



UNIVERSIDAD DON VASCO, A. C.

INCORPORACIÓN No. 8727-02

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN

**Proyecto de inversión para
la apertura de un video bar
en la ciudad de Uruapan,
Michoacán.**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciada en Administración

Presenta:

Ingrid Jiménez Marín

Asesor:

L.A. Carmen Lucía Mora Ochoa.



Uruapan, Michoacán. 20 de noviembre de 2017



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO I La empresa	8
1.1 Definición	8
1.2 Elementos que forman la empresa	10
1.2.1 Personal	10
1.2.2 Materiales	11
1.2.3 Sistemas	12
1.2.4 Equipo	13
1.3 Fines de la Empresa	13
1.3.1 Empresa Privada	14
1.3.2 Empresa Pública	14
1.4 Distintos aspectos de la empresa	14
1.4.1 Aspecto económico	14
1.4.2 Aspecto jurídico	16
1.4.3 Aspecto administrativo	17
1.5 Clasificación de las empresas	17
1.5.1 Por sector económico	18
1.5.2 Por Tamaño	20
1.5.3 Por el origen del capital	21
1.5.4 Por la explotación y conformación de su capital	21
1.5.5 Por su función social	22
CAPÍTULO II Administración y cultura organizacional	24
2.1 Definición	26
2.1.1 Características de la administración	26
2.1.2 Importancia de la administración	27
2.2 Fases y Etapas de la administración	28
2.2.1 Fase mecánica	28
2.2.1.1 Previsión	28

2.2.1.2 Planeación	29
2.2.1.3 Organización	30
2.2.1.3.1 El organigrama	31
2.2.2 Fase dinámica	33
2.2.2.1 Integración	35
2.2.2.2 Dirección	36
2.2.2.3 Control	37
2.3 Cultura organizacional	38
2.3.1 Misión	38
2.3.2 Visión	38
2.3.3 Valores	39
CAPÍTULO III Alimentos y bebidas	41
3.1 Definición de bar	41
3.2 Antecedentes	42
3.2.1 Antecedentes de la ciudad	43
3.3 Tipos de bar	46
3.4 Las Bebidas	47
3.4.1 Clasificación de las bebidas	48
3.4.1.1 En función de su origen	48
3.4.1.2 En función de su sistema de elaboración	48
3.4.1.2.1 Historia del vino	48
3.4.1.2.2 Vinos de Mesa	50
3.4.1.2.3 Vinos Espumosos	51
3.4.1.2.4 Vinos Generosos	52
3.4.1.2.5 Vinos Espirituosos	52
3.4.1.3 El cocktail	54
3.4.1.3.1 Cocteles según sus propiedades	54
3.4.1.3.2 Cocteles según su tamaño	55
3.4.1.3.3 Cocteles por su método de elaboración	56
3.5 Elementos necesarios en un bar	57

3.5.1 Utensilios del bar	58
3.5.2 Cristalería del bar	59
3.5.3 Equipo de audio e iluminación	59
3.5.4 Mobiliario	60
CAPÍTULO IV Proyecto de inversión	61
4.1 Definición	61
4.2 Tipos de proyecto de inversión	62
4.2.1 De acuerdo al sector al que van dirigidos	62
4.2.2 De acuerdo a su naturaleza	63
4.2.3 De bienes y servicios	63
4.3 Etapas principales de un proyecto de inversión	64
4.4 Evaluación financiera	64
4.4.1 Métodos de evaluación simple	66
4.4.2 Métodos de evaluación compleja	68
CAPÍTULO V Metodología de la Investigación	70
5.1 Objetivo general	70
5.2 Objetivos particulares	70
5.3 Hipótesis	70
CASO PRÁCTICO	72
CONCLUSIÓN	107
BIBLIOGRAFÍA	110

AGRADECIMIENTOS

Primero a Dios por permitirme llegar hasta este momento, por darme la fuerza necesaria para alcanzar esta meta con la mayor satisfacción.

Agradezco a mi Madre; mi mayor ejemplo de lucha, primero por darme la vida, por haber estado junto a mí para alcanzar este objetivo, por sacrificar tanto para poder darme la educación necesaria para llegar tan lejos, agradezco su apoyo incondicional en todo momento; admiro su entereza para salir adelante a pesar de las dificultades que la vida le ha puesto en el camino. Y aunque a veces no se lo expreso la admiro y la QUIERO MUCHO. Este logro es especialmente dedicado a ella a todo el esfuerzo que invirtió durante tantos años. GRACIAS MAMÁ por todo. Gracias por ser mi guía en este camino.

Quiero hacer un agradecimiento especial a mi Tío José Luis, quien ha sido como un padre para mí, que sin importar lo buena o mala que pude haber llegado a ser siempre ha estado pendiente de mi bienestar y ha guiado cada uno de mis pasos. Gracias por ser un ejemplo de persistencia y trabajo para mí, gracias por enseñarme el valor del trabajo, la humildad y la honestidad; gracias por hacer de mí una mujer de bien, por apoyarme en cada momento y por darme el cariño incondicional de siempre. Te debo mucho por haberme ayudado a estar donde estoy hoy en día.

Quiero mencionar muy especialmente a mi Abuela Justina (QEPD) y a mi Tía Emma, otras Madres para mí, que aunque ya no estén con nosotros ellas fueron parte esencial de mi desarrollo, siempre preocupadas y apoyándome incondicionalmente, y aunque ya no puedan verme culminar este logro sé que desde donde estén estarán satisfechas por esto. A mi Tía Teresa, por ser una

tutora excepcional, por su cuidado y su cariño brindado en cada momento, por sacrificar un pedazo de su vida para mi cuidado.

Agradezco a mis Tíos Salvador, Arturo, Jesús y Javier por sus palabras de aliento para que yo llegará hasta este momento.

Hago mención especial a mis hijos Gael y Axel, que aunque aún son pequeños ellos son mi mayor motor para salir adelante cada día.

Gracias a mis profesores por su enseñanza y paciencia durante este ciclo.

Gracias a mis compañeros por su apoyo y su amistad brindada durante toda esta etapa.

INTRODUCCIÓN

Un proyecto de inversión es una propuesta de acción técnico-económico para dar solución a una necesidad utilizando una serie de recursos disponibles. Que sirve al emprendedor que posee la idea y a las empresas que lo apoyan para saber la viabilidad y posibles ganancias de dicho proyecto.

Con este proyecto de inversión se pretende innovar en este giro, ser base para nuevos proyectos de inversión y de esta manera cambiar la perspectiva que se tiene acerca de este tipo de negocios.

De esta manera es que en el primer capítulo hablaremos de la empresa para conocer sus elementos, sus fines y sus diferentes clasificaciones, así como también conoceremos a la empresa en sus diferentes aspectos.

Dentro del capítulo dos profundizaremos en el tema de la administración y la cultura organizacional, en el cual conoceremos las características e importancia de la administración, sus fases y etapas, así como la cultura organizacional que conforma una empresa, adentrándonos en temas como la misión, visión y valores.

En el capítulo tres de alimentos y bebidas analizaremos el tema fundamental de este proyecto: los tipos de bares, los tipos de bebidas y su clasificación; nos adentraremos en la historia del vino para conocer los diferentes tipos que hay, conoceremos los elementos necesarios para montar un bar. Por otro lado este

capítulo nos dará una breve historia de los antecedentes de los bares en la ciudad.

En el último capítulo 4 de la parte teórica hablaremos brevemente de los proyectos de inversión y su evaluación. Dicho capítulo nos dará pauta para iniciar el caso práctico, el cual es el desarrollo de todo lo estudiado anteriormente.

Mientras que en capítulo 5 conoceremos los objetivos de dicho proyecto y su hipótesis.

Como parte final de este proyecto tenemos el caso práctico; esta parte nos mostrará los algunos estudios de mercado realizados para conocer las necesidades que se tienen en la ciudad en cuanto a este tipo de proyectos. También nos indica los elementos de mobiliario, económicos y de personal requeridos para el pleno desarrollo de este proyecto.

Como información final en esta parte práctica se incluyen balance general, estados financieros, flujo de efectivo y algunos datos de inversión requerida para el desarrollo.

CAPÍTULO I

LA EMPRESA

La empresa es un factor importante en la economía del país, es por ello que en este capítulo analizaremos sus diferentes conceptos, los elementos que la componen, los fines que esta entidad persigue. Veremos a la empresa desde diferentes aspectos para entender su funcionamiento y para terminar conoceremos la clasificación de ésta.

Este capítulo es importante para entender con mayor claridad porque es favorable para la sociedad que las empresas existan. De esta manera se iniciará por la definición de empresa.

1.1.1 Definición

Aunque el concepto de empresa en la actualidad es uno de los términos más utilizados por todos, suele ser uno de los conceptos más difíciles de definir por todos los elementos que este conlleva.

Existen diferentes definiciones para este concepto, una de ellas es la de Joaquín Rodríguez Valencia en su libro *Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas* la cual dice que “la empresa es una entidad económica destinada a producir bienes, venderlos y obtener un beneficio”. (VALENCIA, 1997:71)

Agustín Reyes Ponce en su libro Administración Moderna, desde un aspecto económico la define como “una unidad de producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de un mercado”. (REYES, 2004:154)

El Diccionario de la Real Academia Española en una de sus definiciones dice que la empresa es "unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos".

Ricardo Romero autor del libro Marketing define a la empresa como "el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela".

Simón Andrade en su libro Diccionario de Economía define que la empresa es "aquella entidad formada con un capital social, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios".

La empresa es entonces, una unidad económica de producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la población, cuenta con elementos para poder lograr esta satisfacción y su principal propósito es obtener un beneficio.

1.2 Elementos que forman la empresa

Tomando como referencia el libro "Administración Moderna" de Agustín Reyes Ponce podemos decir que la empresa se conforma básicamente de cuatro elementos, los cuales se definirán brevemente para conocer un poco más de ellos.

1.2.1 Personal

Es uno de los elementos más importantes, ya que es el elemento que controla los procesos y maneja materiales y equipo. Este elemento a su vez se puede clasificar en 6 grandes grupos:

- a) Obreros. Su trabajo en la mayoría es manual; suelen ser calificados y no calificados, según sus conocimientos.
- b) Empleados. Su labor tiende a ser más intelectual y de servicio; también suelen ser calificados y no calificados.
- c) Supervisores. Vigilan que se cumplan los planes e instrucciones señaladas. Anteponen las funciones técnicas a las administrativas.
- d) Técnicos. Personas que bajo ciertas reglas y principios imprimen su creatividad para crear nuevos productos, controles, sistemas de administración entre otros.
- e) Altos ejecutivos. En ellos predominan las funciones administrativas de las técnicas.
- f) Directores o administradores. Su función principal es fijar políticas, planes, objetivos y revisar los resultados finales de estos.

1.2.2 Materiales

Aquellas cosas que se procesan para producir el bien, prestar el servicio o procesar la información, su clasificación puede ser:

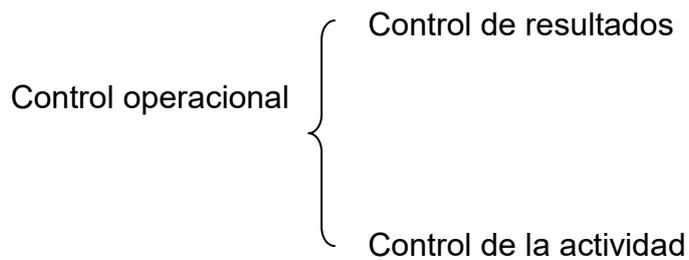
- a) Bienes materiales. Integrados por los bienes muebles e inmuebles, es decir edificios, instalaciones, terrenos, la maquinaria que ayuda a multiplicar la capacidad productiva y las herramientas que complementan a éstas.
- b) Materias primas. Aquello que sale transformado, ya sea madera, hierro, harinas, etc. Y los productos que sí bien no forman parte del producto ayudan en su transformación así como el combustible, abrasivos, etc. Los productos terminados suelen intentar venderse lo más rápido posible, en ocasiones esto suele ser imposible y se tiene inconveniencia por hacerlo, para tener un inventario con la finalidad de satisfacer necesidades de pedidos o permanecer en el mercado, forman parte del capital y por eso deben considerarse parte de la empresa.(REYES, 2004:153)
- c) Dinero. En este concepto Agustín Reyes Ponce en su libro Administración moderna nos dice que “toda empresa necesita cierto efectivo, lo que se tiene como disponible para pagos diarios, urgentes, etc.”(IBID:153) La empresa posee un capital, el cual es una representación del valor de todos los bienes ya mencionados, este se constituye por acciones, valores, obligaciones, entre otras.

1.2.3 Sistemas

Comprende todos los procedimientos, métodos, etc., por medio de los cuales se logran los objetivos de la empresa. Estos se coordinan con uno de los elementos ya mencionados, el personal. Existen diversos sistemas, por ejemplo:

- a) De planificación. Su enfoque es a proyectar la vida de la empresa en el transcurso del tiempo, no sólo en la dirección actual sino buscando caminos nuevos y adaptándose a los sistemas de supervivencia; puede planificar las finanzas, los materiales, los recursos humanos, etc.
- b) Organizativo. Consiste en la forma como debe estructurarse la empresa; separación de funciones, niveles jerárquicos y el número de estos, grados de delegación y descentralización.
- c) De información. Acerca de estos tipos de sistema Joaquín Rodríguez Valencia en su libro *Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas* dice, "es aquel que a través de sus componentes, toma los datos desde la actividad para conducirlos en sucesivas fases y grados de elaboración al proceso de la decisión."(RODRÍGUEZ, 1999:86) Se compone por información normativa, de planeación, de personal, gestión, de control, etc.
- d) De control. Puede decirse que el control es la esencia de que la empresa funcione como sistema.

El control suele verse influido por una serie de circunstancias, las más significativas pueden ser el estilo de la dirección y la planeación. El sistema de control se compone por:



e) Operativo. Es el conjunto de hombres y medios de cualquier tipo, sus actividades se encadenan entre sí, de modo que persiguen un objetivo común, entre ellos existen transferencias de información, servicios y bienes con arreglo a procesos definidos. Por ejemplo, compras, ventas, contabilidad, entre otras.

1.2.4 Equipo

Este término se les da a los instrumentos o herramientas que complementan las acciones de la maquinaria. Un ejemplo de ello puede ser: muebles, máquinas y dispositivos utilizados por el personal en los procedimientos de las actividades de la empresa.

