



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMIA

INSTALACION DE UNA TABERNA ARTESANAL CON CERVEZA,
UN PROYECTO DE INVERSION

TESINA
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN
ECONOMIA

PRESENTA

IRVING ANTONIO GARCÍA ALCÁNTARA

DIRECTOR DE LA TESINA:

MTRO. RAYMUNDO MORALES ORTEGA

CIUDAD UNIVERSITARIA, 2016.





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.

AGRADECIMIENTOS:

Agradezco a mi Papá, a mi Mamá y mi hermana que siempre me impulsaron y me dieron palabras de aliento para concluir este proyecto, a inculcarme que para seguir creciendo hay que cerrar ciclos. Que nada es fácil si uno no se compromete y se dedica a conseguir los objetivos y sueños que tiene. Agradezco a Dios por sus tiempos perfectos y la sabiduría que ha puesto en mí para desarrollarme personalmente y profesionalmente.

Agradezco al Mtro. Raymundo morales su asesoría como tutor de esta tesina.

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I: ESTUDIO DE MERCADO.....	4
I.I Definición del servicio.....	4
I.II Características del servicio.....	5
I.III Segmento del mercado.....	7
I.IV Análisis de la Demanda.....	12
I.V Análisis de la oferta.....	18
I.VI Análisis de los Precios.....	21
I.VII Comercialización.....	21
CAPITULO II: ESTUDIO TÉCNICO.....	23
II.I Localización.....	23
II.II Factores que condicionan la mejor ubicación.....	27
II.III Tamaño y capacidad del proyecto.....	28
II.IV Descripción de procesos.....	30
II.V Descripción de equipos.....	31
II.VI Materia prima e insumos.....	34
II.VII Mano de Obra.....	36
CAPITULO III: ESTUDIO ECONOMICO.....	37
III.I Estudio de inversión.....	37
III.I.I Inversión fija.....	37
III.I.II Inversión diferida.....	42
III.I.III Capital de trabajo.....	43
III.II Presupuesto de ingresos y egresos	46
III.II.I Presupuesto de ingresos.....	46
III.II.II Presupuesto de Egresos.....	48
III.III Depreciación y Amortización.....	49
CAPITULO IV: EVALUACION FINANCIERA.....	50
IV.I Estados financieros Proforma.....	50
IV.II Flujo neto de efectivo.....	51
IV.III Evaluación de económica.....	51
IV.III.I Valor Actual Neto (VAN).....	52
IV.III.II Tasa interna de Retorno (TIR).....	54
IV.III.III Relación beneficio-costos.....	56
IV.III.IV Periodo de Recuperación de la Inversión.....	56
IV.III.V Punto de Equilibrio.....	58
IV.IV Estructura Administrativa.....	60
IV.V Aspectos legales.....	62
CONCLUSIONES.....	63
BLOGRAFÍA.....	66
ANEXOS.....	67

INTRODUCCION

México ocupa el séptimo lugar en el mundo en el consumo de cerveza, y su producción se ha abierto a tal grado que los consumidores ya buscan llevar a su paladar nuevas experiencias. Más allá de las grandes marcas que todos conocen, hay emprendedores mexicanos amantes de la cebada y el lúpulo que ofrecen al mercado tendencias frescas y diferentes. Conocidas como “cervezas artesanales” por sus proporciones, proceso de elaboración y tratamiento de la materia prima, han ayudado a mejorar la apreciación por la cerveza de calidad.

Según la Asociación Cervecera de la República Mexicana (ACERMEX), por cada 20 mil cervezas industrializadas que se venden en el país, una es artesanal. Hace apenas ocho años, en México tan solo había seis marcas de cervezas artesanales, ahora existen más de 36 y el número de cervezas artesanales crecerá exponencialmente para los siguientes años.

El analista Roberto Arteaga escribe para la revista Forbes el artículo “Productores van por la ‘corona’ de la cerveza artesanal” en el que evalúa los cambios que podrían surgir en el mercado de la cerveza tras la determinación del CFC para restringir los contratos de exclusividad de las principales cerveceras del país. “México puede convertirse en el próximo rey de la cerveza artesanal. Esa es la idea que ocupa en este momento la mente de algunos productores y comercializadores de esta bebida en el país”¹, inicia el texto publicado en la prestigiosa web de negocios. De acuerdo con el analista, actualmente las cervezas artesanales sólo alcanzan el 0.05% del mercado nacional, porcentaje que podría alcanzar hasta un 3% o 5% en los próximos años por la resolución de la Comisión Federal de Competencia. En este artículo publicó la resolución de que no serán permitidos los contratos de exclusividad para comercialización y distribución de cerveza y ninguna práctica monopólica por parte de las dos más grandes productoras de cerveza del país.

Hoy en día México está pasando por una magnífica etapa en la producción e importación de cervezas artesanales, ganando premios en Europa, Norte América y diferentes partes del

¹ José Roberto Arteaga, “*Productores van por la corona de la cerveza artesanal*”, Forbes México, diciembre 2013.

mundo, es un orgullo nacional. Hay que saber cómo llevar estos productos al mercado cotidiano ya sea en tiendas de autoservicio o restaurantes; la fabricación de este tipo de líquidos no es basta, por no decir rigurosamente que escasea. La tarea de los mexicanos es volverse consumidores de lo nacional, confiando en la calidad de estos productos.

Con base en esto surge la idea de constituir una Taberna, que permita precisamente dar a conocer estos productos a través de ideas innovadoras. Proporcionando a los clientes un servicio de alta calidad con precios competitivos. Este Proyecto de Inversión muestra detalladamente una propuesta de inversión con excelentes resultados, calculados con base en el análisis de la situación actual del país.

La taberna data desde la Edad Media y surge como el centro social por excelencia. Definirla como aquel lugar donde la gente iba a beber resultaría algo muy simple. De hecho, es curioso constatar que en la sociedad feudal la taberna es banal, esto es, pertenecía al señor que se encargará de poner precio y proporcionar el vino que allí se beba. No es de extrañar que éste fomente la asistencia a las tabernas de las gentes de ciudad o aldea que estén bajo su jurisdicción. La taberna, de hecho, se convertiría muy pronto, en firme competidora de la iglesia como centro de reunión, lo que hará que los eclesiásticos censuren y desapruében estos establecimientos de vicio donde se daba rienda suelta a los juegos de azar y las borracheras.

Estos establecimientos se convertirán con el tiempo en uno más de los cuadros de solidaridades urbanas que adquirirán tanta importancia a finales de la Edad Media. Aquí es donde se agruparían los hombres de una misma procedencia geográfica o un mismo oficio para pasar sus ratos libres difundiendo sus vivencias y forjando sus mentalidades.

Actualmente las tabernas son un espacio de esparcimiento que las personas utilizan para distraerse, divertirse y romper la rutina diaria, convivir con familiares y amigos, ser un punto de reunión que igual que en la edad media se utiliza para cambiar puntos de vista, ideas y fomentar lazos.

El trabajo se realizó apoyado a la experiencia profesional obtenida al haber laborado dos años en la empresa Compass Group la cual se dedica a instalar comedores industriales en diferentes sectores de la industria. En este tiempo se realizaron diversas proformas la cuales se tomaron como referencia para establecer la capacidad del proyecto, los costos de mano de obra, menús, materia prima y la inversión para equipo mayor y equipo menor.

Aunado a lo anterior y con los conocimientos adquiridos como economista mediante la implementación de herramientas instrumentales planteo como principal propósito de llevar a cabo este trabajo el saber si es viable y rentable realizar un proyecto de inversión que implique la instalación y establecimiento de una Taberna con bebida de cerveza artesanal como principal atractivo y variedad del servicio a ofrecer, el cual tendrá sede en la Delegación Benito Juárez la cual cuenta con múltiples escuelas y oficinas, siendo esta una zona catalogada de altos ingreso per cápita que permite tener una gran demanda y a su vez competencia.

La metodología que se va a utilizar en este trabajo pretende dar los elementos necesarios para demostrar que el proyecto es rentable para un inversionista. Por lo que se hace un análisis de tipo descriptivo, empírico, demostrativo y comparativo, que permite acercarnos de manera práctica a la realidad. Analizando principales variables económicas, técnicas y financieras tales como: Estudio de Mercado; preferencias del consumidor, segmentación del mercado, competencia posible, Estudio técnico; zona de ubicación, descripción de equipo y procesos , tecnología, Estudio económico, determinación de gastos, proformas, y Estudio Financieros, pruebas de rentabilidad y factibilidad del proyecto.

CAPÍTULO I. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es el primer paso para la realización de un proyecto, pues es útil para proveer una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar un producto y sobre todo a identificar si “Existe un mercado viable para el producto que se pretende ofrecer”². Pues conocer si existe un mercado potencial será el primer factor que determinara que el proyecto a realizar es una buena idea de negocio, ya que de ser lo contrario, sería preferible replantearse la idea o buscar otra opción de negocio.

Para saber si existe un mercado viable es necesario ratificar la existencia de una necesidad insatisfecha en el mercado; determinar la cantidad de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios; conocer cuáles son los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios, en donde de ser insostenible cualquiera de estos aspectos a los objetivos de este proyecto, de entrada se tronaría la factibilidad del proyecto en cuestión.

Para saber si la idea de establecer una Taberna es una buena opción de negocio se estudiaran diferentes aspectos que determinaran que se tiene un mercado viable el cual consumirá el servicio y producto a ofrecer.

I.1 Definición del servicio

El servicio de una Taberna se define como un espacio físico y público que se destina para ofrecer un servicio de alimentos y bebidas que permita satisfacer las necesidades de alimento y de esparcimiento social. En este espacio se ofrecerá como producto cerveza artesanal principalmente mediante grifos instalados.

La cerveza artesanal no tiene la inclusión de ningún aditivo artificial ni químico, es elaborada en pequeñas cantidades para evitar su almacenamiento prolongado. El filtrado en una cerveza artesanal es ligero o inexistente. Lo que favorece atributos como sabor, propiedades nutritivas, color y textura. El proceso de elaboración en una cerveza es manual desde el

² El mercado que se estudiara es para ofrecer cerveza en una Taberna.

molido de las maltas hasta el embotellamiento. Una buena cerveza es aquella cuyas características de sabor, aroma, textura, espuma, color son correspondientes a su estilo y agradables e incluso sorprendentes para quien la degusta.

La diferencia principal entre la cerveza industrial y la artesanal se encuentra en las proporciones, en el tratamiento de la materia prima y en el proceso de elaboración. En cuanto a las materias primas su proporción es menor en las cervezas industriales las que además utilizan conservantes no naturales. Las cervezas artesanales no utilizan ningún aditivo artificial, el proceso de elaboración es manual desde el molido de las maltas hasta el embotellamiento al igual que no sufre ningún proceso de filtración ni pasteurización que merme sus cualidades organolépticas³.

I.II Características del Servicio

La importancia que tiene el definir las características particulares del servicio a ofrecer, radica en poner a disposición una mejor alternativa de consumo a los demandantes de modo que sea precisamente estas características las que hagan distinguirse y ser una opción sobre los demás oferentes que se encuentran en el mercado.

La cerveza artesanal es una cerveza completamente diferente de la cerveza industrial, más atractiva en el sabor y en la presentación. Cada maestro cervecero desarrolla su propia fórmula o su propia receta, para conseguir lo que más le gusta a él y a sus clientes. Por eso es que se va a encontrar diferentes gustos aún dentro del mismo tipo de cerveza. Eso hace que sea un producto más caro que la cerveza industrial.

Una vez mencionada las características principales del servicio a ofrecer al consumidor, también se ofrecerá un excelente menú a base de cortes finos de carne, a continuación se muestran los diferentes servicios y combinaciones de alimentos acompañadas de la cerveza los cuales serán sugeridos a los clientes:

³ Las propiedades organolépticas son todas aquellas descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según las pueden percibir los sentidos, por ejemplo su sabor, textura, olor, color. Su estudio es importante en las ramas de la ciencia en que es habitual evaluar inicialmente las características de la materia sin la ayuda de instrumentos científicos.

- *Cerveza Artesanal mediante Grifos.* – Cerveza Minerva y Calavera.
- *Cerveza y carnes.* Cuanto más fuerte sea el sazónamiento del plato, siempre que no sea muy picante elegir cervezas oscuras y de mayor cuerpo.
- *Cerveza y carne de cerdo.*- El alto contenido graso de las carnes de cerdo, tanto ahumadas como sin ahumar necesitan de la cerveza para “limpiar” la boca de la fina capa grasienta de la que queda recubierta con estos alimentos. Sin anular sus sutiles aroma. Para estos alimentos se recomiendan la elección de cervezas ligeras y suaves.
- *Cerveza y los mariscos.*- Cuando los mariscos se preparen con salsas muy condimentadas las cervezas deberán de ser de más cuerpo y contenido alcohólico, aunque no demasiado amargas por lo que se recomendara tomar cerveza clara.
- *Cerveza y pollo.* Tradicionalmente el pollo se ha cocinado con cerveza por lo que es natural que se pueda acompañar con la misma cerveza que se ha utilizado como ingrediente.
- *Venta de bebidas diferente a la cerveza.*- Tequila, Ron, Whisky, refrescos y agua embotellada para los clientes que no tengan ganas de tomar cerveza puedan pedir otro tipo de trago y no límite la taberna a un solo tipo de consumo.
- *Variedad de música.*- La música que se pondrá en la taberna será de para todo tipo de edades, moderna y de otras décadas.

Figura 1.1 Ejemplo de menú y cerveza



Fuente: Google imágenes.

El horario de atención que se plantea para la apertura y cierre del mismo será de domingo a miércoles de 10:00 am a 10:00 pm y jueves, viernes y sábado será de 12:00 am a 02:00 am

Para tener un control y mantener a los clientes se automatizara el consumo y la rapidez del servicio, se instalara los grifos los cuales registraran cada carga de cerveza que llenara un tarro y así la gente se podrá servir lo que guste sin necesidad de estar pidiendo al mesero su bebida, al final se registrara en un control de comensales las veces que se cargaron tarros de cerveza.

Adicional a los servicios mencionados anteriormente también en la taberna se le ofrecerá al cliente un servicio de alta calidad poniendo gran énfasis en las instalaciones, mobiliario, folletos y amabilidad por el personal que labore ahí esto haciendo que la estancia cumpla los propósitos de una taberna, de ser un lugar de esparcimiento, recreación y diversión para los clientes.

Por ultimo como los clientes son las personas que harán que el proyecto tenga vida a lo largo del tiempo se instalara una política de comunicación en donde el “feedback” es imprescindible para conocer las necesidades del cliente y así asegurar la retención de ellos poniendo atención a su nivel de satisfacción.

I.III Segmentación del mercado

Según Patricio Bonta y Mario Farber, definen un segmento de mercado como *“aquella parte de mercado definida por diversas variables específicas que permiten diferenciarle claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas”*⁴

⁴ Patricio Bonta y Mario Farber “199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad”. Norma Colombia 1955, p.30.

