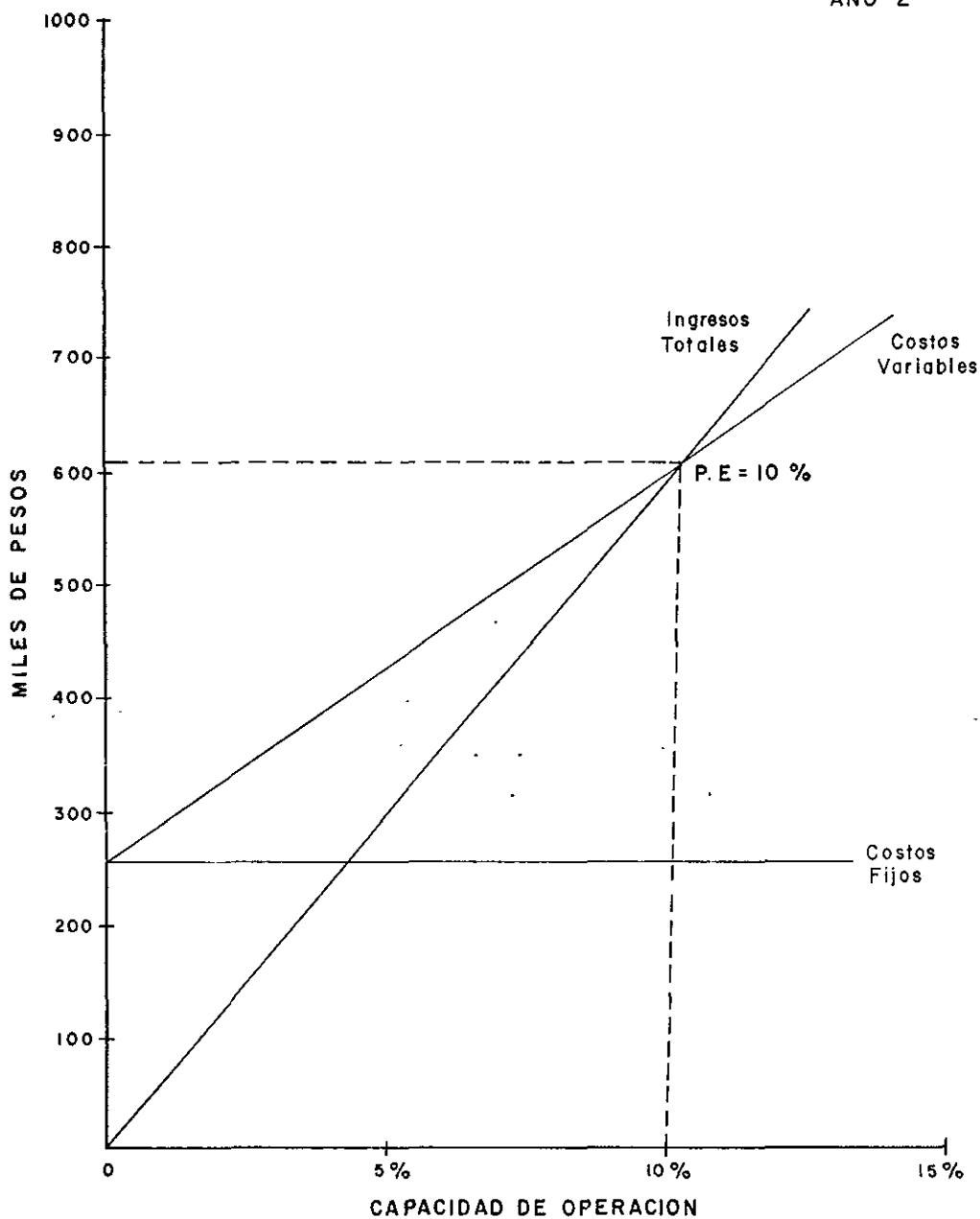
# GRAFICA DE PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO I



