



**INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL  
“ESCUELA SUPERIOR DE TURISMO”**



**SEMINARIO  
DESARROLLO DE EMPRENDEDORES HACIA NUEVOS MODELOS DE  
NEGOCIOS TURÍSTICOS  
VIGENCIA: DES/EST-2015/015/03/17**

**BAR AL CHILE...**



**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADOS EN TURISMO  
PRESENTAN:**

**GALICIA MARTÍNEZ MARIO EDUARDO.  
MEZA ESPINOSA RENÉ ARTURO.**

**LIC. FERNANDO SOTO MARTÍNEZ.  
DIRECTOR DE SEMINARIO**

**Del 04 de febrero al 19 de agosto de 2017.**

## INDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
I. PERFIL DE LA EMPRESA.....	5
1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.....	5
2. MISIÓN.....	5
3. VISIÓN.....	5
4. PROPÓSITO.....	5
5. OBJETIVOS.....	6
6. ESTRATEGIAS.....	6
7. LOCALIZACIÓN.....	7
8. RADIO DE INFLUENCIA.....	8
II. ESTUDIO DE MERCADO.....	9
1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	9
1.1 DEMANDA POTENCIAL.....	13
1.2 DEMANDA OBJETIVO.....	14
1.3 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	15
2. VENTAJAS COMPETITIVAS.....	16
III. ESTUDIO TÉCNICO.....	17
1. DINAMISMO ECONÓMICO DEL ÁREA.....	17
2. VENTAJAS ECONÓMICAS ESPECIALES.....	18
3. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.....	18
4. DIMENSIONAMIENTOS.....	19
5. DISEÑO.....	19
6. CALENDARIZACIÓN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.....	21
IV. ESTUDIO FINANCIERO.....	22
1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	22
2. PRONOSTICO DE INGRESOS.....	23
3. PRONOSTICO DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES.....	25
4. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA.....	26
V. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	27
1. VALOR PRESENTE NETO.....	27

2.	TASA INTERNA DE RENDIMIENTO .....	27
VI.	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	29
1.	DESCRIPCIÓN DE CARGOS. ....	29
	CONCLUSIONES. ....	32
	REFERENCIAS. ....	33
	ANEXOS.....	34
	ANEXO 1. Descripción de la Zona Rosa.....	34
	ANEXO 1.1 Descripción de Denominación de Origen.....	35
	ANEXO 2.- Respuestas de encuestas. ....	36
	ANEXO 3. Permisos legales para establecimientos de bebidas.....	39
	ANEXO 4.- Presupuesto de inversión. ....	40
	Anexo 4.1 Instalaciones especiales .....	41
	ANEXO 5. Blancos y cristalería.....	45
	ANEXO 6.- Estudio de Mercado. ....	47
	ANEXO 7.- Control de costos y gastos operacionales.....	48
	ANEXO 8.- Sueldos y Salarios.....	48
	ANEXO 9.- Valor de Cetes. ....	49
	ANEXO 10.- Recetario Internacional.....	50
	ANEXO 11.- Recetario Nacional. ....	53
	ANEXO 12.- Carta de Establecimiento. ....	61
	ANEXO 13.- Manual de procesos y procedimientos administrativos.....	62

## INTRODUCCIÓN.

El proyecto de inversión **AL CHILE...** surge dada a la alta cantidad de personas de nivel socioeconómico medio – medio alto que frecuentan la Zona Rosa de la Ciudad de México en busca de pasar un momento agradable en los bares y antros que oferta la zona.

Al observar la alta demanda de bares y antros en la ciudad, **AL CHILE...** Es un bar temático prometedor que busca la satisfacción y superación de las expectativas de sus clientes ofreciendo una amplia gama de productos endémicos del país sin descartar la coctelería tradicional, con un concepto Urbano – innovador, **AL CHILE...** busca rescatar las raíces mexicanas de la coctelería clásica y bebidas ancestrales.

Al introducir al mercado productos con denominación de Origen como lo son el tequila, la charanda, el sotol, el bacanora y mezcal, estamos convencidos que serán indicadores esenciales para diferenciarnos de la competencia. A su vez **AL CHILE...** ofrecerá una variedad de botanas típicas de las regiones del país como son chapulines, Acociles y semillas varias.

Nos posicionaremos en la industria del entretenimiento con estrategias dirigidas al precio, calidad del servicio, cartera de productos y sobre todo por el concepto Innovador.

El análisis de este proyecto se compone de 3 estudios fundamentales, estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero; los resultados obtenidos de estos nos llevan a demostrar la rentabilidad y factibilidad de dicho proyecto.

## I. PERFIL DE LA EMPRESA.

### 1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO.

AL CHILE... Es un bar temático prometedor que ofrece una amplia gama de coctelería de origen nacional e internacional, ofreciendo también bebidas con denominación de Origen y cervezas artesanales mexicanas generando un valor agregado y diferencial de la competencia en la Zona Rosa de la ciudad de México.

Con un concepto Urbano – innovador, AL CHILE... busca rescatar las raíces mexicanas de la coctelería clásica y bebidas ancestrales sin descartar las preferencias de nuestros clientes potenciales.

Logrando en conjunto penetrar en el mercado y motivar a consumir productos endémicos de México.

### 2. MISIÓN.

Somos un bar temático que busca la satisfacción de nuestros clientes ofreciendo una amplia gama de productos nacionales e internacionales en un ambiente confortable dentro de la Zona Rosa de la ciudad de México.

### 3. VISIÓN.

Ser reconocidos por nuestros clientes potenciales como un bar temático innovador y poder crear franquicias en lugares con gran concurrencia por jóvenes en la Ciudad de México en un plazo de 5 años

### 4. PROPÓSITO.

AL CHILE... Es motivar el consumo de bebidas con Denominación de Origen.

Véase en la **TABLA 1.0** “OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS”.

**TABLA 1.0 “OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS”.**

5. OBJETIVOS	6. ESTRATEGIAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• OFRECER UN SERVICIO DE CALIDAD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar encuestas de satisfacción a nuestros clientes para realizar estadísticas de nuestros productos y servicios.</li> <li>• Capacitaciones a nuestros empleados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• POSICIONARNOS COMO UNA EMPRESA COMPETITIVA EN PRECIOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar promociones dentro del establecimiento y descuentos a seguidores de nuestras redes sociales.</li> <li>• Buscar nuevos proveedores.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• DIFERENCIARNOS DE LA COMPETENCIA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con nuestra amplia gama de coctelería y cervezas artesanales nacionales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ATRAER CLIENTES NUEVOS Y POTENCIALES.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con el concepto urbano – innovador y las adaptaciones arquitectónicas al establecimiento.</li> <li>• Uso de TICS</li> <li>• Uso del marketing kit</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• OFRECER EXPERIENCIAS ÚNICAS DIFERENTES A LA COMPETENCIA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovando en el audio, iluminación, espacio y diseño.</li> <li>• Promociones para clientes frecuentes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• APERTURAR NUEVAS SUCURSALES EN LUGARES DE GRAN AFLUENCIA DENTRO DE LA CIUDAD DE MÉXICO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inversión de capital, estudios de mercado, buscar socios y financiamientos, vender acciones y/o franquicias.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• DAR VALOR AGREGADO AL CONCEPTO Y DÍAS TEMÁTICOS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Añadir shows temáticos.</li> <li>• Concursos de bandas de rock, djs, etc.</li> <li>• Implementar Happy Hour, en días con poca afluencia en bebidas con denominación de origen.</li> <li>• Catas de cerveza artesanal.</li> </ul>

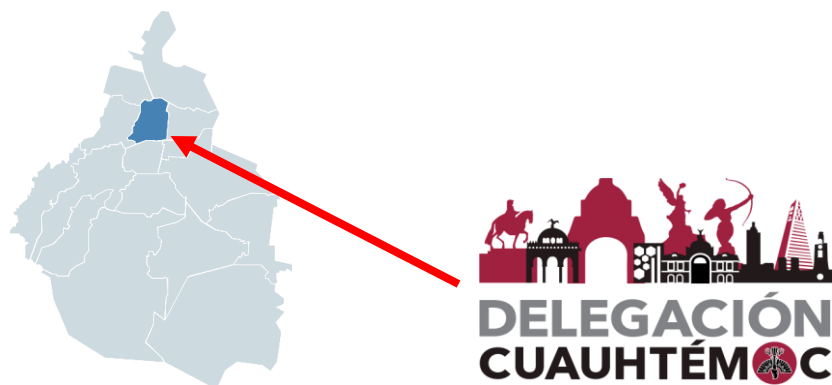
**Fuente:** Investigación Directa.

## 7. LOCALIZACIÓN.

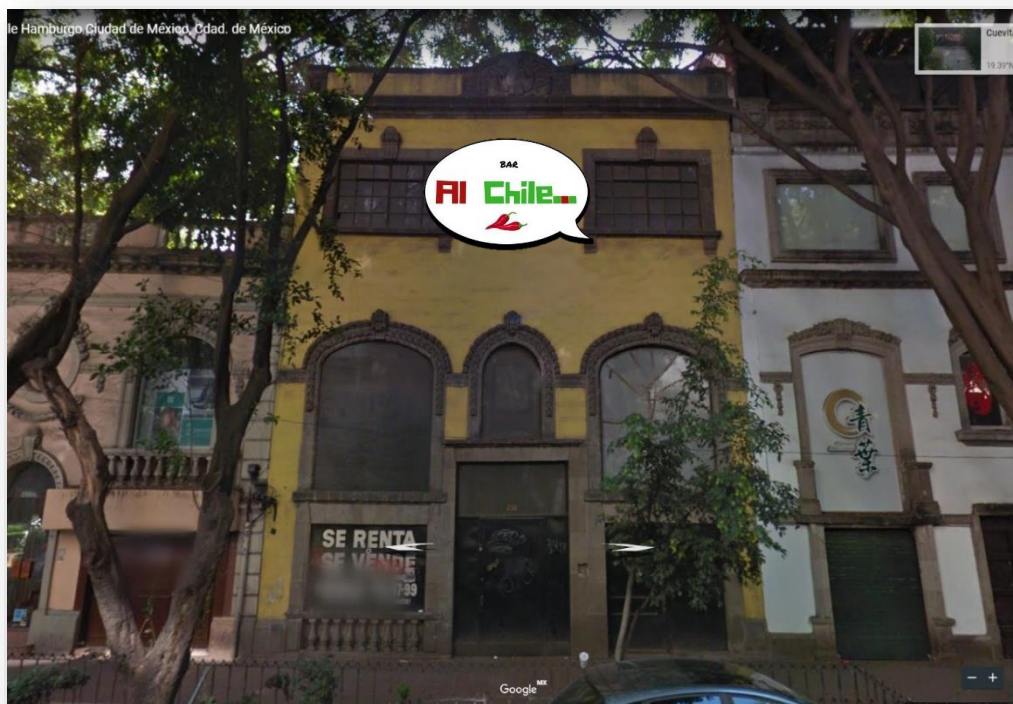
AL CHILE... se localiza en el corazón de la Zona Rosa de la Ciudad de México ubicado en Calle Hamburgo 140, colonia Juárez, delegación Cuauhtémoc, CP. 06600, D.F.

Véase en las FIGURAS 1.0 "LOCALIZACIÓN". Y 1.1. "LOCAL FÍSICO".

**FIGURA 1.0 "LOCALIZACIÓN".**



**FIGURA 1.1 "LOCAL FÍSICO".**





## 8. RADIO DE INFLUENCIA.

El radio de influencia lo calculamos de la siguiente manera:

- Tiempo dedicado (como cliente potencial) para arribar al lugar aproximado 40 min
- La velocidad que recorro 18 Km/ hr

Véase en la FIGURA 2.0 “RADIO DE INFLUENCIA”.

**FIGURA 2.0 “RADIO DE INFLUENCIA”.**





## II. ESTUDIO DE MERCADO.

El presente estudio tiene como objetivo dar a conocer en conjunto con las variables e indicadores aplicados, la cantidad de consumidores potenciales y objetivo que tendremos, las preferencias de nuestros clientes en cuanto a lo que buscan de un antro – bar, brinda información sobre nuestros competidores directos e indirectos, así mismo ofrece la posibilidad de hacer proyecciones que nos permitan estimar si nuestro proyecto es viable para desarrollarse a corto plazo.

### 1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

#### **RADIO DE INFLUENCIA**

El Análisis de la demanda para AL CHILE... fue realizado según el radio de influencia que es de 12 Km aproximado y este abarca 8 delegaciones las cuales son: Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo, Gustavo A. Madero, Azcapotzalco, Venustiano Carranza, Benito Juárez, Iztacalco y Álvaro Obregón.

#### **VARIABLES DEL RADIO DE INFLUENCIA SEGÚN INEGI:**

Población total CDMX: **8, 851,080 personas.**

Población total de las 8 delegaciones (radio de influencia): **4, 568,315 personas.**

Porcentaje de población de 18 a 30 años (radio de influencia): **26.6%**

Total de personas (radio de influencia) por el % de población: **1, 215,172 personas.**

FUENTE: INEGI (DENUE)

#### **ENCUESTA**

**Total de encuestados: 120 personas**

**Hombres encuestados: 57**

**Mujeres encuestadas: 63**

**Rango de edades: 18 – 30 años.**

Véase los resultados en la TABLA 2.0 “ENCUESTA PARA ESTUDIO DE MERCADO”.