México, sexto lugar mundial en consumo de cerveza: 62 litros en promedio por persona. Según últimas estadísticas publicadas en el periódico La Jornada⁵. Los hogares mexicanos gastan de 17 hasta 175 por ciento más en agua embotellada, jugos, refrescos, cervezas y bebidas alcohólicas que lo que desembolsan anualmente y por separado en tortillas, leche, frutas o huevo, revelan cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) difundió que cada mexicano ingiere anualmente 62 litros de cerveza, con ello México ocupa el sexto lugar mundial al respecto, sólo después de la República Checa donde la ingesta per cápita es de 169 litros de cerveza por año, de Alemania con 131, Inglaterra con 103, Estados Unidos con 85 y España con 66 litros. De acuerdo a esto el país representa un gran mercado para poner negocios con venta de cerveza, y como se menciona la segmentación de mercado se reduce considerando las variables específicas que lo componen.

Algunas de las variables que se consideran para la segmentación del mercado son:

- a) Segmentación Geográfica: subdivisión de mercados con base en su ubicación.
- b) Segmentación Demográfica: está relacionada con la demanda de una población objeto, entre las características demográficas más conocidas están: la edad, el género, el ingreso y la escolaridad.
- c) Segmentación Pictográfica: Consiste en examinar atributos relacionados con sentimientos pensamientos y conductas de una persona.
- d) Segmentación por comportamiento: se refiere al comportamiento relacionado con el producto o servicio que ofrece la empresa.

Por lo anterior la segmentación del mercado nos permite identificar:

- Las necesidades de los clientes de un sector en particular.
- Posicionamiento rápido en los segmentos especializados del mercado.
- Ofrecer un servicio más específico y novedoso con costos más bajos.
- Ventajas comparativas considerables.

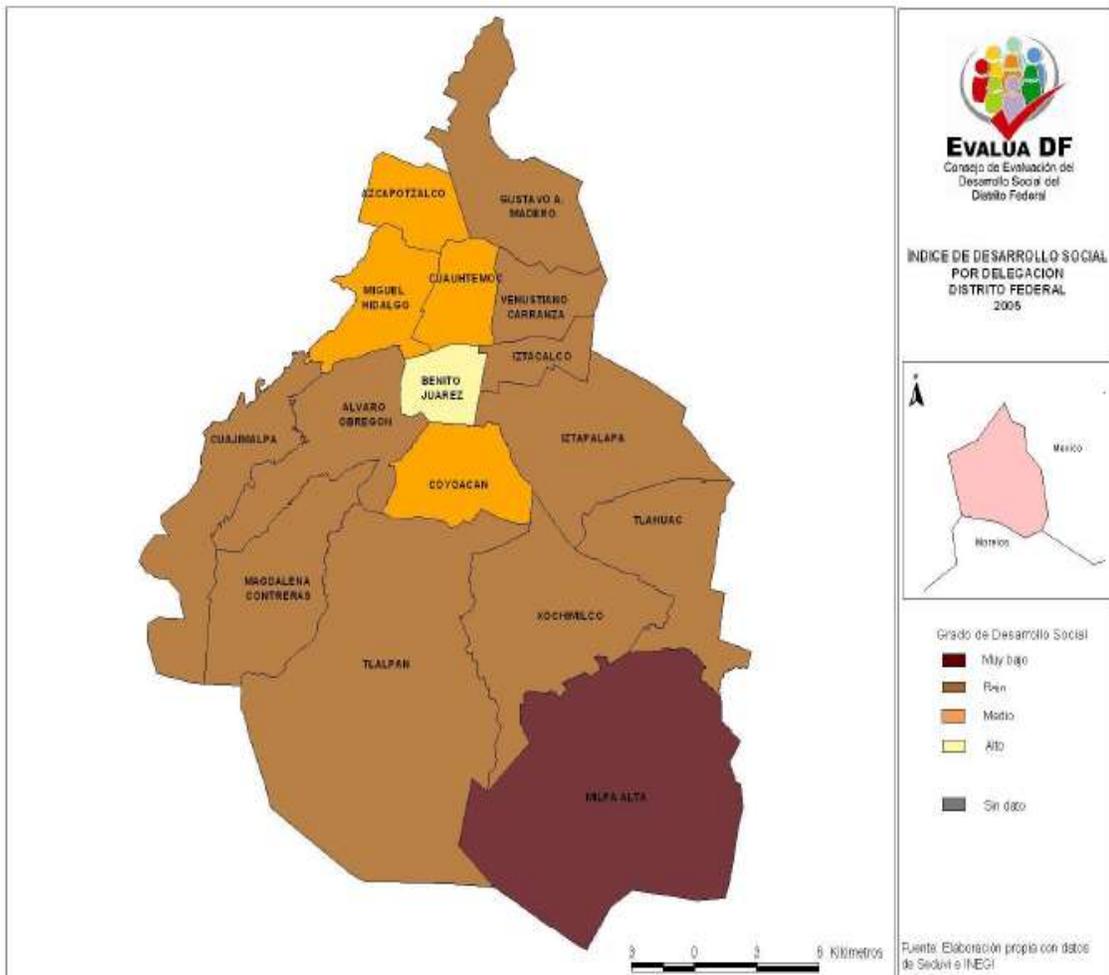
⁵ Susana González G., "México, sexto lugar mundial en consumo de cerveza: 62 litro en promedio por persona", La Jornada, abril 2013.

Con base a los puntos mencionados para este proyecto se tomara a consideración los siguientes segmentos de mercado que a continuación se mencionan:

a) Geográficos (Ubicación)

La Taberna estará ubicada en una de las zona con mayor ingresos per cápita de la CDMX, en la Delegación Benito Juárez, en la colonia Del valle, ya que los habitantes de esta colonia cuenta con ingresos altos y sólidos, así como una gran afluencia de personas de otras delegaciones debido a que hay un gran números de escuelas y de oficinas corporativas.

Figura 1.2 Distrito Federal. Índice de Desarrollo Social por Delegación Política



Fuente: www.evalua.cdmx.gob.mx

Tomando en cuenta estas estadísticas se define que la Taberna, debe ser ubicada en la delegación Benito Juárez, ya que el servicio que se ofrecerá será para personas con un nivel de vida socioeconómico alto que permita cubrir las necesidades de oferta y demanda de este proyecto.

b) Demográficos (A quien ira dirigida)

La población a la que estará dirigida es a toda persona mayor de edad que busque un lugar de esparcimiento y que guste por conocer nuevas cosas, este establecimiento no discriminara a ningún tipo de persona. Se pretende llegar a los estudiantes y empleados que habitan en la colonia Del Valle.

Figura 1.3 Características de la Ciudad de México



Fuente: www.inegi.org.mx

Figura 1.4 Número de habitantes por Delegación

Clave del municipio o delegación	Delegación	Habitantes (año 2015)
002	Azcapotzalco	400 161
003	Coyoacán	608 479
004	Cuajimalpa de Morelos	199 224
005	Gustavo A. Madero	1 164 477
006	Iztacalco	390 348
007	Iztapalapa	1 827 868
008	La Magdalena Contreras	243 886
009	Milpa Alta	137 927
010	Álvaro Obregón	749 982
011	Tláhuac	361 593
012	Tlalpan	677 104
013	Xochimilco	415 933
014	Benito Juárez	417 416
015	Cuauhtémoc	532 553
016	Miguel Hidalgo	364 439
017	Venustiano Carranza	427 263

Fuente: INEGI. Encuesta Intercensal 2015

En la figura 1.4 se muestra que el número de habitantes correspondientes a la Delegación Benito Juárez que es de 417,416, lo que representa el 5% del total de habitantes en la Ciudad de México, este número aumenta por los habitantes de otras delegaciones que van a estudiar o trabajar en esta delegación.

Así mismo al interior de la Delegación Benito Juárez, se buscó las 10 colonias con mejor estrato económico (según datos de INEGI), identificando, La Colonia del Valle como mejor propuesta y dentro de la misma la mayor concentración del mercado objetivo.

Figura 1.5 Índice de Desarrollo Social de la Delegación Benito Juárez

Clave de la Delegación	Clave Colonia	Nombre de la Delegación	Nombre Colonia	Habitantes	Índice de Desarrollo Social		
					Valor	Estrat o	Grad o
014	0002	Benito Juárez	Acacias	5845	0.97363	4	Alto
014	0018	Benito Juárez	General Pedro María Anaya	6477	0.96791	4	Alto
014	0015	Benito Juárez	Del Valle Sur	23574	0.96774	4	Alto
014	0013	Benito Juárez	Del Valle Centro	22008	0.96738	4	Alto
014	0035	Benito Juárez	Nochebuena	2257	0.96717	4	Alto
014	0043	Benito Juárez	San José Insurgentes	5958	0.96701	4	Alto
014	0014	Benito Juárez	Del Valle Norte	20641	0.96667	4	Alto
014	0020	Benito Juárez	Insurgentes Mixcoac	5184	0.96555	4	Alto
014	0016	Benito Juárez	Ermita	1396	0.96502	4	Alto
014	0007	Benito Juárez	Ampliación Nápoles	3381	0.96406	4	Alto

Fuente: Consejo de Evaluación del Desarrollo Social del Distrito Federal (EvaluáDF), con base en: INEGI, Censo de Población y Vivienda, 2010, México, 2010.

I.IV Análisis de la Demanda.

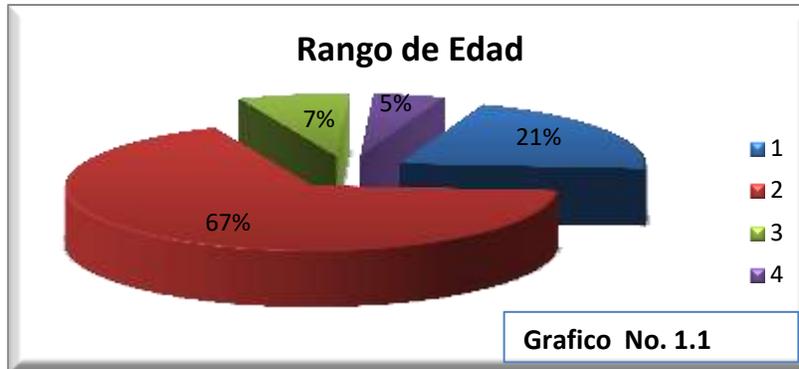
“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específicamente a un precio determinado”⁶

Estudio sobre la demanda

Con base a las respuestas de las encuestas practicadas en la zona para analizar la demanda que tendremos, se derivó lo siguiente:

En base a la muestra de 200 personas encuestadas los datos arrojados son que el 67% del mercado objetivo se encuentra entre los 20 y 30 años de edad, 21% se encuentran personas de 15-20 años de edad, mientras el 7% fluctúan personas entre 30-40 años y el 5% restante son para personas mayores de 41 años.

⁶ Baca Urbina. *“Evaluación de Proyectos de inversión”*. McGraw Hill. P 17



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada a la muestra de personas.

1. Personas entre 15 y 20 años.
2. Personas entre 20 y 30 años.
3. Personas entre 30 y 40 años.
4. Personas de más de 41 años.

Con base a la pregunta número uno de la encuesta las personas que van a un bar el 31% consume de 4 a 5 bebidas alcohólicas, otro 31 % puede consumir más de 6 bebidas con el alcohol, el 21% solo consume de 2 a 3 bebidas cuando salen a un bar y las personas que solo consumen de 1 a 2 son el 17%.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta uno.

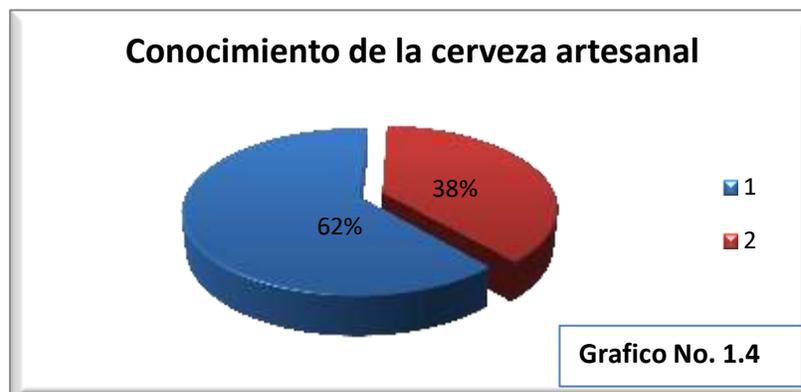
1. De 1 a 2 Bebidas con alcohol consumidas.
2. De 2 a 3 Bebidas con alcohol consumidas
3. De 4 a 5 Bebidas con alcohol consumidas.
4. Más de 6 bebidas con alcohol consumidas.

Dado que el servicio a ofrecer será cerveza artesanal se entrevistó las preferencias de consumir cervezas a otras bebidas alcohólicas como Tequila, Ron, Wiski, Vodka, etc. Estas son del 50% lo que significa que el producto principal que es la venta de cerveza las personas no tendrán ningún problema en consumir, además de la cerveza se dará servicios de otras bebidas para acaparar el otro 50 % de los consumidores que prefieren otra bebida alcohólica.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta dos.

Las personas que no conocen la cerveza artesanal son un 38%, lo que significa una oportunidad de mercado al traer clientes que gusten de conocer cosas distintas a lo tradicional.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta tres.

1. Personas que Si conocen la cerveza artesanal.
2. Personas que No conocen la cerveza artesanal.

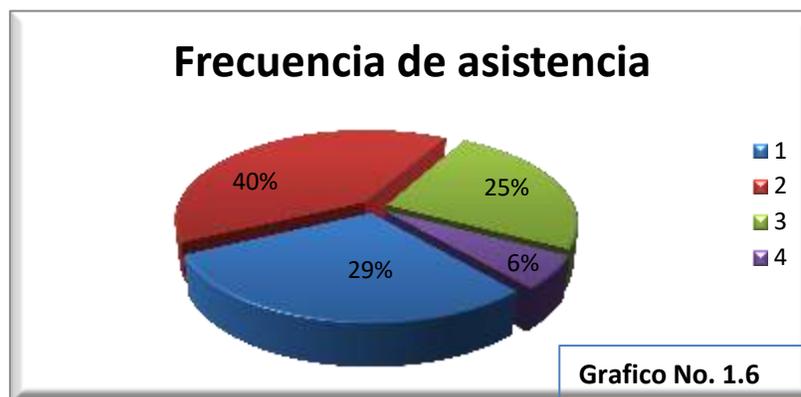
La mayoría de los encuestados prefieren salir a un bar o taberna los días viernes y sábado lo que significara que los fines de semana muchos están dispuestos a visitar un lugar de entrenamiento con venta de bebidas.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta cuatro.

1. Algún día entre lunes y jueves.
2. Viernes, sábado o Domingo.

La frecuencia con la que acuden los habitantes de la Delegación Benito Juárez a bares y tabernas es por lo regular de dos veces al mes.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta cinco.

1. Todos los fines de semana.
2. 2 Veces al mes.
3. 1 vez al mes.
4. Otro

En términos de ingreso la muestra de los encuestados están dispuestos a gastar en una salida a una taberna alrededor \$400 y \$600 pesos, este rango permitirá determinar los precios de venta para poder satisfacer la demanda futura y que la población pueda consumir en este establecimiento con regularidad.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta seis.