1.3 Fines de la Empresa

Las empresas persiguen fines de dos tipos, pero existen las empresas privadas y públicas, es por esto que analizaremos los dos fines y los fines de las empresas mencionadas.

- a) Su fin inmediato de cómo no lo dice Agustín Reyes Ponce en su libro Administración Moderna es “la producción de bienes y servicios en un mercado”. No existe empresa que no este establecida o se establezca para el logro de este fin directo.(Ibid:164)

- b) Fines mediatos. A final de analizar mas detalladamente los fines mediatos, es aquí don de se analizará a la empresa privada y pública de manera separada.

1.3.1 Empresa Privada

Agustín Reyes Ponce en su libro Administración Moderna nos dice que el fin de esta empresa es “la obtención de un beneficio económico mediante la satisfacción de alguna necesidad de orden general o social.”(Ibid: 164)

Se habla de un beneficio económico mas no de utilidades, atendiendo solo a la diferencia entre lo que se obtiene y se invierte. Esto no se obtiene si la producción no responde a una necesidad, cuando ocurre la desaparición de esta necesidad a empresa pierde su razón se ser y esta en peligro de dejar de existir.

1.3.2 Empresa Pública

Como fin principal se dice que satisface una necesidad de carácter general o social obteniendo o no beneficios.

La empresa pública puede trabajar y obtener beneficios, pero puede ser que ésta hay sido planeada en base a pérdidas, porque el Estado no puede obtener lucros, sino satisfacer necesidades.

1.4 Distintos aspectos de la empresa

Estudiaremos a la empresa desde distintos aspectos, tomando como referencia a Agustín Reyes Ponce en su libro “Administración Moderna”.

1.4.1 Aspecto económico

En la primer parte de este capítulo se menciona que Agustín Reyes Ponce definió a la empresa desde el aspecto económico. Continuando con esa definición, podemos decir que todos sus elementos se coordinan para producir bienes o servicios.

Se añade la idea de que esa producción es para cierto mercado, pero algunas empresas pueden producir para otras secciones de la empresa; por ejemplo una fábrica de papel puede producir celulosa en una sección para continuar con la producción en otra sección de la misma empresa industrial. (Ibid: 155)

Esto indica claramente que se debe tomar en cuenta cual es la intención del empresario, pero, habrá tantas empresas, cuantos sean los mercados que se satisfacen.

1.4.2 Aspecto jurídico

La unidad económica puede a veces no ser suficiente, debe existir otro aspecto, sobre todo para empresas que son parte de una sociedad.

Si la empresa es propiedad de una sola persona, los derechos y obligaciones van en conjunto con los de su dueño y adquieren ciertas características. Si la propietaria es una persona moral, los derechos y obligaciones pueden ser opuestos a los de los integrantes de la sociedad.

Puede ocurrir que una sociedad sea propietaria de varias empresas, pero considerando que cada una de ellas es una unidad económica que cuenta con contabilidad separada.

Sus fundamentos jurídicos se forman por las disposiciones constitucionales del artículo 27 constitucional, en el que se garantiza el derecho de propiedad y reglamenta su uso y sus limitaciones. Se deben considerar también la ley de Sociedades Mercantiles y otras conexas. (Ibid: 156)

La ley federal del trabajo en su artículo 16 establece: “Para los efectos de las normas de trabajo, se entiende por empresa “la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios”.

1.4.3 Aspecto administrativo

Desde este punto puede decirse que la empresa se representa por la fuente común de decisiones finales, que coordina las actividades para el logro de este fin.

El mando es el instrumento fundamental de lo administrativo, su fundamento indiscutiblemente son las disposiciones legales que permiten la ejecución de ese mando. Dichas disposiciones se encuentran contenidas en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el artículo 123, el cual reglamenta relaciones obrero-patrón.

El complemento de estas disposiciones son la Ley Federal del Trabajo, Seguro Social, etc., la fuente principal de este mando se encuentra en la contratación del trabajo.

1.5 Clasificación de las empresas

Como sabemos las empresas se pueden clasificar en diversos grupos y estos varían de acuerdo al autor, por ello y para fines de este estudio analizaremos la clasificación más común, tomando como referencia el libro "Administración Moderna" de Agustín Reyes Ponce y a Joaquín Rodríguez Valencia en su libro "Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas.

De esta manera la clasificación estará conformada de la siguiente manera:

- Por sector económico
- Por su tamaño
- Por el origen de su capital
- Por la explotación y conformación de su capital
- Por su función social

1.5.1 Por sector económico

Este sector se basa en la principal función de la empresa para obtener el beneficio deseado. Dentro de este sector podemos encontrar a las empresas de la siguiente manera:

- a) Extractivas. De acuerdo a Joaquín Rodríguez Valencia en su libro *Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas* dice que “son aquellas que se dedican a la extracción y explotación de las riquezas naturales, sin modificar su estado original”.(RODRÍGUEZ, 1999:83)

Este tipo de empresas tiene como función primordial la explotación de los recursos naturales.

Dentro de esta rama podemos encontrar a aquellas que se dedican a la explotación de recursos renovables y no renovables; las primeras se dedican a hacer producir la naturaleza, como por ejemplo la de explotación agrícola, ganadera, pesquera, entre otras. Las segundas se dedican a extinción de los recursos naturales, deja la imposibilidad de renovarlas y reintegrarlas, ejemplo de estas son la minería, refinerías, etc.

b) Servicio. Joaquín Rodríguez Valencia en su libro “Cómo Administrar Pequeñas y Medianas Empresas” las define diciendo que “son aquellas que, con el esfuerzo del hombre, producen un servicio para la mayor parte de una colectividad en determinada región sin que el producto objeto del servicio tenga naturaleza corpórea”.(Ibid:82)

Su actividad principal es brindar o prestar sus servicios a la comunidad. Dentro de estas principalmente podemos encontrar tres tipos de empresas de servicio las de concesión, que son aquellas que no requieren licencia de funcionamiento por parte de las autoridades, ejemplo de estas son las escuelas e institutos.

Se encuentran las concesionadas por Estado, su índole es de carácter financiero, por ejemplo las instituciones bancarias de cualquier tipo, aseguradoras, etc.

Y por último se encuentran las concesionadas no financieras, éstas son autorizadas por el gobierno pero su carácter no es financiero, ejemplo de ellas es gasolineras, empresas de gas, empresas de suministro de agua, entre otras.

c) Comercial. Aquellas que adquieren bienes o productos terminados para posteriormente venderlos en el mismo estado físico. Estas son consideradas el intermediario entre consumidor y productor.

Su principal función es la compra-venta de productos terminados. Podemos decir que pueden clasificarse en mayorista, que venden a grandes rangos; minorista,

solo venden al menudeo; y comisionistas, vender lo que en si no es suyo, es decir a consignación.

d) Agropecuaria. Su función principal es la explotación del campo y sus recursos.

e) Industrial. Estas se dedican a adquirir materia prima para transformarla y obtener un producto con características diferentes a su adquisición original.

En ellas interviene el trabajo humano y el empleo de maquinaria, para convertirlo en un objeto que servirá para la satisfacción de necesidades de la sociedad, por ejemplo las empresas farmacéuticas, de textiles, etc.

1.5.2 Por Tamaño

Su clasificación es básicamente respecto al número de trabajadores y su volumen de ingresos. Dentro de ellas encontramos:

a) Grande. Su constitución esta soportada en grandes cantidades de capital, amplio número de trabajadores y volumen de ingresos al año.

Su número de trabajadores es superior a las 100 empresas.

b) Mediana. Su capital, el número de trabajadores y sus ingresos son limitados y regulares.

Su cantidad de empleados es superior a 20 personas pero inferior a 100.

c) Pequeña. Se les considera parte importante de la economía mundial. Y su división es la siguiente:

- Pequeña; su capital, número de trabajadores y sus ingresos son reducidos. El número de trabajadores no excede a 20 personas.
- Micro; su capital, número de trabajadores e ingresos son en cuantías muy personales, no excede 10 trabajadores.
- Famiempresa; aquí el motor de la empresa es la familia.

1.5.3 Por el origen del capital

Este tipo de empresas se divide básicamente en:

- a) Público. Su capital es proveniente del Gobierno o Estado, por ejemplo las alcaldías.
- b) Privado. Aquellas en que el capital proviene de particulares, un ejemplo claro son las sociedades comerciales.
- c) Economía mixta. El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares.

1.5.4 Por la explotación y conformación de su capital

Su clasificación es:

- a) Multinacionales. En gran mayoría su capital es extranjero y su actividad es explotada en diversos países.

- b) Grupos económicos. Explotan uno o varios sectores pero pertenecen al mismo grupo de personas o dueños.
- c) Nacionales. Su explotación es solo dentro del país y cuentan con una matriz en una ciudad y sucursales en otras.
- d) Locales. Son solamente explotadas en una localidad.

1.5.5 Por su función social

Dentro de estas podemos encontrar:

- a) Con ánimo de lucro. Constituida básicamente para la explotación y con la finalidad de obtener dinero.
- b) Sin ánimo de lucro. Son empresas cuya principal función es el factor social de ayuda y apoyo a la comunidad.
- c) Economía solidaria. En éstas encontramos a todas las cooperativas sin importar su actividad, lo más importante es el bienestar de los asociados y la familia.

Hemos estudiado a diversos autores para conocer la definición de empresa y concluimos que la empresa es una entidad económica muy importante para la sociedad, ya que satisface necesidades de la población y sirve como fuente de empleo para cientos de personas. Estudiamos sus elementos en los cuales encontramos que el factor más importante es el personal, pero estos van acompañados de materiales, sistemas y equipos para el logro de los objetivos de las entidades económicas.

Dentro de los fines podemos conocer que estos dependen básicamente del tipo de empresa que sea (pública o privada), Agustín Reyes Ponce nos ayudó a conocer estos fines más a fondo; así como los diferentes aspectos por los cuales se puede analizar una empresa, conociendo dentro de estos desde los aspectos legales hasta los aspectos para cuidar las relaciones patrón obrero.

Por último, la clasificación de las empresas nos ha dejado un gran conocimiento para que en el próximo capítulo podamos definir que tipo de organización seremos; ahora conocemos los tipos básicos de empresas que existen.

De esta manera concluimos este capítulo y damos paso al capítulo siguiente.

CAPÍTULO II

ADMINISTRACIÓN Y CULTURA ORGANIZACIONAL

La administración se considera un aspecto muy importante y esencial de todo organismo social, ya que por medio de esta se obtiene un mejor funcionamiento de los elementos que lo integran. La administración se forma por diversas etapas las cuales serán analizadas en este capítulo.

Por tanto este capítulo es importante para analizar cada etapa de la administración y de este modo entender con mayor facilidad la importancia de una correcta administración en cada organización.

De este modo comenzaremos por su definición.

2.1 Definición

La definición de administración aun resulta ser compleja debido a los múltiples autores que la han citado, entre ellos podemos citar a algunos analizados por Agustín Reyes Ponce en su libro Administración Moderna:

E.F.L. Brech: “es un proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear y regular en forma eficiente las operaciones de una empresa, para lograr un propósito dado.”

Henry Fayol la define como “administrar es prever, organizar, mandar, coordinar y controlar.

José Antonio Fernández Arena dice que “es una ciencia social que persigue la satisfacción de objetivos institucionales por medio de una estructura y a través del esfuerzo humano coordinado”.

W. Jiménez Castro: “Es una ciencia compuesta de principios, técnicas y prácticas cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes que individualmente no se pueden lograr.”

Koontz y O’Donnell: “La dirección de un organismo social, y su efectividad en alcanzar sus objetivos, fundada en la habilidad de conducir a sus integrantes.”

G.P. Terry: “Consiste en lograr un objetivo predeterminado mediante el esfuerzo ajeno”.

A todas estas definiciones podemos agregar una más de Agustín Reyes Ponce de su libro Administración Moderna que nos dice que “es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de coordinar un organismo social”.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto podemos decir entonces que la administración es el proceso mediante el cual se prevé, planea, organiza, integra, dirige y controla un organismo social.

2.1.1 Características de la administración

La administración cuenta con cuatro características primordiales, las cuales son:

1. **Universalidad:** la administración se da en cualquier lugar donde exista un organismo social, por la necesidad de coordinación de medios. Los elementos de administración de los organismos son los mismos aunque con algunas variantes.
2. **Especificidad:** la administración va siempre acompañada de otros fenómenos distintos, pero esta es específica y distinta. Mientras más grande sea el organismo social, la función del jefe es la administración y sus funciones técnicas se vuelven menos importantes.
3. **Unidad Temporal:** el fenómeno administrativo es único. De esta característica Agustín Reyes Ponce en su libro Administración Moderna dice que “en todo momento de la vida de una empresa se están dando, en mayor o menor grado, todos o la mayor parte de los elementos administrativos”.

4. Unidad Jerárquica: según Agustín Reyes Ponce consiste en que “en una empresa forman un solo cuerpo administrativo desde el secretario general hasta el último mayordomo”, es decir todos los integrantes de un organismo social participan, en distintos grados en la Administración.

2.1.2 Importancia de la administración

La importancia de la administración radica en distintos aspectos uno de los principales se puede decir que ésta se dará en cualquier lugar donde exista un organismo social y entre más grande sea éste mayor será la necesidad de la administración.

El éxito de un organismo depende en gran medida de una buena administración, ya que ésta guiará y manejará todos los elementos de la organización para dirigirlo por el camino correcto.

Para las grandes empresas la administración es esencial, ya que por su magnitud y su complejidad no podrían funcionar si no fuera a base de una administración técnica.

Mientras que las medianas y pequeñas empresas necesitan un mejoramiento en la administración para que este elemento les ayude en su competitividad con otras empresas y obtener una mejor coordinación de sus elementos.

La elevación de la productividad depende de una adecuada administración, ya que si cada célula funciona entonces funcionará toda la sociedad en general.

Por otro lado para los países en vías de desarrollo, uno de los requisitos esenciales es mejorar la calidad de su administración ya que para crear una capitalización, es indispensable una coordinación de todos los elementos.

2.2 Fases y Etapas de la administración

Para poder estudiar más concretamente las etapas de la administración estudiaremos estas en las dos fases que diversos autores remarcan: la mecánica y la dinámica.

2.2.1 Fase mecánica

Esta fase es referente a la estructuración de la organización hasta integrarla plenamente. Esta fase funciona para el desarrollo del organismo.

Dentro de esta fase encontraremos tres etapas importantes del proceso administrativo: previsión, planeación y organización.