**TABLA 2.0 “ENCUESTA PARA ESTUDIO DE MERCADO”.**

PREGUNTA	RESPUESTAS	
1. ¿CON QUE FRECUENCIA ASISTES A UN ANTRO – BAR DE TU PREFERENCIA AL MES?	<b>0 a 1 vez</b> <b>2 a 4 veces</b> <b>4 o más veces</b>	
1. ¿CUANTO GASTAS APROXIMADAMENTE DE CONSUMO EN ESTOS ESTABLECIMIENTOS EN TU VISITA?	\$ 0.00 a \$ 100.00 \$ 101.00 a \$ 200.00 \$ 201.00 a \$500.00 \$ 501.00 a Más	
2. ¿QUE FACTORES SON IMPORTANTES PARA QUE PERMANEZCAS EN UN ANTRO – BAR?	<b>Ambiente</b> <b>Música (que tipo)</b> <b>Precios en los productos</b> <b>Preferencia al lugar</b> <b>La zona</b> <b>Promociones</b> <b>Otra (especificar)</b>	
3. ¿CUANTO TIEMPO PERMANECES APROXIMADAMENTE EN EL ESTABLECIMIENTO?	0 a 1 hora. 1 hora a 3 horas. 3 a 6 horas. Más de 6 horas.	
4. ¿REGULARMENTE CON QUIEN ASISTES A ESTOS ESTABLECIMIENTOS?	<b>Amigos.</b> <b>Pareja.</b> <b>Solo.</b> <b>Otro.</b>	
5. ¿QUE ES LO QUE REGULARMENTE CONSUMES?	Tequila Ron Brandy Whisky Vodka	Coñac Ginebra Otro (especificar) Cerveza
6. ¿HAS CONSUMIDO COCTELERIA DE BEBIDAS CON DENOMINACION DE ORIGEN MEXICANAS? ¿Cuáles?	<b>Si</b> <b>No</b> <b>¿Cuáles?</b>	
7. ¿PROBARIAS COCTELERIA CON BEBIDAS COMO LA CHARANDA, BACANORA, SOTOL, MEZCAL Y TEQUILA?	Si No	
8. ¿CONOCES O HAS IDO A UN BAR TEMATICO QUE OFERTEN PRODUCTOS Y SERVICIOS DIFERENTES A LA COMPETENCIA? ¿Cuál?	<b>Si</b> <b>No</b> <b>¿Cuáles?</b>	

Fuente: Investigación Directa.

Véase en Anexo 1. Resultados de la encuesta desglosado.

Realizamos un análisis del mercado por el método de encuesta en la Zona Rosa de la ciudad de México y los datos arrojaron que la afluencia de personas en estos establecimientos, no solo son de nuestro radio de influencia, si no por ser una zona céntrica de oficinas y conocida por una gran cantidad de personas, provienen de la mayor parte de las delegaciones de la ciudad y del estado de México.

Esto nos indica que existe una alta demanda de establecimientos de bares y antros en la zona y por consecuencia nos ayuda a visualizar el potencial que tendrá AL CHILE...

Véase en la TABLA 2.1 “ESPECTRO DEL CONSUMIDOR Y % DE LOS INDICADORES”.

**TABLA 2.1 “ESPECTRO DEL CONSUMIDOR Y PORCENTAJE DE LOS INDICADORES”.**

ESPECTRO DEL CONSUMIDOR	INDICADORES	PORCENTAJE %
Genero	<b>Femenino</b>	<b>52.5%</b>
	<b>Masculino</b>	<b>47.5%</b>
Edad	<b>Entre 18 y 35 años</b>	<b>63%</b>
Gasto promedio	<b>Entre \$201 - \$500</b>	<b>47.5%</b>
Gustos por la música	<b>Variada</b>	<b>75%</b>
Preferencia de bebidas	<b>Tequila</b>	<b>55%</b>
Gusto por promociones	<b>Si</b>	<b>32.5%</b>
Preferencias del lugar	<b>Si</b>	<b>7.5%</b>
Ubicación	<b>Si</b>	<b>32.5%</b>
Tipo de servicio	<b>Si</b>	<b>7.5%</b>
Consumo de bebidas nacionales	<b>Si</b>	<b>87.5%</b>
Tiempo invertido en los establecimientos	<b>De 3 a 6 horas</b>	<b>60%</b>
Preferencias de asistencia	<b>Amigos</b>	<b>97.5%</b>
Asistencia a bares	<b>2 a 4 veces al mes</b>	<b>50%</b>
Adquiriría el producto	<b>Si</b>	<b>75%</b>
	<b>No</b>	<b>-</b>

**Fuente:** Los datos fueron obtenidos por nuestro cuestionario aplicado y en base al radio de influencia. Total de personas encuestadas 120 equivale el 100%.

## OFERENTES SUSTITUTIVOS

Los datos analizados de los 12 oferentes sustitativos de bares temáticos más cercanos a nuestro establecimiento, arrojaron una oferta estimada de **690,945** personas laborando a la capacidad máxima de cada establecimiento, ya que sabemos que no todos laboramos al 100% los 365 días del año, lo manejamos al 70%.

Véase en la **TABLA 2.2** “OFERENTES SUSTITUTIVOS”.

**TABLA 2.2 “OFERENTES SUSTITUTIVOS”.**

NOMBRE	CATEGORIA	CAPACIDAD	ROTACION (TA/EP)	DEMANDA ANUAL
Bar la Noria Zona Rosa	<b>Temático Mexicano</b>	<b>60 personas</b>	<b>10/3= 3</b>	<b>180*365= 65,700</b>
Bar el bandazo	<b>Temático Mexicano</b>	<b>70 personas</b>	<b>12/3=4</b>	<b>280*365=10,220</b>
El péndulo	<b>Temático mexicano e internacional</b>	<b>35 personas</b>	<b>9/3= 3</b>	<b>105*365=38,325</b>
El almacén	<b>Temático Innovador</b>	<b>45 personas</b>	<b>7/2=3</b>	<b>135*365=49,275</b>
Bar Touch	<b>Temático Gay</b>	<b>55 personas</b>	<b>12/3=4</b>	<b>220*365=80,300</b>
Vaqueros Bar	<b>Temático Mexicano</b>	<b>50 personas</b>	<b>9/4 = 2</b>	<b>100*365=36,500</b>
Kinky Bar	<b>Temático Gay</b>	<b>120 personas</b>	<b>8/4=2</b>	<b>240*365=87,600</b>
A dios le pido	<b>Temático nacional</b>	<b>40 personas</b>	<b>12/4=3</b>	<b>120*365=43,800</b>
London Blue	<b>Temático molecular</b>	<b>70 personas</b>	<b>12/3= 4</b>	<b>280*365=102,200</b>
Boomers Grill y Bar	<b>Temático Rock</b>	<b>45 personas</b>	<b>10/3</b>	<b>135*365=49,275</b>
Cueva de Lobos	<b>Temático Metal</b>	<b>50 personas</b>	<b>12/4=3</b>	<b>150*365=54,750</b>
Nicho Bears & bar	<b>Temático internacional</b>	<b>50 personas</b>	<b>12/3=4</b>	<b>200*365=73,000</b>
<b>TOTAL= 690,945 (trabajando al 100%)</b>				
<b>Fuente:</b> Radio de Influencia e Investigación Directa.				

## BALANCE OFERTA Y DEMANDA

Al realizar el balance entre la oferta y la demanda que existe en los bares temáticos de Zona Rosa, observamos que hay un DEFICIT bastante considerable ya sea con la capacidad máxima de los establecimientos y con el porcentaje adecuado, y podemos deducir que realizar el proyecto resultaría factible.

Véase en la TABLA 2.3 “BALANCE OFERTA Y DEMANDA”.

**TABLA 2.3 “BALANCE OFERTA Y DEMANDA”.**

OFERTA SUSTITUTIVA	DEMANDA POTENCIAL	DEFICIT (-) SUPERAVIT (+)
+ 690,945 (al 100%)	-1, 215,172	<b>-524,227</b>
+ 483,662 (al 70%)	<b>-1,215,172</b>	<b>-731,510</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Directa		

### 1.1 DEMANDA POTENCIAL.

Personas que tienen capacidad económica para adquirir servicio o producto y el deseo de adquirirlo pero que por alguna razón o circunstancia, generalmente porque lo desconozcan, no materializa la compra.

Se realizó conforme a la siguiente fórmula.

**Formula: (Universo del radio de influencia) \* (% gasto promedio)(%gustos por la música)(%bebidas)(%promociones)(%bebidas nacionales)(%tiempo) =D.P.**

**Demanda potencial: (1, 215,172)\*(47.5%)(75%)(55%)(32.5%)(87.5%) (60%)= 40,625**

ESPECTRO DEL CONSUMIDOR	PORCENTAJE %
Gasto promedio	<b>47.5%</b>
Gustos por la música	<b>75%</b>
Preferencia de bebidas	<b>55%</b>
Gusto por promociones	<b>32.5%</b>
Consumo de bebidas nacionales	<b>87.5%</b>
Tiempo invertido en los establecimientos	<b>60%</b>

Fuente: Investigación Directa – tabla 2.1 espectro del consumidor.

## 1.2 DEMANDA OBJETIVO.

**TABLA 3.0 “DEMANDA OBJETIVO”.**

INDICADOR AL CHILE...	RESULTADO
Tiempo de apertura	12 horas
Estancia Promedio	4 horas
Aforo	72 personas
13 mesas para 4 personas = 52 personas	
1 mesa lounge para 8 personas	
1 barra para 12 personas	
% de ocupación	70%
<b>Fuente:</b> Datos obtenidos del cuestionario aplicado	

$$\text{Rotación} = \frac{12 \text{ horas}}{4 \text{ horas}} = 3$$

FORMULA: **Capacidad máxima del negocio= (aforo)(rotación)(365 días)**

$$\text{Capacidad Máxima del negocio} = (72 \text{ personas})(3 \text{ horas})(365 \text{ días}) = \mathbf{78,840}$$

Este resultado surge si el bar estuviera operando al 100% diario, pero comparados con la competencia, tenemos que asignar un porcentaje de ocupación.

Demanda objetivo:

Formula: D.O. = (capacidad máxima)\*(porcentaje de ocupación)

% demanda objetivo= demanda objetivo/ radio de influencia = %

$$\text{Demanda Objetivo} = (78,840)(70\% \text{ ocupación}) = \mathbf{55,188}$$

$$\text{Demanda Objetivo} = \frac{55,188 \text{ Capacidad máxima}}{1,215,172 \text{ personas}} = \mathbf{5\%}$$

Véase en la **TABLA 3.0 “DEMANDA OBJETIVO”.**

### 1.3 PERFIL DEL CONSUMIDOR.

**TABLA 4.0 “PERFIL DEL CONSUMIDOR”.**

PERFIL DEL CONSUMIDOR	VARIABLES
<b>Socioeconómicos.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Edad de 18 a 30 años.</li> <li>- Nivel económico: Media, media-alta, alta.</li> <li>- Estado civil: No aplica.</li> <li>- Sexo: Ambos.</li> <li>- Religión: No aplica.</li> <li>- Preferencias sexuales: No aplica.</li> </ul>
<b>Geográficos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas que vivan en la Ciudad de México.</li> <li>- Turistas nacionales.</li> <li>- Turistas internacionales.</li> </ul>
<b>Motivacionales:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas que quieran distraerse en establecimientos de bebidas</li> <li>- Convivir con amigos</li> <li>- After office</li> </ul>
<b>Gustos y Preferencias:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas que les agrada el ambiente de antro – bar</li> <li>- Preferencia por la música de antro</li> <li>- Gusto por la coctelería nacional e internacional.</li> <li>- Preferencia por las promociones</li> <li>- Gusto por el baile</li> <li>- Gusto por probar nuevos cocteles</li> <li>- Estilo del lugar</li> <li>- Promociones y descuentos</li> </ul>
<b>Personalidad:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudiantes.</li> <li>- Trabajadores y profesionistas.</li> <li>- Consumidores tradicionales.</li> </ul>
<b>Fuente:</b> Investigación Directa.	



## 2. VENTAJAS COMPETITIVAS.

**TABLA 5.0 “VENTAJAS COMPETITIVAS”.**

VENTAJAS COMPETITIVAS
Manejamos una amplia gama de coctelería nacional e internacional
Ofrecemos coctelería con bebidas que tienen denominación de origen mexicano, como lo son la charanda, el sotol, el Bacanora, el tequila y mezcal.
Catas de cervezas artesanales
Contamos con instalaciones innovadoras, creando así un entorno diferente a lo tradicional mexicano.
Ofrecemos botanas de origen mexicano como lo son, los chapulines, escamoles, semillas secas, para degustar con las bebidas nacionales.
Contamos con personal capacitado para atender a nuestros clientes nacionales e internacionales.
Nuestra localización es estratégica ya que la Zona Rosa es altamente concurrida por turistas nacionales e internacionales.
Captar clientes potenciales por preferencia al establecimiento y por las promociones que manejaremos.
El ambiente generado por el tipo de música e iluminación
El marketing digital que se implementará.
<b>Fuente:</b> Investigación Directa.