1. Inversión de 200 a 400 pesos.
2. Inversión de 400 a 600 pesos.
3. Inversión de 600 a 800 pesos.
4. Inversión más de 800 pesos.

Para acompañar el consumo de bebidas alcohólicas se encuestó que alimento prefieren consumir en una taberna, las personas prefieren consumir tacos con un 67%, después alimentos para compartir con 27% y el resto prefiere alimentos a la carta con un 6%.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta siete.

1. A la carta.
2. Para compartir.
3. Tacos.

Para términos de gustos y preferencias en cuestión de ambiente musical, la gente gusta en primer lugar que en una taberna exista variedad musical, es decir, que se tendrá que rotar los diferentes géneros y esto se podrá generar con las diferentes aplicaciones móviles (apps) como Spoty Fi, Apple Music y otros.



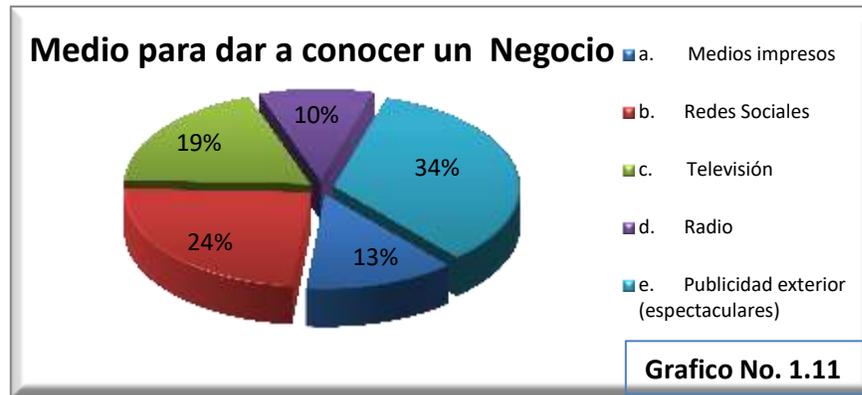
Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta ocho.

La pregunta nueve de la encuesta dice que lo que más le atrae a los consumidores para asistir a una Taberna o negocio es el servicio que reciben. Por lo que el servicio en este proyecto se le prestara mucha atención, se utilizara la tecnología disponible para obtener un servicio rápido, también se harán encuestas de satisfacción al cliente para saber las áreas de oportunidad a mejorar.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta nueve.

La última pregunta se utilizó para saber que medio es el más utilizado para dar a conocer un nuevo negocio y que sirva para desarrollar el tema de comercialización en el cual de acuerdo a la encuesta los medio más favorables son la publicidad exterior y las redes sociales.



Fuente: Elaboración propia con base a la encuesta realizada y datos de la pregunta diez.

I.V Análisis de la Oferta.

“La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado”⁷

Los principales factores que influyen en la oferta de un bien o servicio son:

- Costos de Producción.
- Precio de los factores que intervienen en la producción de un bien o servicio.
- Tecnología empleada.
- Precio de los bienes o servicios afines.
- La organización del mercado.
- Localización
- Calidad y servicio.

En análisis de la oferta determina la forma en que la demanda es y será satisfecha por la oferta actual y futura. Este estudio es de gran importancia puesto que de aquí radica el conocimiento sobre el comportamiento y las principales características con que cuenta la oferta existente del mercado a captar, esto constituye un punto de referencia para poder

⁷ Baca Urbina. “Evaluación de Proyectos de inversión”. McGraw Hill P.28

proponer una mejor alternativa al servicio que se desea ofrecer, o sobresalir en el mercado ofreciendo nuevas ideas y soluciones a las necesidades, gustos y preferencias de la demanda actual.

Para contar con un amplio panorama de análisis de la oferta es necesario especificar la estructura de mercado en que se desenvolverá el servicio que se desea ofrecer, así como el análisis de la competencia actual para el servicio a ofrecer.

Estructura de Mercado

Se entiende como estructura de mercado a la descripción del estado actual de un mercado en particular con respecto a la oferta y demanda del mismo, en la que el proyecto se enfrentara y así tomar las decisiones más convenientes sin ser afectados por el tipo de competencia dentro del cual se encontrara el servicio a ofrecer.

Las tabernas y bares que se encuentran en la colonia Del Valle son negocios cuya estructura de mercado corresponde a negocios y empresas perfectamente competitivas, puesto que existen negocios pequeños que ofrecen un servicio similar, lo que implica procesos similares entre ellas y la competencia está definida por la flexibilidad que tienen al responder a la demanda y a los tiempos y variaciones de la misma.

De tal modo que al haber definido el tipo de mercado al que estará sujeto el proyecto, la principal estrategia para competir con eficiencia en el mercado será a través de ofrecer la máxima calidad y atención en el servicio a los usuarios, mediante una adecuada política de precios con el propósito de ofrecer un mejor servicio al que actualmente se ofrece y de ese modo captar mayor mercado.

Análisis de la competencia

Debido a la gran concurrencia de escuelas y de oficinas en la colonia Del Valle, existe un nivel alto de competencia establecida de bares y tabernas, sin embargo, de acuerdo a la definición de mercado objetivo estudiantes con nivel socioeconómica de ingreso alto, permitirá tener participación alta en el mercado siempre y cuando se mantenga un nivel de confianza en el servicio que se ofrezca.

Con esto y para tener en cuenta la calidad del servicio y la variedad en el mismo a ofrecer, los principales competidores a los que se enfrenta este proyecto son los siguientes:

Cuadro 1.1 Principales competidores

Establecimiento	Horario	Sucursal
La Taberna Del Patrón	Lun -dom 12pm a 11 am	Insurgentes Sur 628, Col.Del Valle, Del Valle
El Depósito Del Valle	Lun-mié 1pm-12am, jue-sáb 11am-2pm, dom 1-10pm	San Lorenzo 40, Del Valle, México DF
Sonora Grill	Lun -dom 1pm a 2 am	Félix Cuevas 905, Col del Valle Centro, 03104 Ciudad de México, D.F.
Beer Factory	Lun -dom 12pm a 2 am, Dom 12pm -10 pm	Av. San Jerónimo 215, Loreto y Campamento, 01090 Ciudad de México, D.F.
Ziete	Lun-sáb 1pm-2am	Av. Del Valle 740, Del Valle, México DF, CP 03100
La Chilanguita	Lun -dom 12pm a 2 am, Dom 12pm -10 pm	Insurgentes Sur # 895 colonia Nápoles
Nabuccos Pub & Grill	Lun -dom 3pm a 3 am	Pennsylvania 215, Nápoles México, DF, CP 03810
La Valenciana	Lun-sáb 1pm-1am, dom 1-8pm	Universidad 48 , Narvarte, México, DF, CP 03023

Fuente: Elaboración propia

Una vez revisado la estructura de mercado y la competencia, en la cual se observa que es un mercado sumamente apretado por el nivel de ingresos con el que cuenta la zona, sin embargo, representa una excelente oportunidad para la taberna utilizando las siguientes ventajas competitivas:

- Promociones.
- Precios competitivos en el mercado.
- Trasmisión de eventos deportivos o de gran impacto social.
- Bebidas artesanales para satisfacer a los clientes que deseen probar nuevas experiencias.
- Tecnología, este será indispensable para ser competitivos, se utilizaran grifos para que el servicio sea mucho más rápido, además de contar con pantallas y equipo de sonido para hacer un ambiente ideal para pasar el tiempo.
- Variedad musical
- Servicio de Calidad.

I.VI Análisis de Precios.

“Es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.”⁸

El análisis de precio es de suma importancia porque con ellos se puede saber la concepción que tiene el consumidor en relación a los precios en el mercado que ofrecen el mismo bien o similar, esto permitirá establecer el mejor precio para los servicio de la Taberna a instalar, de tal manera que sea una herramienta para atraer mercado de la competencia y ser una nueva opción para los consumidores de esta colonia.

Cuadro 1.2 Precios de la competencia

Establecimiento	Consumo promedio por persona
La Taberna Del Patrón	250
El Depósito Del Valle	300
Sonora Grill	300
Beer Factory	300
Ziete	250
La Chilanguita	300
Nabuccos Pub & Grill	250
La Valenciana	300
Promedio	281

Fuente: Elaboración propia

I.VII Comercialización.

La comercialización juega un papel fundamental en la realización de un nuevo proyecto, ya que en ella se contempla la interacción del oferente y demandante, la fina tal de cómo se va a dar esta relación, buscando el acercamiento entre ambos.

Es importante el análisis de los canales de distribución, forma de comercialización, área de influencia, con la finalidad de hacer llegar el servicio a los consumidores, es decir, que los clientes potenciales se enteren de la existencia de la Taberna y que puedan conocerla.

⁸ Idem. Pp. 41.

Publicidad y propaganda.

La publicidad y propaganda tiene como objetivo, describir el producto o servicio a ofrecer así como incrementar su consumo, de tal forma que los consumidores potenciales tengan herramientas para la mejor elección del producto o servicio. De acuerdo a lo mencionado anteriormente y apoyado en la pregunta número diez de la encuesta realizada se implementaran las siguientes líneas de acción con el fin de dar a conocer la Taberna

- Medios impresos: Se mandaran hacer folleto y flyers para distribuir en las zonas cercanas al establecimiento. Cuando el negocio se encuentre más consolidado se buscara hacer publicaciones en revistas para que se pueda llegar a todo tipo de personas.
- Redes Sociales e internet. Se aprovecharan las redes sociales que hay actualmente y que son gratis su uso como: YouTube, Facebook, Instagram, Twitter y Forsquare para llegar a cualquier persona sin necesidad de que vivan cerca del establecimiento.
- Word of mouth: Al brindar un buen servicio se quiere que los clientes salgan satisfechos y felices del establecimiento, para que así recomienden a otras personas visitar la Taberna, utilizando la publicidad comúnmente conocida como de boca en boca.

“La Mejor Publicidad en la que hacen lo clientes Satisfechos”

CAPÍTULO II. ESTUDIO TECNICO

En el estudio técnico se tiene por objeto dar a conocer los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridas.

La taberna que se instalara tendrá el nombre de “MALTINA” el nombre que viene en relación a la malta que se utiliza el proceso de elaboración de cerveza artesanal y que será uno de los principales productos y atractivos a ofrecer en la taberna.

II.1 Localización.

Este punto se considera de crucial importancia, ya que la buena ubicación del proyecto determinara el éxito del mismo, por lo que existen diferentes factores para elegir una buena ubicación para este proyecto de la taberna, entre los cuales destacan el económico, el cultural, socio-económico, técnicos entre otros, todos ellos con el objetivo de que se maximicen los beneficios en todos los sentidos.

De tal modo que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de la localización se ha subdividió en dos partes: Macrolocalización y Microlocalización, los cuales se muestran a detalle en los siguientes puntos.

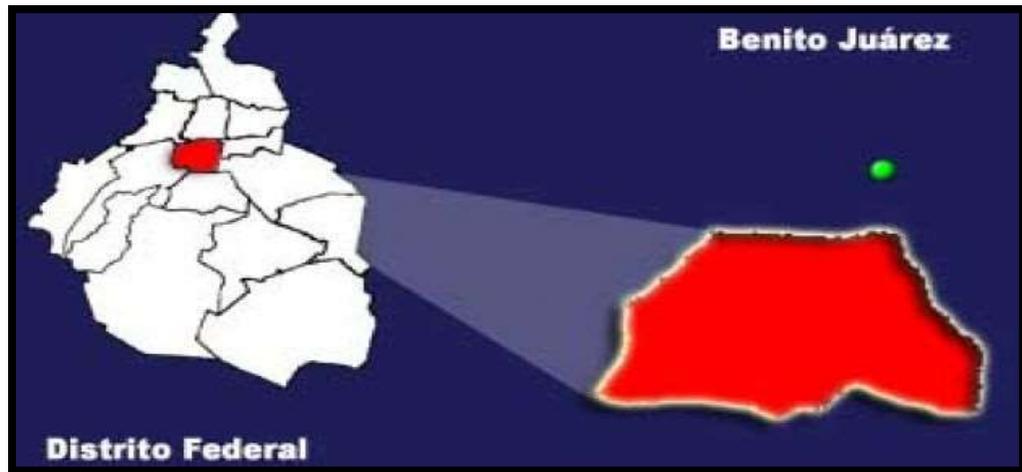
II.1.1 Macrolocalización

Es el estudio que tiene por objeto determinar la región o territorio en el que el proyecto tendrá influencia con el medio y viceversa, ya sea este de tipo rural o urbano, nacional o regional, refiriéndose puntualmente a la macrozona en la que se llevara a cabo el proyecto de inversión.

En este caso la taberna de bebida artesanal se ubicara en la Ciudad de México y en particular en la Delegación Benito Juárez, la cual se encuentra en la región central de la ciudad y ocupa 26,63 km² a 2.232 msnm. La posición céntrica de la delegación Benito Juárez la convierte en cruce de caminos entre las diversas zonas de la ciudad, por lo mismo cuenta con abundantes vías de comunicación. Sus habitantes conviven diariamente con dos

millones de visitantes. Esta gran población flotante se beneficia de la vialidad y el mobiliario urbano de la región, y también contribuye a la intensa actividad económica de la misma, estimada en 2015 en 3.350 millones de dólares.

Figura 2.1 Mapa de la Delegación Política del Distrito Federal. Benito Juárez



Fuente: imagines/ google.com

Aspectos Geográficos

Las coordenadas geográficas de la Delegación Benito Juárez son 19° 24' 6" latitud Norte, 99° 9' 30" de longitud Oeste de Meridiano de Greenwich. Al norte, sus delegaciones vecinas son Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc; al poniente la delegación Álvaro Obregón, al sur la delegación Coyoacán y Álvaro Obregón, y al oriente las delegaciones Iztacalco e Iztapalapa.

Tiene un área de 27 kilómetros cuadrados, lo que representa el 18 por ciento de la Ciudad de México. En su territorio se constituyen 56 colonias y 3 unidades habitacionales totalmente dotados de los servicios e infraestructura urbana a lo largo y ancho de 2 mil 210 manzanas, en las que confluyen las vialidades más importantes de la capital.

Los aspectos de Infraestructura en la Delegación Benito Juárez casi en la totalidad de su territorio cuenta con los servicios de agua entubada, luz eléctrica, pavimentación, drenaje,

teléfono, correo, transporte terrestre, bancos, centros comerciales, iglesias, centros de salud, escuelas, oficinas corporativas, parques, canchas deportivas, áreas verdes, etc.

Aspectos Socioeconómicos

En la delegación residen un total de 417,416 habitantes, que representan el 4.7% de habitantes respecto al total de residentes en el Distrito Federal. El 45.5% de ellos son hombres y el 54.5% son mujeres, con una tasa media de crecimiento anual de -0.93%, Su mayor población se encuentra en el rango de edades de 25 a 64 años. La población flotante se estima alrededor de 1 '500,000 personas diarias, siendo una de las más altas del Distrito Federal.