2.2.1.1 Previsión

“Consiste en la determinación, técnicamente realizada, de lo que se desea lograr por medio de un organismo social, y la investigación y valoración de cuales serán

las condiciones futuras en que dicho organismo habrá de encontrarse, hasta determinar los diversos cursos de acción posibles”. (REYES, 2004:27)

La previsión responde a la pregunta ¿Qué puede hacerse?

Para realizar previsión es indispensable realizar tres acciones:

- a) Fijar los objetivos o fines perseguidos
- b) Investigar los factores que ayudan u obstaculizan la búsqueda de objetivos.
- c) Coordinar los distintos medios en cursos alternativos.

Entonces la previsión puede definirse como “el elemento de la administración en el que, con base en la consideración de las condiciones futuras en que una empresa habrá de encontrarse, reveladas por una investigación técnica, se determinan los principales cursos de acción que permitirán realizar los objetivos de esa misma empresa.” (Ibid: 182)

2.2.1.2 Planeación

“Consiste en la determinación del uso concreto de acción que se habrá de seguir, fijando los principios que lo habrán de presidir y orientar, la secuencia de operaciones necesarias para alcanzarlo y la fijación de criterios, tiempos, unidades, etc., necesarias para su realización.”(Ibid: 27)

La planeación responde a la pregunta ¿Qué se va a hacer?

Esta etapa se compone de otras etapas, las cuales son:

1. Políticas. Principios de orientación a la acción.

2. Procedimientos. Secuencia de métodos.
3. Programas. Fijación de tiempos para cada acción.
4. Presupuestos. Programas que precisan unidades y costos.
5. Estrategia y táctica. Ordenamiento de esfuerzos y recursos para alcanzar los objetivos.

2.2.1.3 Organización

“Organización es la estructuración técnica de las relaciones que deben existir entre las funciones, niveles y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, con el fin de lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos señalados”. (Ibid: 277)

Responde a la pregunta ¿Cómo se va a hacer?

Dentro de esta etapa se encuentran tres etapas esenciales:

- a) Funciones. Consiste en la determinación de la división y asignación de las actividades necesarias para lograr el fin general.
- b) Jerarquías. Fijación de la autoridad y responsabilidad de cada nivel existente en el organismo.
- c) Puestos. Son las obligaciones y requisitos que tiene concretamente cada unidad de trabajo susceptible de ser desempeñada por un individuo.

Dentro de la organización encontramos un elemento importante de los organismos: el organigrama.

2.2.1.3.1 El organigrama

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa u organización. Representa las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización.

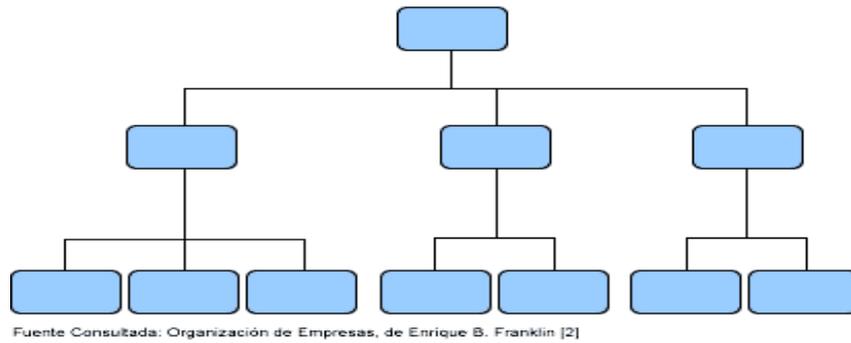
Los organigramas revelan información como:

1. La división de funciones
2. Los niveles jerárquicos
3. Canales formales de comunicación
4. Líneas de autoridad y responsabilidad
5. La naturaleza lineal o staff del departamento
6. Las relaciones existentes entre los puestos y en cada sección de la empresa

Existen diversos tipos de organigramas entre los cuales podemos encontrar:

- a) Verticales. En estos cada puesto subordinado a otro se representan en cuadros inferiores, ligados por líneas que indican la comunicación de autoridad y responsabilidad.

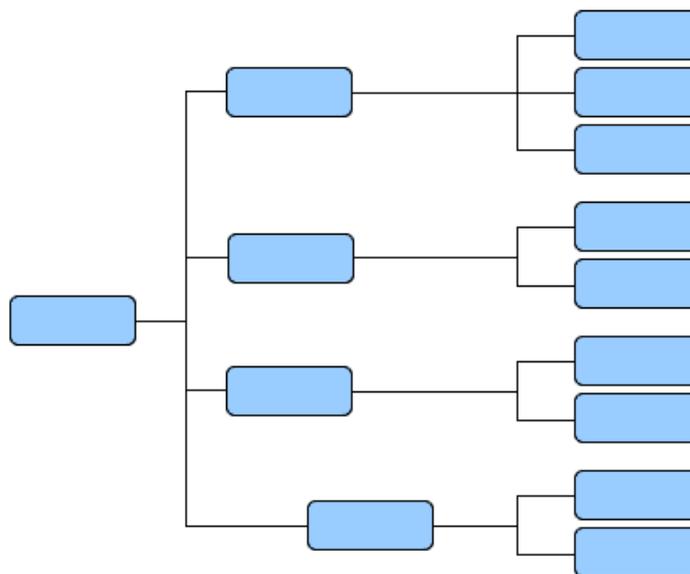
Entre las ventajas de uso de éste podemos mencionar que con los más usados, fácil de comprender e indican en forma objetiva las jerarquías del personal.



Fuente: Administración Moderna. Reyes Ponce, Agustín.

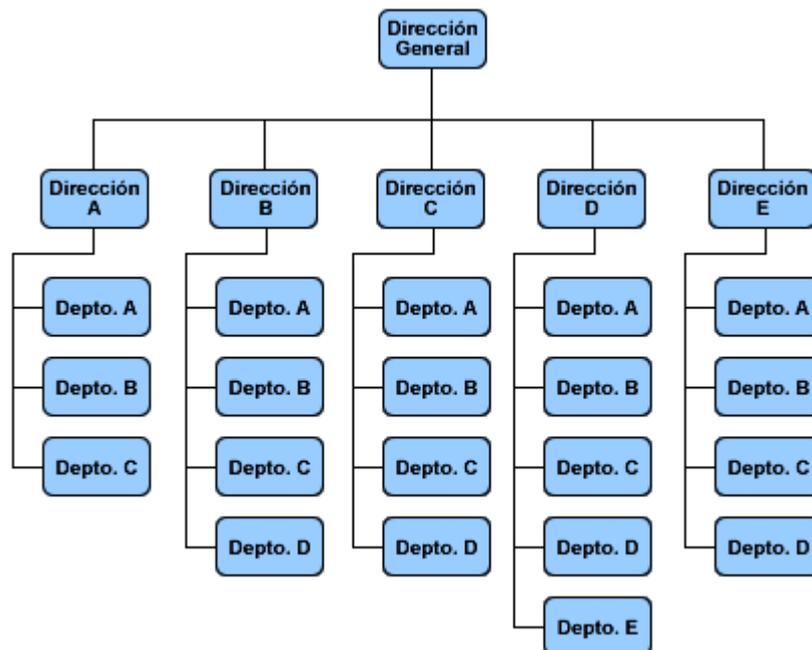
b) Horizontales. Representa los mismos elementos que el anterior y en la misma forma, solo que comenzado a la izquierda el máximo nivel jerárquico y los demás niveles hacia la derecha.

Sus ventajas más destacadas consisten en que disminuyen el efecto de triangulación, indican mejor la longitud de los niveles por donde pasa la autoridad normal y siguen la forma normal de lectura. Sin embargo son poco usados por las organizaciones.



Fuente: Administración Moderna. Reyes Ponce, Agustín.

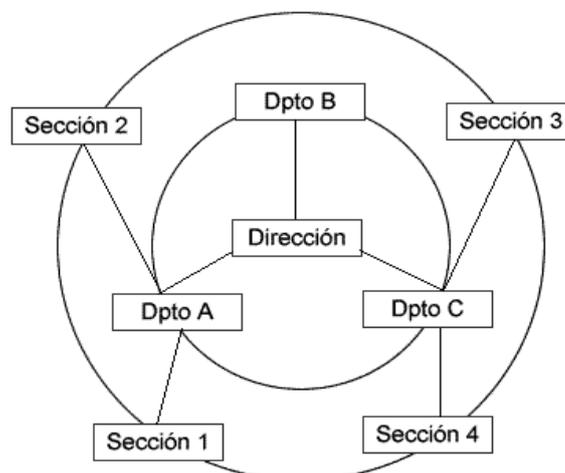
c) Mixtos. Este solo resulta de una combinación del organigrama horizontal y vertical.



Fuente: Administración Moderna. Reyes Ponce, Agustín.

d) Circular. Se forman por un cuadro central que corresponde a la autoridad máxima y a su alrededor se trazan círculos concéntricos, los cuales constituyen un nivel de organización.

Entre sus ventajas destacadas se menciona que señalan la importancia de los niveles jerárquicos, disminuyen la idea del status más alto o más bajo y permiten colocar el mayor número de puestos en el mismo nivel.



Fuente: Administración Moderna. Reyes Ponce, Agustín.

- e) Escalar. Consisten en señalar con distintas sangrías a la izquierda los niveles jerárquicos, ayudándose de líneas que señalan dichos márgenes y pueden utilizarse distintos tipos de letra.

Este tipo de organigrama es muy poco usado en la actualidad y aunque son muy sencillos carecen de la objetividad de aquellos que encierran los nombres dentro de cuadros.



http://3.bp.blogspot.com/_We4xtBluYil/RxkT2AUb6fI/AAAAAAAAADI/0iWUXIMyk1g/S700/Imagen12.jpg

2.2.2 Fase dinámica

Esta fase es aquella en la que ya estructurado el organismo, desarrolla plenamente sus funciones, operaciones y actividades propias de su función.

Dentro de esta fase encontramos tres etapas: integración, dirección y control, las cuales analizaremos detalladamente.

2.2.2.1 Integración

“Integrar es obtener y articular los elementos materiales y humanos que la organización y la planeación señalan como necesarios para el adecuado funcionamiento de un organismo social”. (Ibid: 336)

Responde a la pregunta: ¿con qué y con quién se va a hacer?

Esta etapa consiste en todos aquellos procesos suficientes para dotar al organismo de los elementos humanos y materiales necesarios para su funcionamiento.

La integración comprende cosas y personas, pero lo más importante es el factor humano, por tanto podemos decir que la integración de personas abarca:

1. Selección: escoger los mejores elementos para el organismo.
2. Introducción: es la manera en que se logrará que los nuevos elementos se adapten rápidamente al organismo
3. Desarrollo: comprende la capacitación, adiestramientos y formación personal de cada elemento.

Mientras que de la integración de cosas podemos decir que todos los elementos materiales representan una inversión y por tanto debe disponerse de ellos en los

momentos precisamente necesarios fijados dentro de la planeación y organización.

2.2.2.2 Dirección

“Es impulsar, coordinar y vigilar las acciones de cada miembro y grupo de un organismo social, con el fin de que el conjunto de todas ellas realice del modo más eficaz los planes señalados”. (Ibid: 29)

Por tanto la dirección es el corazón de la administración, es aquel elemento de la administración en el cual se logra todo lo planeado por medio de la autoridad. Es el punto del proceso administrativo en que se guía y vigila a los subordinados.

La dirección no responde a una pregunta en específico ya que trata de ver que se hagan las actividades, y comprende:

- a) Autoridad y mando: es el principio del que deriva toda la administración.
- b) Comunicación: lleva al centro director todos los elementos que deben ser conocidos.
- c) Delegación: forma de comunicar a los subordinados la facultad de decidir sin perder el control de lo ejecutado.
- d) Supervisión: revisar si las cosas se están haciendo tal y como se habían planeado y ordenado

2.2.2.3 Control

“Es la medición de los resultados actuales y pasados en relación con los esperados, ya sea total o parcialmente, con el fin de corregir, mejorar y formular nuevos planes.” (Ibid: 440)

Entonces el control consiste en establecer sistemas para medir los resultados obtenidos en relación con los que se esperaban, con la finalidad de corregir o mejorar. Y puede ser de dos tipos: automático (feedback) y sobre resultados (open)

El control responde a la pregunta ¿cómo se ha realizado?

El control comprende tres puntos primordiales:

1. Establecimiento de estándares y controles: se realiza éste para poder contar con un punto de partida para la comparación, es la base de todo control.
2. Operación de controles: suele ser una función propia de los técnicos especialistas en cada uno de ellos.
3. Evaluación de resultados.

Esta etapa es importante porque cierra el ciclo de la administración y se da en todas las demás funciones administrativas.

2.3 Cultura organizacional

La cultura organizacional se define como la suma determinada de valores y normas que son compartidos por personas y grupos de una organización y que controlan la manera que interaccionan unos con otros y ellos con el entorno de la organización.

La cultura organizacional se integra por misión, visión y valores de la organización; elementos que revisaremos detalladamente.

2.3.1 Misión

En un simple enunciado es la razón de ser de la empresa. En ella se define la o las necesidades a satisfacer, los clientes objetivos y los productos o servicios ofertados.

Debe ser amplia, concreta, motivadora y alcanzable. Su planteación adecuada es importante porque permitirá definir una identidad de la organización clara y determinada, nos dará la oportunidad de conocer claramente el tipo de clientes potenciales y aportará coherencia y estabilidad en las operaciones realizadas.

2.3.2 Visión

La visión consiste en lo que la empresa quiere ser, es decir su imagen futura. Ésta es fijada por la persona que dirige la organización.

Su importancia radica en que es una guía para la iniciativa y ayuda a trabajar a todos los miembros por un motivo y en la misma dirección.

Debe ser concreta y acertada, en la actualidad no solo debe estar sustentada en la economía o administración, sino que deben incluirse en ella aspectos culturales.

2.3.3 Valores

Estos representan un pilar muy importante en cualquier organización, ya que estos no solo son los valores de la empresa u organismo sino también de los miembros que laboran en ellos.

Son importantes para todo organismo porque permiten posicionar una mejor cultura empresarial, promueven cambios de pensamiento, evitan conflictos entre el factor humano, marcan patrones para toma de decisiones.

Así mismo los valores van relacionados ya sea de acuerdo con la empresa en general, los integrantes de esta y el producto o servicio ofertado.

Aunque se han mencionado los elementos de la cultura organizacional más destacados desde el punto de vista muy particular, existen otros con igual importancia como son las normas, la historia de la empresa, las creencias y los símbolos. Dichos elementos se pueden encontrar en los manuales con los que

cuenta la organización y también ayudan en la interacción de unos con otros y su entorno.