### III. ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico dentro del proyecto de inversión tiene como finalidad principal, demostrar la viabilidad técnica a través de la valoración económica de las variables del proyecto.

Es una evaluación general de los recursos necesarios para llevar a cabo nuestro establecimiento y aporta información para el estudio económico y financiero.

#### 1. DINAMISMO ECONÓMICO DEL ÁREA.

El radio de influencia para el proyecto AL CHILE... abarca no en su totalidad 8 de las 16 delegaciones que hay en la ciudad de México.

- Delegación Cuauhtémoc
- Delegación Miguel Hidalgo
- Delegación Gustavo A. Madero
- Delegación Azcapotzalco
- Delegación Venustiano Carranza
- Delegación Benito Juárez
- Delegación Iztacalco
- Delegación Álvaro Obregón

La Zona Rosa se localiza en la delegación Cuauhtémoc, misma que se caracteriza por ser el centro y corazón de la Ciudad de México.

Esta Delegación abarca gran parte del Centro Histórico de la Ciudad de México y las construcciones que se encuentran en la colonia son de gran antigüedad con un tiempo de vida de hasta 500 años o más.

La mezcla de vínculos entre las actividades mercantiles, instituciones públicas, privadas, culturales y sociales, han hecho posible que la Delegación Cuauhtémoc sea una de las principales economías de la ciudad, aporte el 4.6% del Producto Interno Bruto Neto, concentre el 36% de equipamiento y el 40% de la infraestructura cultural de todo el D.F

Las actividades económicas principales de esta Delegación son el Turismo cultural y el comercio.

## 2. VENTAJAS ECONÓMICAS ESPECIALES.

**TABLA 6.0 “VENTAJAS ECONÓMICAS ESPECIALES”.**

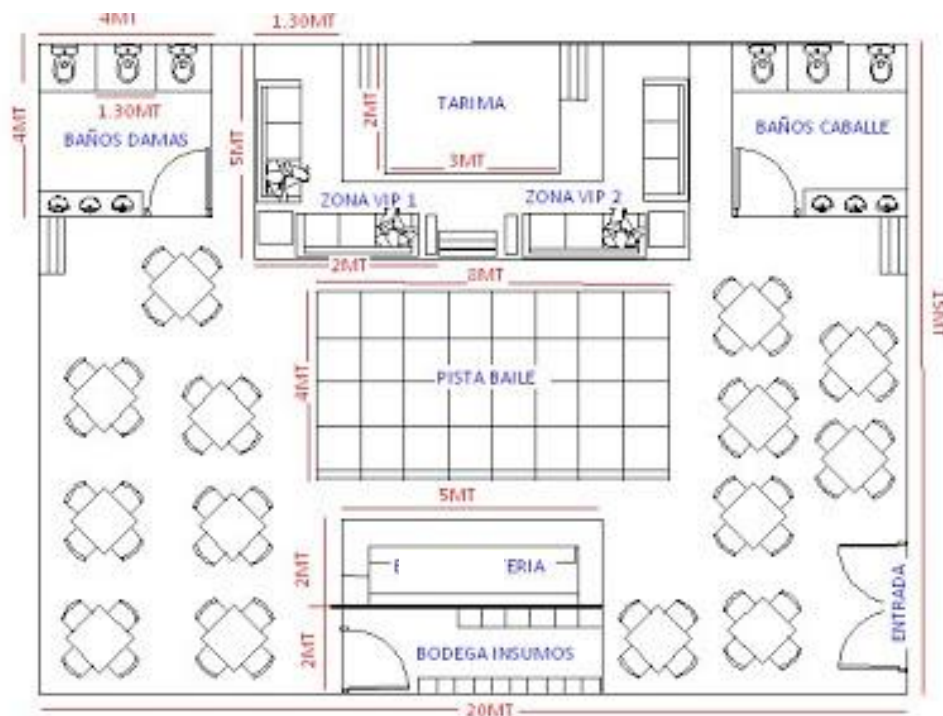
VENTAJAS ECONÓMICAS
Zona de oficinas y empresas de alto nombre.
Zona Hotelera y visitada por turistas nacionales e internacionales.
Cercanía a Universidades particulares y públicas de la ciudad.
Colonias con un indice socioeconomico medio, medio - alto
<b>Fuente:</b> Investigación Directa.

## 3. PROGRAMA ARQUITECTÓNICO.

Las instalaciones donde nos ubicaremos serán diseñadas acorde a nuestro concepto innovador y moderno.

Véase en la FIGURA 3.0 “PLANO ARQUITECTÓNICO”.

**FIGURA 3.0 “PLANO ARQUITECTÓNICO”.**



**Fuente:** Investigación Directa

#### 4. DIMENSIONAMIENTOS.

AL CHILE... cuenta con una superficie total de 144 m<sup>2</sup>, 8 metros de fachada y 13 metros de fondo. El establecimiento cuenta con 2 niveles, planta baja y primer piso.

Véase a detalle en la TABLA 7.0 “DIMENSIONAMIENTOS”.

**TABLA 7.0 “DIMENSIONAMIENTOS”.**

Área	Medidas	Total del área
Salón planta baja	8 x 7.5 m.	60 m <sup>2</sup>
Barra	1.5 x 3.5 m.	5.25 m <sup>2</sup>
Almacén	4 x 3 m.	12 m <sup>2</sup>
Escaleras	1 x 2.5 m.	2.5 m <sup>2</sup>
Cabina de audio e iluminación	1 x 2.5 m.	2.5 m <sup>2</sup>
Pasillos	1 x 6 m.	6 m <sup>2</sup>
Baños	2 x 4 m.	8 m <sup>2</sup>
Salón primer piso	5 x 8 m	40 m <sup>2</sup>

**Fuente:** Programa Arquitectónico.

#### 5. DISEÑO.

Queremos ser innovadores y modernos para atraer a nuestros clientes potenciales.

Véase en la FIGURA 4.0 “DISEÑO DEL LUGAR”.

**FIGURA 4.0 “DISEÑO DEL LUGAR”.**



En los sanitarios plasmaremos murales de arte urbano.

Véase en las FIGURAS 4.1 “DISEÑO MURALES” Y 4.2 “DISEÑO MURALES”.

FIGURA 4.1 “DISEÑO MURALES”.



FIGURA 4.2 “DISEÑO MURALES”.



Pintura del exterior del establecimiento.

Véase en la FIGURA 4.3 “FACHADA DEL ESTABLECIMIENTO”.

FIGURA 4.3 “FACHADA DEL ESTABLECIMIENTO”.



6. CALENDARIZACIÓN DE INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.

**TABLA 8.0 "ESTRUCTURA ANUAL DE UN CALENDARIO DE INVERSIONES".**

Grupo de Inversión	Concepto	Origen del Capital	Años de Aplicación					Monto Total del Concepto
			1	2	3	4	5	
1	Terreno	No aplica	\$ -	\$ -	\$ -			\$ -
	Adecuaciones	No aplica	\$ -	\$ -	\$ -			\$ -
2	Infraestructurales							
3	Edificaciones	No aplica	\$ -	\$ -	\$ -			\$ -
	Mobiliario, Equipo y decoración	Crédito Banco	\$ 17,800.00					\$ 17,800.00
4	Instalaciones Especiales	Crédito Banco	\$ 30,000.00					\$ 30,000.00
5	Blancos y Cristalería	Aportación Propia	\$ 4,070.00					\$ 4,070.00
6	Grastos Preoperatorios	Aportación Propia	\$ 12,394.19	\$12,394.19	\$12,394.19	\$12,394.19	\$12,394.19	\$ 61,970.95
7	Capital del Trabajo	Crédito Banco	\$ 59,000.00	\$59,000.00	\$59,000.00	\$59,000.00	\$59,000.00	\$ 295,000.00
8	Imprevistos	Aportación Propia	\$ 10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$10,000.00	\$ 50,000.00
<b>Total de Inversión</b>			<b>\$ 133,264.19</b>	<b>\$81,394.19</b>	<b>\$81,394.19</b>	<b>\$81,394.19</b>	<b>\$81,394.19</b>	<b>\$ 458,840.95</b>
<b>% en el Total</b>			<b>29.04%</b>	<b>17.74%</b>	<b>17.74%</b>	<b>17.74%</b>	<b>17.74%</b>	<b>100%</b>

<b>Liberaciones de crédito</b>	\$ 133,264.19	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 133,264.19	<b>29%</b>
<b>Aportaciones propias</b>	\$ -	\$81,394.19	\$81,394.19	\$81,394.19	\$81,394.19	\$81,394.19	\$ 325,576.76	<b>71%</b>

Fuente: Investigación Directa

#### IV. ESTUDIO FINANCIERO.

##### 1. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.

**TABLA 9.0 "PRESUPUESTO DE INVERSION".**

TERRENO		No Aplica
ADECUACIONES INFRAESTRUCTURALES		No Aplica
EDIFICACIONES		No Aplica
MOBILIARIO, EQUIPO Y DECORACION	\$	17,800.00
INSTALACIONES ESPECIALES	\$	30,000.00
BLANCOS Y CRISTALERIA	\$	4,070.00
GASTOS PREOPERATORIOS	\$	12,394.14
CAPITAL DE TRABAJO	\$	59,000.00
IMPREVISTOS	\$	10,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>133,264.19</b>

**Fuente:** Investigación Directa.

Véase en **ANEXO 4**



## 2. PRONOSTICO DE INGRESOS.

**TABLA 9.1 "PRONOSTICO DE INGRESOS BAR AL CHILE..."**

Determinación de ingresos, contemplando el aforo, la rotación del lugar y consumo en el Bar.

Aforo	Estructura Porcentual	Número de Asientos	Aforo vendible al 100% ocupados anualmente	Consumo Promedio	Ingresos Anuales al 100% de ocupación según consumo promedio
Mesas sencillas	72%	156	56,940	\$ 150.00	\$ 8,541,000.00
Mesa Lounge	11%	24	8,760	\$ 250.00	\$ 2,190,000.00
Barra	17%	36	13,140	\$ 100.00	\$ 1,314,000.00
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>216</b>	<b>78,840</b>	-	<b>\$ 12,045,000.00</b>

Fuente: Investigación Directa. Tabla 3.0 "Demanda Objetivo".

Pronostico de ingresos según ocupación promedio del aforo en que se considera rotación y consumo promedio

**TABLA 9.2 "AÑOS DE OPERACIÓN PRONOSTICADA**

Años	0	1	2	3	4	5
% Ocupación Previsto	100%	60%	65%	70%	70%	70%
Ingreso Anual	\$ 12,045,000.00	\$ 7,227,000.00	\$ 7,829,250.00	\$ 8,431,500.00	\$ 8,431,500.00	\$ 8,431,500.00

Fuente: Investigación Directa

**TABLA 9.3 "PRONOSTICO DE INGRESOS GLOBALES".**

<b>Año</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>% Ocupación</b>	<b>60%</b>	<b>65%</b>	<b>70%</b>	<b>70%</b>	<b>70%</b>
20% Alimentos	\$ 1,445,400.00	\$ 1,565,850.00	\$ 1,686,300.00	\$ 1,686,300.00	\$ 1,686,300.00
68% Bebidas	\$ 4,914,360.00	\$ 5,323,890.00	\$ 5,733,420.00	\$ 5,733,420.00	\$ 5,733,420.00
10% Otros Servicios	\$ 722,700.00	\$ 782,925.00	\$ 843,150.00	\$ 843,150.00	\$ 843,150.00
<b>Total de Departamentos Operacionales</b>	<b>\$ 7,082,460.00</b>	<b>\$ 7,672,665.00</b>	<b>\$ 8,262,870.00</b>	<b>\$ 8,262,870.00</b>	<b>\$ 8,262,870.00</b>
2% Cover	\$ 144,540.00	\$ 156,585.00	\$ 168,630.00	\$ 168,630.00	\$ 168,630.00
<b>Total de Ingresos</b>	<b>\$ 7,227,000.00</b>	<b>\$ 7,829,250.00</b>	<b>\$ 8,431,500.00</b>	<b>\$ 8,431,500.00</b>	<b>\$ 8,431,500.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