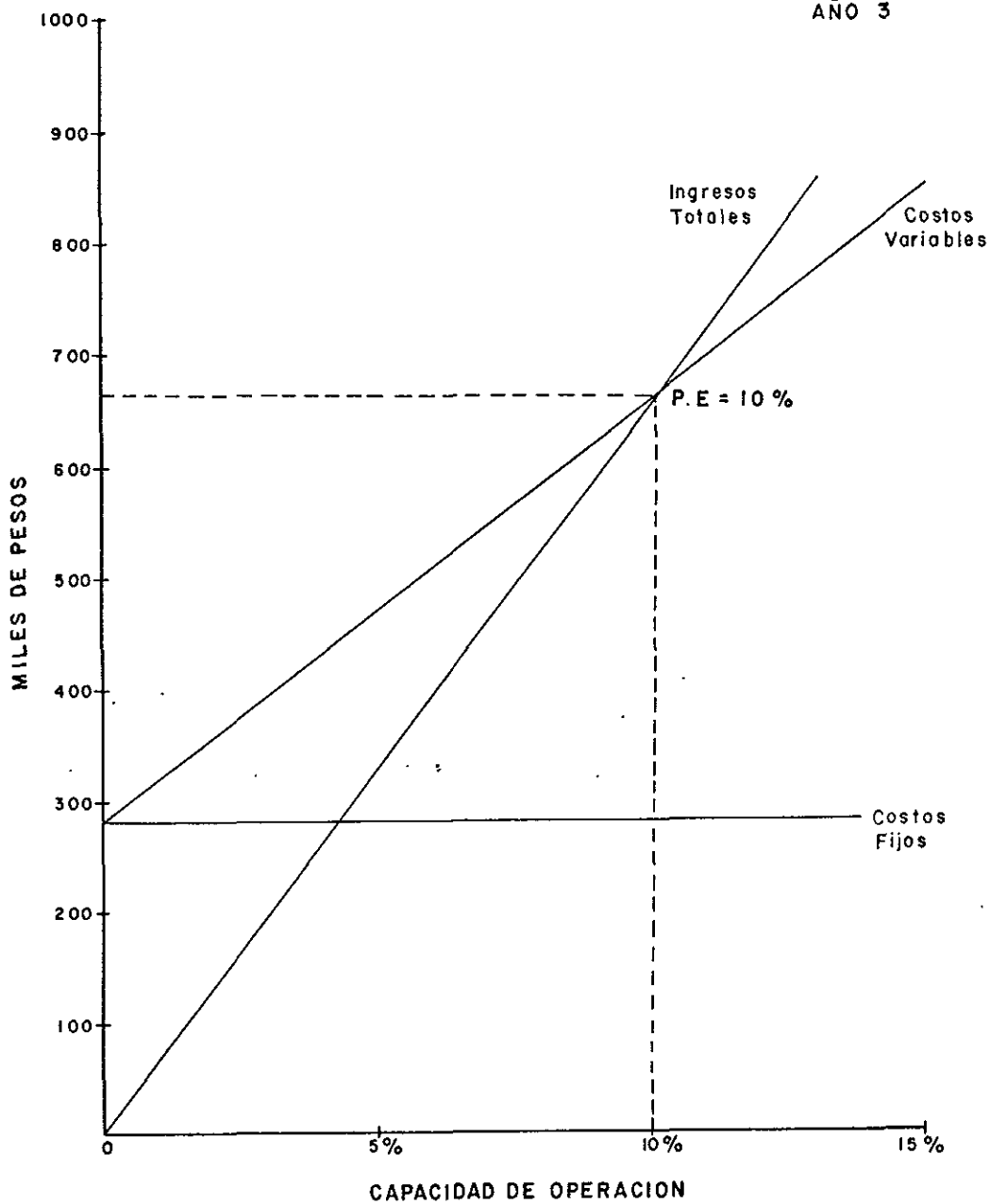
# GRAFICA DE PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 2