En este capítulo analizamos diversas definiciones de administración y concluimos que la administración es un proceso muy importante para cualquier organismo social, puesto que por medio de las fases y etapas que la forman se lleva al éxito o fracaso a los organismos. Dentro de una de las etapas del proceso administrativo estudiamos y conocimos los distintos tipos de organigramas utilizados en la actualidad.

Para finalizar estudiamos la cultura organizacional de las empresas y los elementos que la forman: misión, visión y valores; siendo estos los más importantes, aunque la cultura organizacional también se forma por: normas, creencias, historia y símbolos; dichos elementos los encontramos en los manuales con que cuenta cada organización y ayudan a la interacción de unos con otros y su entorno. Por ello se puede decir que una buena administración conjuntada con una cultura organizacional bien establecida permite a los organismos ser competitivos y lograr sus objetivos satisfactoriamente.

CAPÍTULO III

ALIMENTOS Y BEBIDAS

Para el desarrollo de este proyecto es de suma importancia conocer algunos temas relacionados con alimentos y bebidas, ya que ésta rama de la administración turística nos dará la pauta para el desarrollo del proyecto, así como la correcta administración de un negocio de este giro, los requisitos necesarios para un buen funcionamiento y profundizaremos un poco en el tema de las bebidas, lo cual es un punto medular del proyecto.

Por tal motivo este capítulo resulta de vital importancia para el desarrollo del presente proyecto.

3.1 Definición de bar

“Se designa con tal vocablo a una barra larga en la cual se sirven bebidas a los cliente”. (TORRE, 2006:65)

Entonces un bar es un establecimiento comercial donde se sirven bebidas con o sin alcohol, generalmente para su consumo en el lugar.

También existen otro tipo de establecimientos donde se sirven bebidas alcohólicas, los cuales son:

- Cocktail Lounge: establecimiento que, además de la barra, cuenta con pequeñas mesas y una atmósfera relajada.

- Centro nocturno: ofrece atracciones especiales como variedades y alimentos.
- Chiringuito: una especie de bar ubicado en las playas.
- Video bar: establecimiento donde se consumen bebidas, escucha música y ven videos.
- Antro: nombre alternativo con el que se conoce a los clubes nocturnos, discotecas, bares, *table dance* y otros.

Tomando en cuenta la última y penúltima definición podemos decir que en la actualidad lo más popular es un video bar o antro, y es en éste en el que nos basaremos para el desarrollo restante del proyecto.

3.2 Antecedentes

La aparición de este tipo de establecimientos se da en el pueblo griego desde la época de la Pompeya hasta la Edad Media donde se desarrollaron los establecimientos para la venta de bebidas alcohólicas, a estos inicialmente se les llamaron tabernas, en ellas solo se consumían bebidas y vinos espirituosos.

De Grecia paso a Roma, y de ahí a la mayoría de los pueblos europeos, es entonces cuando en el código de las 7 partidas de Madrid a finales del siglo XVIII se contempla como una profesión la de tabernero.

La creación de cantinas aparece en París en 1680, cuando en uno de sus municipios se reguló el funcionamiento de las expendedoras de bebidas, estableciendo que se podría vender vino para consumo en el lugar.

Alrededor del año 1700 surgen en Inglaterra los establecimientos denominados Bar, nombre que se generalizó mundialmente puesto que el lugar donde se atiende a los clientes es una barra asentada en un mostrador.

3.2.1 Antecedentes en la ciudad

El mercado de los bares y/o discotecas en la ciudad de Uruapan comenzó a mediados de la década de los 70`s. Esto nació porque se observó la necesidad de lugares especiales para acudir a bailar, convivir y divertirse al mismo tiempo.

Aunque en sus inicios se comenzó con lugares que no tenían este concepto, sino que simplemente eran llamados “**Casinos**” y sólo eran lugares para acudir a bailar y consumir bebidas alcohólicas; ejemplo de esto en la ciudad pudo ser “*Media Naranja*”, cuyo concepto era casino y desapareció años mas tarde.

A finales de la década de los 70`s nació en un Uruapan un nuevo concepto de discoteca, esta vez, con toda la infraestructura y requisitos necesarios para tener este nombre.

En 1979 es el año en que surge “*Scala Disco*”, siendo éste el pionero en el mercado de las discotecas en la ciudad y siendo llamado pionero debido a que su infraestructura y tipo de ambiente era completamente diferente a los lugares

existentes en el momento; éste nace porque nuevamente se observa una necesidad por brindar a la sociedad un sitio para poder divertirse y bailar al mismo tiempo. “*Scala Disco*” se registró bajo el concepto de discoteca y comenzó a operar así.

A inicios de la década de los 80`s estos lugares conocidos como discotecas en ese tiempo, comienza con un gran auge debido a la música que predominaba en esos años; es aquí cuando “*Scala*” comienza a ser más concurrido por la población. Este establecimiento alcanzó reconocimiento mundial, obteniendo el título de ser una de las mejores discotecas en el mundo, esto gracias a su infraestructura y al ambiente que se vivía al visitarlo; también podemos decir que otro factor que lo llevó a ganarse tal categoría fue el tener a artistas internacionales dentro de él; como por ejemplo Gloria Gaynor en su inauguración.

Scala Disco permaneció siendo el único en el mercado uruapense por aproximadamente 12 años, durante estos años se mantuvo como el lugar favorito de pobladores y extranjeros.

Al transcurrir aproximadamente de 12 a 15 años después del surgimiento de la primera discoteca en la ciudad, se creó un nuevo concepto ahora con el nombre de “*Euforias*” y “*Closter*”, siendo este último la competencia directa de lo que hasta el momento era el lugar favorito de todos: *Scala*. *Closter* desaparece años después debido a la poca aceptación del público, mientras que *Euforias* continuó operando, para años más tarde cerrar sus puertas

Para el año 1999 en la ciudad se contaba con alrededor de 5 bares y video bares, los cuales solo se diferenciaban por el tipo de ambiente que predominaba en ellos. *Scala* desaparece aproximadamente 5 años después debido a una remodelación y hasta el momento no ha sido reinaugurado.

Al desaparecer *Scala* el mercado quedó abierto libremente para cualquier competidor, lo cual generó la apertura de infinidad de sitios de este tipo. Dentro de ellos podemos encontrar a *Bar Rio* con un concepto video bar y que hasta el momento cerró sus puertas por un lapso para remodelación y reinauguró; *Frente Bar*, *Santo Café*, *La Misión*, entre otros.

En un lapso de 10 años dentro de la industria se han abierto y cerrado infinidad de establecimientos, esto debido a diversas causas entre las cuales podemos mencionar:

- ✓ La inseguridad, siendo ésta una de las principales causas de la baja en ventas.
- ✓ La economía.
- ✓ Falta de innovación (estancamiento).
- ✓ Poca oferta en servicios y consumo referente a la demanda existente.
- ✓ Mala administración y falta de mercadotecnia adecuada.

Durante estos 30 años de la industria de los bares en la ciudad, se ha observado que desde hace 10 años se transformó el mercado y debido a esto se han abierto y cerrado un sin fin de lugares.

Por tanto podemos decir que la demanda actual se basa en innovación, y es esto lo que nos lleva a crear dicho proyecto.

3.3 Tipos de bar

Anteriormente conocimos las definiciones de otros tipos de establecimientos donde se comercializa con bebidas alcohólicas y en esta sección conoceremos los tipos de bar.

Uno de estos tipos es el RESTAURANTE-BAR, establecimiento que se caracteriza por tener un servicio formal de alimentos y bebidas, cuenta con servicio a la carta y en algunas ocasiones puede contar con servicio en la barra.

LOBBY-BAR, referente a un salón de espera, estos lugares generalmente se encuentran en hoteles, restaurantes y clubes. Cuenta con servicio y preparación de bebidas, algunos suelen contar con servicio de botanas y música.

SERVI-BAR, a diferencia de los demás este no es un establecimiento sino un refrigerador localizado en las habitaciones de los hoteles que cuentan con lo básico y necesario para la preparación de bebidas; es por ello que se le considera un tipo de bar.

PISCINA-BAR, es de servicio informal y se localiza en las orillas o centro de las piscinas, caracterizado por la preparación de bebidas tropicales en su mayoría.

PALAPA-BAR, denominado así por su estructura de madera y el techo cubierto de palma. Generalmente se encuentran fuera de los hoteles cercanos a las playas y al igual que el piscina bar se caracteriza por su preparación de bebidas tropicales y exóticas.

VIDEO-BAR, éste se mencionó anteriormente como definición, pero ahora se definirá con un poco más de detalle.

Este tipo de bar se distingue por contar con una pantalla o proyector gigante y algunos monitores pequeños en los cuales se proyectan videos musicales, eventos especiales, documentales, etc., suelen contar con una pequeña pista de baile y con servicio de bebidas a la mesa, además de la tradicional barra.

CANTA-BAR o KARAOKE, se caracteriza por contar con un pequeño estrado donde la gente sube a cantar una canción con sólo la pista grabada y en algunas ocasiones con música en vivo, ocasionalmente cuentan con una pequeña pista de baile.

3.4 Las Bebidas

“El vocablo bebida se refiere, en general, a cualquier líquido que se bebe”.
(TORRE, 2006:71)

En este capítulo nos enfocaremos a las bebidas alcohólicas, que son aquellas que contienen etanol (alcohol). Existen bebidas producidas por fermentación alcohólica como la cerveza, vinos, entre otras.

De este modo comenzaremos a conocer la clasificación de las bebidas.

3.4.1 Clasificación de las bebidas

Éstas suelen dividirse en función de su origen y en función de su sistema de elaboración.

3.4.1.1 En función de su origen

Las bebidas en función de su origen suelen clasificarse de la siguiente manera:

- a) Vinícolas. Éstas proceden de las uvas y otras frutas.
- b) Amílicas. Aquellas cuya procedencia es de cortezas de frutas, leguminosas, gramíneas, cañas, semillas y tubérculos.
- c) Etilicas. Proceden de glucosas cortezas de madera y serrín combinado con materias minerales, como azufre, xileno y alumbre

3.4.1.2 En función de su sistema de elaboración

Dentro de esta clasificación se encuentran las bebidas vinícolas o vino, es por ello que nos adentraremos un poco más dentro del mundo del vino comenzando por su historia.

3.4.1.2.1 Historia del vino

Existe una antigua leyenda, que nos narra la historia de un rey persa llamado Jamshid, a quien sus mujeres le ofrecían racimos de uvas de todas las

tonalidades y fragancias; al finalizar la temporada el rey las almacenaba en una vasija que colocaba en una habitación fresca.

En una ocasión, el rey se dio cuenta que las uvas habían explotado y de ellas emanaba un líquido espeso con un olor acre. Creyendo el rey que se había convertido en un veneno, advirtió del peligro a sus mujeres.

Sin embargo, una de las mujeres que había perdido los favores del rey, decidió suicidarse y bebió el líquido, su primer sensación fue de mareo y posteriormente una alegría desbordante la invadió; fue entonces cuando decidió compartir dicha euforia con el rey. Llenó una jarra y la ofreció a Jamshid, de inmediato experimentó las mismas sensaciones de la cortesana. Fue así como la humanidad conoció los efectos del líquido.

Mientras que la mitología griega señala a Dionisio, hijo de Zeus, como dios del vino y la embriaguez. Dionisio corresponde a Baco, dios romano, en cuyo honor se celebran los bacanales; así mismo representa la divinización del vino y las fuerzas orgiásticas.

La Biblia atribuye el descubrimiento a Noé y a un cabrío macho que, después de haber consumido la vid salvaje comenzó a atacar a otros animales. Noé decidió cultivar una vid con el objetivo de aprovechar las propiedades de éste, por lo que en un arrebató místico y científico, la regó con sangre de león y de un cordero místico para despojarla de sus naturaleza salvaje.

En diversos pasajes bíblicos se menciona al vino, el más destacado es el de la última cena, donde Jesús ofreció una copa de vino a sus discípulos.

No obstante lo anterior, existen investigaciones científicas que dan noticias del cultivo desde 7500 a.C. en el sur del Mar Negro, posteriormente, en el 7000 a.C., en Egipto, Siria y Mesopotamia. El cultivo se extendió a Grecia y Tracia, Creta, Toscana, Sicilia y África del Norte en 2000 a.C.

En el 500 a.C., comenzó a cultivarse en el sur de España, Marsella, Irán y Arabia. Entre los siglos I y III d.C. pasó a Burdeos, Provenza, Borgoña y Loira. En el siglo XVI se trajo a México.

Cabe destacar que el vino, a lo largo de la historia, ha estado considerada por la alta sociedad occidental, siendo imprescindible en acontecimientos y banquetes de gran importancia.

Ahora que conocemos la historia del vino, podemos conocer un poco más de esta bebida.

3.4.1.2.2 Vinos de Mesa

“Son aquellos que siguen un proceso de fermentación o añejamiento; asimismo pueden acompañar un menú.” (Ibid: 72)

Suelen beberse en grandes cantidades, debido a su bajo contenido de alcohol. Son principalmente blancos, rosados o claretes. Su graduación alcohólica puede variar entre 10 y 16 grados G.L.

“A los vinos se les conoce también como caldos, vocablo que proviene del idioma italiano y cuyo significado es caliente, puesto que precisamente el momento oportunos de servirlos es durante la comida”. (Ibid: 72)

En la Unión Europea se refiere al vino de inferior calidad sin una denominación de origen ni indicación geográfica.

3.4.1.2.3 Vinos Espumosos

“Son aquellos que se fermentan una segunda vez, ya embotellados.” (Ibid: 93)

Tienen la propiedad de ser burbujeantes y se obtiene de la mezcla de tres variedades de uvas; ejemplo de esto es el champagne.

El champagne es de diferentes tipos de cepas: Pinot Noir, uva tinta de pulpa blanca. Pinot Meunier, otra uva tinta de pulpa blanca y Chardonnay, uva blanca.

Los conocedores de este tipo de vinos saben interpretar lo que hay detrás de las etiquetas, en términos de calidad. El vocablo brut, significa que es un producto natural seco y extra seco. Sec se refiere al producto seco pero más seco que brut. Demisec, es seco o ligeramente dulce. Y finalmente, doux; que significa dulce.

Otros vinos espumosos que podemos mencionar son el Spumante, Moscato di Casteggio y Ferrari Brut.