3. PRONOSTICO DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES.

**TABLA 9.4 "PRONOSTICO DE COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES".**

Concepto / Años		1	2	3	4	5
<b>Ingresos</b>						
Bebidas	68.00%	\$ 4,914,360.00	\$ 5,323,890.00	\$ 5,733,420.00	\$ 5,733,420.00	\$ 5,733,420.00
Alimentos	20.00%	\$ 1,445,400.00	\$ 1,565,850.00	\$ 1,686,300.00	\$ 1,686,300.00	\$ 1,686,300.00
Otros Servicios	10.00%	\$ 722,700.00	\$ 782,925.00	\$ 843,150.00	\$ 843,150.00	\$ 843,150.00
<b>VENTAS DEPARTAMENTO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 7,082,460.00</b>	<b>\$ 7,672,665.00</b>	<b>\$ 8,262,870.00</b>	<b>\$ 8,262,870.00</b>	<b>\$ 8,262,870.00</b>
Cover	2.00%	\$ 144,540.00	\$ 156,585.00	\$ 168,630.00	\$ 168,630.00	\$ 168,630.00
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 7,227,000.00</b>	<b>\$ 7,829,250.00</b>	<b>\$ 8,431,500.00</b>	<b>\$ 8,431,500.00</b>	<b>\$ 8,431,500.00</b>
<b>Costos y Gastos Operacionales</b>						
Costos y Gastos Operacionales	11.87%	\$ 857,545.09	\$ 929,007.18	\$ 1,000,469.27	\$ 1,000,469.27	\$ 1,000,469.27
Sueldos y Salarios	10.08%	\$ 728,571.43	\$ 789,285.71	\$ 850,000.00	\$ 850,000.00	\$ 850,000.00
Utilidad Bruta	78.05%	\$ 5,640,673.50	\$ 6,110,729.63	\$ 6,580,785.75	\$ 6,580,785.75	\$ 6,580,785.75
<b>U.B.O (Utilidad Bruta Operacional)</b>		<b>\$ 5,640,673.50</b>	<b>\$ 6,110,729.63</b>	<b>\$ 6,580,785.75</b>	<b>\$ 6,580,785.75</b>	<b>\$ 6,580,785.75</b>
<b>Gastos Funcionales</b>						
Gastos Departamento Administración y Gestión	12.20%	\$ 881,694.00	\$ 955,168.50	\$ 1,028,643.00	\$ 1,028,643.00	\$ 1,028,643.00
Gastos Departamento Promoción y Publicidad	4.30%	\$ 310,761.00	\$ 336,657.75	\$ 362,554.50	\$ 362,554.50	\$ 362,554.50
Gastos Departamento Energía, Agua y Combustible	3.10%	\$ 224,037.00	\$ 242,706.75	\$ 261,376.50	\$ 261,376.50	\$ 261,376.50
Gastos Departamento Mantenimiento	7.10%	\$ 513,117.00	\$ 555,876.75	\$ 598,636.50	\$ 598,636.50	\$ 598,636.50
<b>SUMA DE GASTOS FUNCIONALES</b>		<b>\$ 1,929,609.00</b>	<b>\$ 2,090,409.75</b>	<b>\$ 2,251,210.50</b>	<b>\$ 2,251,210.50</b>	<b>\$ 2,251,210.50</b>
<b>U.N.O. (Utilidad Neta Operacional)</b>		<b>\$ 3,855,604.50</b>	<b>\$ 4,176,904.88</b>	<b>\$ 4,498,205.25</b>	<b>\$ 4,498,205.25</b>	<b>\$ 4,498,205.25</b>

**Fuente:** Investigación Directa

Vease en el **Anexo 7** "Costos y Gastos"

**Anexo 8** "Sueldos y Salarios"

**Anexo 10** "Recetario Internacional"

**Anexo 11** "Recetario Nacional".

4. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA.

**TABLA 9.5 "ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA".**

ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA					
CONCEPTO/AÑOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Totales	\$ 7,227,000.00	\$ 7,829,250.00	\$ 8,431,500.00	\$ 8,431,500.00	\$ 8,431,500.00
Costos y Gastos Operacionales	\$ 857,545.09	\$ 929,007.18	\$ 1,000,469.27	\$ 1,000,469.27	\$ 1,000,469.27
U.B.O	\$ 5,640,673.50	\$ 6,110,729.63	\$ 6,580,785.75	\$ 6,580,785.75	\$ 6,580,785.75
Gastos Funcionales	\$ 1,929,609.00	\$ 2,090,409.75	\$ 2,251,210.50	\$ 2,251,210.50	\$ 2,251,210.50
U.N.O	\$ 3,855,604.50	\$ 4,176,904.88	\$ 4,498,205.25	\$ 4,498,205.25	\$ 4,498,205.25
Gastos Financieros	\$ 15,000.00	\$ 12,000.00	\$ 9,000.00	\$ 6,000.00	\$ 3,000.00
Depreciación 10%	\$ 722,700.00	\$ 782,925.00	\$ 843,150.00	\$ 843,150.00	\$ 843,150.00
<b>Total Gastos No Departamentales</b>	<b>\$ 737,700.00</b>	<b>\$ 794,925.00</b>	<b>\$ 852,150.00</b>	<b>\$ 849,150.00</b>	<b>\$ 846,150.00</b>
Utilidad antes de impuestos	\$ 3,132,904.50	\$ 3,393,979.88	\$ 3,655,055.25	\$ 3,655,055.25	\$ 3,655,055.25
I.S.R. 30%	\$ 939,871.35	\$ 1,018,193.96	\$ 1,096,516.58	\$ 1,096,516.58	\$ 1,096,516.58
P.T.U. 10%	\$ 313,290.45	\$ 339,397.99	\$ 365,505.53	\$ 365,505.53	\$ 365,505.53
<b>Utilidad / Perdida Final</b>	<b>\$ 1,879,742.70</b>	<b>\$ 2,036,387.93</b>	<b>\$ 2,193,033.15</b>	<b>\$ 2,193,033.15</b>	<b>\$ 2,193,033.15</b>
<b>Flujo de Efectivo (UT+DEPRE-AMORT)</b>	<b>\$ 2,572,442.70</b>	<b>\$ 2,789,312.93</b>	<b>\$ 3,006,183.15</b>	<b>\$ 3,006,183.15</b>	<b>\$ 3,006,183.15</b>

Fuente: Investigación Directa

**TABLA 9.6 "PRONOSTICO DE GASTOS FINANCIEROS Y AMORTIZACIONES DE CAPITAL.**

Años Operativos	Monto del Capital por Amortización	Gasto Financiero	Amortizaciones	Servicio de la Deuda
1	\$ 150,000.00	\$ 15,000.00	\$ 30,000.00	\$ 45,000.00
2	\$ 120,000.00	\$ 12,000.00	\$ 30,000.00	\$ 42,000.00
3	\$ 90,000.00	\$ 9,000.00	\$ 30,000.00	\$ 39,000.00
4	\$ 60,000.00	\$ 6,000.00	\$ 30,000.00	\$ 36,000.00
5	\$ 30,000.00	\$ 3,000.00	\$ 30,000.00	\$ 33,000.00

<b>Prestamo = \$ 150,000.00</b>	
<b>Tiempo de prestamo = 5 Años</b>	\$ 30,000.00
<b>Interes = 10%</b>	

Fuente: Investigación Directa

V. EVALUACIÓN FINANCIERA.

1. VALOR PRESENTE NETO.

**TABLA 9.7 "FLUJO DE EFECTIVO".**

Inversión = \$ 150,000.00    Cetes =  $\frac{1}{(1+VALOR\ DE\ CETE)^{AÑO}} = CETE$   
 Cetes = 7%

Año	Montos	Actualizaciones	Montos Actualizados
1	\$ 2,572,442.70	0.934579439	\$ 2,404,152.06
2	\$ 2,789,312.93	0.873438728	\$ 2,436,293.93
3	\$ 3,006,183.15	0.816297877	\$ 2,453,940.92
4	\$ 3,006,183.15	0.762895212	\$ 2,293,402.73
5	\$ 3,006,183.15	0.712986179	\$ 2,143,367.04
<b>Total</b>	<b>\$ 14,380,305.08</b>		<b>\$ 11,731,156.68</b>

VPN = \$ 11,581,156.68    Es Rentable

Fuente: Investigación Directa.

2. TASA INTERNA DE RENDIMIENTO.

**TABLA 9.8 "TASA INTERNA DE RENDIMIENTO".**

Porcentaje 1 = 1700%  
 Inversión = \$ 150,000.00  
 Cetes = 7%

Año	Montos	Actualizaciones	Montos Actualizados
1	\$ 2,572,442.70	0.058582308	\$ 150,699.63
2	\$ 2,789,312.93	0.003431887	\$ 9,572.61
3	\$ 3,006,183.15	0.000201048	\$ 604.39
4	\$ 3,006,183.15	1.17778E-05	\$ 35.41
5	\$ 3,006,183.15	6.89973E-07	\$ 2.07
<b>Total</b>	<b>\$ 14,380,305.08</b>		<b>\$ 160,914.10</b>

VPN 1 = \$ 10,914.10

Fuente: Investigación Directa.

Porcentaje 2 = 1900%

Inversión = \$ 150,000.00

Cetes = 7%

Año	Montos	Actualizaciones	Montos Actualizados
1	\$ 2,572,442.70	0.052438385	\$ 134,894.74
2	\$ 2,789,312.93	0.002749784	\$ 7,670.01
3	\$ 3,006,183.15	0.000144194	\$ 433.47
4	\$ 3,006,183.15	7.56131E-06	\$ 22.73
5	\$ 3,006,183.15	3.96503E-07	\$ 1.19
<b>Total</b>	<b>\$ 14,380,305.08</b>		<b>\$ 143,022.15</b>

VPN 2 = -\$ 6,977.85

Fuente: Investigación Directa.

$$\text{TIR} = 1,700 + (1,900 - 1,700) \left[ \frac{10,914.10}{10,914.10 + 6,977.85} \right]$$

$$\text{TIR} = 1,700 + (200) \left[ \frac{10,914.10}{17,891.95} \right]$$

$$\text{TIR} = 1,700 + (200) [0.61000005869]$$

$$\text{TIR} = 1,700 + 122.00011714$$

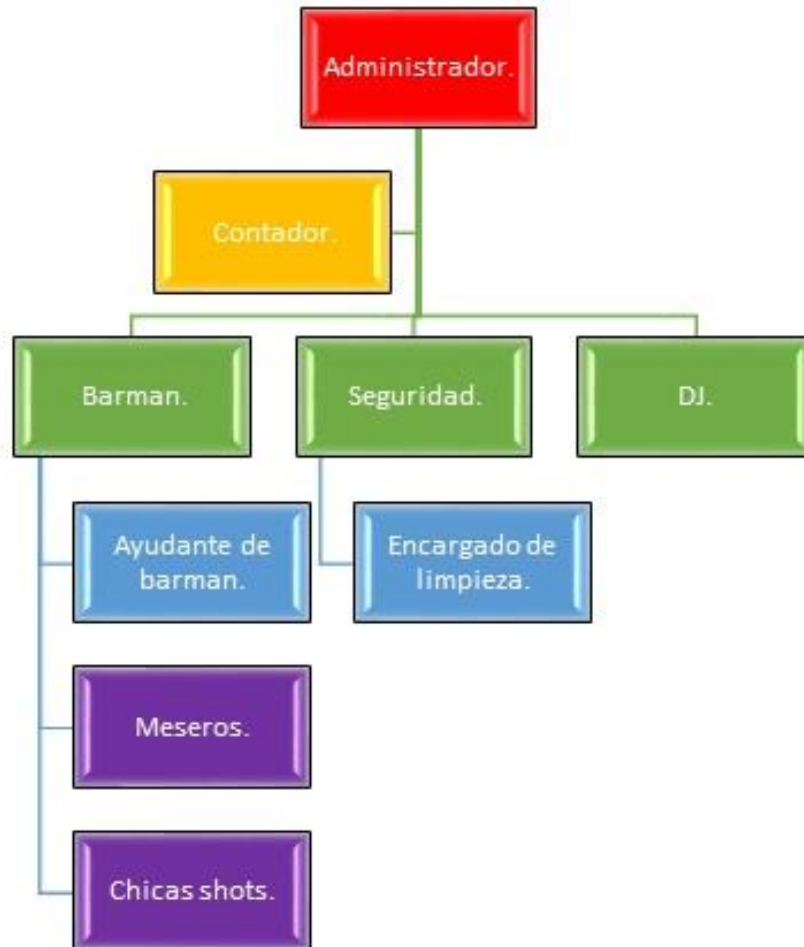
$$\text{TIR} = 1,822.00 \%$$

Fuente: Investigación Directa.

## VI. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

### 1. DESCRIPCIÓN DE CARGOS.

**FIGURA 5.0 “ORGANIGRAMA BAR AL CHILE...!”.**



**Fuente:** Investigación Directa



**TABLA 10.0 “PERFILES DEL PERSONAL”.**

<b>BAR AL CHILE...</b>	
<b>PERFILES DEL PERSONAL</b>	
<b>PUESTO</b>	<b>REQUISITOS PARA EL PUESTO</b>
<b>GERENCIA GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amplio conocimiento en el área de Bebidas.</li> <li>- Actitud de Liderazgo</li> <li>- Conocimientos administrativos</li> <li>- Experiencia en puestos similares.</li> </ul>
<b>OPERACIÓN</b>	<p>Conocimientos básicos en el área de Alimentos y Bebidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Actitud de Servicio.</li> <li>- Personal eficaz y eficiente.</li> </ul>
<b>SOPORTE</b>	<p>Conocimientos en relaciones humanas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimientos computacionales básicos</li> <li>- Relaciones Públicas</li> <li>- Ingles Conversacional.</li> <li>- Facilidad de palabra.</li> <li>- Manejo de reportes.</li> </ul>
<b>ADMINISTRACIÓN</b>	<p>Amplio conocimiento en contabilidad y administración.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Personal eficaz y eficiente.</li> <li>- Manejo de efectivo</li> <li>- Manejo de TICS.</li> </ul>
<b>COMPRAS</b>	<p>Amplio conocimiento en el área de Alimentos y Bebidas.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manejo de entradas de productos.</li> <li>- Conocimientos básicos en contabilidad.</li> <li>- Manejo con proveedores.</li> </ul>

**Fuente:** Investigación Directa

**TABLA 10.1 “NOMINA Y SALARIOS”.**

<b>BAR AL CHILE...</b>					
<b>NOMINA Y SALARIOS</b>					
<b>PUESTO</b>	<b>NUMERO DE PERSONAS</b>	<b>SUELDO DIARIO</b>	<b>SUELDO BASE MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>					
Administrador	1	\$ 400.00	\$ 12,000.00	\$ 144,000.00	\$ 144,000.00
Contador	1	\$ 333.33	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00	\$ 120,000.00
<b>ÁREA OPERATIVA.</b>					
Barman.	1	\$ 166.67	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Ayudante de barman.	1	\$ 83.33	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
Meseros.	5	\$ 83.33	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00	\$ 150,000.00
Chicas shot.	1	\$ 100.00	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00
<b>ÁREA DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD</b>					
Encargado de seguridad.	2	\$ 133.33	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00	\$ 96,000.00
Encargado de limpieza.	1	\$ 83.33	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
<b>ÁREA DE AUDIO E ILUMINACIÓN.</b>					
DJ	1	\$ 133.33	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00
					<b>\$ 714,000.00</b>

**Fuente:** Investigación Directa

Véase en **ANEXO 8**

## CONCLUSIONES.

Al realizar este proyecto BAR AL CHILE... analizamos la derrama económica que generan los establecimientos de bares y antros en la ciudad de México y es por ello que penetraremos en el mercado con estrategias enfocadas en marketing obteniendo así clientes potenciales e ingresos superiores a los estimados.