# GRAFICA DE PUNTO DE EQUILIBRIO

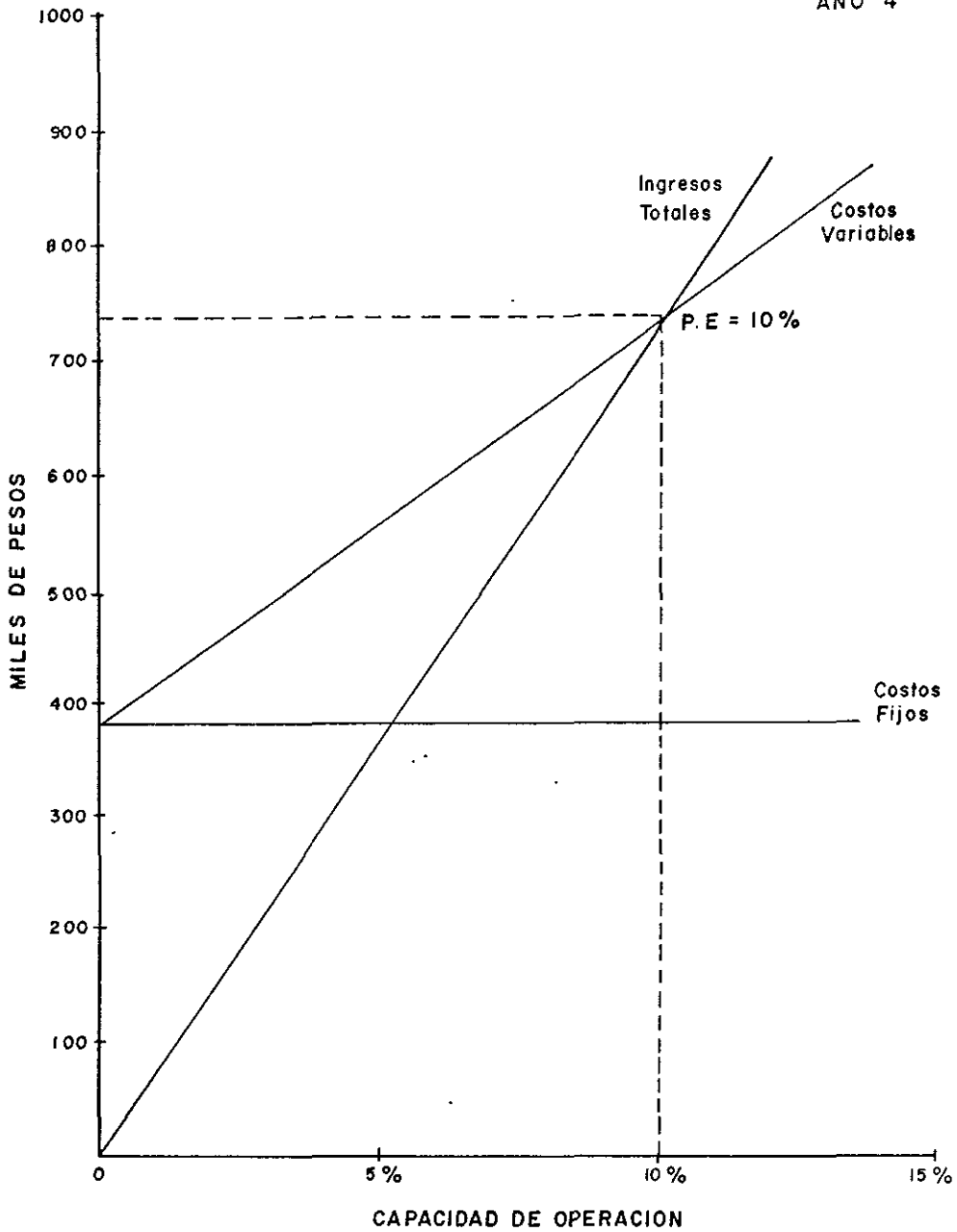
AÑO 3



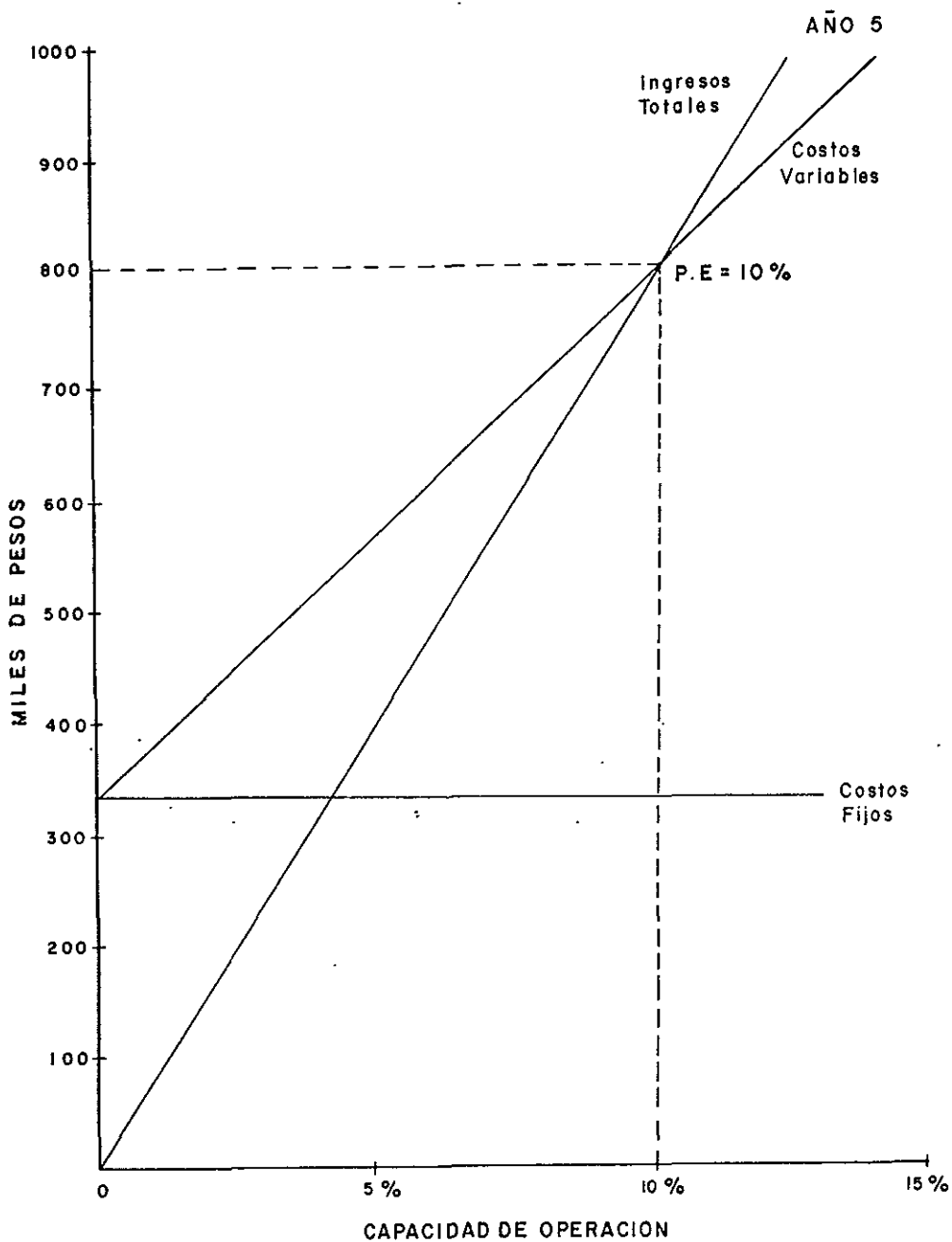


# GRAFICA DE PUNTO DE EQUILIBRIO

AÑO 4



# GRAFICA DE PUNTO DE EQUILIBRIO



# **CAPITULO IV**

## **EVALUACION ECONOMICA Y SOCIAL**

#### 4.1 y 4.2 CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO Y RELACION BENEFICIO COSTO

##### FLUJO NETO DE EFECTIVO

cuadro 1 ees

AÑOS	FLUJO NETO DE INVERSIONES	FLUJO NETO	FLUJO NETO DE EFECTIVO
0	-3,981,859.33	----	-3981859.33
1		1,556,400.67	1,556,400.67
2		1775332.67	1775332.67
3		1915329.31	1915329.31
4		2055786.58	2055786.58
5		2197662.61	2197662.61

Fuente: Elaboración propia

##### CALCULO DEL VALOR ACTUAL NETO Y BENEFICIO COSTO

cuadro 2 ees

AÑOS	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION AL 17.74	FLUJO ACTUALIZADO
0	-3,981,859.33	1	-3,981,859.33
1	1,556,400.67	0.8518	1,325,724.59
2	1,775,332.67	0.7255	1,288,082.12
3	1,915,329.31	0.6180	1,183,693.23
4	2,055,786.58	0.5264	1,082,195.29
5	2,197,662.61	0.4484	985,418.10
TOTAL			5865113.329