3.4.1.2.4 Vinos Generosos

“Son aquellos que no siguen un proceso de fermentación o añejamiento, como el de los vinos de mesa, sino un sistema especial de envejecimiento. Su bouquet y sabor son suaves al paladar, y se usan como aperitivos”. (Ibid: 96)

Como ejemplos de este tipo de vinos podemos mencionar el jerez o sherry, moscatel, oporto, manzanilla y vermouth.

Este tipo de vinos surgió en los siglos XVI y XVII, como resultado de la búsqueda de métodos para preservar el vino contra las condiciones perjudiciales que implicaba su transporte, desde los países europeos productores hasta los consumidores.

3.4.1.2.5 Vinos Espirituosos

“Estos vinos reúnen a todos los licores que se obtienen por destilación, ya sea propiamente del vino, o de frutas, de granos y hasta de raíces que poseen alcohol o que tienen la suficiente cantidad de azúcar como para producir alcohol.” (Ibid: 97)

En esta clasificación podemos considerar el brandy, coñac, whisky, ron, ginebra, vodka, tequila, etc. Es una de las clasificaciones más amplias de los vinos.

El coñac es un aguardiente de graduación alcohólica muy elevada y se obtiene por destilación.

El whisky, es aguardiente 100% amílico, elaborado con gramíneas, como cebada, centeno, maíz, etc. Es proveniente de Irlanda y posteriormente pasó a Escocia. Éste se puede servir solo, en las rocas o con agua mineral. También se utiliza como base para cocteles.

El ron es un aguardiente amílico de sabor y olor fuerte que se obtiene por destilación de una mezcla fermentada de melazas y jugo de caña. Puede ser claro, dorado, añejo y quemado.

El vodka, bebida amílica originaria de Polonia. Su destilación es alta, por lo cual se torna incoloro, inodoro e insípido. También se suele utilizar como base de cocteles.

La ginebra se elabora con raíces de jengibre y vainas de enebro. Puede ser transparente o dorado. Se puede combinar con otras bebidas como jugos de frutas.

El tequila, obtenido del agave y una bebida sumamente famosa en México. No existe una regla de añejamiento, pero se considera que entre más viejo sea es de mejor calidad.

3.4.1.3 El cocktail

Uno de los temas más importantes a conocer acerca de las bebidas.

Jorge Kanashiro en su tratado Bar, Arte y Ciencia define “el cocktail es una mezcla de dos o más licores, cuyo resultado es una bebida diferente de agradable sabor al paladar y a la vista. Es la armonía perfecta del color, sabor y aroma. Es una obra de arte, realizada con paciencia, amor y ciencia. El cocktail es el hijo del barman a quien debe su existencia y nombre.”

Los cocteles se pueden clasificar según sus propiedades, según su tamaño o por método de elaboración.

3.4.1.3.1 Cocteles según sus propiedades.

- a) Aperitivos. Aquellos que en su composición contienen ingredientes o bebidas con la capacidad de abrir el apetito. Son secos, ácidos, semisecos o amargos. Ejemplo de ellos son los Martini.

- b) Refrescantes. Combinaciones de contenido alcohólico moderado, capaces de refrescarnos o quitar la sed. Ejemplo de ellos es el tequila sunrise.

- c) Nutritivos. Aquellos que en su contenido llevan elementos nutrientes de alto contenido energético.

- d) Digestivos. Son aquellos elaborados a base de bebidas con propiedades digestivas. Por ejemplo el rusty nail.

- e) Terapéuticos. Aquellas combinaciones capaces de aliviar algunos malestares o resfríos.

3.4.1.3.2 Cocteles según su tamaño

- a) Cortos. Su contenido va de 7 a 10 centilitros. Pueden ser aperitivos, nutritivos o digestivos.

- b) Medianos. Son combinaciones servidas en vasos llamados highball cuya capacidad es de 8 onzas.

- c) Largos. Llamados también long drinks, su contenido alcohólico es moderado y generalmente se ofrecen en vasos Collins o copas con capacidad de 10 onzas o más.

3.4.1.3.3 Cocteles por su método de elaboración

- a) Directos. Aquellos que se elaboran directamente en el vaso o copa en la cual se ofrecerá.
- b) Refrescados. Son aquellos que solamente necesitan enfriarse por no contener elementos densos en su composición. Siempre se sirven en copas previamente heladas.
- c) Batidos y colados. Se preparan con ayuda de una coctelera. Se sirven en copas previamente heladas colando el hielo.
- d) Mezclados. Aquellos que se preparan con la ayuda de una coctelera con cubos de hielo, se agitan enérgicamente por un lapso de 8 a 10 segundos para que los ingredientes densos se combinen perfectamente. Se sirven en copas o vasos con capacidad mayor de 8 onzas.
- e) Licuados. Son aquellos que se preparan en la licuadora, sus ingredientes suelen ser pulpas de frutas, huevo, etc.
- f) Edificados. Su preparación requiere cierto conocimiento y destreza, ya que se utilizan ingredientes según su densidad, para colocarlos unos sobre otros sin mezclarse.

Hemos conocido diversas definiciones importantes para el desarrollo del proyecto, por esto podemos concluir que un bar es un establecimiento donde se comercializan bebidas y la sociedad acude a divertirse.

Dentro de sus antecedentes pudimos conocer en que época nacieron los bares y los tipos que existen.

Dentro del tema de bebidas, como se mencionó en un principio es éste el tema más importante por conocer; así que ahora podemos decir que existen diversos tipos de bebidas con diferente elaboración y origen, también cuenta con un diferente tipo de uso.

Hablando del cocktail a pesar de ser un tema, al parecer, tan común entre la sociedad, resulta ser un tema amplio y lleno de cosas nuevas por descubrir; de ello podemos concluir que los cocteles suelen clasificarse de diferentes maneras y algunos cuentan con alguna propiedad especial.

3.5 Elementos necesarios en un bar

Existen algunos elementos necesarios para que un bar desarrolle sus actividades, entre ellos podemos encontrar los utensilios para realizar las bebidas, la cristalería, el equipo de audio e iluminación, entre otros. Definiremos brevemente cada uno de estos.

3.5.1 Utensilios del bar

Los utensilios del bar son los instrumentos necesarios para la elaboración de las bebidas y estos son:

- Licuadora
- Cuchillos
- Cuchara de bar
- Hielera
- Vaso de bar
- Coctelera
- Colador
- Dosificador
- Pajitas y popotes
- Abrelatas

3.5.2 Cristalería del bar

La cristalería que se utiliza para el servicio debe ser transparente y de diseño clásico.

Tomando como referencia el libro “Cocteles” de Jorge Arturo Kanashiro, podemos decir que lo que se requiere básicamente es:

- Vasos largos: con capacidad de 10 a 12 onzas.
- Vasos highball: utilizados para whisky, ron, vodka y algunos cocteles.
Capacidad de 8 a 12 onzas.

- Vaso old fashioned: especial para bebidas sobre hielo.
- Vaso para coladas, altas y batidos: su capacidad es de 12 onzas.
- Copa coctel: ideal para servir Martini.
- Copa para cognac: su forma característica resalta el bouquet de los aguardientes. Existen diferentes capacidades que van desde petit hasta 300 ml.
- Copa tipo tulipán: su forma estrecha y alargada, permite mantener el gas de los vinos espumosos y champagne por más tiempo.
- Copa para vino tinto: su capacidad preferentemente debe ser de 6 onzas.
- Copa para champagne clásica: utilizada para brindis especiales y para algunas botanas preparadas por el bar.

3.5.3 Equipo de audio e iluminación

El equipo de audio e iluminación tiene como finalidad ofrecer un ambiente agradable al público. Tomando como referencia el conocimiento personal acerca de este elemento podemos mencionar que el equipo de audio se conforma de:

- Amplificadores, que ayudarán a que el sonido sea más grande y cubra la totalidad del lugar
- Mixer, la cual es una herramienta básica para que el dj del lugar toque la música adecuada
- Pantallas de LCD, éstas son útiles para la proyección de videos y/o promociones del mismo lugar
- Ecuador, necesario para modular el sonido

- Bocinas, uno de los elementos más importantes para que el equipo de audio este completo. Se utilizan bocinas tanto para bajos como para agudos y trabajan en conjunto con el ecualizador y el amplificador.
- Tornamesas, otro elemento útil para el desempeño de la labor del dj, ya que con este realiza las mezclas de música necesarias para ambientar y animar el lugar.
- Show designer,

Así como el equipo de iluminación está conformado de robots, estrobos y láser; los cuales tienen como función primordial dar una animación especial al lugar, los tres elementos trabajan en conjunto.

3.5.4 Mobiliario

El mobiliario básicamente se compone de las mesas, sillas, salas Lounge y computadoras.

Finalmente en el capítulo IV, hablaremos brevemente de los proyectos de inversión y su evolución. Dicho capítulo nos dará pauta para iniciar el caso práctico, el cual es el desarrollo de toda la parte teórica antes analizada.

CAPÍTULO IV

PROYECTO DE INVERSIÓN

Un proyecto de inversión es una propuesta para dar solución a cierta necesidad o necesidades de la sociedad, por ello en este capítulo analizaremos su concepto, los tipos de proyectos existentes y las etapas que lo componen.

Conoceremos también las razones financieras utilizadas para su evaluación.

Este capítulo es importante para comprender de una manera sencilla lo que es y en que consiste un proyecto de inversión, así mismo para conocer su forma de evaluación.

4.1 Definición

Para definir proyecto de inversión, es necesario definir principalmente lo que es un proyecto y lo que es una inversión. De este modo podemos decir que proyecto es: “conjunto de datos, cálculos y dibujos articulados en forma metodológica, que dan los parámetros de cómo ha de ser y cuánto ha de costar una obra o tarea, siendo sometidos a evaluaciones para fundamentar una decisión de aceptación y rechazo”. (HERNÁNDEZ, 2001:27)

Por otro lado inversión se define como: “empleo productivo de bienes económicos, que da como resultado una magnitud de éstos mayor que la empleada”. (Ibid: 28)

Ahora que conocemos la definición de proyecto e inversión, podemos conocer el significado de lo que es un proyecto de inversión.

Según Abraham Hernández en su libro *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión para Principiantes* un proyecto de inversión puede entenderse como “una serie de planes que se piensan poner en marcha, para dar eficacia a alguna actividad u operación económica o financiera, con el fin de obtener un bien o servicio en las mejores condiciones y obtener una retribución”.

El proyecto de inversión es entonces, un conjunto de planes detallados que son presentados con la finalidad de obtener o mejorar un bien o servicio, mediante el empleo de capitales e insumos.

4.2 Tipos de proyecto de inversión

Los proyectos de inversión se pueden clasificar de acuerdo al sector al que van dirigidos, de acuerdo a su naturaleza y de bienes o servicios.

4.2.1 De acuerdo al sector al que van dirigidos

Estos pueden ser:

- 1) Agropecuarios. No se efectúa ninguna transformación en ellos. Entre estos podemos encontrar los piscícolas, caprinos y frutícolas. Abarca todas las actividades del sector primario.

- 2) Industriales. Ubicados en el sector secundario, cuya principal característica es la transformación de productos.
- 3) De servicios. Son los ubicados en el sector terciario y pueden ser de educación, carreteros, hidráulicos o de transportes.

4.2.2 De acuerdo a su naturaleza

En ellos encontramos:

- a) Dependientes. Dos o más proyectos que se relacionan entre sí, si es aprobado uno los demás también lo serán.
- b) Independientes. Dos o más proyectos que no se relacionan entre sí, son analizados y aprobados o rechazados de manera individual.
- c) Mutuamente excluyentes. Se analiza un conjunto de proyectos y al seleccionar uno de ellos, los demás se eliminan de forma automática.

4.2.3 De bienes y servicios

- a) De bienes. Entre estos podemos encontrar los agrícolas, forestales, industriales, marítimos, mineros, pecuarios, etc.
- b) De servicios. Estos se subdividen en infraestructura social y física. En los primero podemos encontrar el alcantarillado, la educación, recreativos, acueductos y de salud.

Mientras que en la segunda subdivisión encontramos los aeropuertos, electrificación, ferrocarriles, carreteras, comunicaciones, transporte e infraestructura hidráulica.

4.3 Etapas principales de un proyecto de inversión

Un proyecto de inversión se conforma de diversas etapas muy importantes para su desarrollo comenzando por el estudio preliminar, que sirve como base para investigar el proyecto. En esta etapa se busca conceptualizar la idea del proyecto y se trata de limitar rangos de la inversión.

La segunda etapa que encontramos es el anteproyecto, que también es conocido como estudio previo de factibilidad, consiste en comprobar a través de estadísticas, la magnitud de la competencia y otros factores. También es la etapa en la que se precisan los elementos y formas de los que consta el proyecto.

El estudio de factibilidad es otra de las etapas, en ella se presentan alternativas de solución a los posibles problemas del proyecto, se presenta la documentación del estudio de mercado, ingeniería, estudios económicos y financieros, y el plan de ejecución.

La cuarta etapa es el montaje y ejecución, donde se elabora un programa de actividades y fijación de tiempos para las operaciones.

El funcionamiento normal, se refiere a la implantación del proyecto y capacitación del personal, mantenimiento y venta de los bienes, así como las fuentes del funcionamiento.

Y por último tenemos la limitación de los proyectos, dentro de ellas podemos mencionar:

- Una infraestructura insuficiente
- Falta de tecnología adecuada
- Cumplimiento con las normas de ecología actuales
- Impacto que se tiene en la sociedad
- Fuentes de financiamiento y sus políticas crediticias
- Las políticas de desarrollo de los gobiernos
- La obtención de materia prima

4.4 Evaluación financiera

Una de las funciones del área de finanzas, es el análisis de proyectos de inversión, con la finalidad de seleccionar las mejores alternativas de los recursos con que dispone una empresa, persona o país.

Las oportunidades de invertir frente a los escasos recursos, hace necesario establecer criterios de evaluación, que sean de gran utilidad y permitan la selección de la mejor alternativa.

El punto de partida de toda empresa debe ser precisar los objetivos a corto, mediano y largo plazo, que permitan la generación de flujos encaminados a nuevos proyectos de inversión. Por tal motivo la selección de alternativas es una de las responsabilidades más importantes de las personas encargadas de lograr el desarrollo de un país, empresa o región.

La evaluación de los proyectos de inversión, permite visualizar lo que va a ocurrir una vez realizada la inversión. Para la evaluación es necesario conocer la inversión inicial requerida, el horizonte del proyecto, el valor del salvamento de la inversión, los flujos estimados para cada periodo y el rendimiento mínimo aceptable por el inversionista.

Existen dos tipos de métodos para la evaluación de los proyectos: los métodos de evaluación simple y complejos.