Gracias al estudio de mercado, pudimos determinar nuestros productos oferentes diferenciales a los de la competencia, los cuales crearan un nuevo concepto urbano e innovador de la coctelería clásica y de nuestras bebidas con denominación de origen.

En cuanto a nuestro estudio financiero el monto para iniciar operaciones es de **\$133,264.19** pesos estimado en el presupuesto de inversión, esto indica que necesitamos un préstamo bancario de **\$150,000.00**. El aforo anual de nuestro establecimiento es de 78,840 personas operando al 100% de ocupación, generando un ingreso anual de **\$12, 045,000**. Como se observan los datos, determinamos que podemos cubrir nuestra inversión inicial desde el primer año de operación.

Se pronostica que en el primer año tendremos una ocupación del 60% con ingresos de **\$7, 227,000**, como se puede observar aún se puede cubrir el monto del préstamo bancario, pero en base a nuestros costos y gastos operacionales disminuye el ingreso a **\$3, 885,604.50** mismos que se someten a una depreciación, amortización y pago de impuestos generando un flujo de efectivo de **\$2, 572,442.70**.

Calculado el flujo de efectivo aplicando un CETE del 7%, el Valor Presente Neto que es el indicador que nos muestra el beneficio real de este proyecto, tenemos un monto de **\$11,581,156.68**, esto arroja que es RENTABLE nuestro negocio y a su vez calculando la Tasa Interna de Rendimiento (TIR), el negocio cuenta con **1822.00%** de Rendimiento.

Con estos resultados obtenidos, podemos realizar propuestas a inversionistas ya que nuestro negocio es sumamente rentable y comenzar a operar lo antes posible.

## REFERENCIAS.

- <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/antros-bares>
- <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Zacatecas/Todos%20los%20Municipios/wo65400.pdf>
- <http://eleconomista.com.mx/finanzas-personales/2014/05/29/usuarios-antros-tienen-derechos-profeco>
- [https://www.profeco.gob.mx/revista/publicaciones/adelantos\\_07/18-23%20antro\\_mayo.pdf](https://www.profeco.gob.mx/revista/publicaciones/adelantos_07/18-23%20antro_mayo.pdf)
- <http://www.excelsior.com.mx/comunidad/2014/02/01/941487>
- <http://www.economiahoy.mx/economia-eAm-mexico/noticias/6227175/11/14/La-industria-del-ocio-y-la-diversion-en-Mexico-crece-a-pesar-de-la-crisis-economica.html>
- <http://eleconomista.com.mx/bares-discos>
- <http://www.mercadolibre.com.mx/>
- <http://www.banxico.org.mx/portal-mercado-valores/>

## ANEXOS.

### ANEXO 1. Descripción de la Zona Rosa.

Algunos suponen que el furor y la inquietud de los años sesenta decretaron su nacimiento formal, en 1967, como un lugar bohemio y dedicado a la juventud.

Durante el día, las calles de la Zona Rosa se llenan de gente que va y viene, cumpliendo diversas tareas; al mediodía sus restaurantes se atiborran de turistas, empleados y oficinistas en busca de alimentos; la tarde-noche se presta para recorrer pausadamente sus calles y callejones, conviviendo con todo tipo de personas que vienen a ver y a ser vistas; y más tarde, a disfrutar de la vida nocturna.

Hoy en día, todos los grupos sociales se dan cita en la Zona Rosa; hombres de negocios, burócratas, estudiantes, turistas nacionales y extranjeros, tribus urbanas, amas de casa, júnior y hasta limosneros se reconocen en esta área, compartiendo la calle, el restaurante, la boutique, el bar, el antro, el casino, la librería, la iglesia, la discoteca, la plaza comercial, el centro nocturno, el hotel, la escuela, la galería, el banco, la oficina... todo en un mismo espacio.

**Fuente:** Investigación Directa

## ANEXO 1.1 Descripción de Denominación de Origen

Denominación de Origen (D.O.), Denominación de Origen Controlada (D.O.C.), o Denominación de Origen Protegida (D.O.P.), es un tipo de indicación geográfica, aplicada a un producto alimenticio (generalmente de origen agrícola), cuya calidad y características se deben, fundamental y exclusivamente al medio geográfico en el que se produce, transforma, elabora y/o envasa. Lo distingue y protege de aquellos productos alimenticios similares, que se producen en otras regiones, y que reemplazan algunas etapas del proceso de elaboración original, por técnicas de industrialización, para su consumo en forma masiva, o cambian una de las materias primas por otra de similares características.

Los productores que se acogen a la Denominación de Origen, se comprometen a mantener la calidad del producto elaborado, lo más alta posible y algunas técnicas básicas de elaboración tradicionales; por ejemplo, en el caso del vino, en ciertas zonas se exige utilizar la uva tradicional de la zona. El queso Roquefort debe ser elaborado con leche cuajada de oveja, etc. Asimismo, existen organismos públicos reguladores de la Denominación de Origen, que avalan y autorizan a exhibir esa calificación, a los productores de la región que cumplen con esas reglas establecidas.

La ventaja fundamental de esta calificación, es garantizar al consumidor, no solo un nivel de calidad más o menos constante, sino también mantener características específicas irrepetibles que no posee un producto similar producido en otra región o con otra materia prima. A cambio de esto, los productores obtienen una protección legal contra la producción o elaboración de tales productos en otras zonas, aunque se utilicen los mismos ingredientes y procedimientos, y que les permite influir sobre el precio final de éstos abaratando los costos. También se señala que esta figura fomenta la organización del sector productivo y facilita el acceso de los productores a mercados nacionales e internacionales que difícilmente alcanzarían sin esta organización.

**Fuente:** Investigación Directa

ANEXO 2.- Respuestas de encuestas.

CUESTIONARIO

1. ¿CON QUE FRECUENCIA ASISTES A UN ANTRO – BAR DE TU PREFERENCIA AL MES?
2. ¿CUANTO GASTAS APROXIMADAMENTE DE CONSUMO EN ESTOS ESTABLECIMIENTOS EN TU VISITA?
3. ¿QUE FACTORES SON IMPORTANTES PARA QUE PERMANEZCAS EN UN ANTRO – BAR?
  - Ambiente
  - Música (que tipo)
  - Precios en los productos
  - Preferencia al lugar
  - La zona
  - Promociones
  - Otra (especificar)
4. ¿CUANTO TIEMPO PERMANECES APROXIMADAMENTE EN EL ESTABLECIMIENTO?
5. ¿REGULARMENTE CON QUIEN ASISTES A ESTOS ESTABLECIMIENTOS?
6. ¿QUE ES LO QUE REGULARMENTE CONSUMES?
  - Tequila                      Coñac
  - Ron                              Ginebra
  - Brandy                        Otro (especificar)
  - Whisky
  - Vodka
  - Cerveza
7. ¿HAS CONSUMIDO COCTELERIA DE BEBIDAS CON DENOMINACION DE ORIGEN MEXICANAS? ¿Cuáles?
8. ¿PROBARIAS COCTELERIA CON BEBIDAS COMO LA CHARANDA, BACANORA, SOTOL, MEZCAL Y TEQUILA?
9. ¿CONOCES O HAS IDO A UN BAR TEMATICO QUE OFERTEN PRODUCTOS Y SERVICIOS DIFERENTES A LA COMPETENCIA? ¿Cuál?

PREGUNTA	RESPUESTAS	No. Persona por respuesta (en el caso de ser inciso)		
		Hombre	Mujer	Total
¿CON QUE FRECUENCIA ASISTES A UN ANTRO – BAR DE TU PREFERENCIA AL MES?	0 a 1 vez	24	27	51
	2 a 4 veces	24	36	60
	4 a Más veces	9	-	9
¿CUANTO GASTAS APROXIMADAMENTE DE CONSUMO EN ESTOS ESTABLECIMIENTOS EN TU VISITA?	\$ 0.00 a \$ 100.00	3	6	9
	\$ 101.00 a \$ 200.00	6	12	18
	\$ 201.00 a \$500.00	18	39	57
	\$ 501.00 a Más	30	6	36
¿QUE FACTORES SON IMPORTANTES PARA QUE PERMANEZCAS EN UN ANTRO – BAR?	Ambiente.	30	57	87
	Música (¿Qué tipo?).	39	51	90
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Con ritmo.</li> <li>• Variada.</li> <li>• Salsa.</li> <li>• Cumbia.</li> <li>• Reggae.</li> <li>• Reggaetón.</li> <li>• Urbano.</li> <li>• Banda.</li> <li>• Rock.</li> <li>• Jazz.</li> <li>• Electrónica.</li> </ul>			
	Precios en los productos.	30	24	54
	Preferencia al lugar.	6	3	9
	La zona o Ubicación.	9	30	39
	Promociones.	18	21	39
	Otra (Especificar).	6	3	9
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad</li> <li>• Lugares nuevos.</li> <li>• Cocteles.</li> <li>• Atención del personal.</li> </ul>			
¿CUANTO TIEMPO PERMANECES APROXIMADAMENTE EN EL ESTABLECIMIENTO?	0 a 1 hora.	-	-	-
	1 hora a 3 horas.	15	24	39
	3 a 6 horas.	42	30	72
	Más de 6 horas.	-	9	9
¿REGULARMENTE CON QUIEN ASISTES A	Amigos.	54	63	117
	Pareja.	3	6	9
	Solo.	-	-	-



<b>ESTOS ESTABLECIMIENTOS?</b>	Otro. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Familia.</li> <li>• Compañeros de trabajo.</li> </ul>	9	9	18
<b>¿QUE ES LO QUE REGULARMENTE CONSUMES?</b>	Tequila.	33	33	66
	Coñac.	-	-	-
	Ron.	9	3	12
	Ginebra.	-	3	3
	Brandy.	6	3	9
	Whisky.	21	18	39
	Vodka.	12	15	27
	Cerveza.	45	42	87
	Otro (especificar). <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bebidas sin alcohol.</li> <li>• Mezcal.</li> <li>• Absenta.</li> </ul>	6	-	6
<b>¿HAS CONSUMIDO COCTELERIA DE BEBIDAS CON DENOMINACION DE ORIGEN MEXICANAS? ¿Cuáles?</b>	Si	51	54	105
	No	6	9	15
	¿Cuales? (Especificar). <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tequila.</li> <li>• Mezcal.</li> <li>• Cerveza de Café.</li> </ul>			
<b>¿PROBARIAS COCTELERIA CON BEBIDAS COMO LA CHARANDA, BACANORA, SOTOL, MEZCAL Y TEQUILA?</b>	Si	57	63	120
	No	-	-	-
<b>¿CONOCES O HAS IDO A UN BAR TEMATICO QUE OFERTEN PRODUCTOS Y SERVICIOS DIFERENTES A LA COMPETENCIA? ¿Cuál?</b>	Si	12	12	24
	No	57	39	96
	¿Cuales? (Especificar). <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mezcal de Sabores.</li> <li>• Restaurante – Bar de Harry Potter.</li> <li>• Pot au lait.</li> <li>• Bajo Circuito.</li> <li>• Tenampa.</li> <li>• Milán 44.</li> <li>• La Vitrina.</li> <li>• Pasagüero.</li> <li>• Salón Bach.</li> <li>• Santa Solita</li> <li>• El deposito</li> </ul>			

**Fuente:** Investigación Directa

### ANEXO 3. Permisos legales para establecimientos de bebidas.

#### PRINCIPALES TRÁMITES DE GESTIÓN DE APERTURA Y FUNCIONAMIENTO

Permisos de apertura y funcionamiento de nuestro restaurante – bar.