La población residente total está conformada de acuerdo a su estado de migración por un 72% de habitantes cuyo lugar de origen se encuentra dentro del Distrito Federal; un 25% originarios de otra entidad (predominan los estados de Hidalgo, Puebla, Oaxaca y Veracruz) y un 3% son extranjeros. La delegación Benito Juárez cuenta con una población total de 360 mil 478 habitantes, la edad promedio es de 33 años, tiene una población flotante al día de 1.5 millones.

En cuestión de educación cuenta con 567 escuelas establecidas y tiene un mercado de empresas y comercio de 12 mil 923. La delegación genera 296,642 empleos directos que representan el 10.1% del Distrito Federal, por lo que la coloca en el cuarto lugar. La población económicamente activa es de 177,287 habitantes que representa el 59% de la población de 12 años a más. Dentro de ese rango la población ocupada es de 174,489 que es el 98%. Los principales sectores de trabajo son comercio, servicios profesionales, servicios educativos, actividades de gobierno y servicios de salud, asistencia social e industria manufacturera.

De acuerdo al nivel de ingresos de la población económicamente activa ocupada, este se puede dividir en cuatro grupos. El primer grupo percibe como ingreso hasta 5 salarios mínimos, siendo el más importante ya que es el 54% de dicha población; el segundo grupo

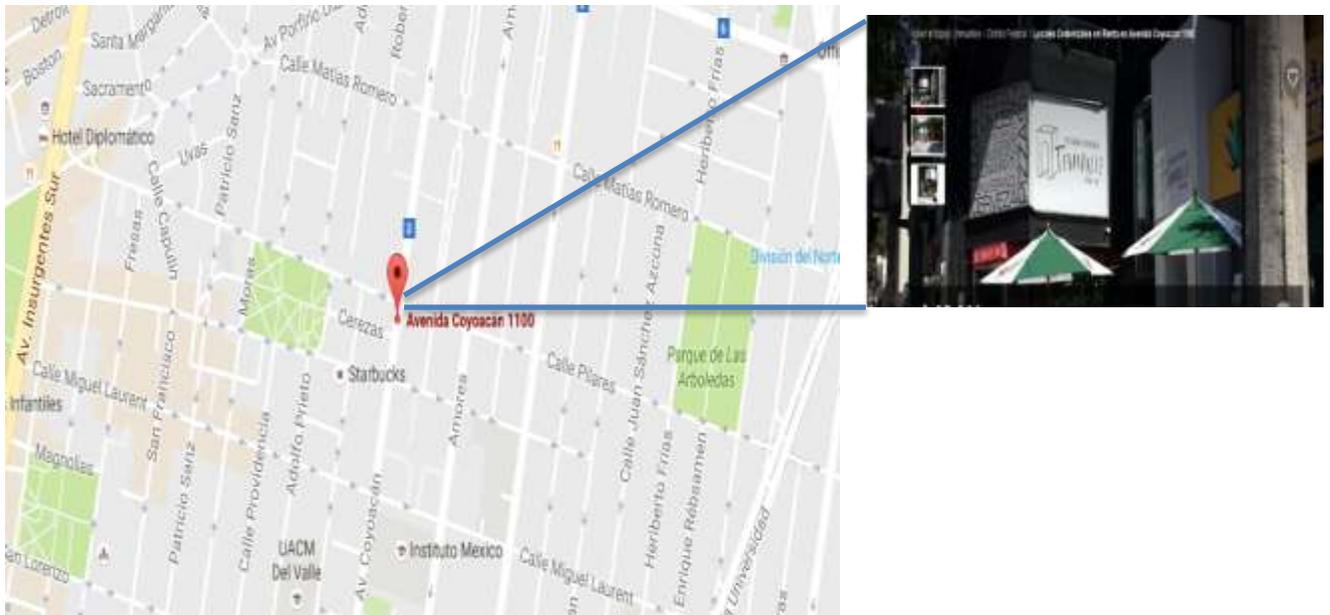
percibe de 5 a 10 salarios mínimos; el cuarto grupo percibe más de 10 salarios mínimos y el último grupo no percibe ingresos.

II.I.II Microlocalización

Para este proyecto se consideró que la microlocalización estará ubicada en la calle Av. Coyoacán 1100 en la colonia Del Valle, debido a conveniencias económicas y estratégicas ya que esta colonia está clasificada según el INEGI como estrato de valor 4, es decir, los habitantes de esta colonia cuenta con ingresos altos y sólidos. Además la localización de esta taberna está conectada con avenidas principales que son Insurgentes y División del Norte que genera una gran afluencia de coches que permite llegar fácilmente al establecimiento.

Adicional al tipo de estrato de económico en el que se encuentra la colonia y el cual fue uno de los motivos por el que se decidió la microlocalización, se eligió esta zona ya que está rodeada de escuelas y de oficinas corporativas, siendo una opción real de esparcimiento para esta tipo de habitantes.

En la figura 2.2 Mapa de establecimiento en la calle Av. Coyoacán 1100 en la colonia Del Valle, Delegación Benito Juárez



Fuente: Google Maps

II.II Factores que condicionan la mejor ubicación

Para este propósito en especial, se hace referencia a aquellos factores que en mayor medida justifiquen la toma de decisión que más beneficie a la instalación de la taberna, con base a un criterio economista, cuya localización le proporcione al proyecto la máxima rentabilidad durante su operación. Como se señaló en el estudio de Microlocalización, se dispone de un terreno en Avenida Coyoacán Colonia Del Valle, Delegación Benito Juárez, cuya zona de influencia está caracterizada por los siguientes aspectos:

El entorno donde se encuentra localizado el terreno, cuenta con la infraestructura y servicios públicos necesarios como son los servicios de agua entubada, electricidad, pavimentación, drenaje, teléfono, correo, transporte terrestre, centros comerciales, bancos, iglesias, centros de salud, escuelas, panteones, parques, unidades habitacionales, entre otros.

Cabe destacar que se esta delegación se eligió debido a que cuenta con un nivel de ingreso alto que permite atacar el mercado objetivo, ya que además de contar con una zona corporativa como lo es el WTC e Insurgentes , esta zona cuenta con varias universidades que los estudiantes de ellos tienen ingresos para consumir en estos tipos de establecimientos ya que provienen de universidades como: Universidad Del Valle de México, Universidad La Salle, Universidad Panamericana, Universidad Latinoamericana y el Tecnológico de Monterrey.

Por otra parte, uno de los aspectos que podría causar un impacto favorable al proyecto, se refiere a que el lugar donde se sitúa el terreno se encuentra en una zona altamente estratégica, dado a que existe mucha transitabilidad alrededor del mismo, ya que se ubica sobre una de las avenidas más importantes de la zona, al ser ésta una arteria vial importante que conduce a otras colonias cercanas, incluso como su nombre lo menciona esta misma avenida es una vía alterna para llegar a Coyoacán, siendo una opción más para la gente que vive en esta parte del sur de la ciudad y que gustan de visitar establecimiento que ofrezcan a una alternativa de consumo y de esparcimiento.

De tal modo que estos factores condicionan la mejor ubicación del proyecto, al encontrarse cerca de una zona comercial ampliamente concurrida, lo que permitirá que un mayor número de personas se percate de la existencia de la Taberna y facilitará la captación de

demandantes de este tipo de servicio. Por último es importante mencionar que esta zona al estar altamente concurrida por la demanda disponible mencionada arriba, también cuenta con un gran número de establecimiento que se dedican a la venta de alimentos y bebidas, generando una competencia por atraer clientes, lo que significara en un costo de oportunidad para ofrecer servicios distintos y atractivos con la idea de que los clientes prefieran ir a la Taberna como una de sus primeras opciones.

II.III Tamaño y capacidad del proyecto

El local cuenta con un área de 330 metros cuadrados, tamaño al que deberá ajustar la Taberna ya que se espera tener una capacidad promedio máxima para 100 personas. Estos metros cuadrados están distribuidos en forma de cuadrado y se encuentra en la parte superior de una tintorería 2Pronto y a lado del Restaurante Barbacoa de Santiago el cual es muy visible para los vehículos que pasan por la avenida lo que permite que vean la Taberna que se abrirá en este espacio.

El local se encontrara distribuido de la siguiente manera:

- Área de recepción: aquí es donde se dará informes de los servicios prestados, así como la asignación de mesas y lista de espera.
- Área de mesas con grifos: espacio de mesas donde se servirán bebidas y alimentos.
- Área de cocina: espacio donde se prepararán los alimentos que soliciten los clientes.
- Área de oficina: espacio donde el Gerente de negocio puede revisar temas administrativos.
- Área de baños: zona donde los clientes podrán ir al baño.
- Área de bodega de insumos: espacio para el almacenamiento e inventario de insumos y materias primas para poder operar el negocio diariamente.
- Área de fumar: espacio asignado para las personas que requieran fumar dentro de local.
- Área de barra: lugar donde están las botellas con las cuales se servirán bebidas alcohólicas.

Figura 2.3 .Plano de Diseño de las Instalaciones

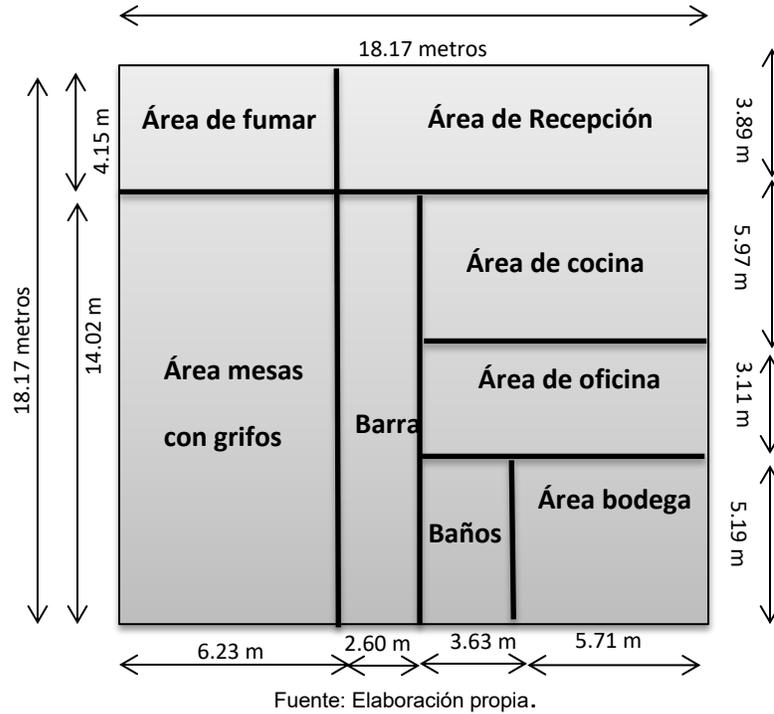


Figura 2.4 Muestra de cómo se distribuirán mesas y grifos



Fuente: Página Web Ebeer.

Como se muestra en la imagen anterior la Taberna contara con mesas pequeñas y mesas grandes para aproximadamente diez personas, distribuidas en 15 mesas pequeñas y 5 mesas grandes.

II.IV Descripción de procesos

Para tener en cuenta la descripción del proceso se tiene que seguir diversos pasos en la que se lleven una clara secuencia:

- Para comenzar, se tiene que contar con equipo necesario, para brindar un mejor y completo servicio, tal como unas adecuadas instalaciones y con los insumos necesarios para que el cliente se sienta cómodo.
- Se contara con personal calificado para la realización de alimentos y bebidas.
- La persona que se encuentre en recepción será la encargada de dar información acerca de nuestros servicios y de cómo funciona la modalidad de autoconsumo a través de grifos.
- Se contara en cada mesa con un sistema de grifo con los cuales cada cliente podrá servirse la cerveza que quiera, con solo oprimir la palanca de cada mesa.
- Los grifos cuentan con la tecnología de un sistema económico el cual se maneja a través de Tablet o teléfono móvil con el que se puede controlar la apertura y cierre de cada grifo.
- Los clientes se sentaran en la mesa y a través de un sistema Android se activa el grifo y cuando termine el cliente de consumir se cierra el grifo y se cobra.
- Se cuidara la cerveza en condiciones precisas para que cuando el cliente la consuma, esta se encuentre en condiciones óptimas

Para tener más claro en que consiste el cuidado de la cerveza, se describe el proceso que este lleva en su aplicación:

1.) Limpiar diariamente el piquito de erogación para evitar incrustaciones, que además de ser antiestéticas, son causas de proliferación de bacterias (el piquito no debe ser nunca sumergido dentro de la espuma durante el despacho).

2.) Limpiar diariamente la parte externa con un paño suave humedecido en agua tibia (evitar esponjas y detergentes químicos que podrían dañar las terminaciones).

3.) Desmontar periódicamente las partes internas en el siguiente modo:

- a) Desenganchar la cabeza del barril y abrir el grifo para eliminar la presión del circuito.
- b) Destornillar las arandelas y desmontar todas las partes internas del grifo. Sumergir el eje, pistón, compensador y eje central en agua tibia alrededor de 30', luego limpiar con cepillo de cerdas duras las partes sobre las cuales son visibles los depósitos de cerveza.
- c) Montar el grifo siguiendo las operaciones inversas.

La limpieza de los tubos, grifos y equipo despachador de cerveza será una cuestión a la cual se le presta toda la atención ya que es de suma importancia tener los equipos en óptimas condiciones de uso y estado. Dado que por estos pasaran las levaduras contenidas en la cerveza, el hecho de no tener una correcta limpieza de estos, provocara que el sabor y calidad de nuestra cerveza disminuya, con esto eliminaremos el riesgo de que el producto se contamine.

Las cervezas artesanales, a diferencia de las industriales, llevan levadura que está viva. Por eso en los grifos que se dispensa cerveza artesanal es imprescindible realizar una buena limpieza. La cual se recomienda limpiarse a más tardar cada 14 días. Adicional al cuidado de la limpieza de grifos y tuberías la cerveza de barril se almacenará en un cuarto frío con temperatura de 2°C a 6°C. Este cuarto frío servirá para mantener la temperatura estable y óptima para la conservación de la cerveza y así evitar que esta pierda sus propiedades.

II.V Descripción de equipos

Se requiere de maquinaria y equipo que faciliten los procesos de producción, así como de utensilios y accesorios. A continuación se enlistan los accesorios, maquinaria y equipos necesarios para el buen funcionamiento de la Taberna:

Maquinaria, equipo y utensilios de cocina

- Estufa
- Refrigerador
- Lavaplatos
- Olla a Presión
- Cucharones
- Sartén

- Licuadora
- Microondas
- Computadora
- Pantallas
- IPad
- Teléfono
- Vasos
- Tarros
- Jarras
- Cacerolas
- Cazuelas
- Tabla de cortar
- Colador
- Cubiertos
- Platos

Mobiliario

- Mesas
- Sillas
- Bocinas
- Adornos rústicos
- Cámaras de seguridad
- Proyector de eventos
- Extintores

En el apartado de inversión se detallara de manera específica los utensilios y equipo de cocina que se utilizaran en la taberna. Adicionalmente a los equipos mencionados anteriormente, se implementara el uso de grifos en cada mesa como innovación y una nueva alternativa en México para hacer un servicio eficiente.

Un grifo funciona como un autodespachador el cual cada persona se puede servir cerveza como si llenara un vaso de agua del grifo de su casa.