4.4.1 Métodos de evaluación simple

Entre estos encontramos:

- 1) Tasa promedio de rentabilidad (TPR). Es la relación que existe entre el promedio anual de las utilidades y la inversión promedio de un promedio.

La fórmula que utiliza es:

$$\text{TPR} = \frac{\text{UNP}}{\text{IP}}$$

Donde: UNP es la utilidad neta promedio

IP es la inversión promedio

2) Rentabilidad sobre la inversión (RSI). Se define como el cociente en porcentaje de la utilidad neta de un ejercicio, entre la inversión total y es índice de eficiencia. Su fórmula:

$$RSI = \frac{UNDE}{IT}$$

Donde: UNDE= utilidad neta del ejercicio

IT= inversión total

3) Rentabilidad sobre el activo fijo (RAF). Relación porcentual que guarda la utilidad neta del ejercicio y la suma de los activos fijos. La fórmula es:

$$RAF = \frac{UNDE}{AF}$$

Donde AF son los activos fijos

4) Rentabilidad ventas sobre utilidad. Relación porcentual entre la utilidad neta y las ventas netas en un periodo determinado.

5) Periodo de recuperación de la inversión (PRI). Tiempo necesario para que los beneficios del proyecto amorticen el capital invertido. Se utiliza para conocer en cuanto tiempo una inversión generara recursos suficientes para igualar la inversión. Su fórmula es:

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

Donde: (FA)_{n-1} es flujo de efectivo acumulado en el año previo a "n"

N es año en que el flujo acumulado cambia de signo

$(F)_n$ es flujo neto de efectivo en el año "n"

4.4.2 Métodos de evaluación compleja

Dentro de estos métodos encontramos:

- a) Valor actual (VA). Conocido también como el valor presente, consiste en actualizar los flujos de efectivo uno a uno descontándolos a una tasa de interés igual al costo del capital (K) y sumar éstos, comparar dicha suma con la inversión inicial (I_0), de tal forma que si el valor actual de la suma de los flujos es mayor o igual al de la inversión, el proyecto se aprobara, en caso contrario se rechaza.
- b) Valor actual neto (VAN). Conocido como valor presente neto, éste consiste en restar al valor actual (VA) la inversión inicial (I_0), de tal forma que si esta diferencia es cero o mayor de cero el proyecto es viable.
- c) Relación beneficio costo (RBC). Consiste en dividir el valor actual (VA) entre el valor inicial (I_0), si el resultado del cociente es mayor o igual a uno el proyecto es aprobado
- d) Tasa interna de retorno (TIR). Consiste en igualar la inversión inicial con la suma de los flujos actualizados a una tasa de descuento (i), si la tasa de interés que hizo posible es igual o mayor al costo del capital (k), el proyecto se acepta.

En este capítulo estudiamos la definición de proyecto de inversión, analizando ésta en dos grandes partes proyecto e inversión, por ello concluimos que un proyecto de inversión es una serie de planes útiles para mejorar o crear un bien o servicio. Estudiamos los tipos de proyectos de inversión, los cuales se clasifican en tres grandes ramas la de sector, naturaleza y bienes o servicios; de otra manera podría decirse que se clasifican entre los que entran en el sector primario, secundario y terciario.

Dentro de las etapas principales de un proyecto de inversión, conocimos que un proyecto se forma por un estudio preliminar, anteproyecto o estudio previo de factibilidad, estudio de factibilidad, montaje y ejecución, y la limitación de los proyectos. En la limitación de los proyectos pudimos conocer que existen factores como la falta de tecnología adecuada, las políticas de desarrollo del gobierno, la infraestructura, entre otros son limitantes para un proyecto se lleve a cabo o resulte ser un proyecto con gran viabilidad.

Y finalmente, estudiamos los métodos de evaluación financiera, los cuales se realizan a base de fórmulas y nos ayudarán para conocer la factibilidad de cada proyecto.

CAPÍTULO V

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Objetivo general

Elaborar y proponer un proyecto de inversión con énfasis en el estudio de mercado, para la creación de un nuevo video bar en la ciudad de Uruapan, Michoacán. Del mismo modo mostrar dicho proyecto a los actuales comercios del ramo para futuras reingenierías.

5.2 Objetivos particulares

1. Conocer la historia de los video bares en la ciudad de Uruapan, Michoacán.
2. Conocer los requisitos básicos para la apertura de dicho establecimiento.
3. Llevar a cabo un estudio de mercado, que nos arroje las preferencias primordiales de la población, así como los posibles cambios que realizarían a los lugares actuales.
4. Realizar balance general inicial, estado de resultados proyectado a 5 años y flujo de efectivo con proyección a 5 años.
5. Determinar la rentabilidad en base a los estados financieros.

5.3 Hipótesis

El proyecto de inversión aquí desarrollado nos mostrará la factibilidad de la creación de un video bar en la ciudad, así mismo nos dará pauta para innovaciones futuras en los lugares ya existentes.

JUSTIFICACIÓN CASO PRÁCTICO

En la actualidad la industria del video bar en la ciudad se ha estancado notablemente, por diversos factores como la inseguridad, la economía, poca oferta en servicios y productos, mala administración y la más importante la falta de innovación.

Es por ello que este proyecto esta dedicado a innovar un poco este mercado para que de este modo se creen nuevas fuentes de empleo y se brinde a la ciudad un concepto completamente diferente.

Otro motivo en el cual está inspirado este proyecto es en comprobar la viabilidad y factibilidad de dichos establecimientos en la ciudad, para ello se tomará como referencia los lugares establecidos en la actualidad.

De este modo aplicaremos los conocimientos vistos en la primera parte de este proyecto para realizar diversos estudios que nos arrojen las principales preferencias de la población; desarrollaremos también una serie de presupuestos que nos ayudarán a conocer la viabilidad del proyecto.

Al realizar estos estudios conoceremos la situación real en que se encuentra esta industria en la ciudad y a la vez nos dejará observar el impacto social y económico que conlleva.

Finalmente este proyecto de inversión pretende integrar y ser base para la correcta administración de estos sitios utilizando una adecuada estructura organizacional.

ESTUDIO DE MERCADO

Como se mencionó anteriormente en la justificación se realizará un estudio de mercado para conocer las preferencias que tiene el público acerca del horario de los bares, su ubicación, promociones, entre otras.

Dicho estudio se realizará basado en una población de 30258 personas mayores de 18 años, el cual es nuestro mercado meta. Esta población se basa en información obtenida del INEGI, y se utiliza la siguiente fórmula para conocer la muestra a analizar:

$$n = \frac{\delta^2 N p q}{e^2(N-1) + \delta^2 p q}$$
$$n = \frac{(1.96)^2(30258) (.9) (.1)}{(.05)^2(30258-1) + (1.96)^2(.9) (.1)} = 137.67$$

La cual nos arroja una muestra a analizar de 138 personas, a las cuales se les aplicará una breve pero significativa encuesta; la cual es:

ENCUESTA PARA LA APERTURA DE UN BAR EN LA CIUDAD DE URUAPAN

Edad _____ Sexo _____ Colonia _____

1. ¿Con qué frecuencia acude usted a un bar (discoteca, antro, video bar)?

1 vez a la semana ___ Cada 15 días ___ 1 vez al mes ___

2. ¿Qué tipo de música le gustaría encontrar en estos lugares?

Pop ___ Reggaeton ___ Banda ___ Electrónico ___ De todo un poco ___

3. Cuando acudes a este tipo de lugares, ¿Cuánto es lo que acostumbras gastar?

De 50 a 100 ___ De 101 a 200 ___ De 201 a 300 ___ De 300 en adelante ___

4. ¿Le gustaría que existiera zona VIP?

Si ___ No ___

5. ¿Se debería contar con derecho de admisión?

Si ___ No ___

6. ¿Se debería contar con el sistema de reservaciones?

Si ___ No ___

7. ¿Le gustaría contar con membrecías para acceder al lugar?

Si ___ No ___

8. Con la membresía, ¿Qué beneficios le gustaría obtener?

2 x 1 en bebidas ___ Pomo gratis ___ Zona VIP ___ Promociones especiales ___ Descuento en consumo ___ Otro (indique) ___

9. ¿Dónde le gustaría que estuviera ubicado el lugar?

Zona Centro ___ Zona rosa ___ Libramiento ___ Otro ___

10. ¿Qué días le gustaría que el lugar se encontrara abierto?

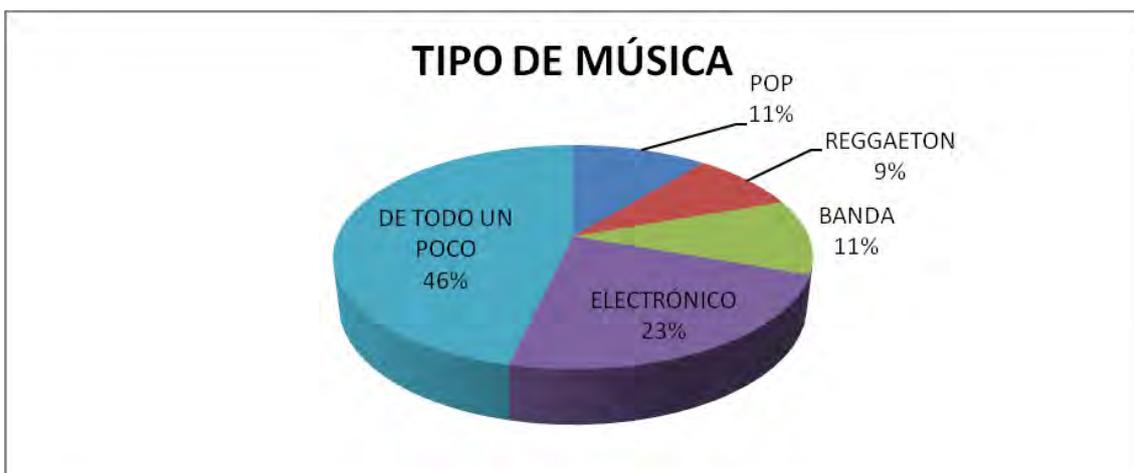
Toda la semana ___ Viernes y Sábado ___ Miércoles a Domingo ___

Con el anterior estudio de mercado obtuvimos los siguientes resultados:



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

El 48% de la población acude a un bar, video bar o discoteca una vez al mes.



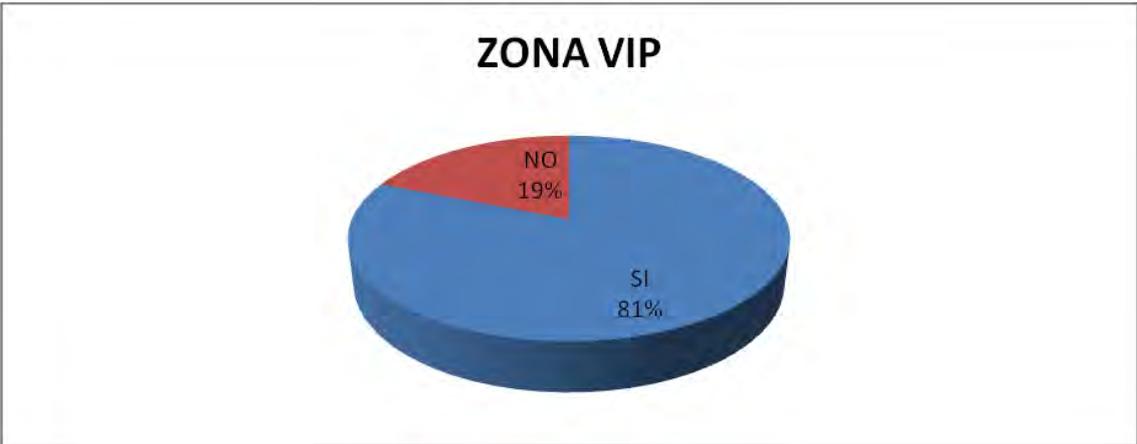
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

El 46% prefiere que la música predominante sea de todo un poco, tomando en cuenta aquí que la opción menos elegida por la población fue el reggaetón con un 9%.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

En el gasto por visita a estos lugares el 33% de los encuestados dijo gastar más de 300 pesos en cada visita.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Al 81% de las personas le gustaría que el lugar cuente con una zona VIP.

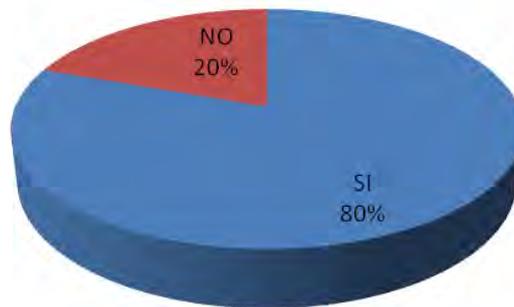
DERECHO DE ADMISIÓN



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Al 59% le agradaría que se cuente con derecho de admisión en el lugar.

RESERVACIONES



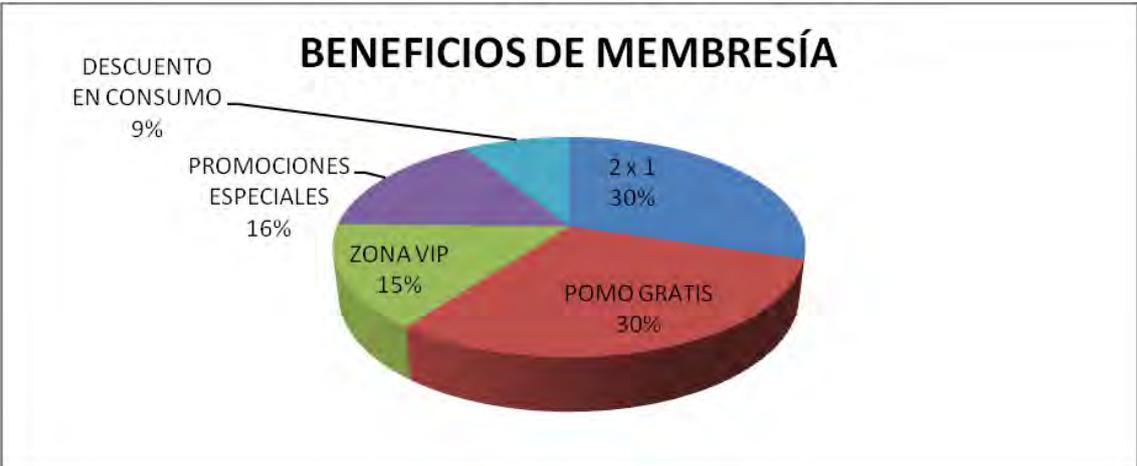
FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

El 80% de las personas optó por contar con un sistema de reservaciones.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Un 82% apoya el contar con memberships del lugar.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Con referencia a los beneficios de ésta el 30% quisiera contar con un pomo gratis o 2x1 en bebidas.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Respecto a la ubicación del lugar el 54% de la muestra encuestada dijo que le gustaría encontrar el establecimiento en la zona rosa de la ciudad, siendo el libramiento el lugar menos preferido con un 9%.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Por último los días de atención que la población prefiere es Viernes y Sábados con un 46%.