TRAMITE	DESCRIPCION	INSTITUCION	DURACION	PRECIO
<b>Permiso de uso de suelo</b>	Es el predio donde se encontrará ubicado el establecimiento	Secretaria de desarrollo urbano	1 año	\$1,296.40
<b>Declaración de apertura de establecimientos mercantiles</b>	Deberá realizarse por las personas físicas o morales interesadas en operar un establecimiento mercantil	Ventanilla de delegación de la CDMX / Internet		Gratuito
<b>Licencias de funcionamiento (bar)</b>	Para vender bebidas alcohólicas	Sistema Electrónico de avisos y permisos de establecimientos mercantiles	3 año	Entre \$6,000.00 y \$12,000.00
<b>Registro federal de contribuyentes</b>	Trámite para pagar impuestos al gobierno	Secretaria de hacienda y crédito publico	1 año	4 o más empleados pagan \$640.00
<b>Registro de marca comercial y logotipo</b>	Protección del nombre comercial	Instituto mexicano de la propiedad industrial	10 años	\$2, 457.79

**Fuente:** Investigación Directa

ANEXO 4.- Presupuesto de inversión.

<b>TABLA 9.0 "PRESUPUESTO DE INVERSION".</b>		
<b>TERRENO</b>	\$	-
No Aplica	\$	-
<b>ADECUACIONES INFRAESTRUCTURALES</b>	\$	-
No Aplica	\$	-
<b>EDIFICACIONES</b>	\$	-
No Aplica	\$	-
<b>MOBILIARIO, EQUIPO Y DECORACION</b>	\$	<b>17,800.00</b>
Lockers	\$	600.00
Estantes	\$	800.00
Refrigeradores	\$	-
Hieleras	\$	400.00
Licadoras	\$	1,000.00
Mesas	\$	-
Sillas	\$	-
Pintura	\$	3,000.00
Lámparas	\$	4,000.00
Pantallas	\$	8,000.00
<b>INSTALACIONES ESPECIALES</b>	\$	<b>30,000.00</b>
Aire Acondicionado	\$	5,000.00
Equipo de Vigilancia	\$	3,500.00
Equipo de Audio	\$	15,500.00
Equipo de Iluminación	\$	6,000.00
<b>BLANCOS Y CRISTALERIA</b>	\$	<b>4,070.00</b>
Pecera de cristal # 5	\$	480.00
Tarros de cristal 16 oz	\$	720.00
Caballitos / Vasos tequileros	\$	500.00
Vaso old fashioned	\$	800.00
Vaso Collins	\$	420.00
Copa margarita	\$	1,150.00
<b>GASTOS PREOPERATORIOS</b>	\$	<b>12,394.19</b>
Permiso de uso de suelo	\$	1,296.40
Declaración de apertura de establecimientos mercantiles	\$	-
Licencias de funcionamiento (bar)	\$	8,000.00
Registro federal de contribuyentes	\$	640.00
Registro de marca comercial y logotipo	\$	2,457.79
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>	\$	<b>59,000.00</b>
Renta del Local	\$	24,000.00
Materia Prima	\$	30,000.00
Utensilios de Bar	\$	5,000.00
<b>IMPREVISTOS</b>	\$	<b>10,000.00</b>
Imprevistos	\$	10,000.00
<b>TOTAL</b>	\$	<b>133,264.19</b>
<b>Fuente:</b> Investigación Interna.		

## Anexo 4.1 Instalaciones especiales

### AIRE ACONDICIONADO 110V 12.000BTUS BLANCO MABE MMT12CABWE2.

**PRECIO:** \$5,190.00

**Tipo de Equipo:** Mini Split

**Modelo:** Mmt12cabwe2

**Frigorías:** 12W

**Marca:** Mabe

#### Características

- Capacidad 12000 Btus.
- Color Blanco.
- Sistema Tradicional.
- Solo fría.
- Tipo de control Digital oculto.
- Función Turbo.
- Instantánea.
- Función dormir.
- Operación silenciosa.
- Timer.
- Inicio programable.
- Filtros purificadores SILVER ION y BIO FILTER.
- Control remoto.
- Reinicio automático.
- Modo Nocturno.
- Temporizador.
- Display LED.
- Salida de aire Bidireccional.
- Volts / Frecuencia 110 V / 60 Hz.



**Link para efectos de compra:** [http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-581896575-aire-acondicionado-110v-12000btus-blanco-mabe-mmt12cabwe2-\\_JM](http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-581896575-aire-acondicionado-110v-12000btus-blanco-mabe-mmt12cabwe2-_JM)

## EQUIPO DE AUDIO PEAVEY MEZCLADORA AMPLIFICADOR BAFLE.

**Precio:** \$39,000.00

**Marca:** Peavey

Incluye:

- 1 Mezcladora modelo PV10BT.
- 1 Amplificador PVi3000.
- 4 Bafle PBK15.
- 4 Atril para BAFLE ROMMS.
- 2 Cable XLR - XLR de 1 metro.
- 2 Cable SPEAKON - SPEAKON para bocina de 15 metros.
- 2 Cable SPEAKON - SPEAKON para bocina de 2.5 metros.



Original 100%

Nuevo 100%

Garantía 1 año directamente con el centro de servicio Peavey en CD.MX.

EQUIPO DE ILUMINACIÓN TIPO BEAM, CHAUVET DJ BEAMER 6 FX.

**Precio:** 5,800.00

Beamer 6 FX es un equipo de iluminación que proyecta haces de luz ajustables tipo beam, efectos de estrobo, y un láser rojo/verde que genera miles de rayos nítidos. La orientación independiente de los haces de luz permiten cubrir grandes espacios y el anillo de estrobo de LEDs ultra brillantes produce efectos dinámicos. Ofrece gran flexibilidad para su manejo mediante DMX, o con el control remoto opcional IRC-6 para activar los programas automáticos y audio rítmicos, o en modo maestro/esclavo. Ahorre tiempo de instalación y cables conectando la alimentación de varios equipos encadenada.

## Lo destacado

- Multiefecto de iluminación que incluye rayos beam ajustables RGBW, un arillo de estrobo con LEDs SMD y un láser que genera patrones de colores rojo/verde
- El láser rojo/verde produce miles de afilados rayos que cubren zonas amplias
- Consiga una máxima cobertura posicionando de forma independiente cada uno de las unidades beams RGBW
- Llene el ambiente de energía con los LEDs ultra brillantes del arillo de estrobo y los efectos precargados
- Flexibilidad para su operación utilizando los programas automáticos y audiorítmicos en modo maestro esclavo, o con el control remoto opcional IRC-6
- Ahorre tiempo y cables de extensión conectando la alimentación de varias unidades en cadena



## Especificaciones

- Canales DMX: 2 o 15
- Conectores DMX: XLR de 3 pines
- Fuente de iluminación: (Beam): 6 LEDs (RGBW) 5 W, (2 A), 50,000 horas de vida estimadas
- (Estrobo): 24 LEDs (blancos) 0.3 W, (0.1 A), 50,000 horas de vida estimadas
- (Láser): Diodo láser (rojo) 650 nm/100 mW, diodo láser (verde), 532 nm/30 mW
- Frecuencia de estrobo: (Beam): 1 a 20 Hz
- (Estrobo): 1 a 20 Hz
- Ángulo del haz: 3°
- Alimentación en cadena: 12 unidades @ 120 V; 22 unidades @ 230 V
- Entrada de voltaje: Autoajustable de 100 a 240 VCA, 50/60 Hz
- Potencia/corriente: 41 W, 0.6 A @ 120 V, 60 Hz
- 40 W, 0.3 A @ 230 V, 50 Hz
- Peso: 2.9 kg (6.2 lb)
- Tamaño: 390 x 390 x 285 mm (15.3 x 15.3 x 11.2 in)
- Certificaciones: CE, FDA (EE.UU.)
- Controladores opcionales: IRC-6



Lo que incluye

- Cable de alimentación
- Arnés y accesorios de montaje.

## EQUIPO DE 4 CÁMARAS TURBO HD 720P EPCOM SEGURIDAD ELECTRONET25.

**Precio:** \$3,750.00

**Modelo:** KESTXLT4EW.

**Marca:** EPCOM.

El kit incluye:

- 1 DVR 4 canales S04TURBOX
- 4 Cámaras eyeball interior - exterior LE7TURBOW
- 4 Transceptores TURBOHD TT101FTURBO
- 4 Adaptadores tipo Jack para voltaje JR52
- 1 Fuente de poder profesional PS12DC4C



Características de las cámaras:

- Sensor CMOS 1/3" EPCOM® TurboHD (Scan progresivo).
- Resolución Máxima: 720P (1280 x 720).
- Lente: 2.8mm.
- Día / Noche real (Filtro ICR).
- Iluminación mínima: 0.1 Lux@ (F1.2, AGC ON), 0 Lux IR ON.
- Distancia IR: 20mts. con tecnología Smart IR.
- Tecnología: HD-TVI / CVBS seleccionable.
- Salida de video: Conector BNC.
- Entrada de voltaje: Conector plug macho 3.5mm



Características físicas y eléctricas:

- Aplicación: Interior / Exterior.
- Protección: IP66.
- Temperatura de Operación: -40 ~ 60°C
- Dimensiones: 89.5 x 69.8 mm.
- Peso: 260g.
- Alimentación: 12VCD / 4W

ANEXO 5. Blancos y cristalería.

**BLANCOS Y CRISTALERÍA.**

• **Pecera de cristal # 5 (12.5cmx10cm).**

- Precio Total: \$ 1,220.00
- Precio por Caja: \$ 610.00
- Precio Unitario: \$ 25.42
- Caja 24 Piezas (2 Cajas).
- Total de Piezas: 48.



• **Tarros De Cristal Grabado 16oz Tipo Mason Jar Popote.**

- Precio Total: \$888.00
- Precio por Caja: \$ 444.00
- Precio Unitario: \$ 18.50
- Caja 24 piezas (2 Cajas).
- Total de Piezas: 48.



• **Caballitos / Vasos tequileros 1.5 Oz / 45 MI**

- Precio Total: \$600.00
- Precio Unitario: \$6.00
- Caja 100 piezas.
- Total de Piezas: 100.





- **Vaso Old Fashioned de cristal liso capacidad 10.5 Onzas.**

- Precio Total: \$ 1,250.00
- Precio Unitario: \$ 25.00
- Total de Piezas: 50.



- **Vaso Highball Fino 10 Oz.**

- Precio Total: \$420.00
- Precio por caja: \$140.00
- Precio Unitario: \$7.00
- Caja 20 Piezas (3 Cajas).
- Total de Piezas: 60.



- **Copa Martini 200 ml.**

- Precio Total: \$ 1,300.00
- Precio Unitario: \$26.00
- Total de Piezas: 50.



- **Copa Margarita 150 ml.**

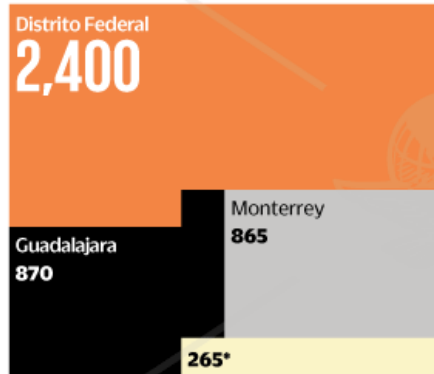
- Precio Total: \$ 1,150.00
- Precio Unitario: \$23.00
- Total de Piezas: 50.



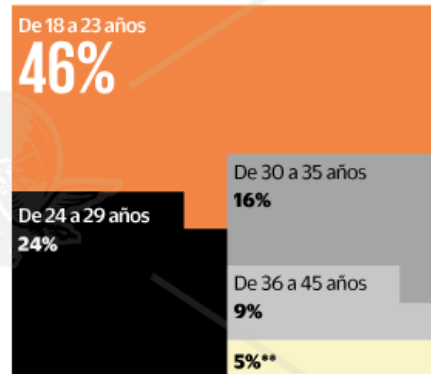
## ANEXO 6.- Estudio de Mercado.

### Antros en México

Ingresos semanales por zonas  
(Cifras en millones de pesos)



Distribución de clientes por edades  
(Participación porcentual)



ANEXO 7.- Control de costos y gastos operacionales.

<b>COSTOS Y GASTOS OPERACIONALES.</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS Y GASTOS MENSUALES.</b>	<b>COSTOS Y GASTOS ANUALES.</b>
<b>GASTOS PREOPERATORIOS</b>			
Permiso de uso de suelo	\$ 1,296.40	-	\$ 1,296.40
Declaración de apertura de establecimientos mercantiles	\$ -	-	\$ -
Licencias de funcionamiento (bar)	\$ 8,000.00	-	\$ 8,000.00
Registro federal de contribuyentes	\$ 640.00	-	\$ 640.00
Registro de marca comercial y logotipo	\$ 2,457.79	-	\$ 2,457.79
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
Renta del Local	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00	\$ 288,000.00
Materia Prima	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00	\$ 360,000.00
Utencilios y Cristalería.	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00
<b>IMPREVISTOS</b>			
Imprevistos	\$ 10,000.00	10000	\$ 120,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 840,394.19</b>

ANEXO 8.- Sueldos y Salarios.