Fuente: Elaboración propia

$$\begin{array}{r} 5865113.329 \\ + \quad -3,981,859.33 \\ \hline \text{VAN} = 1883253.999 \end{array}$$

$$\text{B/C} = \frac{5865113.329}{-3,981,859.33} = -1.4729584$$

CALCULO DE LA TASA INTERNA DE RENDIMIENTO

ANO	FLUJO NETO DE EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN AL 17.74	FLUJO ACTUALIZADO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN AL 53%	FLUJO ACTUALIZADO
0	-3,981,859.33	1	-3,981,859.33	1	-3,981,859.33
1	1,566,400.67	0.8518	1,325,724.59	0.6536	866,486.66
2	1,775,332.67	0.7255	1,288,082.12	0.4272	550,250.81
3	1,915,329.31	0.6180	1,183,693.23	0.2792	330,494.98
4	2,055,786.58	0.5264	1,082,195.29	0.1825	197,487.64
5	2,197,662.61	0.4484	985,418.10	0.1193	117,533.96
TOTAL			5,865,113.33		2,062,254.05
VAN			1,883,254.00		-1,919,605.28

FUENTE: ELABORACION PROPIA

$$TIR = 17.74 + (53 - 17.74) \frac{188325}{1883254 + 1919605.28} = 35.20$$

#### 4.4. EVALUACION SOCIAL

El proyecto antes presentado está encaminado a satisfacer exclusivamente las necesidades de esparcimiento o entretenimiento de la población, (principalmente la ubicada dentro de la zona de influencia); ya que hemos visto que dentro de la zona son muy pocos los centros que existen para satisfacer éste tipo de necesidades y que a la vez la población demanda constantemente.

Se dice que el proyecto va a satisfacer sólo las necesidades de esparcimiento de la población ya que de acuerdo con su tamaño, le es imposible satisfacer necesidades económicas, como es la generación de empleos, pues los ofrecidos nos son representativos de acuerdo con la demanda existente actualmente.

Por otro lado, con el tiempo, sí es posible que la instalación genere o incentive otras actividades en sus alrededores como el comercio y los servicios, al convertirse en un centro de atracción de la población.

Las salas, además de proyectar películas podrán también utilizarse para actividades de tipo social y cultural que la delegación o la misma comunidad deseen realizar, por lo tanto, también servirán como un espacio para fomentar las actividades culturales de la zona.

# CONCLUSIONES

## CONCLUSIONES

Después de presentar el contenido de este proyecto, y de acuerdo a los resultados obtenidos en las investigaciones realizadas llegamos a las siguientes conclusiones:

En primer lugar, hemos comprobado que la exhibición de películas en salas cinematográficas está tomando un nuevo auge en todo el país, principalmente por la entrada de capital extranjero, no importando que este servicio se esté ofreciendo a un costo muy elevado si lo comparamos con el ingreso medio de la población, la cual hemos visto que está demandando dicho servicio.

Por otro lado, encontramos que la oferta en la zona de influencia del proyecto es casi nula y que la población está en constante crecimiento, factores que consideramos favorables para el proyecto, si además hacemos que el servicio ofrecido se coloque más a la medida de las posibilidades económicas de dicha población.

Hablando del estudio técnico y financiero podemos decir que el monto de la inversión total no es muy elevado, si además tomamos en cuenta que dicha inversión se recuperará en un plazo de 3 años aproximadamente.

El hecho de que el monto de la inversión requerida no sea muy elevado permite a los inversionistas cubrirlo si necesidad de solicitar créditos a la banca comercial evitando así los riesgos de tipo financiero que pudieran afectar la rentabilidad del proyecto.