MERCADO OBJETIVO

El servicio de este producto esta dirigido a jóvenes mayores de 18 años, sin distinción de situación económica.

FUENTES

INEGI y personas relacionadas con la industria de los bares, contando estas con más de 20 años en el mercado.

COMPARATIVA DE SERVICIO

El servicio que se brindará en el establecimiento comparado con los ya existentes será muy bueno.

COMPARATIVA DE PRODUCTOS

Establecimiento	Whisky	Brandy	Cerveza	Cover
1	\$600 a \$1,200	\$600 a \$750	\$20 a \$180	S/ Cover
2	\$1200 a \$7,000	\$500 a \$1300	\$30 a \$180	S/ Cover
3	\$350 a \$3,800	\$350 a \$1200	\$30 a \$130	S/ Cover

EN RELACIÓN A SUS COSTOS TOTALES

En la actualidad la inversión aproximada actual para la apertura de un establecimiento como estos es de 1 millón de pesos.

El mantenimiento mensual aproximado tiene un costo de 35 mil a 50 mil pesos, estando integrado éste por sueldos y salarios, luz, agua, renta, compra de productos y otros gastos indirectos.

EN RELACIÓN A LA LOCALIDAD

La comparativa de productos anteriormente realizada está basada en la misma zona de la ciudad, saliendo de ello los precios suelen variar de acuerdo al día.

EXISTENCIA DE LA OFERTA EN LA CALIDAD

Actualmente los oferentes observan demandan de calidad de servicios, es decir en innovación en música, ambiente, entre otros más; así como una mejor calidad en los productos ofrecidos, es decir que las bebidas alcohólicas que se ofrecen no tengan algún grado de alteración y diversidad en aquellas bebidas preparadas.

CANTIDAD DE OFERENTES ESPECIALIZADOS

Hoy en día existen alrededor de 10 oferentes en la ciudad, de los cuales el 50% cuenta con un concepto similar, siendo este video bar.

COBERTURA

Los oferentes existentes cubren correctamente las necesidades de la población, sin embargo se dejan descubiertas ciertas necesidades de la sociedad.

ESTRATEGIAS

Entre las estrategias de mercadotecnia que los oferentes utilizan actualmente podemos mencionar:

- ✓ Promociones en fechas especiales
- ✓ Organización de eventos
- ✓ Descuentos con membrecías
- ✓ Derecho de admisión
- ✓ Espectáculos diferentes de acuerdo al día
- ✓ Descuento en cover y productos
- ✓ Promoción especial para mujeres
- ✓ Bebidas internacionales
- ✓ Bebidas creadas por el mismo establecimiento
- ✓ Relaciones cercanas con el cliente

DISTRIBUCIÓN

El tipo de distribución utilizada es: servicio – consumidor, ya que el producto va directo del establecimiento al cliente.

MÉTODO DE LOCALIZACIÓN POR PUNTOS PONDERADOS

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	ZONA CENTRO		ZONA ROSA		LIBRAMIENTO	
		CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA	CALIFICACIÓN	CALIFICACIÓN PONDERADA
Fácil acceso al lugar	0.15	8	1.20	8	1.20	6	0.90
Servicios para el funcionamiento	0.30	7	2.10	8	2.40	6	1.80
Proveedores cercanos	0.10	7	0.70	7.5	0.75	6	0.60
Acceso de Transportes	0.15	8	1.20	7	1.05	7	1.05
Seguridad Pública	0.30	7	2.10	7.5	2.25	6	1.80
Totales	1.00		7.30		7.65		6.15

FUENTE:
ELABORACIÓN
PROPIA

De acuerdo a este método la localización adecuada para el establecimiento será la Zona Rosa de la Ciudad con una calificación ponderada de 7.65, dándole mayor peso a los servicios para el funcionamiento y la seguridad pública.

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA ÓPTIMA DE LA PLANTA

La planta tiene un cupo de 400 personas en total. La cantidad de personas mensualmente puede variar por diversos factores como las temporadas vacacionales, la economía del país y sobre todo la seguridad pública.

Es por esto que podemos decir que la capacidad óptima oscilará entre las 150 y 200 personas por cada fin de semana.

PROCESO GENERAL DEL SERVICIO EN UN VIDEO BAR

El proceso general para el servicio brindado dentro de un video bar involucra a diversos integrantes de este tipo de lugares, los cuales son:

- Seguridad: personal encargado de mantener el orden dentro del establecimiento y de realizar la revisión de la clientela al momento de ingresar.
- Hostess (anfitrión): persona encargada de dar la bienvenida a los clientes, así como del acomodo de las personas en su mesa.

- Mesero: encargado de tomar y llevar la orden al cliente.
- Bar tender: término anglosajón que se da a la persona que se encarga de preparar y servir todas las bebidas solicitadas por el cliente o por el mesero.

Dicho proceso consiste en:

1. Arribo del cliente al lugar
2. El personal de seguridad da la bienvenida al cliente al mismo tiempo que pregunta la cantidad de personas que ingresarán.
3. El mismo personal de seguridad se encarga de realizar el cobro del cover y coloca la pulsera de acceso, mientras el auxiliar realiza una revisión al cliente para evitar ingreso de armas o drogas.
4. Dentro del lugar la Hostess se dirige al cliente para darle la bienvenida formal al lugar y le cuestiona acerca de la existencia de una reservación.
5. Al recibir la respuesta del cliente, exista o no reservación la Hostess dirige al cliente hacia la mesa.
6. Posterior al paso anterior, el mesero se encarga de la zona donde se colocó al cliente acude a él y toma la orden del cliente (comanda). En ciertos casos el mesero recomienda productos para consumir o proporciona precios.
7. Al finalizar la toma de comanda, el mesero se dirige hacia la barra donde entregará la comanda al bar tender.

8. El bar tender recibe la comanda y se encarga de realizarla o surtirla, esto es entregado al mesero.
9. El mesero regresa a la mesa con el pedido y realiza el cobro del mismo.
10. Al salir el cliente, la Hostess nuevamente se dirige a él para brindarle la despedida formal del lugar, mientras el personal de seguridad coloca el sobrante de bebidas (si existiera) en un vaso desechable.
11. Fin del proceso general.

SELECCIÓN DE EQUIPO Y MOBILIARIO

El equipo y mobiliario a utilizar se puede clasificar en mobiliario, equipo de audio e iluminación, utensilios de barra y cristalería.

Mobiliario

- ✓ 80 Mesas
- ✓ 320 Sillas
- ✓ 8 Salas tipo Lounge
- ✓ 2 Computadoras
- ✓ 1 Caja registradora

Equipo de audio e iluminación

- ✓ 2 Amplificadores

- ✓ 2 Robots
- ✓ 3 Estrobos
- ✓ 1 Mixer
- ✓ 6 Pantallas
- ✓ 4 Laser
- ✓ 1 Ecualizador
- ✓ 4 Bocinas para bajo
- ✓ 6 Bocinas para agudo
- ✓ 2 Tornamesas
- ✓ 1 Show designer

Utensilios de barra

- ✓ 1 Barra
- ✓ 1 Licuadora
- ✓ 2 Cuchillos
- ✓ 1 Hielera grande
- ✓ 1 Cuchara para bar
- ✓ 1 Vaso de bar
- ✓ 1 Coctelera
- ✓ 1 Colador
- ✓ 1 Dosificador

Cristalería

- ✓ 24 Vaso old fashioned
- ✓ 12 Copa agua
- ✓ 60 Vaso highball
- ✓ 12 Copa para Martini
- ✓ 12 Copa para vino tinto
- ✓ 12 Copa para vino blanco
- ✓ 20 Copas para coctel
- ✓ 6 Copas para coñac
- ✓ 24 Caballitos
- ✓ 384 Vasos policarbonato
- ✓ 3 Jarras 1 Lt.
- ✓ 90 Hieleras chicas
- ✓ 90 Pinzas para hielo
- ✓ 12 Copas para champagne

DETERMINACIÓN Y CÁLCULO DE PERSONAL

El personal requerido para dicho proyecto es:

- 1 Gerente General
- 6 Meseros, de los cuales uno será el capitán
- 3 Personas de seguridad, de los cuales uno será jefe
- 1 Bar Tender
- 1 Hostess
- 2 Auxiliares Generales, de los cuales uno será “garrotero”
- 1 Cajero (a)

- 1 D.J.
- 2 Animadoras
- 1 Diseñador, en este caso una empresa dedicada a la publicidad, se manejará como staff.

JUSTIFICACIÓN DE LA CANTIDAD DE EQUIPO COMPRADO

Anteriormente se señaló la cantidad de cada herramienta que se utilizará en el video bar, también se mencionó que se contará con un cupo de 400 personas máximo.

Y de acuerdo al mobiliario necesario se contemplan 320 sillas, es decir 80 mesas con 4 sillas cada una para un cupo de 320 personas, mientras que las 8 salas son para las 80 personas restantes.

Respecto al equipo de audio e iluminación, se requieren dichas cantidades de bocinas y amplificadores para obtener el mejor sonido posible y que éste se disperse por todo el establecimiento; al igual que las pantallas se dispersarán en todo el lugar para la mayor vista de los clientes.

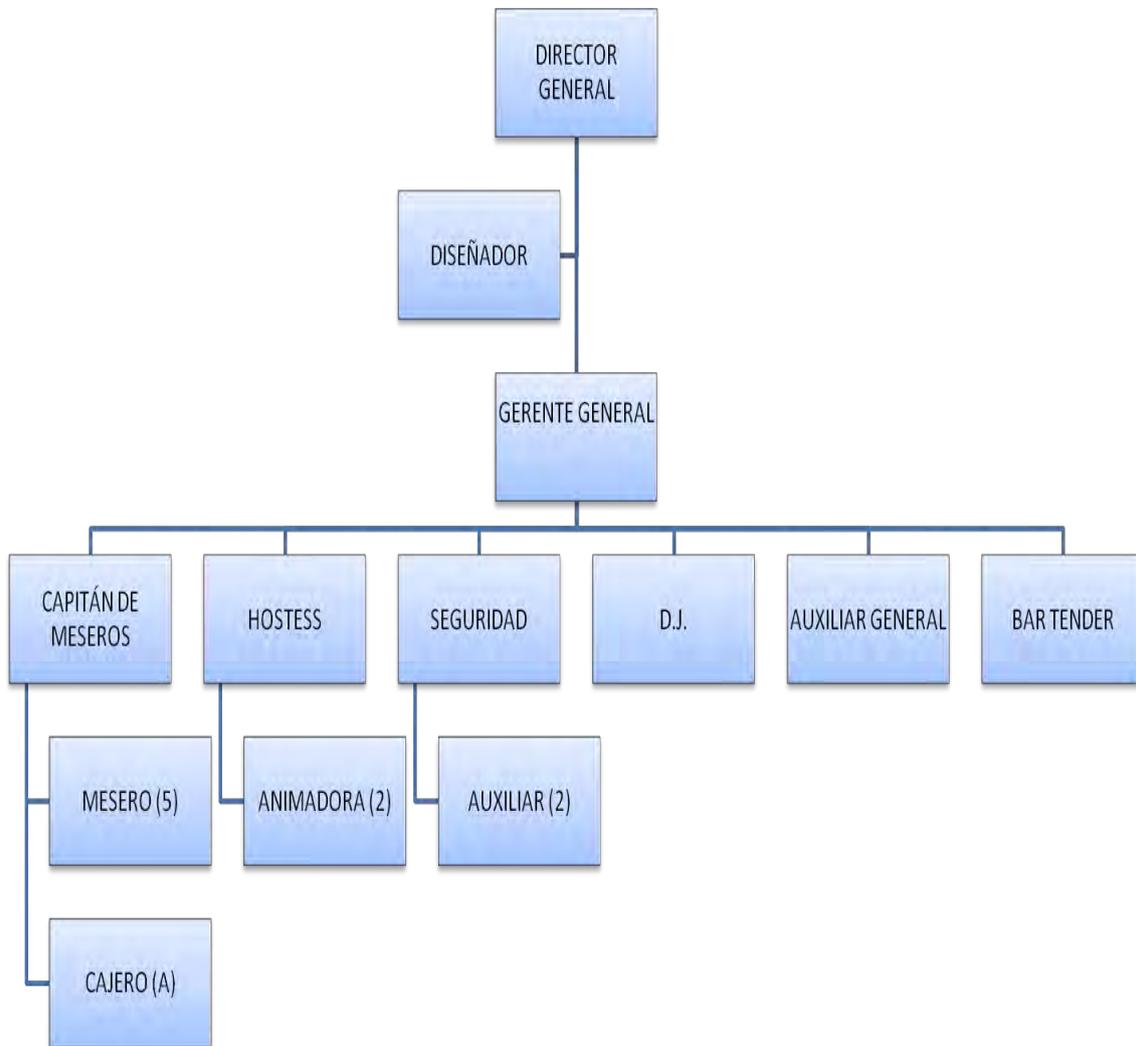
En cuanto a los utensilios de barra, puesto que solo se contará con una, se requiere material para el uso de una sola persona.

Referente a la cristalería, se vuelve a tomar en cuenta el cupo con el que se contará. Con la variante de que en este punto no se solicitan 400 piezas de cada tipo de cristalería ya que, se toman en cuenta factores como la cantidad de coctelería que se manejará en el lugar y el consumo de ésta.

TIPO DE MANTENIMIENTO

El mantenimiento de este proyecto consiste básicamente en desmontar el equipo de sonido y llevarlo a un especialista para que le realice una limpieza rápida, haciendo esto cada mes.