<b>BAR AL CHILE...</b>					
<b>NOMINA Y SALARIOS</b>					
<b>PUESTO</b>	<b>NUMERO DE PERSONAS</b>	<b>SUELDO DIARIO</b>	<b>SUELDO BASE MENSUAL</b>	<b>SUELDO ANUAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>AREA ADMINISTRATIVA</b>					
Administrador	1	\$ 400.00	\$ 12,000.00	\$ 144,000.00	\$ 144,000.00
Contador	1	\$ 333.33	\$ 10,000.00	\$ 120,000.00	\$ 120,000.00
<b>ÁREA OPERATIVA.</b>					
Barman.	1	\$ 166.67	\$ 5,000.00	\$ 60,000.00	\$ 60,000.00
Ayudante de barman.	1	\$ 83.33	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
Meseros.	5	\$ 83.33	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00	\$ 150,000.00
Chicas shot.	1	\$ 100.00	\$ 3,000.00	\$ 36,000.00	\$ 36,000.00
<b>ÁREA DE MANTENIMIENTO Y SEGURIDAD</b>					
Encargado de seguridad.	2	\$ 133.33	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00	\$ 96,000.00
Encargado de limpieza.	1	\$ 83.33	\$ 2,500.00	\$ 30,000.00	\$ 30,000.00
<b>ÁREA DE AUDIO E ILUMINACIÓN.</b>					
DJ	1	\$ 133.33	\$ 4,000.00	\$ 48,000.00	\$ 48,000.00
					<b>\$ 714,000.00</b>

## ANEXO 9.- Valor de Cetes.

The screenshot shows the website of the Banco de México. The main navigation bar includes: POLÍTICA MONETARIA E INFLACIÓN, SISTEMA FINANCIERO, SISTEMAS DE PAGO, and BILLETES Y MONEDAS. The current page is titled 'MERCADO DE VALORES (TASAS DE INTERÉS)'. A text block explains the bank's role in the market. Below this, there are two tables: 'Tasas de interés Por ciento' and 'Resultados de la última subasta de valores gubernamentales'. The first table lists interbank rates for various terms. The second table lists Cetes rates for different maturities and other government securities. A sidebar on the left contains various menu items like 'ACERCA DEL BANCO DE MÉXICO', 'CONTACTO', 'INFLACIÓN', etc. At the bottom, there are links for 'Información oportuna' such as 'Tasas y precios de referencia' and 'Operaciones en el mercado de valores'.

**MERCADO DE VALORES (TASAS DE INTERÉS)**

El Banco de México lleva a cabo operaciones en el mercado de valores con el objetivo de regular la liquidez en el sistema financiero. De igual manera, en su calidad de agente financiero del Gobierno Federal y de otras entidades del sector público, realiza subastas primarias de títulos de deuda y emite disposiciones para regular las distintas operaciones de los intermediarios financieros.


**Tasas de interés Por ciento**


Interbancarias			Resultados de la última subasta de valores gubernamentales	
			15/08/2017	
Tasa objetivo	18/08/2017	7.00	Cetes a 28 días	6.91
Fondeo bancario	18/08/2017	7.06	Cetes a 91 días	7.12
TIIE a 4 semanas	18/08/2017	7.3799	Cetes a 182 días	7.16
TIIE a 13 semanas	18/08/2017	7.3893	Cetes a 364 días	7.22
TIIE a 26 semanas	16/08/2017	7.4503	Bonos tasa fija a 10 años	6.89
			Udibonos a 30 años	3.58
			Bondes D 5 años (sobretasa estimada)	0.16

**Información oportuna**


- [Tasas y precios de referencia](#)
- [Subastas y colocación de valores](#)
- [Valores en circulación](#)
- [Operaciones en el mercado de valores](#)

ANEXO 10.- Recetario Internacional.

<b>BAR AL CHILE...</b>									
								Receta complementaria	
<b>Producción:</b>									
<b>Mojito</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>				
	1	\$ 17.30	300%	\$ 51.89	\$ 60.00				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>				
Hojas de Hierbabuena		5.000	Piezas	\$ 0.05	\$ 0.25				
Azucar		0.050	Kilogramos	\$ 27.50	\$ 1.38				
Limón		0.130	kilogramos	\$ 16.50	\$ 2.15				
Hielo		2.000	Piezas	\$ -	\$ -				
Ron Blanco		0.045	Litros	\$ 249.00	\$ 11.21				
Refresco de Lima-Limón		0.240	Litros	\$ 9.67	\$ 2.32				
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 17.30</b>				
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>									
En un vaso Old Fashioned, se pone las hojas de hierbabuena, jugo de limón y azucar.									
Con un mortero, machacar bien la mezcla.									
Poner Hielo y Ron y verter el refresco.									
Decorar con rodaja de Limón.									

<b>BAR AL CHILE...</b>									
								Receta complementaria	
<b>Producción:</b>									
<b>Cuba Libre</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>				
	1	\$ 25.92	300%	\$ 77.76	\$ 80.00				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>				
Ron Blanco		0.045	Litros	\$ 249.00	\$ 11.21				
Refresco de Cola.		0.300	Litros	\$ 13.30	\$ 3.99				
Limón		0.650	Kilogramos	\$ 16.50	\$ 10.73				
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -				
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 25.92</b>				
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>									
En un vaso Collins, agregar hielo, jugo de limón y Ron.									
Mezclar									
Decorar con rodaja de Limón.									

<b>BAR AL CHILE...</b>					
<b>Receta complementaria</b>					
<b>Producción:</b>					
<b>Sex On the Beach</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 36.68	250%	\$ 91.69	\$ 90.00
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Vodka		0.045	Litros	\$ 264.00	\$ 11.88
Licor de Durazno		0.300	Litros	\$ 50.00	\$ 15.00
Jugo de Naranja		0.150	Litros	\$ 30.90	\$ 4.64
Jugo de Piña		0.150	Litros	\$ 30.90	\$ 4.64
Granadina		0.015	Litros	\$ 35.00	\$ 0.53
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>					\$ 36.68
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>					
En un vaso Collins, agregar hielo, vodka, licor de durazno, jugo de piña y jugo de naranja .					
Dar un dash de granadina					
Decorar con Banderilla.					

<b>BAR AL CHILE...</b>					
<b>Receta complementaria</b>					
<b>Producción:</b>					
<b>Vodka de Sabores</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 21.15	250%	\$ 52.88	\$ 50.00
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Vodka		0.045	Litros	\$ 264.00	\$ 11.88
Jugo de Elección		0.300	Litros	\$ 30.90	\$ 9.27
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>					\$ 21.15
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>					
En un vaso Collins, agregar hielo, vodka, Jugo de elección (Naranja, Arandano, Mango, Piña, Uva).					
Decorar con Banderilla.					

BAR AL CHILE...



Receta complementaria

**Producción:**

Mariposa	Cantidad Producida	Costo Producción	Porcentaje de Venta	Precio de Venta	Precio en Carta
	1	\$ 21.72	300%	\$ 65.17	\$ 70.00

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Importe
Brandy	0.045	Litros	\$ 269.00	\$ 12.11
Jugo de Naranja	0.270	Litros	\$ 30.90	\$ 8.34
Granadina	0.015	Litros	\$ 35.00	\$ 0.53
Licor de Curazao	0.015	Litros	\$ 50.00	\$ 0.75
Hielo	3.000	Piezas	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>				\$ 21.72

**Sistema de Elaboración y Presentación**

En un vaso Collins, agregar hielo, Brandy, Jugo de Naranja.

Dar 1 splash de granadina y de Curazao al mismo tiempo.

Decorar con Banderilla.

BAR AL CHILE...



Receta complementaria

**Producción:**

Paris de Noche	Cantidad Producida	Costo Producción	Porcentaje de Venta	Precio de Venta	Precio en Carta
	1	\$ 20.63	300%	\$ 61.89	\$ 60.00

Ingredientes	Cantidad	Unidad	Precio Unitario	Importe
Brandy	0.045	Litros	\$ 269.00	\$ 12.11
Refresco de Cola en Lata 235 Ml	1.000	Piezas	\$ 8.00	\$ 8.00
Hielo	0.015	Litros	\$ 35.00	\$ 0.53
<b>TOTAL</b>				\$ 20.63

**Sistema de Elaboración y Presentación**

En un vaso Old Fashioned, agregar hielo, Brandy

Con cuidado y delante del comensal picar una parte de la lata de refresco de cola y verirla directo.

Decorar con rodajas de limón.





BAR AL CHILE...



Receta complementaria

**Producción:**

<b>Submarino.</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 22.12	300%	\$ 66.36	\$ 70.00

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Tequila	0.060	Litros	\$ 152.00	\$ 9.12
Cerveza	1.000	Botella	\$ 13.00	\$ 13.00
<b>TOTAL</b>				\$ 22.12

**Sistema de Elaboración y Presentación**

En un caballito de tequila, agregar tequila.  
 En un tarro, voltear el caballito de tequila.  
 Rellenar con cerveza.

BAR AL CHILE...



Receta complementaria

**Producción:**

<b>Mezcal de Sabores</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 26.37	300%	\$ 79.11	\$ 80.00

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Mezcal	0.045	Litros	\$ 380.00	\$ 17.10
Jugo de Elección	0.300	Litros	\$ 30.90	\$ 9.27
Hielo	3.000	Piezas	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>				\$ 26.37

**Sistema de Elaboración y Presentación**

En un vaso Collins, agregar hielo, Mezcal, Jugo de elección (Naranja, Arandano, Mango, Piña, Uva).  
 Decorar con Banderilla.

BAR AL CHILE...



Receta complementaria

**Producción:**

<b>MEZCAL BLACKBERRY SMASH</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 37.50	300%	\$ 112.49	\$ 110.00

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Mezcal	0.045	Litros	\$ 380.00	\$ 17.10
Limón	0.130	Kilogramos	\$ 16.50	\$ 2.15
Hielo	3.000	Piezas	\$ -	\$ -
Zarzamoras	0.200	Kilogramos	\$ 80.00	\$ 16.00
Jarabe de Agave	0.015	Litros	\$ 150.00	\$ 2.25
<b>TOTAL</b>				\$ 37.50

**Sistema de Elaboración y Presentación**

En un skaker, se pone las moras y jugo de limón.

Con un mortero, machacar, y agregar los demás ingredientes.

En un vaso collins agregar la mezcla.

Decorar con Banderilla.

BAR AL CHILE...



Receta complementaria

**Producción:**

<b>Mezcal Margarita Jalapeño</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 28.44	300%	\$ 85.32	\$ 90.00

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Mezcal	0.045	Litros	\$ 380.00	\$ 17.10
Limón	0.130	Kilogramos	\$ 16.50	\$ 2.15
Hielo	3.000	Piezas	\$ -	\$ -
Jugo de Mandarina (Opcional)	0.060	Litros	\$ 30.90	\$ 1.85
Jarabe de Agave	0.015	Litros	\$ 150.00	\$ 2.25
Triple Sec.	0.030	Litros	\$ 123.00	\$ 3.69
Jalapeño	0.050	Kilogramos	\$ 28.00	\$ 1.40
<b>TOTAL</b>				\$ 28.44


**Sistema de Elaboración y Presentación**


En un skaker, se ponen todos los ingredientes.


Escarchar una copa Margarita con sal.


Agregar la mezcla en la Copa.


<b>BAR AL CHILE...</b> 					
		Receta complementaria			
<b>Producción:</b>					
<b>Fres Sotol Cream</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 17.51	300%	\$ 52.52	\$ 50.00
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Sotol		0.045	Litros	\$ 299.00	\$ 13.46
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -
Licor de Menta		0.030	Litros	\$ 56.00	\$ 1.68
Licor de Chocolate Blanco		0.030	Litros	\$ 56.00	\$ 1.68
Leche Evaporada		0.030	Litros	\$ 23.00	\$ 0.69
<b>TOTAL</b>					\$ 17.51
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>					
En un skaker, se ponen todos los ingredientes.					
Escarchar una copa Margarita con Chocolate en polvo.					
Agregar la mezcla en la Copa.					

<b>BAR AL CHILE...</b> 					
		Receta complementaria			
<b>Producción:</b>					
<b>Fres Sotol Cream</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 22.37	300%	\$ 67.10	\$ 70.00
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Sotol		0.045	Litros	\$ 299.00	\$ 13.46
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -
Licor de café		0.030	Litros	\$ 56.00	\$ 1.68
Licor de Chocolate Oscuro		0.030	Litros	\$ 56.00	\$ 1.68
Ron de coco		0.030	Litros	\$ 162.00	\$ 4.86
Leche evaporada		0.030	Litros	\$ 23.00	\$ 0.69
<b>TOTAL</b>					\$ 22.37
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>					
En un skaker, se ponen todos los ingredientes.					
Escarchar una copa Margarita con Chocolate en polvo.					
Agregar la mezcla en la Copa.					