El equipo de grifo que utilizaremos en la taberna es el que se muestra en la siguiente imagen y el costo de la renta de este servicio que ofrece la empresa eBeer:

Figura 2.5 .Sistema de Grifo

Tu sistema eBeer desde **299 Euros/mes**.

Todo lo que necesitas para la gestión de tu negocio.

Autoservicio de cerveza + Caja registradora + Terminal camarero + Gestión de o rdenes a cocina y barra.

Incluye:

- eWall 6 Grifos (opcional instalación de grifos en mesas oferta personalizada).
- Terminal punto de venta "ePOS" completo (MiniPc, Táctil, impresora tickets, cajón porta-monedas) 100% integrado con eBEER.
- Tablet 8" con programa "ePOS Waiter" con gestión de ordenes a cocina y barra.
- Impresora Cocina.
- Soporte técnico a distancia.
- Formación continua.
- Cartelería Digital.
- Pantalla extra de publicidad digital 23".
- 500 Tarjetas cliente "eBeer".

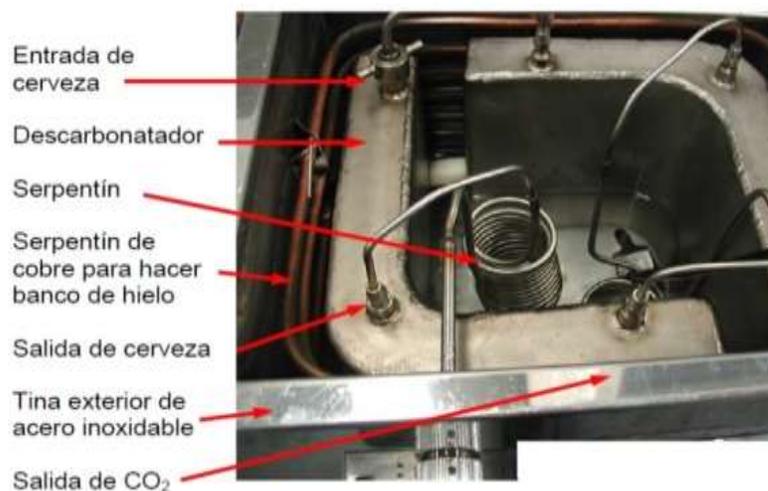


Fuente: Página Web Ebeer.

Partes interiores de un equipo despachador:

Dependiendo del volumen de cerveza que se desea despachar en las horas de mayor demanda, al equipo se le pueden colocar descarbonatadores. Esto permite que se disponga de suficiente cerveza fría para despacharla rápidamente, tanto en la barra como en cada una de las mesas, dado que el tiempo de resistencia será mayor en el sistema de refrigeración.

Figura 2.6 .Partes interiores de un equipo despachador



Fuente: Página Web Ebeer.

II.VI Materia prima e insumos

La disponibilidad de materias primas e insumos conforman recursos materiales también indispensables para el buen funcionamiento de la Taberna.

Cuadro 2.1. Materias Primas

CONCEPTO	UNIDAD	COSTO UNITARIO	PRECIO DE VENTA	MARGEN	% Margen
Whisky johnnie walker etiqueta negra	60 ml	57	102	45	55.69%
Whisky johnnie walker etiqueta roja	60 ml	36	89	53	40.04%
Whisky Jack daniel's	60 ml	41	88	48	46.03%
Whisky j&b	60 ml	31	76	45	41.34%
Whisky buchanan's 12 años	60 ml	58	103	45	56.06%
Whisky chivas regal 12 años	60 ml	53	101	48	52.19%
Ron baraima blanco	60 ml	21	66	45	31.49%
Ron bacardi mojito	60 ml	25	66	41	38.28%
Ron kraken	60 ml	27	66	38	41.69%
Ron matusalem grva 23 años	60 ml	79	131	52	60.31%
Ron bacardi blanco	60 ml	23	66	43	34.40%
Brandy torres 20	60 ml	65	113	47	58.12%
Brandy torres 10	60 ml	35	76	41	45.53%
Brandy stremy sop authentic	60 ml	28	66	38	42.90%
Tequila cuervo platino	60 ml	55	88	33	62.68%
Tequila herradura plata	60 ml	28	82	54	33.75%
Tequila jose cuervo especial reposado	60 ml	31	74	43	41.72%
Tequila centenario reposado rosangel	60 ml	33	65	32	50.44%
Tequila cazadores reposado 100% agave	60 ml	29	69	41	41.28%
Tequila corralejo reposado	60 ml	27	74	47	36.24%
Tequila cuervo 1800 reposado	60 ml	34	84	49	40.92%

Tequila cuervo platino	60 ml	55	132	77	41.78%
Tequila herradura plata	60 ml	28	123	95	22.50%
Tequila jose cuervo especial reposado	60 ml	31	111	80	27.82%
Tequila centenario reposado rosangel	60 ml	33	97	65	33.63%
Tequila cazadores reposado 100% agave	60 ml	29	104	76	27.52%
Tequila corralejo reposado	60 ml	27	111	84	24.16%
Tequila cuervo 1800 reposado	60 ml	34	125	91	27.28%
Refresco	botella 500 ml	8	28	21	26.63%
Tabla de quesos y jamón	tabla	42	141	99	29.96%
Alitas	canasta 15 piezas	75	141	66	53.32%
Sirloin	taco	33	117	85	27.99%
Rib Eye	taco	33	117	85	28.00%
Costilla	taco	27	38	10	73.11%
Arrachera	taco	33	117	85	28.00%
Cecina	taco	36	117	81	31.06%
Pechuga de Pollo	taco	23	117	94	19.69%
Milanesa	taco	36	117	81	30.94%
Pescado	taco	23	117	94	19.69%
Camarones a la Diabla	taco	35	117	82	29.89%
Papas espiral	canasta	28	66	38	42.60%
Viena	barril 20 lt	15	73	58	20.60%
Colonial	barril 20 lt	15	73	58	20.60%
Start Imperial	barril 20 lt	17	73	56	23.05%
Pale Ale	barril 20 lt	17	73	56	23.05%
Mexican Imperial Stout	barril 19 lt	26	73	47	35.72%
Tripel de Abadía	barril 19 lt	26	73	47	35.72%
Dubbel de Abadía	barril 19 lt	23	73	50	31.54%

Witbier	barril 19 lt	21	73	52	29.06%
American Pale Ale	barril 19 lt	21	73	52	29.06%
Penumbra	barril 19 lt	21	73	52	29.06%
Sanctum	barril 19 lt	29	73	45	39.06%
Morning Star	barril 19 lt	29	73	45	39.06%
Mjoinir	barril 19 lt	29	73	45	39.06%
Macquahuitl	barril 19 lt	29	73	45	39.06%
Ofrenda	barril 19 lt	32	73	41	44.05%
Yule	barril 19 lt	32	73	41	44.05%
TOTAL UNITARIO		1,867	5,074	3,207	
COSTO PROMEDIO GENERAL		33	89	56	36.79%

Fuente: Elaboración Propia en base a los costos actuales en el IPC para los alimentos y bebidas.

En el cuadro anterior se muestran los costos unitarios de cada producto de acuerdo a la unidad de medida en que se sirve cada alimento o bebida, adicionalmente se muestra el precio de venta para los clientes y el margen de contribución que se tendrá por cada bien, todo esto con la finalidad de calcular un costo promedio y un precio de venta promedio por cliente. Los cuales se utilizaran en el siguiente capítulo para determinar el presupuesto de ingresos y los costos de materia prima para este proyecto.

II. VI Mano de Obra

La mano de obra en este proyecto es de suma importancia, ya que representa un eslabón en el proceso de producción que sin él no se podría llevar a cabo dicho proceso, por lo que se requiere de mano calificada para desempeñar una adecuada labor. Al ser un establecimiento para consumo de alimentos y bebidas se requiere tener un especial cuidado en el personal que labora, así como en cada una de las áreas como son la cocina, en donde se requiere tener un protocolo de salud para evitar que los clientes se puedan intoxicar. Otra parte importante será el personal que esté al servicio de cliente, teniendo el mejor trato posible que genere confianza y gusto con el cliente.

CAPITULO III: ESTUDIO ECONOMICO

En este capítulo se determinara las cantidades necesarias de capital para la operación del Proyecto de Inversión. En el capítulo anterior se determinó el donde quedara instalada la Taberna, así como culés son los equipos necesarios para su funcionamiento. Ahora se cuantificara la inversión necesaria para llevar acabo y poner en operación este proyecto, es decir, en qué y cuanto se va a gastar en mano de obra, materias primas y maquinaria, para tomar decisiones acertadas a la hora de adquirir estos recursos.

En este sentido los puntos que se abordaran para el análisis económico son los siguientes:

III.I Estudio de inversión

La inversión es aquella que se determina mediante la siguiente ecuación: $I_T = (I_F + I_D + I_W)$ y significa que la inversión total del proyecto está determinada por tres aspectos: la inversión fija (I_F), la inversión diferida (I_D) y el capital de trabajo (I_W) los cuales se muestran en los siguientes cuadros:

III.I.I Inversión fija

La inversión fija del proyecto contempla la inversión en activos fijos tangibles, tales como terreno, obras físicas; así como la adquisición de mobiliario y equipo, entre otros, para su inicio de operación.

Por lo tanto, la inversión fija total de este proyecto en particular, contempla lo siguiente:

Obra o remodelación

En este rubro se consideró materiales de construcción y de oficina, así como la mano de obra, para acondicionar el local, esto basado en la experiencia profesional adquirida en la empresa Eurest donde se instalaba comedores en diferentes corporativos, se tomó como referencia el gasto en remodelación y Start up de comedores.

OBRA O REMODELACION
(Pesos)

Concepto	Monto	Total
Señalización	10,000	10,000
Ambientación	10,000	10,000
Mejoras a local	50,000	50,000
TOTAL		70,000

Fuente: Elaboración propia con base a experiencia profesional en comedores industriales.

En este rubro se contempla la restructuración del local, así como, acabados y señalización que permita el buen funcionamiento de la Taberna, lo que genera un monto total de \$70,000 pesos.

Mobiliario y equipo.

Para que el restaurante funcione son necesarios diferentes activos como maquinaria y equipo, utensilios de cocina, equipo de salón, equipo de oficina y cómputo. La inversión para una taberna que espera tener una capacidad promedio de cien personas es:

EQUIPO MAYOR Y MENOR DE COCINA.
(Pesos)

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
CUCHARA CAFE LISA ATENAS	130	2	256
CUCHARA SOPA LISA ATENAS	130	2	300
CUCHILLO MESA LISO ATENAS	130	6	751
TENEDOR MESA LISO ATENAS	130	2	300
VASO 12 OZ POLICARBONATO TRANSPARENTE	130	12	1,501
CHAROLA TRAPEZIO DE 35 X 46 CMS. POLICARBONATO COLOR	50	63	3,150

PLATO TRINCHE DE 25 CMS. POLICARBONATO BLANCO	130	63	8,152
PLATO TRINCHE DE 16.5 CMS. POLICARBONATO BLANCO	130	29	3,834
TAZON SOPERO 452 ML. DE POLICARBONATO BLANCO	130	29	3,749
FLANERA POLICARBONATO TRANSPARENTE	130	8	1,006
TANQUE DE GAS DE 10 KGS.	4	1,300	5,200
JARRA PLASTICO MARNIE 2 LTS	15	20	306
CAJA PORTALOZA PLASTICO 7"	4	124	497
CARRO TRANSPORTADOR DE ALIMENTOS	1	15,673	15,673
PORTACUBIERTOS 4 CAV. PLAST	1	112	112
MESA REDONDA DE 1.80 MT MDF9MM/LAM	5	2,261	11,306
SILLA CONVECCION COZUMEL 515 TELA O VINIL	50	566	28,275
TABLON RECTANGULAR DE 120 X 40 CMS. MDFMM	1	547	547
TABLON RECTANGULAR DE 2.44 X .40 MTS. MDF9MM/LAMI	2	1,088	2,176
CUCHARON 10 CM. A.INOX 301 225ML 7.5oz	3	54	162
INSERTO DE ACERO INOX. ENTERO DE 52 X 32 X 10 CMS.	8	190	1,519
INSERTO DE ACERO INOX. MEDIA DE 26 X 32 X 10 CMS.	16	127	2,027
TAPA ENTERA DE ACERO INOXIDABLE PLANA	5	189	947
TAPA MEDIO DE ACERO INOXIDABLE RANURADA	8	94	754
BARRA DE SERVICIO CALIENTE A GAS CON 5 INSERTOS 180X70X90 A.INOX	1	20,280	20,280
PINZA PAN 25 CM MANGO PLASTICO	3	126	379
PINZA PARA PAN A.INOX. 25 CMS	3	35	105
CACEROLA BUDINERA ALUMINIO TRIPLE FUERTE CAP. 33 LTS.	5	605	3,026
OLLA RECTA DE ALUMINIO TRIPLE FUERTE CAP. 40 LTS. 38 CMS. C/T	3	655	1,966
BOTE PARA BASURA CAP. 120 LTS. RUBBERMAID	3	469	1,406

TAPAS PARA BOTE DE BASURA TIPO EMBUDO RUBBERMAID	3	316	947
PATIN PARA BOTE DE BASURA RUBBERMAID	3	492	1,475
ESTUFON DE 3 QUEMADORES CON TRES SECCIONES FABRICADO	1	7,866	7,866
CONGELADOR TAPA COFRE TAPPAN 15 FT	1	6,301	6,301
REFRIGERADOR C/CIF 16.64 FT 1 PTA	1	10,099	10,099
LAVAMANOS .45x30x.20 DE ACERO INOX.	1	2,895	2,895
FREGADERO PARA OLLAS 2.30x.70x.90 mts DOS TARJAS	1	10,944	10,944
RACK CHAROLAS AUTOSERVICIO .41x.56x1.73 mts	1	5,711	5,711
ANAQUEL PARA ALMACEN 1.10x.44x1.80mts GALVANIZADO	1	1,720	1,720
TARROS (355 ML)	250	60	15,000
TARROS (1 LT)	160	120	19,200
VASOS TEQUILEROS	100	20	2,000
VASOS PARA SERVIR RON	100	25	2,500
VASOS PARA CERVEZA VARIOS MODELOS	250	15	3,750
VASOS PARA SERVIR WISKEY	100	15	1,500
TOTAL			211,572

Fuente: Elaboración propia tomando como base una orden de compra de la empresa Eurest para un comedor del mismo número de servicios.

Cuadro No.3.3

EQUIPO DE SALÓN
(Pesos)

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mesas chicas	15	1,500	22,500
Mesas grandes	5	3,000	15,000
Sillas	100	566	56,550
Recepción	1	7,000	7,000
Adornos rústicos	7	800	5,600
Bocinas	6	4,000	24,000
Reproductor de música	1	5,000	5,000
Equipo y cámaras de seguridad	6	6,000	36,000
Pantallas LG SMART TV HD 50'	6	9,589	57,534
Proyector para eventos	1	12,000	12,000
Extintores	2	950	1,900
Tablets para encuesta de satisfacción de comensales	3	2,000	6,000
TOTAL			249,084

Fuente: Elaboración propia.