Dentro del mismo estudio financiero, específicamente en el análisis de los ingresos y egresos, podemos encontrar otro factor a nuestro favor que asegura la rentabilidad del proyecto. Dicho factor consiste en que es factible asegurar que los egresos nunca rebasarán a los ingresos; en primer lugar, porque el costo de las películas siempre va a ser el 50% aproximadamente del ingreso obtenido de la venta de boletos asegurando así el otro 50% sobre su costo, en segundo lugar cualquiera que se el gasto generado en la dulcería, generalmente se obtendrá entre un 200% o 300% de ganancias sobre el mismo costo. (cabe mencionar que las dulcerías aportan la mayor parte de las ganancias en cualquier tipo de cine); por último, si comparamos el monto de los ingresos, con el monto de los egresos nos damos cuenta que siempre habrá una diferencia enorme a nuestro favor; por lo mismo se puede asegurar que la inversión total requerida para poner en práctica el proyecto se recupera a más tardar en 3 años.

Los métodos de evaluación económica que se aplicaron en este proyecto son: el Valor Actual Neto, la Relación Beneficio-Costo y la Tasa Interna de Rendimiento; los cuales arrojaron resultados que favorecen la viabilidad del proyecto, como por ejemplo, el resultado obtenido al calcular el Valor Actual Neto fue positivo lo que indica que el proyecto es viable; al calcular la relación Beneficio-Costo, se obtuvo 1.47 como resultado, lo cual respalda aún más la rentabilidad del proyecto; y por último, al calcular la Tasa Interna de Rendimiento (35.20) resultó que ésta es mayor que la tasa relevante (17.74) lo cual también está a favor del proyecto.

En general, retomando los resultados arrojados en el estudio de mercado, financiero y la evaluación económica concluimos que el presente proyecto es totalmente viable y con un grado de rentabilidad acorde a la inversión requerida.

## BIBLIOGRAFÍA

1. Dagobert d. Runes y Harry G. Enciclopedia de las Artes. Ed. Argos Barcelona, España.
2. Paola Acosta."La Apertura Cinematográfica en México 1970-1976" UAP, México.
3. Federico Hever. La Industria Cinematográfica, Cuadernos de Divulgación. México.
4. Eduardo de la Vega Alfaro. La industria Cinematográfica Perfil Historico-Social UAG, México.
- 5.
6. CANACINE. Exposición y Análisis de la Problemática Actual en la Industria Cinematográfica. Diciembre de 1994.
7. Revista Expansión vol. XXV no. 617
8. José Botello Hernández, en el Financiero. "La Competencia se llama Blockbuster". 15 de Octubre de 1993.
9. Claudia Fernández, en el Financiero. "La Renta de Videocasette el Entretenimiento más Barato en México". 9 de Octubre de 1993.
10. Juan Carlos Ramírez, en el Excélsior, " Cines subexplotados", mayo de 1994.
11. PROFECO, revista del consumidor, no. 181 marzo de 1993.
12. Indicadores del Banco de México. Mayo de 1995.

13. INEGI, Sistema De Cuentas Nacionales, 1994, Dirección de Estadísticas Sociodemográficas y Sociales.
14. INEGI. Censo Nacional de Población y Vivienda, 1990.
15. INEGI. "Tláhuac, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional Edición 1995.
16. INEGI. "Xochimilco, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional Edición 1995.
17. INEGI. "Milpa Alta, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional Edición 1995.
18. INEGI. "Iztapalapa, Distrito Federal, Cuaderno Estadístico Delegacional Edición 1995.
19. Baca Urbina, Gabriel,. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill, México, 1995.
20. INEGI. "Anuario Estadístico del Distrito Federal. Edición 1996 "
21. INEGI. Censo General de Población y Vivienda.
22. Revista Telemundo no. 18 julio-agosto 1994.
23. Juan Carlos Alemán Márquez, "la industria cinematográfica mexicana en los proyectos de la nación 1970 - 1991 (tesis) marzo 1992.
24. Estudio Cualitativo Sobre Hábitos y Preferencias Cinematográficas en el Área Metropolitana, Centro Documentación Gubernamental de la Secretaría de Gobernación.

25. Programa de Fomento a Proyectos y Conversiones Culturales (FONCA).

26. Programa Parcial Delegacional DDF

27. Cuestionario elaborado por el grupo cine de Televisa.

28. Cuestionario elaborado por el grupo Videovisa

29. Cuestionario elaborado por la asociación mexicana de filmadoras