<b>BAR AL CHILE...</b>									
								Receta complementaria	
<b>Producción:</b>									
<b>Fres Sotol Cream</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>				
	1	\$ 31.60	300%	\$ 94.80	\$ 90.00				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>				
Sotol		0.045	Litros	\$ 299.00	\$ 13.46				
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -				
Agua Tónica		1.000	Lata	\$ 7.42	\$ 7.42				
Limón		0.650	Kilogramos	\$ 16.50	\$ 10.73				
<b>TOTAL</b>					\$ 31.60				
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>									
En un vaso Old Fashioned, colocar, hielo, Sotol.									
Agregar Agua tónica.									
Decorar con banderilla									

<b>BAR AL CHILE...</b>									
								Receta complementaria	
<b>Producción:</b>									
<b>Charanfresh</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>				
	1	\$ 17.14	300%	\$ 51.41	\$ 50.00				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>				
Charanda		0.045	Litros	\$ 150.00	\$ 6.75				
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -				
Naranja		0.167	Kilogramos	\$ 30.00	\$ 5.01				
Licor de Menta		0.030	Litros	\$ 56.00	\$ 1.68				
Refresco de limón		0.240	Litros	\$ 9.67	\$ 2.32				
Azucar		0.050	Kilogramos	\$ 27.50	\$ 1.38				
<b>TOTAL</b>					\$ 17.14				
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>									
En un Shaker, agregar, naranja, azúcar y licor de menta.									
Machacar con mortero. Una vez machacado, agregar charanda y hielo.									
En un vaso Old Fashioned agregar la mezcla y rellenar con refresco de limón.									

<b>BAR AL CHILE...</b>									
		<b>Receta complementaria</b>							
<b>Producción:</b>									
<b>Charancolada</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>				
	1	\$ 12.52	300%	\$ 37.55	\$ 40.00				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>				
Charanda		0.045	Litros	\$ 150.00	\$ 6.75				
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -				
Jugo de Piña		0.167	Litros	\$ 30.90	\$ 5.16				
Crema de coco		0.090	Litros		\$ -				
Leche Evaporada		0.060	Litros	\$ 9.67	\$ 0.58				
Canela		0.001	Kilogramos	\$ 27.50	\$ 0.03				
<b>TOTAL</b>					\$ 12.52				
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>									
Escarchar una copa margarita con canela en polvo.									
En una licuadora agregar: Charanda, hielo, jugo de piña, crema de coco, leche evaporada.									
Poner la mezcla en la copa escarchada									
Decorar con Banderilla.									

<b>BAR AL CHILE...</b>									
		<b>Receta complementaria</b>							
<b>Producción:</b>									
<b>Charandisimo</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>				
	1	\$ 21.10	300%	\$ 63.30	\$ 60.00				
<b>Ingredientes</b>		<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>				
Charanda		0.045	Litros	\$ 150.00	\$ 6.75				
Hielo		3.000	Piezas	\$ -	\$ -				
Jugo de Piña		0.045	Litros	\$ 30.90	\$ 1.39				
Jugo de Naranja		0.045	Litros	\$ 30.90	\$ 1.39				
Jugo de Toronja		0.045	Litros	\$ 30.90	\$ 1.39				
Limón		0.600	Kilogramos	\$ 16.50	\$ 9.90				
Sal		0.010	Kilogramos	\$ 6.50	\$ 0.07				
Chile piquín		0.010	botella de 142g	\$ 21.50	\$ 0.22				
Refresco de Toronja		0.150	Litros	\$ 9.67	\$ 1.45				
<b>TOTAL</b>					\$ 21.10				
<b>Sistema de Elaboración y Presentación</b>									
Escarchar en un tarro, con chile piquín.									
En el tarro agregar, hielo, charanda, los jugos, sal chile piquín. Revolver.									
Agregar el refresco de toronja.									
Decorar con Banderilla.									



**BAR AL CHILE...**



**Receta complementaria**

**Producción:**

<b>Daiquinora</b>	<b>Cantidad Producida</b>	<b>Costo Producción</b>	<b>Porcentaje de Venta</b>	<b>Precio de Venta</b>	<b>Precio en Carta</b>
	1	\$ 24.17	300%	\$ 72.50	\$ 70.00

<b>Ingredientes</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Importe</b>
Bacanora	0.045	Litros	\$ 330.00	\$ 14.85
Hielo	3.000	Piezas	\$ -	\$ -
Jugo de Naranja	0.150	Litros	\$ 30.90	\$ 4.64
Triple Sec	0.030	Litros	\$ 123.00	\$ 3.69
Limón	0.060	Kilogramos	\$ 16.50	\$ 0.99
<b>TOTAL</b>				\$ 24.17

**Sistema de Elaboración y Presentación**

Escarchar con chile piquín una copa Margarita

En una licuadora, agregar Hielo, Bacanora, Triple Sec, Limón y Jugo de naranja.

Poner la mezcla en la copa escarchada.

Decorar con Banderilla.

ANEXO 12.- Carta de Establecimiento.

COCTELERÍA  
**INTERNACIONAL**  
BAR AL CHILE

\* **SEX ON THE BEACH**..... \$90.00  
(Vodka, jugo de piña y naranja, licor de durazno y granadina)

\* **VODKA DE SABORES**.....\$50.00  
(Voda y Jugo a elegir).

\* **MOJITO**..... \$60.00  
(Ron, Hierbabuena, Limón y Soda de Limón)

\* **CUBA LIBRE** .....\$80.00  
(Ron y Soda de Cola)

\* **MARIPOSA**..... \$70.00  
(Brandy, Jugo de naranja, Curazao y granadina)

\* **PARIS DE NOCHE**..... \$60.00  
(Brandy y Soda de Cola en Lata).

BAR  
**Al Chile**



## **MANUAL DE PROCESOS Y PROCEDIMIENTOS ADMINISTRATIVOS.**

El manual de procesos y procedimientos es más importante de lo que aparenta ser, ya que no es simplemente una recopilación de procesos, sino también incluye una serie de estamentos, políticas, normas y condiciones que permiten el correcto funcionamiento de la empresa. Los manuales de procedimientos, son comparables con la constitución política de nuestra patria, ya que al igual que en esta, el manual de procedimientos reúne la normas básicas (y no tan básicas) de funcionamiento de la empresa, es decir el reglamento, las condiciones, normas, sanciones, políticas y todo aquello en lo que se basa la gestión de la organización.

Para hablar de manera concreta, podríamos decir que en una empresa en donde no se aplique correctamente el uso de los manuales de procesos y procedimientos, se presentarán seguramente uno o varios síntomas mencionados aquí como los más comunes:

- **Confusión en las responsabilidades:** Al no existir una definición y delimitación clara de las responsabilidades de cada departamento, no enfrentaremos a serios problemas de abuso de autoridad, irresponsabilidad e inclusive hostilidad entre departamentos y trabajadores, ya que si no hay nada definido, todo el mundo buscará el máximo de provecho con el mínimo esfuerzo (simulación de trabajo por ejemplo) y al momento de reclamos por incompetencia, todo el mundo le “echará la culpa al vecino”.
- **No habrá normas establecidas:** Lo cual representa una grave desventaja en el uso de la autoridad frente a la incompetencia o irresponsabilidad de los trabajadores. Por ejemplo, el trabajador que llegue tarde, y si en el reglamento no especifica la hora de la llegada y la sanción por retrasos, el holgazán seguramente alegará falta de reglas, y dirá que “él no sabía”.
- **No hay un control eficaz de las actividades:** El manual de procedimientos permite controlar de manera ágil todos los procesos y procedimientos que se llevan a cabo en la empresa, lo cual facilita la toma de correctivos en el momento de presentarse una falla, porque enumera uno a uno los pasos que se realizan, lo cual simplifica al máximo el proceso de búsqueda del factor deficiente (el que causa la falla) y corregirlo. Cuando este no es aplicado, los procesos son vistos como un solo paso, y si algo “sale mal” seguramente deberá optarse por cambiar todo el proceso.

- No hay un procedimiento establecido: Podríamos referirnos a la administración científica de Taylor que en resumidas cuentas dice que al analizar el proceso de producción y aplicar la administración científica, se puede obtener el máximo de bienestar. Al no existir un procedimiento pre-establecido, (es decir al concepto de cada trabajador) habrá un gran desperdicio de recursos (unos trabajadores usarán demasiados y otros muy pocos) y una gran deficiencia en cuanto a efectividad (los distintos métodos utilizados por cada trabajador pueden no ser los más efectivos).

### **CARACTERISTICAS DEL MANUAL.**

Estos manuales deben estar escritos en lenguaje sencillo, preciso y lógico que permita garantizar su aplicabilidad en las tareas y funciones del trabajador. Deben estar elaborados mediante una metodología conocida que permita flexibilidad para su modificación y/o actualización mediante hojas intercambiables, de acuerdo con las políticas que emita la organización.

Los manuales de funciones, procesos y procedimientos deben contar una metodología para su fácil actualización y aplicación. El esquema de hojas intercambiables permite acondicionar las modificaciones sin alterar la totalidad del documento. Cuando el proceso de actualización se hace en forma automatizada, se debe dejar registrada la fecha, tipo de novedad, contenido y descripción del cambio, versión, el funcionario que lo aprobó, y el del que lo administra, entre otros aspectos.

Los manuales deben ser dados a conocer a todos los funcionarios relacionados con el proceso, para su apropiación, uso y operación. Las dependencias de la organización deben contar con mecanismos que garanticen su adecuada difusión. Los manuales deben cumplir con la función para la cual fueron creados; y se debe evaluar su aplicación, permitiendo así posibles cambios o ajustes. Cuando se evalúe su aplicabilidad se debe establecer el grado de efectividad de los manuales en las dependencias de la organización

### **APLICACIÓN DE LOS MANUALES**

La existencia del manual de procesos en la configuración de la organización permite facilitar la adaptación de cada factor de la empresa (tanto de planeación como de gestión) a los intereses primarios de la organización.

Identificamos las siguientes funciones básicas del manual de procesos:

- El establecimiento de objetivos
- La definición de políticas, guías, procedimientos y normas.
- La evaluación del sistema de organización.
- Las limitaciones de autoridad y responsabilidad.
- Las normas de protección y utilización de recursos.
- La aplicación de un sistema de méritos y sanciones para la administración de personal.
- La generación de recomendaciones.
- La creación de sistemas de información eficaces.
- El establecimiento de procedimientos y normas.
- La institución de métodos de control y evaluación de la gestión.
- El establecimiento de programas de inducción y capacitación de personal.
- La elaboración de sistemas de normas y trámites de los procedimientos.
- Como podemos ver, los factores en los que influye el manual son de máxima importancia en la organización, y son fundamentales para la correcta gestión de la empresa.

### **PERSONAL ADMINISTRATIVO**

Cualidades

- ✓ Ánimo de superación y gusto por el trabajo.
- ✓ Atento y amable: escuchar, orientar, respetar, saber interpretar, saber comunicar y ser cortés.
- ✓ Colaborador con sus compañeros y comprensivo.
- ✓ Discreto
- ✓ Honesto
- ✓ Líder
- ✓ No temperamental
- ✓ Ordenado
- ✓ Paciente.
- ✓ Responsable
- ✓ Sincero para expresar dudas o solicitar ayuda.
- ✓ Tolerante

### Habilidades especiales

- ✓ Agilidad mental
- ✓ Diligente y eficaz.
- ✓ Trato con personas
- ✓ Toma de decisiones acertadas
- ✓ Modales
- ✓ Puntual y cumplido.
- ✓ Respetuoso con sus compañeros y con los mandatos superiores
- ✓ Sencillo
- ✓ Uso de un adecuado vocabulario con locución clara.

### Requisitos mínimos

- ✓ Excelente salud física y presentación personal.
- ✓ Bachiller
- ✓ Formación técnica o profesional

## **GERENTE**

### CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS.

- Formación académica específica:

Carrera profesional de Administración de Empresas Turísticas, Administración de Empresas, Administración de establecimientos de alimentos y bebidas.

Cursos o especializaciones en gestión de restaurantes y bares

- Conocimientos específicos:

Montaje, operación, planeación, dirección, dirección, organización, planeación, orden y control de restaurantes y bares – Gestión del talento Humano – Producción y Servicio de A y B – Gestión financiera – Legislación para restaurantes y bares.

- **Experiencia**

Mínima: 2 años en cargos de administración, dirección y/o gerencia en establecimientos acreditados pertenecientes al sector.

- **Habilidades**

Creatividad, originalidad, gusto, sentido común, capacidad de concentración, agilidad y certeza en toma de decisiones y solución de problemas, trato con personas y capacidad para identificar oportunidades, minimizar amenazas, construir fortalezas y eliminar debilidades.

## **ADMINISTRADOR**

### **CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS**

- **Formación académica específica**

Carrera profesional de Administración de Empresas Turísticas, Administración de restaurantes y bares, Administración de empresas.

Cursos de actualización y/o especialización

- **Conocimientos específicos**

Dirección, organización, planeación, orden y control de restaurantes – Gestión del talento Humano – Producción y Servicio de A y B – Gestión financiera – Legislación para restaurantes y bares.

- **Experiencia**

Mínima: 2 años en cargos de preparación tanto en la brigada de servicio como en la parte administrativa de establecimientos gastronómicos y bares reconocidos.

- **Habilidades**

Creatividad, originalidad, gusto, sentido común, capacidad de concentración, identificación de oportunidades, agilidad y certeza en toma de decisiones y solución de problemas, trato con personas.

## CONTADOR (CONTRALOR DE COSTOS)

### CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS

- **Formación académica específica**

Administración Hotelera con cursos de especialización en el control de costos para bares y restaurantes

- **Conocimientos específicos**

Teoría de costos, software Micros y TCR, formatos de control, manejo de inventarios, productos alimenticios; licores, vinos y otras bebidas.

- **Experiencia**

1 o 2 años en cargos similares

- **Habilidades**

Capacidad de aprehender rápidamente, concentración, trato con personas.