En el cuadro 3.3 se presenta el equipo necesario para equipar el área de mesas que es donde se concentraran los clientes, haciendo que su experiencia en la Taberna sea agradable y satisfactoria.

Cuadro No. 3.4

EQUIPO DE OFICINA Y CÓMPUTO.
(Pesos)

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Archivero	1	1,790	1,790
Escritorio	1	3,849	3,849
Silla	4	1,500	6,000
Equipo de Oficina			11,639
Laptop HP	1	15,035	15,035
Multifuncional HP	1	3,500	3,500
PC Servidor	1	20,000	25,000
Equipo de Computo			43,535
TOTAL			55,174

Fuente: Elaboración propia.

El equipo de cómputo y oficina son los activos que se utilizaran para el control y seguimiento de los temas administrativos relacionados al negocio, estos se encontraran en el área de oficina y serán utilizados por el Gerente de la Taberna.

Cuadro No. 3.5

INVERSION FIJA (I_F).
(Pesos)

Concepto	Monto	Porcentaje
Obra o remodelación	70,000	12%
Equipo mayor y menor	211,572	36%
Equipo de salón	249,084	43%
Equipo de computo	43,535	7%
Equipo de oficina	11,639	2%
TOTAL	585,830	100%

Fuente: Elaboración propia.

Para este proyecto se contempla una inversión fija total de \$585,830 pesos que se realizaran en el año cero del proyecto, siendo el equipo mayor, menor y de salón la inversión fija más fuerte con 79%.

Cuadro No. 3.6

ALGUNO DE LOS PRINCIPALES PROVEEDORES

Concepto	Proveedor	Sucursales
Obra o remodelación	EQUIPARTES SA DE CV	Calle Ignacio Zaragoza No.2 Col. San Lucas Tepetlaco
Equipo mayor y menor	CAVIMEX SA DE CV	Revillagigedo No.61 Col. Centro, México D.F.
Equipo de salón	OFFICE MAX	Prolongación Reforma 1235, Santa Fe, Cuajimalpa D.F
Equipo de computo	COMPUCENTRO, S.A. DE C.V.	Lomas de Occipaco, Naucalpan de Juárez, MEX
Equipo de oficina	OFFICE MAX	Prolongación Reforma 1235, Santa Fe, Cuajimalpa D.F

Fuente: Elaboración propia en base a las consultas y cotizaciones de los establecimientos.

III.I.II Inversión diferida

Este tipo de inversión se refiere a las inversiones en activos intangibles, los cuales se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

Cuadro No.3.7

INVERSION DIFERIDA (I_D).

(Pesos)

Concepto	Monto	Porcentaje
Estudio Prefactibilidad	25,00	20%
Licencia Uso de suelo	892	1%
Licencia Mercantil Tipo A	81,266	64%
Constitución Legal	10,000	8%
Imprevistos	10,000	8%
TOTAL	127,158	100%

Fuente: Elaboración Propia en base a la información proporcionada en base a la página web de la Delegación Benito Juárez.

III.I.III Capital de trabajo

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto, cuya función consta en financiar el desfase que se produce entre los egresos y la generación de ingresos de la empresa, o bien, financiar la primera producción antes de percibir ingresos.

En este sentido, el capital de trabajo necesario para poner en marcha el proyecto, consta de tres rubros principalmente: Materia Prima, Insumos y Mano de Obra; los cuales se especifican en los siguientes cuatro cuadros:

Cuadro No. 3.8

MATERIA PRIMA (Pesos)

CONCEPTO	MONTO MENSUAL
Bebidas	178,810
Alimentos	76,633
Artículos de limpieza	1,254
Artículos de servicio	753
TOTAL	257,450

Fuente: Elaboración propia en base a la información obtenida del estudio técnico.

El costo de materia prima del cuadro 3.8 considera el costo promedio que se muestra en el estudio técnico en cuadro 2.1 que es de \$33 pesos, además considera que un cliente consume tres servicios promedio y una capacidad instalada al 100%, es decir, 100 clientes al día durante 26 días que se espera obtener durante un mes en la Taberna. En este costo también se incluye los costos de artículos de limpieza y servicio necesarios para poder elaborar y brindar un buen servicio para los alimentos y las bebidas.

INSUMOS
(Pesos)

CONCEPTO	MENSUAL
Luz	18,000
Agua	2,000
Gas	4,000
TOTAL	24,000

Fuente: Elaboración propia.

MANO DE OBRA
(Pesos)

PERSONAL	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL INTEGRADO	TOTAL
MANO DE OBRA DIRECTA			
Gerente	1	34,861	34,861
Chef	2	9,331	18,662
Mesero	6	6,910	41,461
Cocinero	2	7,500	15,000
Personal de limpieza	2	1,500	3,000
Garrotero	2	1,500	3,000
Gente de Seguridad	1	6,500	6,500
Hostess	2	2,000	4,000
Ayudante de Cocina	2	7,094	14,188
Lavalozza	2	2,000	4,000
Jefe de meseros	2	12,956	25,913
Cajero	1	8,165	8,165
Bar man	1	6,000	6,000
Total Mano de obra directa			184,750
MANO DE OBRA INDIRECTA			
Mantenimiento a tuberías	1	3,000	3,000
Total Mano de obra indirecta			13,000
TOTAL MANO DE OBRA			187,750

Fuente: Elaboración propia en base a los sueldos que se manejan en la empresa Eurest.

CAPITAL DE TRABAJO (I_w).
(Pesos)

Concepto	Monto	Porcentaje
Materia Prima	247,450	37%
Insumos	24,000	3%
Mano de obra	187,750	27%
Efectivo	234,600	33%
TOTAL	703,800	100%

Fuente: Elaboración propia en base a los cuadros 3.8, 3.9 y 3.10 de este capítulo.

Nota: En efectivo se considera el capital de trabajo correspondiente a medio mes, el total de capital de trabajo corresponde a un mes y medio.

INVERSION TOTAL DEL PROYECTO
(Pesos)

Inversión Total	Monto	Porcentaje
Inversión Fija	585,830	41%
Inversión Diferida	127,158	9%
Capital de Trabajo	703,800	50%
Total	1,416,787	100%

Fuente: Elaboración propia con base a los cuadros de cada inversión.

De acuerdo al cuadro anterior el capital de trabajo es donde recae mayor peso de la inversión, con un estimado del 50% del total de las inversiones, estos principalmente porque se considera un mes y medio de capital de trabajo, dando un mayor margen para que negocio genere los ingresos necesarios para cubrir costos y gastos, dejando únicamente el 9% a la inversión diferida y el 41% a la inversión fija.

También es importante mencionar los gastos administrativos que se utilizaran en el proyecto una vez que esté en marcha, ya que permitirá el buen funcionamiento y poder dar los mejor servicios posibles a los clientes.

MATERIALES Y GASTOS ADMINISTRATIVOS
(Pesos)

Concepto	Mensual	Anual
Renta Local	65,000	780,000
Renta Paquete Grifos ebeer	17,442	209,300
Telefonía móvil	500	6,000
Paquete de cable más internet	600	7,200
Servicio de Basura	200	2,400
Capacitación personal	250	3,000
Uniformes	700	8,400
Papelería y artículos de oficina	251	3,010
Contador	10,000	120,000
TOTAL	94,943	1,139,310

Fuente: Elaboración propia.

Nota: La renta de Grifos corresponde a tres paquetes que se mencionan en el estudio técnico que proporcionar la empresa Ebeer, considerando un tipo de cambio promedio para el Euro de 20 pesos.

III.II Presupuesto de ingresos y egresos

En este apartado podremos observar de manera detallada, la proyección de ingresos y egresos anticipada, con la estimación de servicios realizados en un horizonte de planeación a 10 años.

III.II.I Presupuesto de ingresos

El presupuesto de ingresos presenta el monto de ingresos generados por la venta de los servicios que se ofrecen en la Taberna por los conceptos de alimentos y bebidas.

Para el cálculo de ingreso se toma en cuenta las siguientes especificaciones:

- Se toma como referencia el precio promedio de venta persona que se muestra en el estudio técnico en el cuadro 2.1 (\$89).
- El número de servicios esperados por persona en un día será de tres consumos.

- De acuerdo a la capacidad instalada de la Taberna se operara en un comienzo al 75% por lo que se tendrá 75 clientes promedio al día, el negocio trabajara 26 días por mes.
- La venta promedio por cliente toma como referencia el estudio de mercado, la pregunta seis de la encuesta en donde los clientes estarían dispuestos a gastar en una Taberna entre 200 y 400 pesos.
- El pronóstico de ingresos se realizará por diez años (2016-2025).
- La demanda aumentara el segundo y tercer año por lo que se trabajara con una capacidad instalada del 85% y 95% para estos años, para el cuarto y los siguientes años ya no se espera un incremento en la demanda, esto debido a que para este tiempo ya el negocio ya estará establecido y tendrá su propio mercado por lo que se espera que la demanda no crezca como en los primeros años de vida del proyecto.

Cuadro No. 3.14

CALCULO DE INGRESO ANUALES AL 100%.
(Pesos)

CONCEPTO	Mensuales	Anuales
Precio de venta promedio producto	89	
No. de servicios x persona	3	
venta promedio por cliente	267	
No comensales diarios	100	1,200
Días de operación promedio	26	312
No de clientes requeridos	2,600	31,200
Ingresos Totales	694,200	8,330,400

Fuente: Elaboración propia en base a los puntos mencionados arriba.

Cuadro No. 3.15

PRESUPUESTO DE INGRESO ANUALES
(Pesos)

	Año 1 al 75%	Año 2 al 85%	Año del 3 - 10 al 95%
AÑO	2016	2017	2018 – 2025
Concepto			
Bebidas	4,373,460	4,956,588	5,539,716
Alimentos	1,874,340	2,124,252	2,374,164
TOTAL	6,247,800	7,080,840	7,913,880

Fuente: Elaboración propia.

III.II.II Presupuesto de Egresos

El presupuesto de egresos se muestra el costo total de la operación del proyecto a lo largo de los 10 años que es el horizonte de planeación del proyecto. Estos costos se refieren a los costos directos e indirectos que influyen en la operación diaria que permita dar brindar un servicio al cliente. El presupuesto de Egresos se encuentra los costos directos que están relacionados a la producción y elaboración del servicio, es decir, a las materias primas e insumos que se requieren para poder brindar el servicio de bebidas alcohólicas y comida en la Taberna. Adicional a estos costos también se encuentran los gastos fijos que se llevaran a cabo de manera continua para que nuestro negocio pueda operar y brindar el mejor servicio posible. Estos gastos están relacionados al Estado De Resultados, por lo tanto deben de ir costos anuales de materias primas relacionadas al proceso de producción. Y los gastos de operación y depreciación anual relacionados al proyecto de manera anual y por el periodo de años que dure el proyecto.

Cuadro No. 3.16

PRESUPUESTO DE EGRESOS ANUALES (Pesos)

	Año 1 al 75%	Año 2 al 85%	Año del 3 - 10 al 95%
AÑO	2016	2017	2018 – 2025
Concepto			
MATERIA PRIMA			
Bebidas	1,609,293	1,823,866	2,038,438
Alimentos	689,697	781,657	873,616
Artículos de limpieza	11,288	12,793	14,298
Artículos de servicio	6,773	7,676	8,579
INSUMOS			
Luz	162,000	183,600	205,200
Agua	18,000	20,400	22,800
Gas	36,000	40,800	45,600
MANO DE OBRA			
Personal Operativo	2,216,998	2,216,998	2,216,998
Mantenimiento a tuberías	36,000	36,000	36,000
TOTAL ANUAL	4,786,049	5,123,789	5,461,529

Fuente: Elaboración propia.

III.III Depreciación y Amortización

Otro costo que debe ser tomado en cuenta como parte de los egresos del proyecto, aunque en este caso de manera independiente; es el referente a la depreciación de activos fijos y amortización para activos diferidos permitidos por la ley de impuestos sobre la renta.

En el caso de los costos de depreciación también sirven como una forma de recuperación de la inversión en activos fijos.

Cuadro No. 3.17

DEPRECIACIÓN (Pesos)

Concepto	Monto	Depreciación %	Cargo Anual
Equipo mayor y menor	211,572	10%	21,157
Equipo de salón	249,084	10%	24,908
Equipo de computo	43,535	33%	14,510
Equipo de oficina	11,639	10%	1,164
Cargo anual por depreciación			61,740

Fuente: Elaboración propia en base a los cuadros 3.2, 3.3 y 3.4 de este capítulo.

Cuadro No. 3.18

AMORTIZACIÓN (Pesos)

Concepto	Monto	Amortización %	Cargo Anual
Estudio Prefactibilidad	25,000	10%	2,500
Licencia Uso de suelo	892	10%	89
Licencia Mercantil Tipo A	81,266	10%	8,127
Constitución Legal	10,000	10%	1,000
Imprevistos	10,000	10%	1,000
Cargo anual por amortización			12,716

Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 3.7 de este capítulo.

Los gastos anuales para este proyecto por concepto de depreciación son \$61,740 y por amortización \$12,716.

CAPITULO IV: EVALUACION FINANCIERA

IV.1 Estados financieros Proforma

Los estados financieros proforma muestran las proyecciones financieras de un proyecto en su horizonte de planeación, lo que permite prever los resultados económicos que tendrá la empresa una vez que se encuentre en operación.

En este punto, ya se cuenta con elementos suficientes para proyectar un estado de resultados, para estimar utilidades o netas a lo largo del proyecto, de tal forma que se puede determinar si se puede cumplir con las obligaciones del proyecto como son; sustitución de equipo de trabajo, distribución de dividendos, incremento de la inversión, etc.

Cuadro 4.1

Estado de Resultados Proforma
(Pesos)

	Año 1 al 75%	Año 2 al 85%	Año del 3 - 10 al 95%
AÑO	2016	2017	2018 - 2025
Concepto			
INGRESO POR VENTAS	6,247,800	7,080,840	7,913,880
COSTO DE LO VENDIDO	4,786,049	5,123,789	5,461,529
UTILIDAD BRUTA	1,461,751	1,957,051	2,452,351
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1,139,310	1,139,310	1,139,310
GASTOS DE PUBLICIDAD Y VENTA	45,000	51,000	57,000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	277,441	766,741	1,256,041
ISR %(34%)	94,330	260,692	427,054
Impuesto PTU (10%)	27,744	76,674	125,604
UTILIDAD NETA	155,367	429,375	703,383

Fuente: Elaboración propia.

IV.II Flujo neto de efectivo

Teóricamente el Flujo neto de efectivo es la diferencia entre ingreso y egresos de una empresa que vuelve a ser utilizado en su proceso productivo, lo que representa disponibilidad neta de dinero en efectivo para cubrir aquellos costos y gastos en que incurre la empresa, lo que permite obtener un margen de seguridad para operar durante el horizonte del proyecto, siempre y cuando dicho flujo sea positivo.

Cuadro 4.2

Flujo Neto de Efectivo (Pesos)

	Año 1 al 75%	Año 2 al 85%	Año del 3 - 10 al 95%
AÑO	2016	2017	2018 - 2025
Concepto			
INGRESO POR VENTAS	6,247,800	7,080,840	7,913,880
COSTO DE LO VENDIDO	4,786,049	5,123,789	5,461,529
UTILIDAD BRUTA	1,461,751	1,957,051	2,452,351
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1,139,310	1,139,310	1,139,310
GASTOS DE PUBLICIDAD Y VENTA	45,000	51,000	57,000
UTILIDAD DE OPERACIÓN	277,441	766,741	1,256,041
DEPRECIACIÓN	61,740	61,740	61,740
AMORTIZACIÓN	12,716	12,716	12,716
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	202,986	692,286	1,181,586
ISR %(34%)	69,015	235,377	401,739
Impuesto PTU (10%)	20,299	69,229	118,159
UTILIDAD NETA	113,672	387,680	661,688
DEPRECIACIÓN	61,740	61,740	61,740
AMORTIZACIÓN	12,716	12,716	12,716
FLUJO NETO DE EFECTIVO	188,128	462,135	736,143

Fuente: Elaboración propia en base al cuadro 4.1.

IV.III Evaluación de económica

La evaluación económica es la parte final e importante de todo proyecto que se pretenda realizar, ya que contempla el valor del dinero en el tiempo y sirve para poder medir que tan

rentable es el proyecto que se estaría poniendo en marcha, los métodos que se utilizan son el Valor Actual neto (VAN). Relación beneficio costo, la Tasa interna de Retorno y Periodo de Recuperación de la Inversión.

IV.III.I Valor Actual Neto (VAN)

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”⁹

El Valor Actual Neto, son los ingreso que obtendrá el proyecto a valores actualizados. Pudiendo resultar negativo o positivo, el cual es calculado con la siguiente fórmula matemática:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Dónde:

F_t son los flujos de dinero en cada periodo t

I_0 es la inversión realiza en el momento inicial ($t = 0$)

n es el número de periodos de tiempo

k es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

Teniendo en cuenta estos indicadores se indica si es conveniente invertir en el proyecto, de tal forma que:

$VAN > 0$ se acepta y es conveniente invertir en el proyecto.

$VAN < 0$ se rechaza y no es conveniente invertir en el proyecto.

$VAN = 0$ poco probable invertir, punto de equilibrio, donde no se obtienen ganancias ni pérdidas.

Por lo anterior y suponiendo una inversión inicial de 1, 416,787 con un interés de 14.98% determinado por la Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable (TREMA) el cual se calcula con

⁹ Baca Urbina. Evaluación de Proyectos de inversión. McGraw Hill P.213

base a un factor de actualización que va a servir para poder calcular VPN o VAN, así como la Tasa Interna de Rendimiento (TIR). Se calcula de acuerdo a las condiciones económicas del país, tomando en cuenta factores como la tasa de interés que pagan los Cetes, la inflación del último año, la tasa de interés que cobra la banca privada por el apoyo a la inversión a cualquier tipo de proyecto (14.48%), así como el riesgo del presente proyecto al instalarse (.5%).

De acuerdo a lo anterior es este caso determinado por el TREMA es de 14.98% y de acuerdo a esta cifra se realizaron los siguientes cuadros en base a la siguiente formula:

$$FA = (1/1+i)^n$$

Dónde:

i= a ña tasa de interés utilizada

n = años de vida útil del proyecto

Cuadro 4.3

Tasa Mínima de Rendimiento.
(Pesos)

AÑO	FNE	Factor de actualización al 14.98%	Flujo de efectivo actualizado
Inicial	- 1,416,787	1	- 1,416,787
1	188,128	0.8697	163,618
2	462,135	0.7564	349,562
3	736,143	0.6579	484,279
4	736,143	0.5722	421,185
5	736,143	0.4976	366,312
6	736,143	0.4328	318,587
7	736,143	0.3764	277,081
8	736,143	0.3274	240,982
9	736,143	0.2847	209,586
10	736,143	0.2476	182,280
			1,596,685

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo al cuadro anterior el Valor Actual Neto es de 1, 596,685 y es mayor que cero por lo que es viable invertir en el proyecto.

IV.III.II Tasa interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. Y es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial; en la cual se supone que el dinero que se gana año con años, se reinvierte en sus totalidad. De tal manera que se trata de la tasa de rendimiento generada en el interior de la empresa por medio de la inversión.

Los criterios para decidir la aceptación o rechazo del proyecto de acuerdo a este método son los siguientes:

TIR > a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto, el proyecto se acepta. Lo que significa que el beneficio real que se obtiene con el proyecto es mayor a la tasa de interés que pagarían los bancos por esta inversión.

TIR < a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto, se rechaza. Debido a que el proyecto genera menos beneficios que el interés pagado por la banca, lo que significa que es más atractivo invertir el capital en el banco u otra alternativa más rentable.

TIR = a la tasa mínima aceptable de rendimiento del proyecto, el proyecto es indiferente.

Cuadro 4.4

Tasa Interna de Rendimiento (Pesos)

AÑO	FNE	Factor de actualización al 32 %	Flujo de efectivo actualizado (VAN 1)	Factor de actualización al 38%	Flujo de efectivo actualizado (VAN 2)
Inicial	-1,416,787	1	-1,416,787	1	-1,416,787
1	188,128	0.7576	142,521	0.7246	136,324
2	462,135	0.5739	265,229	0.5251	242,667
3	736,143	0.4348	320,067	0.3805	280,108
4	736,143	0.3294	242,475	0.2757	202,977
5	736,143	0.2495	183,693	0.1998	147,085
6	736,143	0.1890	139,161	0.1448	106,583
7	736,143	0.1432	105,425	0.1049	77,234
8	736,143	0.1085	79,868	0.0760	55,967
9	736,143	0.0822	60,506	0.0551	40,556
10	736,143	0.0623	45,838	0.0399	29,388
VAN			167,996		- 97,899

Fuente: Elaboración propia.

Formula

$$TIR = T1 + (T2 - T1) \frac{VAN T1}{VAN T1 - VAN T2}$$

Dónde:

T1 = Tasa que genera el valor actual neto positivo 32.0%

T2 = Tasa que genera el valor actual neto negativo 38.00%

VAN 1 = Valor actual neto positivo 167,996

VAN 2 = Valor actual neto negativo -97,899

Sustitución:

$$TIR = 0.3200 + (0.3800 - 0.3200) \frac{167,996}{167,996 - (-97,899)}$$

$$TIR = 0.3200 + (0.0600) \frac{167,996}{265,895}$$

$$TIR = 0.3200 + (0.0600) 0.6318$$

$$TIR = 0.3200 + 0.03791$$

$$TIR = 0.357909 \text{ o } 35.79\%$$

TIR 35.79% > 20.48% tasa mínima aceptable del proyecto

El resultado de la TIR es significativamente mayor que la tasa mínima aceptable de rendimiento, por lo tanto se acepta el proyecto, ya que el rendimiento de la inversión de la empresa será mayor que el mínimo fijado aceptable. Lo que demuestra que la inversión es económicamente rentable y que el capital que se busque obtener por inversionistas será más rentable si se invierte en este proyecto que depositar el capital en un banco.

IV.III.III Relación beneficio-costo

La relación beneficio / costo define el rendimiento monetario de cada peso que se invierte, la cual consiste en dividir Valor Actual Neto sobre el Valor Actual de la Inversión quedando de la siguiente manera:

- Si la relación B/C es > 1 , es conveniente invertir en el proyecto.
- Si la relación B/C es < 1 , no es conveniente invertir en el proyecto.
- Si la relación B/C es $=1$, es indiferente invertir en el proyecto.

Para la obtención del beneficio-costo se utilizara la siguiente fórmula:

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{VAN}}{\text{VAP}}$$

Sustitución:

$$\text{Relación B/C} = \frac{1,596,685}{1,416,787}$$

$$\text{Relación B/C} = 1.13$$

De la fórmula anterior obtenemos que la relación beneficio costo es mayor a uno por lo que es conveniente invertir en el proyecto, y que por cada peso que invierta en él se obtendrán trece centavos de ganancia.

IV.II.IV Periodo de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo necesario para los beneficios netos de un proyecto amorticen el capital invertido. Su primordial utilidad es la de conocer en qué tiempo, una inversión genera los recursos suficientes para igualar el monto de la inversión inicial.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
(Pesos)

AÑO	FLUJO NETO DE EFECIVO	FLUJO NETO DE EFECIVO ACUMULADO
Inicial	- 1,416,787	-1,416,787
1	188,128	-1,228,660
2	462,135	-766,524
3	736,143	-30,381
4	736,143	705,763
5	736,143	1,441,906
6	736,143	2,178,050
7	736,143	2,914,193
8	736,143	3,650,337
9	736,143	4,386,480
10	736,143	3,650,337

Fuente: Elaboración propia.

Para el cálculo del Periodo de Recuperación de la Inversión es necesarios saber el flujo neto de efectivo y el flujo neto de efectivo acumulado, el cual se obtiene de descontar la inversión del proyecto a los flujos netos de efectivo como se muestran en el cuadro anterior. Con esta información se utiliza la siguiente fórmula:

$$PRI = n - 1 + \frac{(FA)_{n-1}}{(F)_n}$$

Donde

n = Año en el que cambia de signo el flujo acumulado.

(FA) n - 1 = Flujo neto efectivo acumulado en el año previo a n.

(F) n = Flujo neto de efectivo en el año n.

Sustitución:

$$PRI = 4 - 1 + \frac{30,381}{736,143}$$

$$PRI = 3 + 0.41$$

$$PRI = 3.04$$

De acuerdo a la fórmula anterior el tiempo de recuperación de la inversión para este proyecto será de tres años, lo que indica que el monto de la inversión que se destine para la instalación del proyecto será recuperable en un corto plazo.

IV.III.V Punto de Equilibrio

Para efectos del proyecto el punto de equilibrio es aquel punto de servicios realizados en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, es el punto de actividad en donde no existe utilidad ni pérdida, con base a ello podemos tomar decisiones para un mejor funcionamiento.

El nivel de equilibrio se alcanza cuando los ingresos por ventas son iguales a la suma de los costos fijos y variables, siendo ese el nivel en el cual no se pierde ni gana dinero.

Todo ello nos permite conocer a partir de qué cantidad de servicios realizados empezaremos a generar utilidades.

Para este análisis se utilizara la siguiente formula:

$$Pn = CF / (1 - (PV/CT))$$

Dónde:

Pn: Punto de equilibrio

CF: Costos fijos.

CV: Costos Variables

VT: Ventas Totales.

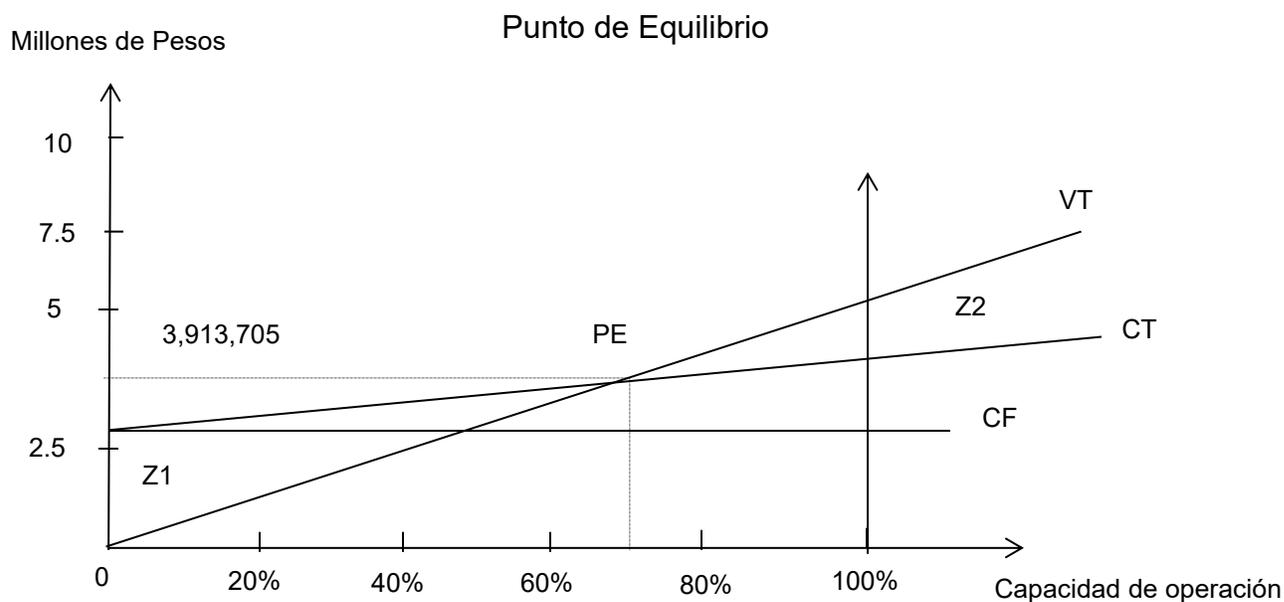
Los costos fijos y variables necesarios para calcular el punto de equilibrio se obtienen de la cuantificación de gastos y costos directos e indirectos del proyecto, los cuales se revisaron y se muestran en el capítulo anterior.

Punto de Equilibrio
(Cifras en pesos)

	Año 1 al 75%	Año 2 al 85%	Año del 3 - 10 al 95%
AÑO	2016	2017	2018 - 2025
Concepto			
Ventas Totales	6,247,800	7,080,840	7,913,880
Costos fijos	2,450,998	2,477,398	2,503,798
Costos Variables	2,335,051	2,646,391	2,957,731
Total costos fijos y variables	4,786,049	5,123,789	5,461,529
Punto de Equilibrio (Fórmula)	3,913,705	3,955,860	3,998,015
Porcentaje : (PE/VT)*100	63	56	51

Fuente: Elaboración propia en base a los cuadros contenidos en el capítulo tres - estudio económico.

Gráfica 4.1



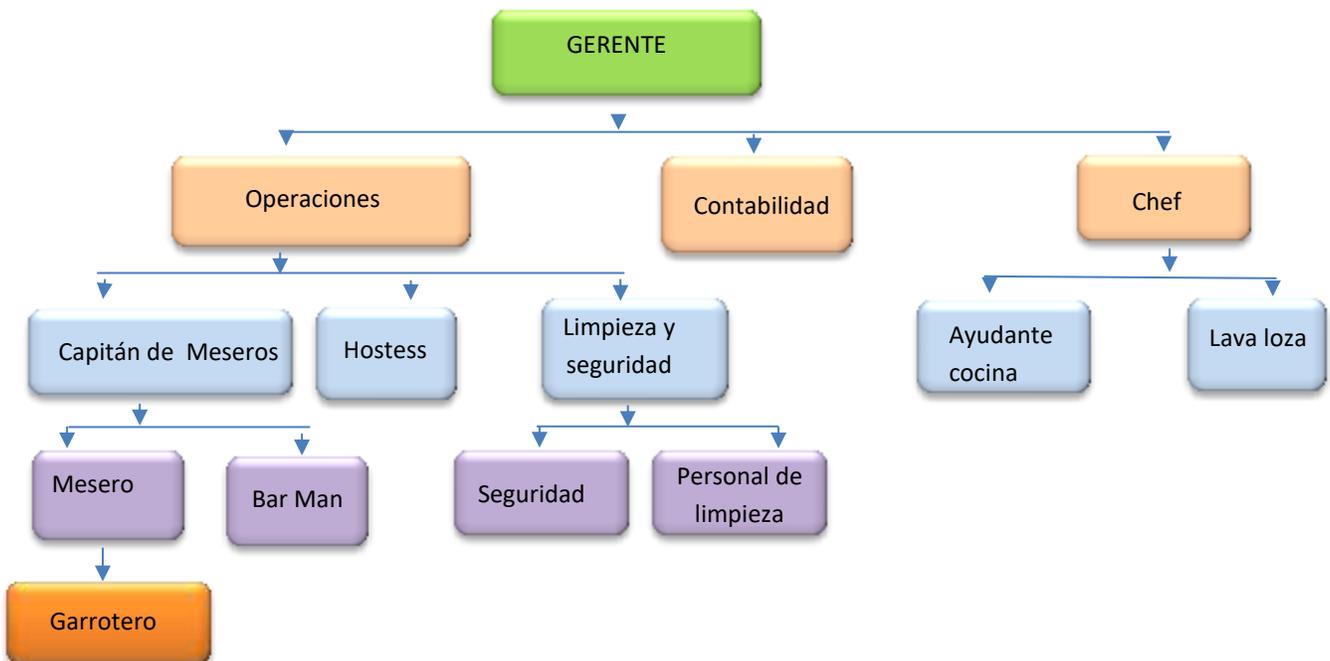
Fuente: Elaboración propia tomando en consideración la capacidad instalada al 75%.

En la gráfica 4.1 se muestra el punto de equilibrio en lo que respecta a los servicios prestados en la Taberna y en el cual no se obtiene utilidad alguna ni pérdidas en el primer año de operación equivale a 3, 913,705, también se observa la Z1 que equivale a la zona perdidas en contraste a la Z2 donde ya se obtiene utilidades.

IV.IV Estructura Administrativa

A continuación se muestra como queda constituida la organización del personal que labora en la Taberna durante un proceso normal de operación.

Figura 4.1 .Estructura Administrativa



Fuente: Elaboración propia.

Definición y descripción de los cargos

Gerencia: Se encarga de la dirección y coordinación de las actividades dentro del restaurante. Es quien representa al restaurante antes los clientes. Entre sus tareas se

encuentra el revisar que los procesos se estén llevando a cabo de forma correcta en el negocio.

Hostess: Es la persona que se encarga de recibir a los clientes en la entrada del restaurante. Se encarga de la asignación de las mesas. La persona debe tener una presentación impecable y facilidad de palabra.

Chef: Es el encargado de coordinar las actividades de cocina y de la creación de platillos. Deberá supervisar al equipo de cocina y el uso adecuado del equipo y de materias primas.

Capitán de meseros: Es el encargado de coordinar la tarea de los meseros y barman, tendrá que estar pendiente del servicio que ellos realizan y la atención que dan a los clientes.

Meseros: Su tarea principal es atender al cliente. Constituye una pieza clave ya que es quien está en contacto directo con el comensal todo el tiempo. Debe tener un trato amable y buena disposición.

Garroteros: Es el encargado de limpiar las mesas y recoger los platos que se hayan quedado en la mesa después de que se retira el cliente.

Ayudante de cocina: Este puesto se encarga de ser el apoyo del chef en la elaboración de platillos.

Ayudante de limpieza: Es la persona encargada de limpiar el local, incluyendo la cocina y baños.

Lavaplatos: La persona encargada de lavar y secar todos los utensilios de comida y bebida.

Guardia de seguridad: El guardia de seguridad será el encargado de preservar el orden en el local, así como de cuidar los bienes del mismo y a los clientes y sus pertenencias.

IV.V Aspectos legales

Los aspectos legales se refieren a una serie de reglas y códigos de normatividad que en materia fiscal, sanitaria, civil y penal debe de sujetarse todo proyecto de inversión por encontrarse incorporado a un determinado marco jurídico.

Por lo que la constitución de este proyecto se establecerá bajo el régimen de Sociedad Anónima de Capital Variable, en el que se especifica que cada miembro de la misma será denominado "Accionista", los cuales tendrán la obligación de efectuar las aportaciones establecidas en el contrato de sociedad, en efectivo.

Requisitos para la constitución del Negocio o empresa:

- Expedición de Licencia de Funcionamiento para establecimiento Mercantil Tipo "A"
- Escritura pública (Acta constitutiva) ante notario público. Indicando quién es el representante legal. Y se crea el ente moral.
- Presentación ante el Registro Público de la Propiedad y de comercio.
- Inscripción ante el instituto Mexicano del Seguro Social IMSS.
- Registro ante SHCP para dar de alta la empresa, para el pago de contribuciones fiscales.
- Registro ante la Secretaría de Relaciones Exteriores, para el reconocimiento de la creación de la empresa.
- Registro ante el IMPI (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) para registro de nombre, marcas y logos.
- Certificación de zonificación de uso de suelo específico o certificado de zonificación para usos de suelos permitidos. (El local está en renta con uso de suelo).
- Autorización de programa interno de Protección Civil.

CONCLUSIONES

El estudio de mercado de este proyecto fue determinante para poder continuar con el estudio técnico, económico y financiero más que centrar sobre el consumidor y la cantidad de producto que se demandara se tuvieron que analizar los mercados, los proveedores, competidores y distribuidores. En esta etapa de la evolución se requirió de un estudio de mercado específico, ya que el mercado de las bebidas alcohólicas y de cervezas es altamente demandado y competitivo.

A pesar de esto es posible generalizar un proceso que considere un estudio histórico tendiente a determinar una relación causa efecto entre las experiencia de otros y los resultados esperados, este estudio permitió definir la situación vigente con y sin este proyecto también se concluye cual será el mercado particular que podrá tener la Taberna, con la determinación de una estrategia comercial, importancia para este nuevo producto, para ello fue necesario conocer un análisis del consumidor sus hábitos y motivaciones. La creación de productos con mejoras a los productos ya existentes permite mejorar las nuevas experiencias de los consumidores que buscan constantemente alternativas de servicio y esparcimiento. La estrategia comercial permitió definir el precio de comercialización al estudiar márgenes de ganancia de cada intermediario y determinar el precio de venta, lo que permitió ser la base para el cálculo de los ingresos probables de la Taberna. Estudiar los principales competidores del negocio a poner en marcha, así como los precios a lo que ofrecen su producto, en este proyecto el precio de venta al público que se obtuvo fue de 267 pesos que está ligeramente por debajo del promedio de los competidores que es de 281 pesos por persona, lo que permitirá poder entrar en este mercado ofreciendo servicios de calidad a menor precio.

El objetivo del estudio técnico fue determinar el nivel producción óptima para la utilización eficiente de los recursos materiales y maquinaria para el servicio de cerveza mediante la instalación de una Taberna con una nueva tecnología como la utilización de grifos que sirven de autodespachadores para los clientes. Como consideración de las particularidades

técnicas de cada proyecto son muy diferentes entre sí, esta parte dio el marco de referencia metodológica en el proceso de producción y servicio.

La primera parte del estudio de técnico fue la determinación del tamaño óptimo de la planta. En esta etapa también fue importante determinar la ubicación del negocio, la distribución del negocio con la maquinaria y equipo necesarios para aprovechar al máximo el espacio disponible y reducir en lo posible el transporte interno de materiales esto es optimizar el funcionamiento y proceso productivo.

En el estudio económico se presenta todos los elementos que son indispensables en el análisis económico del presente proyecto y que fueron la base para realizar la evaluación económica del mismo, se determinaron los costos totales del negocio a los cuales se clasificaron en costos de producción, costos administrativos y costos de ventas. Cabe aclarar que otros costos importantes son los financieros, pero solo se incurre en ellos al contraer un préstamo el cual no será el caso porque la aportación de capital se realizara mediante la inversión de socios que prefieran invertir en un proyecto rentable, a preferir invertir su dinero en un banco.

De acuerdo a lo presentado a largo de estas páginas, se observa que este proyecto es técnicamente viable con un bajo grado de riesgo, lo que limita a la vez una tasa de ganancia, sin embargo por encima del tremo, por lo tanto la decisión final es realizar el proyecto.

Los resultados que se dieron en la evaluación financiera para la creación de este proyecto productivo, permite suponer que será todo un éxito su establecimiento, la inversión total donde está incluido la maquinaria y equipo, y capital de trabajo que es lo más fuerte e importante para su creación.

Los resultados que se obtuvieron en cuanto a la Tasa Interna de Retorno que fueron 36% al ser una empresa con poco riesgo es una tasa de rentabilidad considerando el TREMA ya que este es de 15%.

Los demás indicadores que permiten considerar a este proyecto interesante y bueno para invertir en él son la relación costo beneficio que en este caso resultó ser de 1.13 es decir que por cada peso invertido se va a obtener 1.13 pesos como relación costo beneficio en el proyecto durante su vida útil que son 10 años.

El otro indicador que es el periodo de recuperación de la inversión se calculó a precios constantes es de tres años que es un buen tiempo para este tipo de proyectos. Utilizando el factor de actualización de la tasa interna de retorno prácticamente se recupera la inversión durante la vida útil del proyecto.

El punto de equilibrio otro de los indicadores importantes aunque es estático también da un resultado positivo para invertir en este proyecto ya que el punto de equilibrio es decir cuando la empresa no va a ganar ni a perder se encuentra al 63% de la utilización de la capacidad instalada al 75%, conforme aumente la capacidad instalada el porcentaje disminuirá.

Los aspectos administrativos fueron realizados exhaustivamente, con el fin de determinar si se realizan al interior de la empresa o si son susceptibles de contratarse con terceros como en el caso del contador o personal de mantenimiento.

Los aspectos jurídicos fue necesario conocer la legislación vigente que puede ser aplicable para el proyecto como son requisitos para instalar un negocio con venta de bebidas alcohólicas, licencias de funcionamiento, condiciones generales de seguridad e higiene, prestaciones del trabajador y pago de impuestos sobre productos del trabajo y actividades mercantiles.

Por último y en resumen de lo mencionado anteriormente considerando los indicadores de rentabilidad, VAN (valor actual neto), TIR (tasa interna de retorno) y B/C (relación beneficio costo) se concluye que el proyecto es viable para su puesta en marcha, ya que para el tercer año se estima la recuperación de lo invertido, teniendo que el VAN es mayor que cero con un estimado de 1, 596,685. La TIR con un 36% superior a la TREMA de un 15% y el B/C de 1.13 de utilidad por cada peso invertido.

BIBLIOGRAFÍA

- Allen George. "Cost-Benefit Analysis". Edit. Unwin Brothers Limited. Inglaterra 1975.
- B. Guilojack y Clemens James. "Administración Exitosa de Proyectos ". Internacional Thomson editores. México 1999.
- Baca Urbina G. "Evaluación de Proyectos". Edit. MC. Graw Hill. México 1992.
- Bravo Ricardo. "Metodología de la Investigación Económica". Edit. Alhambra. México 1995.
- Bucero Alfonso. "La Dirección de Proyectos: Una Nueva Visión". Edit. lito-grapo. México 2002.
- Burton Celia y Michael Norma. "Guía Práctica Para la Gestión Por Proyectos". Edit. Paitos Empresa. España 1992.
- Cizzel Cizzel. "Matemáticas Financieras". Edit. Graw Hill 4 Edición. México 1990.
- De La Torre Joaquín y Zamarrón Berenice. "Introducción a la Dictaminación de Proyectos para su Financiamiento". Banobras. México 1992.
- Ferrer Pérez Luis. "Guía Práctica de Desarrollo Organizacional". Edit. Trillas. México 1980.
- FONEP. "Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión". Programa de Capacitación y Adiestramiento para Proyectos de Desarrollo. México 1975.
- Gass Saul y. "Programación Lineal, Métodos y Aplicaciones". Edit. c.e.c.s.a. México 1972.
- Hinojosa j. Arturo y Alfato Héctor. "Evaluación Económica-Financiera de Proyectos de Inversión". Edit. Trillas. México 2000.
- Hosmalin Guy. "Inversiones Rentabilidad y Progreso Técnico". Edit. Hispano Europea. Barcelona España 1966.
- Hughes Charles I. "Fijación de Objetivos". Edit. Técnica S.A. México 1975.
- Il.p.e.s "Guía para la Presentación de Proyectos" Edit. Siglo XXI. México 1975.
- Morales Mtz. Roberto. "Guía para la Presentación y Evaluación de Proyectos". Edit. Seminario de Economía de la Producción Facultad de Economía UNAM 1970.
- Nassir Sapag Chain. "Preparación y Evaluación de Proyectos". Edit. MC Graw Hill. México 1970.
- Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI). "Pautas para la Evaluación de Proyectos". Edit. Organización de las Naciones Unidas Nueva York.
- Spencer Milton "Economía de la Administración de Empresas". Edit. Fondo de Cultura Económica.
- Squire Lin Gundertak Herman. Análisis Económico de Proyectos ". Edit. Tecno (Para La Banca Mundial). España 1997.
- Valvuená Álvarez Rubén "Guía de proyectos Formulación y Evaluación" Ediciones Macchi. México 2006.
- Valvuená Álvarez Rubén "La Evaluación de Proyectos en la Decisión del Empresario la Formulación". UNAM 2000.

ANEXOS

Encuesta
Nombre

Edad

1. Cuando sales en la noche a un bar o discoteca... ¿cuántas bebidas alcohólicas tomas?
 - a. 1-2
 - b. 2-3
 - c. 4-5
 - d. 6- más

2. ¿Prefieres la Cerveza a otras bebidas alcohólicas? (Tequila, Ron, Whisky, Vodka)
 - a. Sí
 - b. No

3. ¿Conoces la cerveza artesanal?
 - a. Sí
 - b. No

4. ¿En qué día prefieres salir?
 - a. Miércoles
 - b. Jueves
 - c. Viernes
 - d. Sábados
 - e. Otro: _____

5. ¿Con que frecuencia asistes a bares?
 - a. Todos los fines de semana
 - b. 2 veces al mes
 - c. 1 vez al mes
 - d. Otro

6. ¿Hasta cuanto inviertes en una salida a un Bar o Discoteca?
 - a. 200 - 400
 - b. 400 - 600
 - c. 600 - 800
 - d. Más 800

7. ¿Qué alimentos prefieres consumir en una Taberna?
 - a. A la carta
 - b. Para compartir
 - c. Tacos

8. ¿Qué tipo de música te gustaría escuchar en un bar?
 - a. Pop
 - b. Banda
 - c. Rock / Metal
 - d. Alternativo
 - e. Música variada

9. ¿Factores importantes que tomas en cuenta para asistir a una Taberna?
 - a. Servicio
 - b. Ambiente
 - c. Calidad de alimentos
 - d. Precio
 - e. Instalaciones
 - f. Ubicación

10. ¿Cuál crees que es el mejor medio para dar a conocer un negocio nuevo?
 - a. Medios impresos (revistas, periódicos, etc.)
 - b. Redes Sociales
 - c. Televisión
 - d. Radio
 - e. Publicidad exterior (espectaculares)