ORGANIGRAMA



DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

Director general:

- Abastecimiento del producto y utensilios necesarios (compras)
- Cotizaciones de productos y equipo

- Coordinación y supervisión del trabajo del diseñador
- Autorizaciones para modificaciones del lugar, contrataciones de personal, permisos especiales y promociones
- Coordinación de las relaciones públicas del lugar
- Investigación de la competencia

Gerente general:

- Supervisión y coordinación del personal a su cargo
- Mantener una buena imagen por medio de las relaciones publicas
- Distribución de publicidad
- Reclutamiento y selección del personal necesario
- Verificar los faltantes de productos y utensilios
- Reporta al director general

Capitán de meseros:

- Supervisión y coordinación de meseros
- Tomar la primer orden del cliente
- Proporcionar información sobre bebidas y productos del lugar
- Proporcionar una sugerencia de consumo al cliente
- Reporta al gerente general

Mesero:

- Tomar la orden al cliente y entregarla

- Mantener abastecido al cliente de insumos como servilletas, ceniceros, refresco, etc.
- Cobrar las cuentas de los clientes
- Limpieza de su área de trabajo
- Reporta al capitán de meseros

Cajero (a):

- Realizar los formatos de comanda de los meseros
- Realizar el cobro de las cuentas a los meseros
- Elaborar facturas, en caso de que el cliente la solicite
- Reporta al gerente general

Hostess:

- Dar la bienvenida a los clientes
- Asignar mesa a los clientes
- Supervisar y coordinar a las animadoras
- Llevar relación de las reservaciones del día
- Reporta al gerente general

Animadora:

- Mantener un ambiente llamativo para el cliente en el lugar
- Reporta a Hostess

Jefe de seguridad:

- Coordinar y supervisar a los auxiliares
- Mantener el orden dentro y fuera del lugar
- Revisar a los clientes que están por entrar
- Colocar sobrante de bebida del cliente al salir en un vaso desechable
- Desalojar clientes
- Reporta al gerente general

Auxiliar de seguridad:

- Mantener el orden dentro o fuera del lugar, según sea donde se encuentre
- Revisión de clientes
- Desalojo de clientes
- Apoyo para colocación de bebidas
- Reporta al jefe de seguridad

D.J.:

- Colocar música adecuada al tipo de ambiente predominante en el lugar
- Anunciar las promociones del día por medio de las pantallas
- Mantenimiento del equipo de audio e iluminación
- En eventos especiales, funge como animador
- Reporta al gerente general

Auxiliar general:

- Limpieza de baños
- Recolección de cristalería sucia de las mesas y producto sobrante
- Apoyo al personal en general
- Lavado de cristalería
- Reporta al gerente general

Bar Tender:

- Preparar y servir las bebidas solicitadas por el mesero
- Atención a meseros
- Reportar faltantes de producto
- Limpieza de la barra
- Atención personalizada a clientes distinguidos
- Inventario del producto de bodega
- Reporta al gerente general

En este estudio técnico se puede observar tanto la cantidad de personal que se requiere para la operación, como la cantidad de equipo y mobiliario necesario.

Se determinó la localización óptima del lugar por medio del método de localización por puntos ponderados, arrojando éste que la mejor localización es la Zona Rosa de la ciudad. Así como el cupo del lugar será de 400 personas, obteniendo este cupo máximo solo en lagunas ocasiones.

DEPRECIACIÓN ACTIVO CIRCULANTE								
CONCEPTO	VALOR	%	1	2	3	4	5	VR/VS
Equipo de cómputo	\$18,000.00	10%	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$1,800.00	\$9,000.00
Caja Registradora	\$ 7,000.00	10%	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 3,500.00
Mobiliario								
Mesas	\$60,000.00	10%	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$6,000.00	\$30,000.00
Sillas	\$73,600.00	10%	\$7,360.00	\$7,360.00	\$7,360.00	\$7,360.00	\$7,360.00	\$36,800.00
Salas	\$32,000.00	10%	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$3,200.00	\$16,000.00
Barra	\$30,000.00	10%	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$3,000.00	\$15,000.00
Equipo de Audio								
Pantallas	\$36,000.00	10%	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$18,000.00
Amplificadores	\$53,000.00	10%	\$5,300.00	\$5,300.00	\$5,300.00	\$5,300.00	\$5,300.00	\$26,500.00
Tornamesas	\$29,000.00	10%	\$2,900.00	\$2,900.00	\$2,900.00	\$2,900.00	\$2,900.00	\$14,500.00
Bocinas	\$ 69,000.00	10%	\$6,900.00	\$6,900.00	\$6,900.00	\$6,900.00	\$6,900.00	\$34,500.00
Mezcladora DJ	\$11,200.00	10%	\$1,120.00	\$1,120.00	\$1,120.00	\$1,120.00	\$1,120.00	\$ 5,600.00
TOTAL	\$ 418,800.00							

FUENTE:
ELABORACIÓN PROPIA

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Puesto	Sueldo Diario	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Gerente			
General	\$ 384.40	\$ 11,685.76	\$ 140,229.12
Contador	\$ 248.00	\$ 7,539.20	\$ 90,470.40
Diseñador	\$ 186.00	\$ 5,654.40	\$ 67,852.80
Total		\$ 24,879.36	\$ 298,552.32

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GASTOS DE VENTAS

Puesto	Sueldo		
	Diario	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Capitán Meseros	\$ 186.00	\$ 5,654.40	\$ 67,852.80
Mesero	\$ 744.00	\$ 22,617.60	\$ 271,411.20

Cajero	\$	161.20	\$	4,900.48	\$	58,805.76
Hostess	\$	161.20	\$	4,900.48	\$	58,805.76
Animadora	\$	322.40	\$	9,800.96	\$	117,611.52
Seguridad	\$	223.20	\$	6,785.20	\$	81,423.36
Auxiliar Seguridad	\$	396.80	\$	12,062.72	\$	144,752.64
D. J.	\$	372.00	\$	11,308.80	\$	138,705.60
Auxiliar General	\$	297.60	\$	9,047.04	\$	108,564.48
Bar Tender	\$	186.00	\$	5,654.40	\$	67,852.80
Total			\$	33,172.48	\$	398,069.76

OTROS

Concepto	Importe	
	Mensual	Anual
Sueldos	\$ 33,172.48	\$ 398,069.76
Publicidad	\$ 1,800.00	\$ 21,600.00
Mantenimiento equipo	\$ 3,500.00	\$ 42,000.00

Total	\$	38,472.48	\$ 461,669.76
-------	----	-----------	---------------

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

	\$1'038,800.00
	<hr/> <hr/>
PASIVO	
PASIVO A CORTO PLAZO	
	\$ -
Total pasivo a corto plazo	<hr/> \$ -
	<hr/>
PASIVO A LARGO PLAZO	
PRESTAMO BANCARIO	\$ -
Total pasivo a largo plazo	<hr/> \$ -
SUMA PASIVO	<hr/> \$ - <hr/> <hr/>
CAPITAL	
Capital contable	\$ -
Capital social	\$1'038,800.00
Total capital	<hr/> \$1'038,800.00
SUMA PASIVO MÁS CAPITAL	<hr/> \$1'038,800.00 <hr/> <hr/>

FLUJO DE EFECTIVO

	1	2	3	4	5
SALDO INICIAL	\$ -	\$1,302,815.92	\$1,993,552.28	\$2,448,284.62	\$2,930,022.51
ENTRADAS					
VENTAS DE CONTADO	\$3,204,340.00	\$3,242,033.15	\$3,280,270.78	\$3,319,061.37	\$3,358,413.56
APORTES CAPITAL	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PRÉSTAMOS BANCARIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
OTROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE ENTRADAS	\$3,204,340.00	\$4,544,849.07	\$5,273,823.05	\$5,767,345.99	\$6,288,436.07
SALDO DISPONIBLE					
SALIDAS					
COMPRAS DE CONTADO	\$ 180,000.00	\$ 198,000.00	\$ 217,800.00	\$ 239,580.00	\$ 263,538.00
COMPRAS DE 12 MESES		\$ 195,410.00	\$ -	\$ -	\$ -
COMPRAS DE 24 MESES	\$ -		\$ 195,410.00	\$ -	\$ -
GASTOS DE VENTA	\$ 461,669.76	\$ 482,444.90	\$ 504,154.92	\$ 526,841.89	\$ 550,549.78
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 298,552.32	\$ 311,987.17	\$ 326,026.60	\$ 340,697.74	\$ 356,029.19
GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

PAGO PRÉSTAMO	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-
IMPUESTOS	\$	\$	\$	\$	\$
	961,302.00	1,363,454.72	1,582,146.92	1,730,203.80	1,886,530.82
PAGO INTERESES	\$	\$	\$	\$	\$
	-	-	-	-	-
TOTAL SALIDAS	\$	\$	\$	\$	\$
	1,901,524.08	2,551,296.79	2,825,538.43	2,837,323.48	3,056,647.79
SALDO FINAL	\$	\$	\$	\$	\$
	1,302,815.92	1,993,552.28	2,448,284.62	2,930,022.51	3,231,788.28

INGRID JIMÉNEZ MARÍN
ESTADO DE RESULTADOS

	1	2	3	4	5
Ventas netas	\$3,204,340.00	\$3,242,033.15	\$3,280,270.78	\$3,319,061.37	\$3,358,413.56
Costo de ventas	\$2,082,821.00	\$2,082,821.00	\$2,132,176.01	\$2,157,389.59	\$2,182,968.81
Utilidad Bruta	\$1,121,519.00	\$1,159,212.15	\$1,148,094.77	\$1,161,671.48	\$1,175,444.75
Gastos					
Gastos de Venta	\$ 461,669.76	\$ 482,444.90	\$ 504,154.92	\$ 526,841.89	\$ 550,549.78
Gastos de administración	\$ 298,552.32	\$ 311,987.17	\$ 326,026.60	\$ 340,697.74	\$ 356,029.19
Gastos financieros	\$ -				
Utilidad de operación	\$ 361,296.92	\$ 364,780.08	\$ 317,913.26	\$ 294,131.80	\$ 268,865.77
Otros gastos/ productos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de impuestos	\$ 361,296.92	\$ 364,780.08	\$ 317,913.26	\$ 294,131.80	\$ 268,865.77
Impuestos	\$ 108,389.08	\$ 109,434.02	\$ 95,373.98	\$ 88,239.54	\$ 80,659.73
Utilidad del ejercicio	\$ 252,907.84	\$ 255,346.05	\$ 222,539.28	\$ 205,892.26	\$ 188,206.04

TPR

AÑO	UTILIDADES PROYECTADAS	INVERSIÓN INICIAL	TPR
1	\$ 252,907.84	\$1,038,800.00	0.2435
2	\$ 256,346.05	\$1,038,800.00	0.2458
3	\$ 222,539.28	\$1,038,800.00	0.2142
4	\$ 205,892.26	\$1,038,800.00	0.1982
5	\$ 188,206.04	\$1,038,800.00	0.1812
			0.7035
			14.07%

PRI

AÑO	UTILIDADES PROYECTADAS	INVERSIÓN INICIAL	PRI
1	\$ 1,038,800.00	\$ 252,907.84	4.1074
2	\$ 1,038,800.00	\$ 256,346.05	4.0682
3	\$ 1,038,800.00	\$ 222,539.28	4.6679
4	\$ 1,038,800.00	\$ 205,892.26	5.0454
5	\$ 1,038,800.00	\$ 188,206.04	5.5195
			12.8436
			2.57

CONCLUSIÓN

Dentro de este proyecto pudimos analizar dos partes: teórica y práctica. En su parte teórica (primera parte) pudimos conocer a la empresa, sus elementos y aspectos, así como la administración y el análisis financiero necesario para los proyectos de inversión.

En esta primera parte también observamos un poco de alimentos y bebidas lo cual es el tema central de nuestro establecimiento.

Al realizar la parte práctica se elaboraron una serie de estudios y presupuestos, dentro de estos en el estudio de mercado observamos que las personas realmente tienen la necesidad de innovación en los video bares, innovación no solo en los productos, sino en promociones ofrecidas por estos, en la música, en los días de atención, entre otros.

Conjuntamente con estas innovaciones se observó el notable estancamiento de los actuales establecimientos, el cual nos lleva a concluir que en realidad si se requiere de un video bar nuevo en la ciudad o en dado caso innovaciones en los lugares establecidos en la actualidad.

Actualmente la ciudad cuenta con aproximadamente diez lugares de este tipo, contando ellos con una amplia diversidad en su ambiente y bebidas ofrecidas al público. En este proyecto se mencionan los pioneros del ramo solamente.

Por otro lado en cuanto a la factibilidad de este proyecto se puede mencionar que aunque no se abundó mucho el tema de las cuestiones legales necesarias, estas no parecen ser un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.

En cuanto a la viabilidad, en la serie de presupuestos observamos que la inversión debe ser grande y que esta puede recuperarse en un mediano plazo, la cual nos deja concluir que esto es viable si se tiene un adecuado manejo del recurso económico.

En cuestión del impacto que pueda causar este proyecto en los inversionistas, concluimos que puede ser bastante llamativo para una persona que ya cuente con un video bar, ya que le será útil como referencia para realizar innovaciones importantes en su establecimiento.

Para un inversionista que no cuenta con un video bar le será útil como base para iniciar su propio negocio.

En conclusión podemos decir que este proyecto cuenta con la viabilidad, factibilidad y aceptación de la población.

BIBLIOGRAFÍA

ANDRADE, Simón. Diccionario de economía. 3ª ed. Editorial Andrade.2009.

HERNÁNDEZ Hernández, Abraham y Hernández Villalobos, Abraham. Formulación y evaluación de proyectos de inversión para principiantes. Ecafsa. 4ª Ed. México. 2003.

KANASHIRO Castañeda, Jorge Arturo. Cocteles. Lexus editores. 1ª ed. España. 2009

REYES Ponce, Agustín. Administración moderna. Limusa. México. 1988.

RODRÍGUEZ Valencia, Joaquín. Cómo administrar pequeñas y medianas empresas. Ecafsa. México. 1999

ROMERO, Ricardo. Marketing. Editora palmir E.I.R.L.

TORRE, Francisco de la. Administración hotelera 2: alimentos y bebidas. Trillas. 3ª ed. México. 2006.

INTERNET

es.wikipedia.org/wiki/Bebida#Bebidas_alcoh.C3.B3licas

es.wikipedia.org/wiki/Cultura_organizacional

es.wikipedia.org/wiki/Organigrama

jcbartender.blogspot.com/2007/06/introduccion.html

www.monografias.com/trabajos/administracion/administracion.shtml

www.monografias.com/trabajos14/fases-proceso/fases-proceso.shtml

www.monografias.com/trabajos21/clasificacion-empresas/clasificacion-empresas.shtml

www.rae.es Diccionario de la lengua española de la real academia española

www.restaurantesdemexico.com.mx/287/Reportaje_Karaokes_Y_Video_Bares.html#

www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm