

01521
15



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL

**“ EFECTOS DE LAS NUEVAS DISPOSICIONES
LEGALES. EL CASO DE LA DISCOTECA GYNNOS”
ESTUDIO MONOGRAFICO**

TRABAJO RECEPCIONAL
SEMINARIO DE AREAS SUSTANTIVAS DE TRABAJO SOCIAL
“PLANEACION Y ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS”
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN TRABAJO SOCIAL
PRESENTAN:

VERONICA ~~CARMONA AGUIRRE~~
ROCIO PEREZ PEREZ

DIRECTOR DEL TRABAJO
MAESTRO SALVADOR ALVARADO GARIBALDI



MEXICO, D.F.

2003

9



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.

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE TRABAJO SOCIAL**

**“EFECTOS DE LAS NUEVAS DISPOSICIONES LEGALES.
EL CASO DE LA DISCOTECA GYNNOS”
ESTUDIO MONOGRÁFICO**

**TRABAJO RECEPCIONAL
SEMINARIO DE ÁREAS SUSTANTIVAS DE TRABAJO SOCIAL
“PLANEACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS”**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADO EN TRABAJO SOCIAL
PRESENTAN:
VERÓNICA CARMONA AGUIRRE
ROCIO PÉREZ PÉREZ**

**DIRECTOR DEL TRABAJO
MAESTRO SALVADOR ALVARADO GARIBALDI**

MÉXICO. D.F.

2003

b

SEÑOR

SEÑOR TE AGRADECEMOS LA OPORTUNIDAD QUE NOS DISTE, AL DARNOS LA VIDA Y PERMITIRNOS CRECER EN UNA FAMILIA LLENA DE AMOR Y COMPRESIÓN.

POR LOS MOMENTOS BUENOS Y MALOS QUE NOS TOCARON VIVIR, ENSEÑÁNDONOS CADA DÍA EL VALOR DE LA VIDA, LA FAMILIA Y LOS AMIGOS.

POR LAS PERSONAS QUE SE INTERESARON POR NUESTRO FUTURO Y QUE HAN CONFIADO EN NOSOTRAS.

GRACIAS PORQUE POR MEDIO DE ESTAS PEQUEÑAS COSAS, NOS HAS DEMOSTRADO SEÑOR QUE HAS PERMANECIDO SIEMPRE A NUESTRO LADO AMANDONOS Y DÁNDONOS TU BENDICIÓN.

ROCÍO Y VERÓNICA

A SALVADOR ALVARADO GARIBALDI

UN MAESTRO ES UN PROFETA, POR CUANTO PONE LOS CIMIENTOS DEL MAÑANA. TAMBIEN ES UN ARTISTA, POR CUANTO QUE LA ARCILLA CON QUE TRABAJA ES MATERIAL PRECIOSO DE LA PERSONALIDA HUMANA.

ES UN AMIGO, POR QUE SU CORAZON RESPONDE A LA FE Y A LA CONFIANZA QUE EN ÉL HAN DEPOSITADO SUS ALUMNOS.

ES ANTE TODO UN CIUDADANO, YA QUE SU OBRA ESTRIBA EN MEJORAR LA SOCIEDAD CON SU ENSEÑANZA Y SU EJEMPLO.

ES UN PIONERO, POR QUE SIEMPRE ESTA INTENTANDO LO IMPOSIBLE. Y LO MÁG CURIOSO DEL CASO ES QUE SIEMPRE GANA.

ES UN CREYENTE: TODOS SUS ACTOS SE REFIEREN A LA FE EN EL MEJORAMIENTO CONSTANTE DE LA MENTE, LAS FACULTADES Y LA CAPACIDAD DE LA RAZA HUMANA.

JOY E. MORGAN

NO TENEMOS MUCHAS PALABRAS CON QUE AGRADECERLE SU TIEMPO Y DEDICACIÓN HACIA NOSOTRAS, ASÍ PASARAN LOS AÑOS LO UNICO QUE PODEMOS DECIR Y DE TODO CORAZÓN ES GRACIAS.

ROCÍO Y VERO

e

A MI FAMILIA

AGRADEZCO SU APOYO Y COMPRESIÓN EN TODOS LOS MOMENTOS, BUENOS Y MALOS QUE HAN PASO POR MI VIDA.

POR SER MIS AMIGOS, ALENTÁNDOME A SEGUIR ADELANTE Y NO CLAUDICAR POR MAL QUE SE VIERA EL TIEMPO.

POR ESTAR CONMIGO CUANDO MÁS HE NECESITADO SU APOYO, DÁNDOME SUS CONSEJOS Y SOBRE TODO SU COMPAÑÍA.

GRACIAS POR SU APOYO Y EJEMPLO EN CADA SEGUNDO DE MI VIDA. POR SU APOYO INCONDICIONAL Y MORAL QUE SIEMPRE ME HAN BRINDADO, POR GUIARME Y ALENTARME ACERTADAMENTE ANTE LOS OBSTÁCULOS QUE SE ME HAN PRESENTADO, A TODOS POR EL ESFUERZO QUE HICIERON POR MÍ.

AGRADEZCO EL QUE NUNCA HAYA ESTADO SOLA, YA QUE PUDE CONTAR CON USTEDES, TODAS LAS GRANDEZAS DE ESTE MUNDO NO VALEN NADA SINO SE TIENE A LADO A PERSONAS COMO USTEDES.

VERÓNICA

21

A MI FAMILIA

GRACIAS PORQUE ME HAN ENSEÑADO A SER RESPONSABLE. QUE ANTE LOS PROBLEMAS Y LAS ADVERSIDADES EL DARSE POR VENCIDO NO ES UNA SOLUCIÓN.

GRACIAS POR ENSEÑARME A ARRIESGAR PARA PODER TENER ALGO MEJOR, POR MEDIO DE MI EDUCACIÓN.

POR ENSEÑARME A DAR LA CARA ANTE QUIEN ME HA HUMILLADO Y NO DEVOLVER SU INSULTO, SINO PERDONANDO Y DEJARLE LAS PUERTAS ABIERTAS.

ME HAN ENSEÑADO Y CORREGIDO INTELIGENTEMENTE EN MIS MOMENTOS DE DESORIENTACIÓN, ME HAN SERVIDO CUANDO EL QUE DEBERÍA SERVIRLES SOY YO.

HAN ESTADO PRESENTES CUANDO LOS HE NECESITADO, EN LOS MOMENTOS FELICES PARA ALENTARME Y EN LOS DE TRISTEZA PARA CONSOLARME Y ACONSEJARME.

INDICÁNDOME QUE YO SOY QUIEN DEBE RESOLVER MIS PROBLEMAS.

DEJÁNDOME EL EJEMPLO DE SERVICIO Y ENTREGA, PUES HAN DEJADO SUS DIVERSIONES POR DARME LO QUE NO TIENEN.

POR MÁS QUE TODO, ME HAN ENSEÑADO A SER FIEL, DEDICADA Y RESPONSABLE, QUE SUERTE HE TENIDO AL TENER LA FAMILIA, PERO SOBRE TODO A LOS EXCELENTES AMIGOS, LOS MEJORES DEL MUNDO.

ROCIO.

INDICE Página 2

INTRODUCCIÓN Página 3

CAPITULO 1

- 1.1 La industria del espectáculo y la recreación en la ciudad de México Página 6**
- 1.2 La Ley de Establecimientos Mercantiles..... Página 8**
 - 1.2.1. Sus antecedentes.
 - 1.2.2. Sus disposiciones.
- 1.3. Repercusión de la Ley de Establecimientos Mercantiles en el funcionamiento y operación de las Discotecas. Página 16**

CAPITULO 2

- 2. – La Discoteca GYNNOS Página 19**
- 2.1. - Antecedentes y operación.
- 2.2. - Funcionamiento anterior y la entrada en vigor de la Ley de Establecimientos Mercantiles. **Página 24**
- 2.3. - Impacto de la Ley de Establecimientos Mercantiles en la Discoteca GYNNOS. **Página 27**
 - 2.3.1. - La percepción de los clientes.
 - 2.3.2. - La percepción del personal.

CAPITULO 3

- 3. - Los problemas y la propuesta.**
- 3.1. - Identificación y jerarquización de los problemas detectados.... **Página 62**
 - 3.1.1. - Impacto de la Ley: baja asistencia y efectos laborales.
- 3.2. -Propuesta de intervención. **Página 66**

CONCLUSIONES Página 73

BIBLIOGRAFÍAPágina 76

ANEXOSPágina 77

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo principal conocer el funcionamiento de la Discoteca "GYNNOS" y el impacto de Ley de Establecimientos Mercantiles en la misma, a fin de detectar los posibles efectos de la entrada en vigor de la Nueva Ley.

El presente documento, es un estudio monográfico, que se realizó por los siguientes motivos:

Los representantes de la discoteca "GYNNOS" entraron en comunicación con una de las autoras, en virtud de que prestaba sus servicios en calidad de asistente del Gerente de la empresa, el cual tenía conocimiento de que era egresada de la Escuela Nacional de Trabajo Social y que también realizaba estudios relativos a la planeación y administración de recursos humanos como opción de titulación. Los empresarios buscaron apoyo para conocer las causas de los problemas económicos de la discoteca, la cual empezó a mostrar signos de escasa o nula rentabilidad desde el mes de marzo de 2001, a lo cual las autoras ofrecieron la realización de un estudio exploratorio a fin de determinar las posibles causas de tal estado de la empresa.

Los empresarios de "GYNNOS" estuvieron de acuerdo en que el estudio realizado fuera utilizado como parte del documento recepcional de las autoras, pues como requisito de titulación en la ENTS, en la opción de Diplomado de Planeación y Administración de Recursos Humanos, una vez cursados y aprobados los módulos se exige la presentación de un estudio monográfico.

En el entorno actual, los centros nocturnos en la Ciudad de México están enfrentando nuevos retos, ante la aplicación de las disposiciones de la Nueva Ley.

La Ciudad alberga a 8, 605, 239 habitantes¹ y constituye una de las urbes más pobladas del planeta. De igual manera concentra a millones de inmigrantes que buscan en la capital oportunidades para desarrollar actividades que les permitan la supervivencia cotidiana aún en actividades informales.

Por otro lado concentra la mayor dinámica económica, que existe en la Ciudad, y concretamente la industria del entretenimiento es una actividad que representa la tercera parte de la economía en el Distrito Federal.

A partir del 17 de abril de 2001, se presentó ante el pleno de la Asamblea Legislativa, la iniciativa de Ley de Establecimientos Mercantiles, el objetivo de esta Ley es el de regular a todos los establecimientos de la Ciudad de México, dotándolos de un marco legal para su buen funcionamiento.

Esta Nueva Ley, entre sus disposiciones prohibió las barras libres con el objeto de evitar el consumo de bebidas adulteradas dentro de las discotecas, bares, centros nocturnos, salones de baile y cabarets.

Lo cual deja claro que las nuevas reformas a la Ley están cubriendo muchos vacíos de la anterior legislación, pero es importante mencionar que existen detalles dentro de esta nueva legislación que merecen ser estudiados con mayor atención, pues ha tenido efectos desfavorables en diversos establecimientos.

Como por ejemplo, la disminución de la clientela en la Discoteca " Gynnos", que aunque es nuestro objeto de estudio, no quiere decir que sea la única afectada por estas nuevas disposiciones: generando pérdidas considerables en cuanto a su economía, no solamente para la empresa sino también para los empleados de la misma, pues ellos obtienen sus ingresos mediante las propinas y al ya no haber igual entrada de gente, sus ingresos se ven reducidos hasta un 80%.

**TESIS
CON
FALLA DE
ORIGEN**

Esto trae como consecuencia el deterioro de las relaciones laborales, la deserción del empleo y sobre todo que la calidad en cuanto a la atención del cliente se vea afectada. Así mismo, las discotecas deben de alcanzar altos niveles de competitividad por lo que necesitan contar con el personal capacitado, para así lograr eficiencia en los niveles de servicio, a fin de contrarrestar los efectos adversos de las nuevas disposiciones legales.

Debido a esto, consideramos necesaria la implantación de métodos de inducción para dar a conocer las nuevas reglamentaciones y crear conciencia de la importancia de la calidad de atención al cliente, así como procurar la capacitación continua del personal.

Es preciso señalar que el documento arroja una serie de indicios que ponen de manifiesto que no basta que una empresa cuente con una adecuada organización interna y con el funcionamiento eficiente de su personal, existen factores externos a la empresa que en ocasiones, como parece ser en este caso, obran en su contra.

Estamos en condiciones de plantear que la entrada en vigor de la Nueva Ley de Establecimientos Mercantiles ha tenido efectos muy desfavorables en el funcionamiento de la discoteca "GYNNOS". La observancia escrupulosa de los nuevos ordenamientos jurídicos por los responsables de la empresa en contraste con la disimulada o abierta violación de dichas disposiciones legales por otras empresas así parecen confirmarlo. A reserva de comprobar esta hipótesis, resultaría grave que el estricto cumplimiento de la Ley conduzca a la quiebra a una empresa, hecho que de ser así pondría en evidencia cómo repercute el trabajo legislativo de nuestros representantes populares.

CAPITULO 1

1.1. LA INDUSTRIA DEL ESPECTÁCULO Y LA RECREACIÓN EN LA CIUDAD DE MÉXICO

En la Ciudad de México viven 8, 605, 239 habitantes², provenientes de una gran diversidad de lugares de la república; concentra la mayor dinámica económica y recreativa en el Distrito Federal, la cual representa la tercera parte de la economía en la Ciudad.

"En el Distrito Federal se tienen detectados aproximadamente 8 mil establecimientos de los cuales 52% están ubicados en las delegaciones Iztapalapa, Venustiano Carranza, Gustavo A. Madero y Cuauhtémoc"³

La Delegación Cuauhtémoc, considerada como el corazón de la Ciudad de México, es un lugar céntrico y turístico donde se concentra la mayoría de los giros mercantiles.

La llamada Zona Rosa ha sido durante más de 20 años un barrio bien acondicionado, para hospedarse, pasear e ir de compras. Situada entre el centro histórico y la zona del parque de Chapultepec, la Zona Rosa es un punto estratégico no sólo para el paseante, sino también para los que tienen negocios en la Ciudad de México, ya que es atravesada por el Paseo de la Reforma, eje financiero y comercial de la Ciudad.

En la década de los años 60 se contempló la inauguración de librerías y galerías de arte, que permitieron el tránsito de artistas e intelectuales, entregados a las nuevas corrientes internacionalistas e intimistas. Tanto el gran público como

² Vease XII Censo General de Población y Vivienda 2000 (tabulados.) Básicos INEGI; México 2001. Tomo I, Pag 52
³ Vease Periodico "El Universal"; marzo 2000

visitantes extranjeros percibieron el atractivo cosmopolita de la Zona Rosa, que propició la construcción de hoteles e inauguración de restaurantes, mercados de artesanías, antigüedades y centros nocturnos.

Hoy la Zona Rosa sigue transformándose: boutiques, restaurantes, bares y discotecas, coexisten con una gran variedad de giros eróticos que en su conjunto han acentuado el deambular de todos los grupos sociales, encontrando fines de supervivencia o recreo.

Es así como limosneros, "jóvenes", paseantes extranjeros, gente que gusta de la vida nocturna, reventados, niños drogados, señoras de compras y hombres de negocios, mezclan a cualquier hora los colores de adoquines, muros y salones para obtener esa deseada *Vida en Rosa*.

Dentro de la Zona Rosa se encuentra ubicada la discoteca Gynnos*, cerca del metro Insurgentes, en la calle de Génova, más adelante se comentará su funcionamiento.

* Los nombres de las Discotecas que se mencionan han sido cambiados por cuidar su privacidad, así como para atender una petición del Gerente de la misma

1.2 LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES

La propuesta de la Nueva Ley de Establecimientos Mercantiles, es un valioso intento por darle un orden a un campo de reglamentación que se ha vuelto caótico, según argumentan quienes elaboraron la iniciativa, pues señalan que en pleno siglo XXI existían grandes vacíos, en materia de reglamentación del funcionamiento de establecimientos mercantiles y de los derechos de los clientes.

1.2.1 SUS ANTECEDENTES

El 17 de abril de 2001 se presentó ante el pleno de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, por el Diputado Miguel Ángel Toscano Velazco, con fundamento en el "apartado C, base primera, fracción V, inciso F, del artículo 122 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, así como por los artículos 10, fracción I de la Ley Orgánica de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal y por el artículo 66, fracción I del Reglamento para el Gobierno Interior de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal"⁴, la Iniciativa de Ley de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal.

En esa ocasión, el Diputado Toscano Velazco manifestó: "Toda vez que es de carácter prioritario para la ciudad, el contar con una Ley que garantice la calidad y la seguridad para los usuarios de los diversos giros mercantiles así como una mayor transparencia y facilidad en la apertura de los mismos, los integrantes de los Partidos: Acción Nacional, Partido Revolucionario Institucional, Partido de la Revolución Democrática, y el Partido Verde Ecologista de México, hemos considerado la creación de una Nueva Ley de Establecimientos Mercantiles."⁵

⁴ Véase el Diario de Debates de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal del 17 de abril de 2001, II Legislatura, Tomo II, Pág.51

⁵ Diputado Miguel Ángel Toscano Velazco, Diario de Debates, Tomo II, Pág. 51

Tomándose en cuenta lo manifestado por las diferentes Cámaras de Comercio, entre las que se pueden mencionar: La Cámara Nacional de la Industria Eléctrica; de Telecomunicaciones e Informática (CANIETI); La Confederación Patronal Mexicana (COPARMEX); La Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México; y la Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México (CANACO).

De igual manera se tuvieron reuniones de trabajo con autoridades de las diversas demarcaciones territoriales, poniendo énfasis en lo dicho en el foro denominado "El funcionamiento de Establecimientos Mercantiles en el Distrito Federal"⁶ que se realizó en el mes de febrero del 2001 por la Asamblea Legislativa.

El objetivo fundamental de los legisladores fue fomentar en todo momento una regulación más clara para todos aquellos giros que hoy en día son vistos como giros negros, " No se trata de satánizar y dar la espalda a hechos y realidades sociales, consideramos que se debe atender a dichos problemas con reglas y no tratando de obstaculizar su apertura"⁷, puntualizó el promotor de la iniciativa, el diputado Toscano Velazco.

1.2.2 SUS DISPOSICIONES

Con base en las consultas mencionadas y en el trabajo legislativo, en la Ley se establecieron tres tipos de licencias, las cuales son:

Licencias de tipo A: Que son consideradas de Impacto Vecinal, en las que se encuentran los salones de fiestas, restaurantes, establecimientos de hospedaje, salas de cine, teatros y auditorios.

⁶ Op Cit. Pág 51

⁷ Diputado Miguel Ángel Toscano Velazco. *Diario de Debates*. Tomo II Página 51

Licencias de tipo B: Consideradas de Impacto Zonal, en esta se encuentran las cervecerías, las discotecas, pulperías, bares, cantinas, salones de baile, y clubes privados.

Licencias de tipo C: De Alto Impacto Social, como son los centros de baile eróticos, cabarets, y los establecimientos mercantiles donde se exhiban o comercien artículos de carácter sexual, erótico o pornográfico.

Debido a los desastres sucedidos en algunos establecimientos mercantiles, por la falta de seguridad y medidas de protección civil por parte de los mismos, se incluye la obligación de los propietarios, cuyo negocio cuente con una capacidad mayor de 50 personas de contratar un Seguro de Responsabilidad Civil.

De igual forma, sostiene la Ley que no serán permitidas: las aglomeraciones en la entrada de los establecimientos mercantiles cuando se ocupe la vía pública o ponga en riesgo a los usuarios. Tampoco se autorizará el acceso a menores de 18 años, para lo cual será obligación de los titulares exigir la credencial oficial a todas aquellas personas que deseen consumir bebidas alcohólicas o comprar cigarrillos, sin importar si el usuario aparenta la mayoría de edad.

La Ley de Establecimientos Mercantiles pretende de igual forma evitar el abuso y la discriminación de que suelen ser objeto algunos grupos de la población, al no tener acceso a ciertos establecimientos, sin existir mayor razón que una discriminación. Con la Nueva Ley los restaurantes y los establecimientos mercantiles, con licencias A, B, C, deberán tener a la vista las cartas de alimentos y bebidas con precios y contar con menú en escritura braile y permitir el acceso a personas con sus mascotas guía.

En caso de que no cumplan con lo establecido, las sanciones podrían alcanzar la suma de 2500 salarios mínimos vigentes en el Distrito Federal, o su equivalente a \$100,000.00.

A partir de la entrada en Vigor de la Ley, se prohibió expresamente la modalidad de la barra libre, buscando de esta manera que el consumo de bebidas sea de la mejor calidad, y propicie el consumo responsable de los usuarios, especialmente los jóvenes. En este sentido, señaló el diputado Miguel Ángel Toscano Velazco: "Observando que el consumo de alcohol se convierte en un serio problema en la salud de los habitantes de esta Ciudad, consideramos la urgente necesidad de evitar prácticas mercantílicas que carecen de ética alguna por parte de algunos titulares y que van en detrimento de los usuarios de dichos giros mercantiles"⁸

Nueva Ley de Establecimientos Mercantiles esta estructurada de la siguiente manera:

LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES DEL DISTRITO FEDERAL

TITULO PRIMERO

- Disposiciones generales y competencia de los establecimientos mercantiles en general.

Estas disposiciones tienen por objetivo, regular el funcionamiento de los Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal. En este caso corresponde a la Secretaria de Gobernación ser la que coordine, supervise, fomente, promueva y evalúe el debido cumplimiento de la Ley, deberán acatar las disposiciones Jurídicas en materia ambiental, de protección civil, desarrollo urbano y demás que resulten aplicables.

Menciona que la Delegación será la que expida las licencias de funcionamiento, lleve acabo un registro de las declaraciones de apertura, de los avisos de

⁸ Diario de Debates. Tomo II Pág. 52

supervisión y cese de las actividades de los Establecimientos, así como que sea la que vigile su cumplimiento, y aplique las sanciones previstas por la Ley.

Paralelo a ello, notificará de manera oficial a los vecinos sobre los resultados de las verificaciones.

Dentro de las Obligaciones de los establecimientos mercantiles, esta el destinar el local para el giro a que se refiere la licencia, permitir el acceso a la persona destinada por la Delegación para realizar las funciones de verificación.

TITULO SEGUNDO

- De los establecimientos mercantiles que pueden obtener permiso y de las autorizaciones.

Aquí alude, a los establecimientos que funcionen como cafeterías o restaurantes, que podrán colocar en la vía pública extensiones de su negocio previo permiso de la Delegación y pagar los derechos que establezca el Código Financiero del Distrito Federal.

Deberán formular una solicitud por escrito con los siguientes datos: Nombre comercial o denominación social del establecimiento mercantil, si es extranjero presentará la autorización expedida por la Secretaria de Gobernación, en la cual se le permite llevar acabo la actividad de que se trate, si es persona moral, su representante legal acompañará el documento con el que acredite su personalidad, ubicación y superficie del local, giro mercantil y certificado de zonificación.

TUTULO TERCERO

- De los establecimientos mercantiles que requieren licencia de funcionamiento.

En este apartado podemos encontrar lo referente a los tipos de licencias A, B, C, para los diferentes giros mercantiles que laboran dentro del Distrito Federal.

Licencias de Tipo A, Consideradas de impacto vecinal y se otorga a los siguientes giros: Salones de fiestas, restaurantes, establecimientos de hospedaje y salas de cine, teatro y auditorios.

Licencias de Tipo B, consideradas de impacto zonal y se otorgan a los giros como: cervcerías, pulquerías, bares, cantinas, discotecas, salones de baile, peñas, salas de cine con venta de bebidas alcohólicas y cabarets.

Las licencias de Tipo C, de alto impacto social, como son los centros de bailes eróticos, cabarets, y establecimientos mercantiles donde se exhiban o comercien articulos de carácter sexual, erótico o pornográfico.

TITULO CUARTO

- De los establecimientos mercantiles que requieren declaración de apertura

Este apartado de la Ley se refiere a los establecimientos que no están considerados dentro de los giros que requieren licencia, los cuales están obligados a presentar su aviso de declaración de apertura para que se les registre.

Los titulares de cada establecimiento deberán vigilar que en ningún caso se permita, tolere o provoque aglomeraciones de personas o vehículos en las entradas o salidas, que pongan en riesgo la seguridad de los usuarios y peatones, y que dificulten el tránsito de las personas o vehicular.

Con relación a los establecimientos que presten servicio de juegos electrónicos o video juegos la ley establece:

- I. Deberán instalarse a 300 metros lineales de distancia de algún centro escolar de educación básica.
- II. Contar con una clasificación que los identifique en grupos de la siguiente forma:
 - Tipo A: Inofensivos para todas las edades.
 - Tipo B: Poco agresivos, para uso de mayores de 13 años.
 - Tipo C: Agresivo, para uso de mayores de 15 años.
 - Tipo D: Altamente agresivos, para uso de personas mayores de 18 años.

TITULO QUINTO

- Verificación, medidas de seguridad, sanciones y recursos

Dentro de las medidas de seguridad, es la Delegación quien vigilará que los establecimientos cumplan con lo establecido en la Ley.

Los establecimientos que no cumplan con lo dispuesto en los nuevos ordenamientos legales, dará lugar a diferentes tipos de sanciones entre las que figuran: El aseguramiento de las bebidas alcohólicas, imposición de sanciones económicas las cuales equivalen de 25 a 125 días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal; la clausura de los establecimientos mercantiles y la revocación de las licencias.

Como puede observarse, la Ley cubre algunos de los huecos que se habían presentado durante varios años en lo que se refiere a los establecimientos mercantiles, pero es importante mencionar que esta Ley en vez de contribuir a un crecimiento económico tanto en el ámbito social, como nacional ha afectado la rentabilidad de algunos centros mercantiles, como sé vera más adelante.

1.3. REPERCUSIÓN DE LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES Y OPERACIÓN DE LAS DISCOTECAS

Es muy significativo que los diputados de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal, se preocupen por la elaboración de una "Ley de Establecimientos Mercantiles", y el que los medios de comunicación presten atención, a veces en tonos amarillistas, a la reglamentación de "giros negros" o "antros", lo cual nos muestra la importancia que brindan algunos legisladores y medios a este tipo de conflictos de la Ciudad más grande del país.

Al discutir las reglas de apertura y funcionamiento de restaurantes, bares o centros de diversión, los legisladores sólo deberían tomar en cuenta las medidas de seguridad para los clientes y el que no se afecten los intereses de los vecinos por difusión de ruido, por invasión de espacios de estacionamiento o por otras circunstancias, según comentarios de vecinos del lugar.

Desde el momento en que es dada a conocer la propuesta de iniciativa de Ley de Establecimientos Mercantiles se comenzaron a presentar reacciones de los empresarios, como la que tuvo la Asociación Nacional de la Industria de Discotecas y Bares a principios del 2001.

Existe una gran inconformidad contra los operativos de clausura, debido a que muchos de estos se han efectuado de manera ilegal, en horas inhábiles y bajo la responsabilidad de personal con identificaciones caducas. No obstante, que las disposiciones establecen que los verificadores únicamente puedan revisar que se cumpla con la Ley sólo a partir de que exista una queja o un trámite de por medio, esto no siempre ocurre así. "Los efectos en términos económicos han sido muy desfavorables para la industria del espectáculo y la diversión, pues se han

cuantificado pérdidas de casi 2 mil 700 empleos y alrededor de 400 millones de pesos".⁹

Dicha situación ha generado reacciones adversas a la Ley hasta de los propios asambleístas como fue el caso del Diputado local, Armando Quintero, que señaló que aquello que se pensó como un beneficio para la economía de la Ciudad de México, resultó contradictorio, ya que se están presentando cada vez más empresas en quiebra.

Los miembros de la Asociación Nacional de la Industria de Discotecas y Bares, "Anunciaron que convocarían a un paro de la vida nocturna en la Zona Rosa y Centro Histórico, calculando que a la manifestación concurrirán por lo menos 5 mil personas"¹⁰.

En este orden de ideas, varios centros nocturnos han sido cerrados, otros se encuentran abiertos pero totalmente vacíos, los empleados han sido golpeados en su economía, y así también se hayan los dueños de los establecimientos.

La prohibición de la barra libre ¿Por qué?, Si el centro de diversión, decide ofrecer un servicio de barra libre, tal vez considere que es la mejor manera de atraer clientes, bajo qué criterio se impide, la responsabilidad sobre la cantidad de alcohol que consume la persona es de ella, lo que sí debe ser rigurosamente vigilado son las marcas y la autenticidad de las bebidas.

Como se ha mencionado, con base en las nuevas disposiciones en las Discotecas de la Ciudad de México están prohibidas las barras libres, la discriminación y el cover diferenciado, sin embargo, algunos establecimientos ignoran la disposición de manera disimulada, por lo que sin importar los nuevos ordenamientos en la Zona Rosa, aún se pueden encontrar barras libres donde se puede beber sin límite

⁹ Vease periódico Reforma del jueves 8 de marzo de 2001.

¹⁰ Vease Periódico Reforma del jueves 8 de marzo de 2001

y en algunos "antros" persiste la práctica de la "cadena" para el control y selección de las personas que pueden ingresar.

" Para librar estas disposiciones, algunos antros han establecido modalidades de entrada, que van hasta los \$300 pesos por persona, más consumo y en sustitución de la famosa cadena, que antes de la publicación de la nueva Ley servía para seleccionar a las personas a quienes se les permitía el acceso, según su apariencia, ahora están los subsidios a la "gente bonita"¹¹

Para los socios de los negocios que están llevando acabo estas prácticas, están cumpliendo con la Ley, explicando que su sistema de cobro varia según los grupos de rock que toquen, lo cual no es más que una forma disfrazada de mantener las prácticas que antecedieron la entrada en vigor de la nueva Ley, pues aducen que es una forma de defenderse de sus impactos nocivos, pues hay evidencia de establecimientos que el estricto apego a los ordenamientos legales les ha llevado a la crisis o incluso a la quiebra como es el caso de la Discoteca Gynnos.

¹¹ Véase: Periódico Reforma del domingo 8 de septiembre de 2002.

CAPITULO 2

1. - LA DISCOTECA "GYNNOS"

2.1. - Antecedentes y Operación.

La discoteca se encuentra ubicada en la Zona Rosa, espacio de gran comunicación y de convergencia de espectáculos, variedades y centros de entretenimiento, lugar de gran competencia por ganar el gusto y la preferencia de los clientes, lo cual obliga a los establecimientos a diseñar y perfeccionar las más variadas estrategias de promoción.

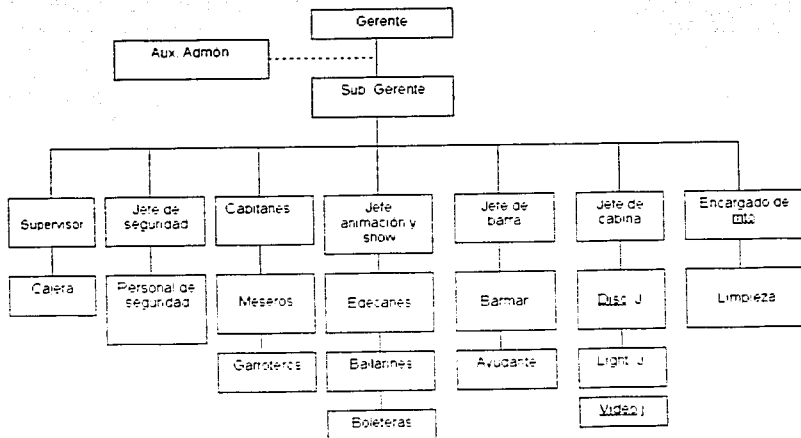
Los antecedentes de la discoteca "GYNNOS" nos remonta a los inicios de 1995, cuando el grupo "Factor" creó una discoteca llamada "Stratus", siendo esta la novedad del lugar. A ella acudía gente de un nivel económico medio alto, la música que tocaba era rock-pop en inglés y español, el ambiente que se lograba era único, por lo que la asistencia era muy cuantiosa.

Al ver el éxito de "Stratus" se empiezan a abrir discotecas y centros nocturnos cercanos a ella, provocando que pasados unos años bajara el nivel de gente y su asistencia fuera menor, debido a esto se vieron en la necesidad de cerrar la discoteca y remodelarla.

Para el mes de octubre de 1999 el grupo "Factor" inauguro "GYNNOS", conservando el mismo concepto en cuanto música y ambiente, teniendo como novedad entre cada bloque de música una variedad de show's en vivo, en donde imitan a grupos o solistas cantantes con sus respectivos bailarines, además cuenta con un canta-canta (Karaoke) que toca los éxitos en español o inglés, según la preferencia de quien desee cantar.

Referente a los aspectos organizacionales de la discoteca, puede señalarse que dispone de documentos básicos que dan cuenta claramente de su organización, funciones y responsabilidades del personal.

El organigrama* de la empresa refleja una estructura bien diseñada, coherente y clara, en la que se precisan las relaciones verticales de mando y jerarquía, así como las relaciones horizontales de colaboración, tal como puede apreciarse en el siguiente organigrama:



* El organigrama fue proporcionado por el encargado de la Discoteca

Con relación a las funciones y actividades del personal de la discoteca*, él catálogo de puestos y funciones, describe de manera clara y puntual, lo que confiere realizar a cada uno de los miembros del personal. Estructurando de manera jerárquica desde las funciones del gerente, subgerente, supervisores, etc., hasta llegar a las actividades propias del personal de mantenimiento y limpieza; tal y como se expone en el cuadro siguiente, elaborado con base en el documento mencionado. Es claro que no existe posibilidad de confusión respecto a las funciones y responsabilidades del personal, pues se establecen de manera puntual las actividades y la relación del mismo en la cadena de mando.

Función	Actividad
Gerente	Es el responsable de la supervisión de cada uno de los departamentos de la empresa. Contrata al personal y vigila su capacitación. Se encarga de las relaciones públicas con la clientela, el cuidado y óptimo funcionamiento del lugar, es decir el mantenimiento del mismo, los gastos y adecuado desempeño de la empresa.
Subgerente	Apoya al gerente en las actividades ya mencionadas y propone alternativas para mejorar la calidad y servicio de la empresa.
Supervisor	Controla la entrada contando y anotando el acceso de la gente y debe informar al subgerente del número de boletos pagados y cortesías, cuida la

* Proporcionada por el Gerente

	salida y regreso de la gente y supervisa a la cajera.
Cajera	Es el segundo contacto con el cliente a quien le informa y cobra.
Departamento de seguridad	Supervisa el comportamiento de la gente para que el ambiente sea el adecuado.
Capitán	Coordina a los meseros para que hagan la limpieza general, acomodan sillas y mesas. Asigna el lugar de los meseros y explica su función.
Mesero	Brinda Servicio al Cliente atendiendo su petición e informa y sugiere lo que le ofrece la discoteca.
Garrotero	Recoge los vasos vacíos (muertos) de las mesas, limpia los ceniceros y la mesa.
Boleterías	Venden boletos que se canjean por bebidas. Se encuentran distribuidas en la discoteca.
Departamento de animación y show	Son quienes procuran el ambiente del lugar.
Jefe de Barra	Lleva el control de los inventarios y hace

	pedidos.
Barman	Prepara y sirve las bebidas.
Ayudantes de barra	Limpian y ayudan al barman en todo lo que necesite.
Departamento de cabina	Son los responsables de la música, luz y video de la discoteca.
Mantenimiento y limpieza	Cuidan que las instalaciones de la discoteca estén en buen estado y reparan lo que se deteriora.

2.2 FUNCIONAMIENTO ANTERIOR Y LA ENTRADA EN VIGOR DE LA LEY DE ESTABLECIMIENTOS MERCANTILES

La discoteca Gynnos funciona todos los fines de semana, específicamente los días jueves, viernes y sábado en un horario de 21:00 horas a 4:30 de la mañana.

Antes de que entrará en vigor la Nueva Ley para el Funcionamiento de Establecimientos Mercantiles del Distrito Federal, el pasado 01 de marzo de 2002, "GYNNOS" tenía una rentabilidad aceptable, según podemos concluir del análisis de los cortes realizados cada semana con base en el resultado de egresos e ingresos de la discoteca* y de la información contenida en las fichas de encuesta interna que realizaba la empresa con sus clientes, a través de la aplicación de un pequeño cuestionario que llenaban los usuarios directos de la discoteca a fin de detectar fallas o errores en el servicio y la administración de la empresa, así como la percepción en la calidad del servicio y el ambiente generado en la discoteca.

La información que a continuación se presenta es producto del análisis de los cuestionarios aplicados en las últimas cuatro semanas previas a la entrada en vigor de las disposiciones de la Ley en cuestión, es decir las semanas correspondientes al mes de febrero de 2002. El total de cuestionarios analizados fue de 100.

De acuerdo con los datos de las fuentes señaladas, la asistencia en un fin de semana era de 700 a 900 personas, en donde los hombres pagaban una cuota de \$200 pesos, que les daba el derecho a usar la barra libre hasta las 3:00 de la mañana, las mujeres entraban sin pagar desde las 21:00 a las 23:00 horas, otorgándoseles una cortesía que le daba el derecho a consumir lo que quisiera. Si llegaban después de la hora señalada, el costo era de \$160 pesos.

* Información proporcionada por el Gerente de la Discoteca Gynnos.

El consumo después de concluido el tiempo de servicio de la barra libre era en promedio de 3 a 5 copas por persona, lo cual generaba un ingreso económico adicional al pago de acceso, hecho que se traducía en una mayor rentabilidad.

En cuanto al ambiente, es importante señalar que era muy animado, debido a que los clientes consumían una cantidad considerable de bebidas alcohólicas: alrededor de 7 a 10 copas por persona en concepto de barra libre, lo que aumentaba su "euforia" provocando un ambiente más "chido", según expresión de los propios clientes. No podemos dejar de lado que en ocasiones llegaban a presentarse conatos de pleito entre los mismos clientes, que tenían que ser supervisados por el equipo de seguridad, cuyos miembros muchas veces tenían que intervenir para que abandonaran la discoteca.

La calidad del servicio que brindaba la empresa al cliente no era excelente, debido fundamentalmente a que existía una demanda que superaba la posibilidad de prestar un servicio óptimo, lo que propiciaba que la atención no fuera la más adecuada. Es preciso resaltar que al tener una mayor cantidad de clientela que atender era necesario contratar más personal para satisfacer la demanda y cuyas personas muchas veces no recibían la capacitación adecuada para atender a los asistentes.

Asimismo, es necesario e importante recalcar que un mesero no tiene un sueldo fijo, por lo que el ingreso que percibe es por concepto de propinas que otorgan los clientes. Antes de la Ley un mesero percibía en un fin de semana un ingreso de hasta \$1.000 pesos. Lo que representaba una percepción económica aceptable y mayor estabilidad económica, en virtud de los precarios salarios que se pagan en nuestro país.

Sin embargo, a partir del 2002, con la entrada de los nuevos ordenamientos, la Discoteca Gynnos empezó a mostrar signos negativos en sus utilidades y en el número de concurrentes.

Los clientes disminuyeron, se masificó el perfil de los asistentes y las utilidades muestran una tendencia permanente a la baja.

La preocupación ante estos hechos obligó al personal directivo a buscar explicaciones de la desfavorable situación. Distintas fueron las hipótesis de la baja rentabilidad, así como las estrategias para conocer el problema, pues adicionalmente a la entrada en vigor de la nueva Ley se consideraron otras variables para explicar la caída de la rentabilidad de la empresa.

La calidad del servicio, el comportamiento del personal, el ambiente laboral y los precios fueron vertientes que se consideraron para explicar la situación. Por ello se definió como estrategia, encuestar a los clientes, así como a su personal. A los usuarios se les cuestionó sobre la forma en cómo se enteraron de la discoteca, el servicio, la música, la seguridad, las bebidas, los servicios sanitarios, el ambiente, la calidad del show, la limpieza y las instalaciones; el personal y los precios; y por último sobre las nuevas reglamentaciones.

En el caso del personal se les interrogó sobre la comunicación interna, los objetivos y reglamentos de la empresa; el ambiente de trabajo; la productividad de la empresa; la motivación e identificación con la empresa y; el conocimiento de la Nueva Ley de Establecimientos Mercantiles. En suma un estudio muy detallado sobre el funcionamiento y organización de la empresa desde la perspectiva de los clientes y el personal.

2.3 IMPACTO DE LA LEY EN LA DISCOTECA GYNOS

2.3.1 LA PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES

A fin de elucidar las causas de la caída de los ingresos de la empresa, se procedió primero a entrevistar a los clientes de la Discoteca, se determinó un número de 100 personas entrevistadas, dado que se buscaba no la expresión de una muestra representativa, sino datos para un estudio exploratorio tal y como se tiene contemplado en la metodología. Dicho ejercicio de entrevista resultó difícil ya que la mayoría de los jóvenes van a divertirse y algunos se molestan cuando se les solicita contestar un cuestionario.

Otros lo toman a broma y no contestan de manera verídica, lo que ocasionó que se tuvieran que repetir algunas de las entrevistas, una vez que se logró completar el total de las entrevistas programadas nos dimos a la tarea de realizar el análisis de las mismas.

Del total de las personas entrevistadas, pudimos detectar que el porcentaje de hombres fue del 60 % y mujeres 40% (véase cuadro 1) proporción que coincide con el flujo actual de concurrentes, lo que refleja una baja considerable del sexo femenino, ya que anteriormente la entrada era en casi un mismo porcentaje, e incluso en ocasiones la mayoría de personas que entraban eran mujeres, esto así por las anteriores disposiciones favorables a las mujeres, como el acceso gratuito por espacio de dos horas.

Un porcentaje considerable, el 42% se enteró de la existencia de la discoteca por mera casualidad según datos del cuadro 2, resaltando que existe una falta de publicidad para atraer a clientes, de estos solamente el 7% se enteró por medio de la propaganda, lo cual obliga a reforzar las estrategias de difusión, sin embargo es significativo que 34 de cada 100 de los asistentes, concurren a la discoteca por

recomendación, lo cual expresa el beneplácito de un número considerable de clientes.

Los datos anteriores están en concordancia con la calificación de los servicios ofrecidos. El siguiente cuadro manifiesta la aceptación que tiene el servicio en el público usuario, 43% lo califica como bueno, en tanto que el 27% de excelente. En adición encontramos que 70% de los clientes se manifiestan satisfechos con el servicio calificándolo entre bueno y excelente.

Los porcentajes más altos cuando se pregunta que opinan de la música de Gynnos varían ya que, el 43% la consideran buena y el 25% la consideran excelente, y solamente 1% creen que es pésima (cuadro 4.)

Las respuestas de los clientes referentes a la seguridad, ponen de manifiesto que ésta no es un problema que explique la disminución de los asistentes, pues no obstante, de los índices delictivos y la percepción de la ciudadanía respecto a la inseguridad que se vive en la ciudad, en la asistencia el 54% se siente seguro y 19% califica los servicios de seguridad de la empresa como excelente, según se aprecia en el cuadro 5.

La información relativa a la calidad de las bebidas coloca a la Discoteca en una posición muy aceptable para su clientela, pues el 56% de los entrevistados le atribuyen el calificativo de entre bueno y excelente, según puede cotejarse en el cuadro 6, sin embargo, es relevante que el 28% considere la calidad de los tragos como regular y debe preocupar que 14% le asigne una calificación de malo y pésimo. Sería útil explorar que clase de experiencias han tenido estos clientes para evaluar en que términos u analizar si esto tiene que ver con algún comportamiento del barman, capitanes o meseros referente a la calidad de los productos suministrados.

El ambiente es bueno, según el 42% de la población entrevistada y de igual manera el show con un 36%, es importante mencionar que estamos refiriéndonos a las categorías con mayor mención, pero la diferencia es mínima para ser excelente (cuadro 7 y 8).

Referente a la limpieza tiene la calificación de buena, esto con el 39% de las menciones de acuerdo con el cuadro 9, por lo cual al preguntar sobre los baños no varió demasiado el porcentaje esto es el 37% considerándolo regular. (Cuadro 10.)

Con relación a la calificación que los usuarios asignan a las instalaciones y a la calidad del personal, los porcentajes de aceptación son igualmente muy altos, 28% sostiene que las instalaciones son excelentes, que sumados al 37% que los califica de bueno, hacen un 65% de aprobación (Cuadro 11.)

Respecto al personal, 37 de cada 100 lo consideran excelentes en su desempeño, lo cual agregado al 30% que lo califica como bueno, constituyen el 67% ubicado entre bueno y excelente, de acuerdo con lo contenido en el cuadro 12.

Como puede observarse en los resultados analizados, la discoteca tiene un buen funcionamiento en su aspecto administrativo y de prestación de servicio según la percepción de los usuarios.

La valoración positiva, en un porcentaje mayoritario, que tienen los clientes de la discoteca, nos obliga a descartar como explicación de la disminución de los asistentes y la consecuente caída de los ingresos a la falta de calidad y atención al usuario.

Descartadas las opciones antes señaladas, procedimos a analizar el aspecto económico para los clientes, sin embargo, grande fue la sorpresa pues el 88% de los entrevistados adujo que los precios de entrada son adecuados y sólo 9% los

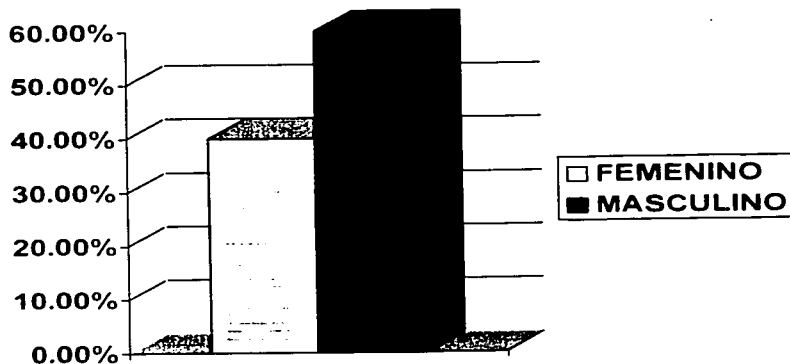
considero elevados. Referente al costo de las bebidas 67 de cada 100 entrevistados manifiesta que los precios son adecuados, según puede consultarse en los cuadros 13 y 14.

Por eliminación fuimos desagregando posibles causas de la caída de clientes e ingresos de la discoteca, si las explicaciones no están en la calidad y en el costo de los servicios prestados, quedaba averiguar el impacto de las nuevas disposiciones legales. Si atendemos a la información contenida en el cuadro 15, es más que evidente que la clientela reprueba tales disposiciones: 93% de la población entrevistada mostró su desaprobación y el 100% se manifestó a favor y por la restitución de las prácticas en la discoteca, que precisamente prohíbe la Ley de Establecimientos Mercantiles: la existencia de Barra Libre y el cobro de Cover, según se observa en el cuadro 16.

CUADRO 1

SEXO

FEMENINO	40%
MASCULINO	60%

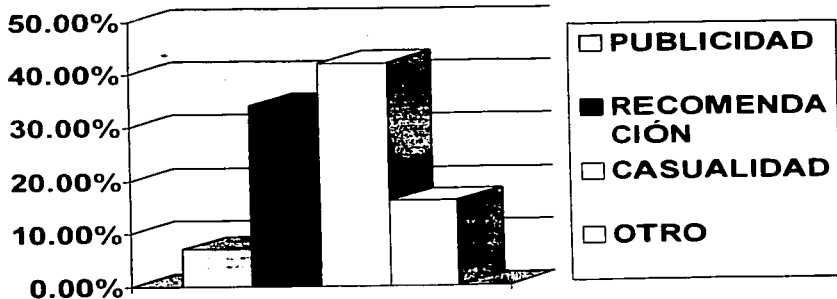


**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CUADRO 2

1. - ¿CÓMO TE ENTERASTE DE GYNNOS?

PUBLICIDAD	7%
RECOMENDACIÓN	34%
CASUALIDAD	42%
OTRO	16%



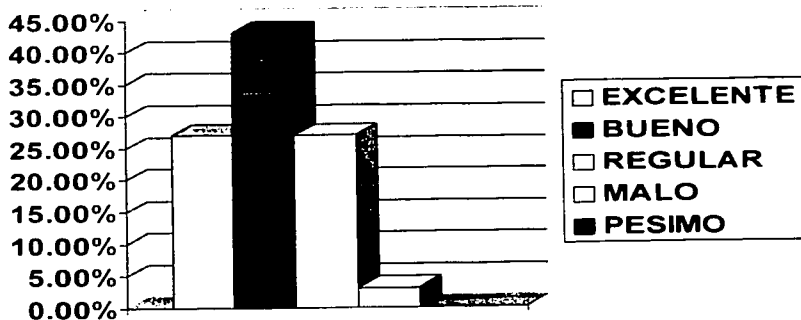
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 3

2. - CALIFICA NUESTRO SERVICIO

ATENCIÓN

EXCELENTE	27%
BUENO	43%
REGULAR	27%
MALO	3%
PESIMO	

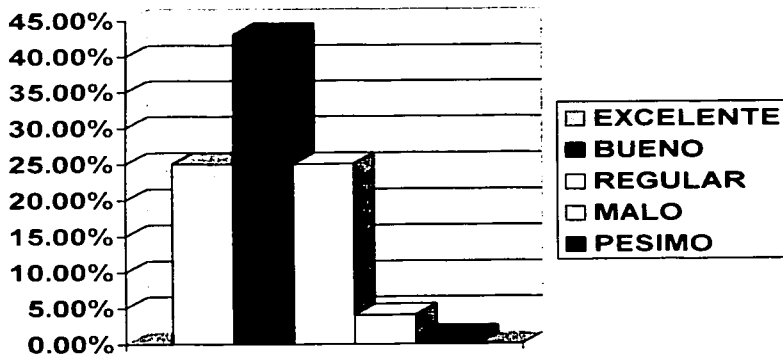


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 4

MUSICA

EXCELENTE	25%
BUENO	43%
REGULAR	25%
MALO	4%
PESIMO	1%

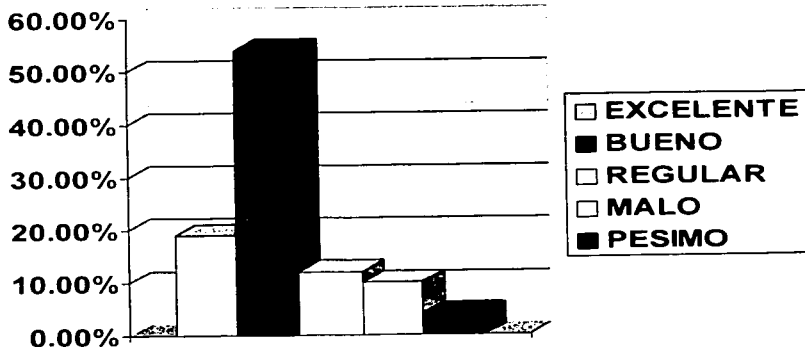


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 5

SEGURIDAD

EXCELENTE	19%
BUENO	54%
REGULAR	12%
MALO	10%
PESIMO	4%

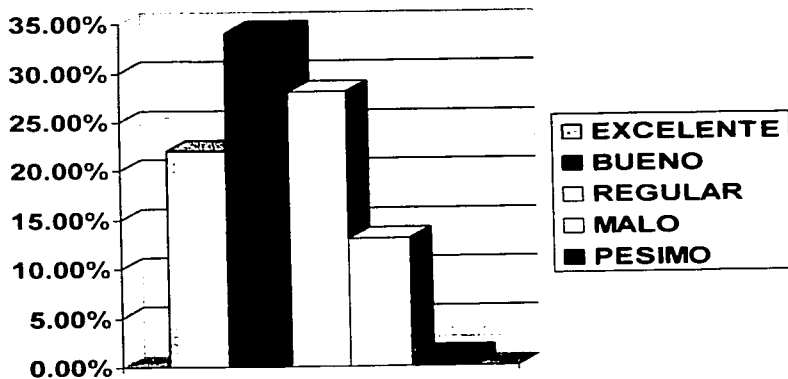


**TESIS CON
 CALA DE ORIGEN**

CUADRO 6

BEBIDAS

EXCELENTE	22%
BUENO	34%
REGULAR	28%
MALO	13%
PESIMO	1%

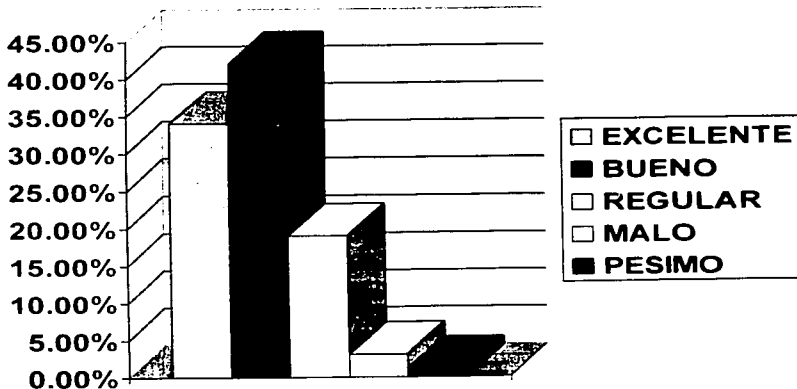


TESIS CON
 FALLA DE ORIGEN

CUADRO 7

AMBIENTE

EXCELENTE	34%
BUENO	42%
RÉGULAR	19%
MALO	3%
PESIMO	1%

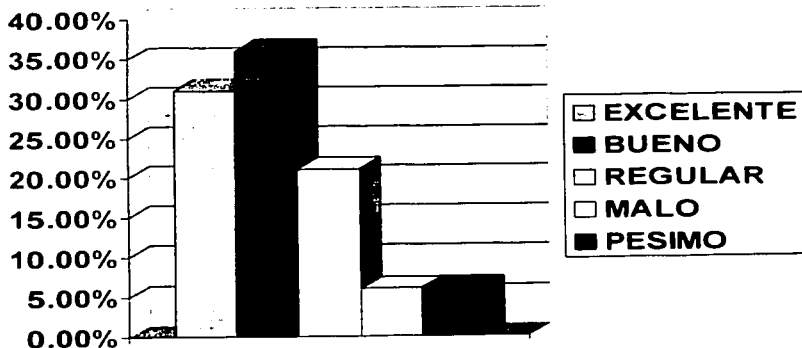


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 8

SHOW

EXCELENTE	31%
BUENO	36%
REGULAR	21%
MALO	6%
PESIMO	6%

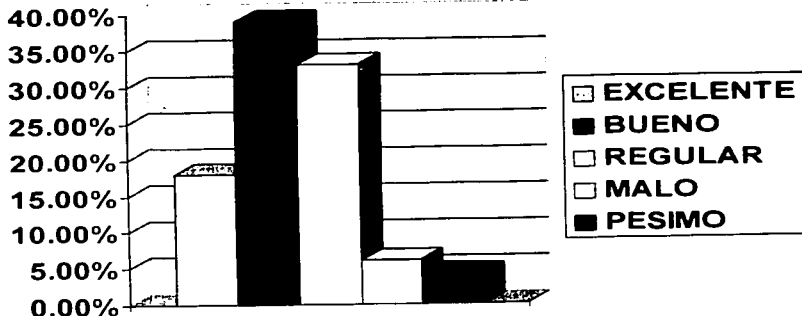


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 9

LIMPIEZA

EXCELENTE	18%
BUENO	39%
REGULAR	33%
MALO	6%
PESIMO	4%

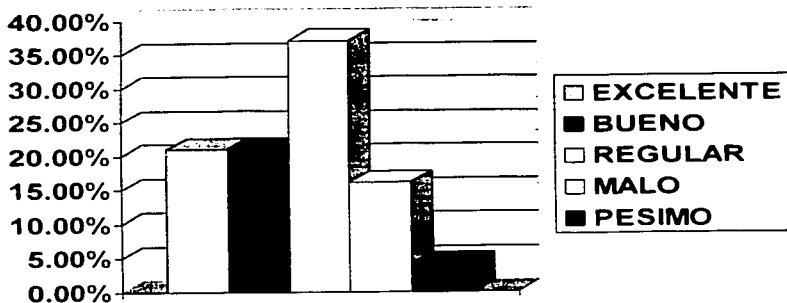


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 10

BAÑO

EXCELENTE	21%
BUENO	21%
REGULAR	37%
MALO	16%
PESIMO	4%

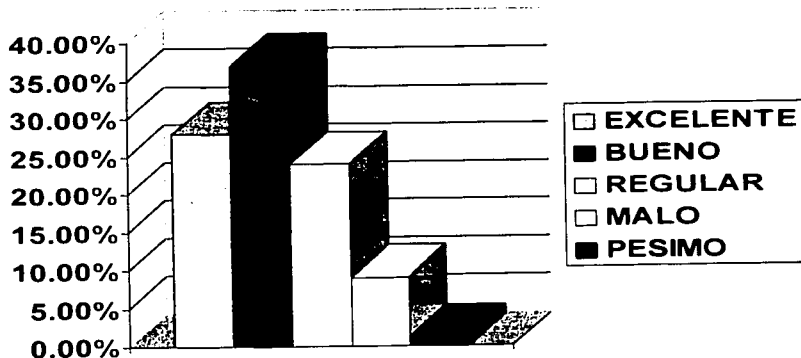


**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

CUADRO 11

INSTALACIONES

EXCELENTE	28%
BUENO	37%
REGULAR	24%
MALO	9%
PESIMO	1%

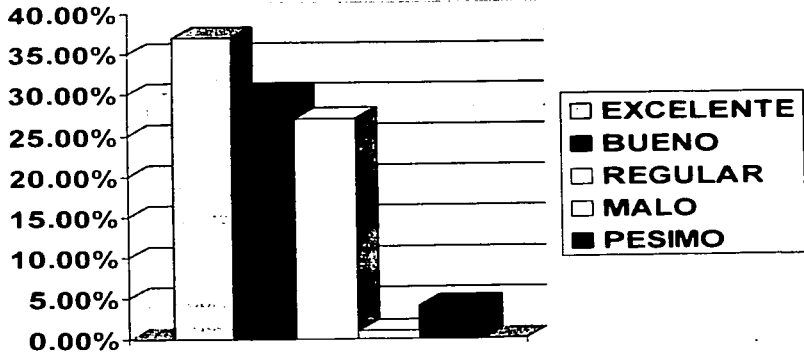


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 12

PERSONAL

EXCELENTE	37%
BUENO	30%
REGULAR	27%
MALO	1%
PESIMO	4%

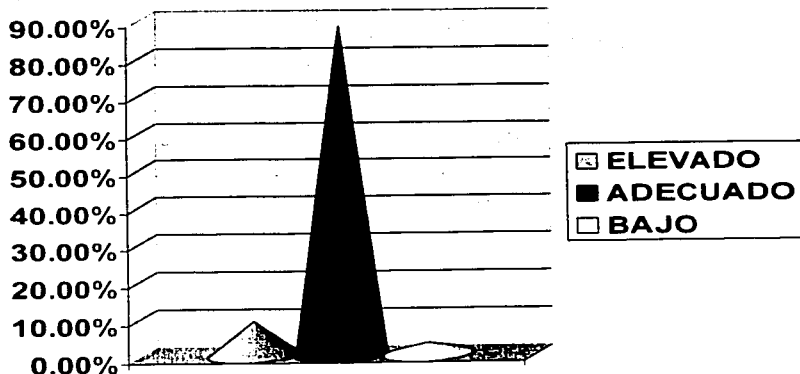


TESIS CON
MARCAS DE ORIGEN

CUADRO 13

¿CONSIDERAS QUE EL PRECIO DE LA ENTRADA ES: ?

ELEVADO	9%
ADECUADO	88%
BAJO	3%

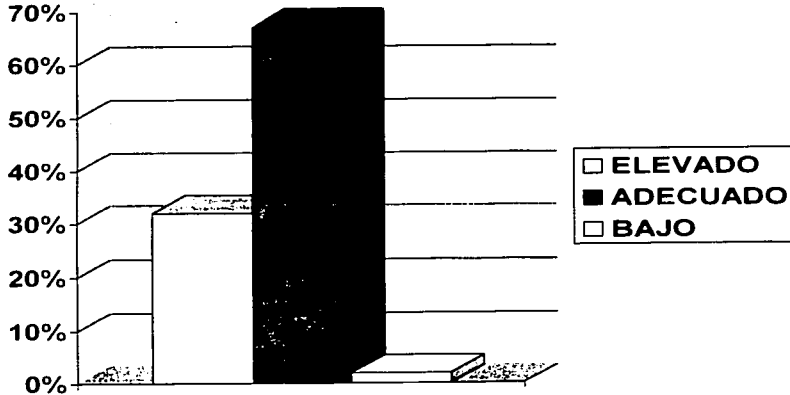


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 14

¿LOS PRECIOS EN LAS BEBIDAS SON: ?

ELEVADO	32%
ADECUADO	67%
BAJO	2%

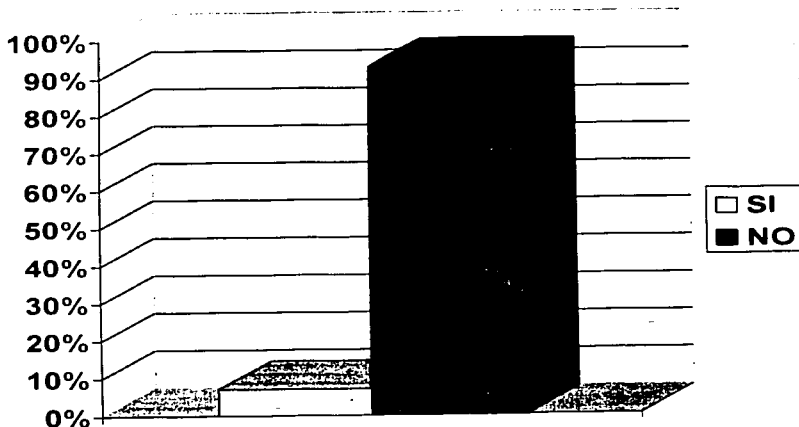


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 15

¿ESTAS DE ACUERDO CON LAS NUEVAS DISPOSICIONES DE BARES Y DISCOTECAS?

SI	7%
NO	93%

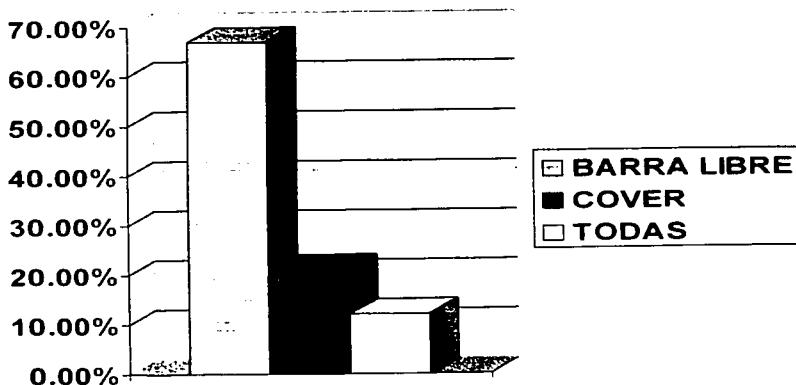


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 16

¿QUÉ TÉ GUSTARIA QUE REGRESARA?

BARRA LIBRE	67%
COVER	21%
TODAS	12%



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

2.3.2 LA PERCEPCIÓN DEL PERSONAL

Con el propósito de completar una visión integral del funcionamiento de la empresa, al análisis de la percepción de los clientes se adicionó el del personal, sector fundamental para la operación adecuada de la discoteca.

La totalidad del personal que presta servicio directo al cliente fue entrevistado, el cual se cuenta en un total de 40 personas que laboran en la discoteca "Gynnos", de éstas el 52% son personal de servicio como capitanes, meseros, garroteros y boleteros; el 26% pertenece al equipo de seguridad, el 14% son jefes, personal de confianza y cajeros y por último el 8% son gente de barra, barman y ayudantes, (véase cuadro 17). Cabe señalar que el personal restante no se entrevistó debido a que no tienen contacto directo con los usuarios.

Los aspectos analizados con el personal se dividieron en tres rubros: comunicación, productividad y motivación.

Referente al primer aspecto, consideramos que la comunicación es básica para el logro de los objetivos de satisfacción de las necesidades y demandas de los clientes. Una buena comunicación permite que las órdenes lleguen clara y oportunamente en los distintos niveles jerárquicos, la pronta resolución de problemas y la toma de decisiones adecuadas en mucho son consecuencia de la existencia de canales de comunicación ágiles y claros. Por ello es importante que todo el personal conozca los objetivos de la empresa y tenga conocimiento de las cadenas de mando en los que está involucrado, así el 72% del personal de "Gynnos" conoce el objeto y reglamento de la empresa, según podemos observar en el cuadro 18, empero, el que casi una tercera parte del personal no tenga conocimiento y claridad de los mismos es un factor que puede incidir negativamente en el rendimiento general de la empresa. Todavía más preocupante resulta el hecho de que más de las tres cuartas partes del personal no conozca las disposiciones reglamentarias para bares y antros (cuadro 19), lo

cual pone en evidencia la ignorancia del marco normativo que rige la prestación de los servicios que otorga.

En contraposición, resulta muy alentador el sentir del personal respecto a la libertad para actuar y resolver problemas, 82% del personal sostiene que actúa con absoluta libertad y sin problema en la resolución de contratiempos, en tanto que sólo el 4.5% opina que siempre enfrenta obstáculos para la posible solución, según consta en el cuadro 20.

Los espacios de reflexión y análisis colectivo son muy relevantes para lograr una comunicación ágil y horizontal, por tal motivo las juntas de trabajo son importantes, sin embargo, en el caso de "Gynnos" la información referente a la realización de las mismas es muy contradictoria, pues de acuerdo con lo señalado en el cuadro 21, encontramos que mientras que el 33% afirma que éstas se efectúan una vez por semana, el 26% aduce que no se hacen juntas en la empresa. Tal contraposición expresa problemas que pueden ser de convocatoria o de selección y exclusión de determinadas personas.

Respecto al único reactivo referido a la productividad, destaca la visión autocrítica de un alto porcentaje del personal de "Gynnos", más del 82% opina que es necesario que la empresa mejore el mantenimiento y la limpieza, en tanto que el 17.5% considera que hay que fortalecer el compromiso y la dedicación al trabajo (cuadro 22).

El personal que se siente integrado a la empresa, regularmente observa un mayor compromiso en el cumplimiento de sus tareas, la motivación juega entonces un papel muy relevante para aumentar el bienestar y la productividad del personal, así como la rentabilidad de la empresa. El cuadro 23 pone en evidencia el compromiso y beneplácito del personal con su quehacer, casi el 70% gusta de tratar a la gente como el aspecto principal de su trabajo, el 23% es el ambiente lo

que más le agrada y el 7.5% gusta de todo lo que constituye la empresa de diversión y espectáculo.

Entre los aspectos negativos, el personal manifiesta que lo que menos le gusta de la empresa es que no disponga de un sueldo fijo para todos sus empleados en un 37%, en tanto que 34% no gusta de clientes irrespetuosos y 29% el cansancio que provoca el estar de pié todo el tiempo. (cuadro 24)

Finalmente, los cuadros del 25 al 28 nos brindan información relativa al sentido de pertenencia y motivación del personal. Sólo el 13% es beneficiado por algún sistema de estímulo o recompensa, 8% de manera permanente y 5% de manera ocasional, en tanto que la amplia mayoría, el 87% está afuera de tal beneficio. Sin embargo, esta información contrasta con la contenida en el cuadro 27, en la que el 98% del personal se siente bien de pertenecer a la empresa, si no es por cuestiones económicas, queda entonces como observamos ya en cuadros pasados, un sentimiento de bienestar en función del trato recibido por el personal y el ambiente laboral favorable, hechos que explican que no obstante, de que el personal tiene poco tiempo laborando en la empresa, en virtud de la volatilidad e inestabilidad del trabajo en estos giros (cuadro 26), un porcentaje muy elevado 59% según el cuadro 28, desea permanecer y pertenecer a la empresa por más de un año.

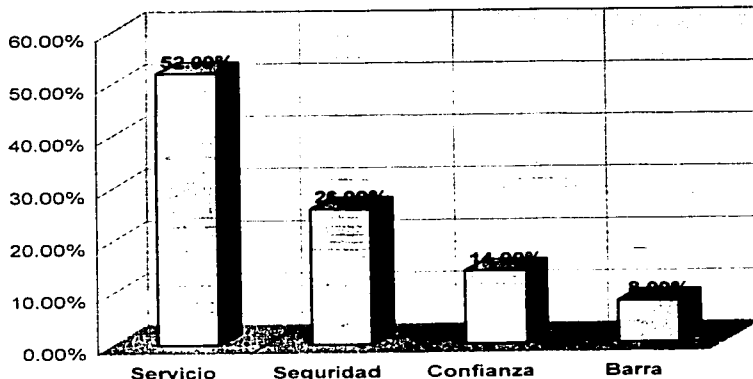
Lo anterior pone de manifiesto que la baja en la rentabilidad de la empresa no se explica tampoco por cuestiones inherentes a la organización y funcionamiento interno de la discoteca, sino a posibles factores externos como puede ser la entrada en vigor de las nuevas disposiciones legales.

CUADRO 17

RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS RELIZADAS AL PERSONAL DE LA DISCOTECA "GYNNOS" COMUNICACIÓN

1. - Personas entrevistadas en la discoteca "GYNNOS"

Personal de Servicio	52%
Personal de seguridad	26%
Personal de Confianza	14%
Personal de Barra	08%



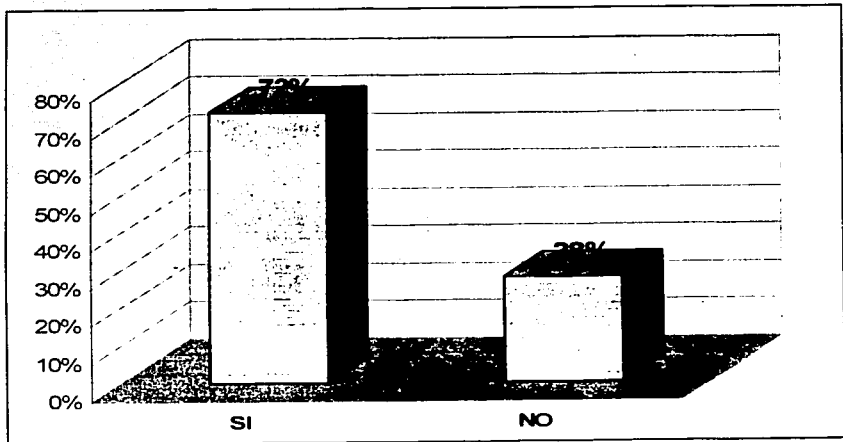
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 18

2. - ¿Conoces cual es el objeto y reglamento de la empresa?

SI 72%

NO 28%

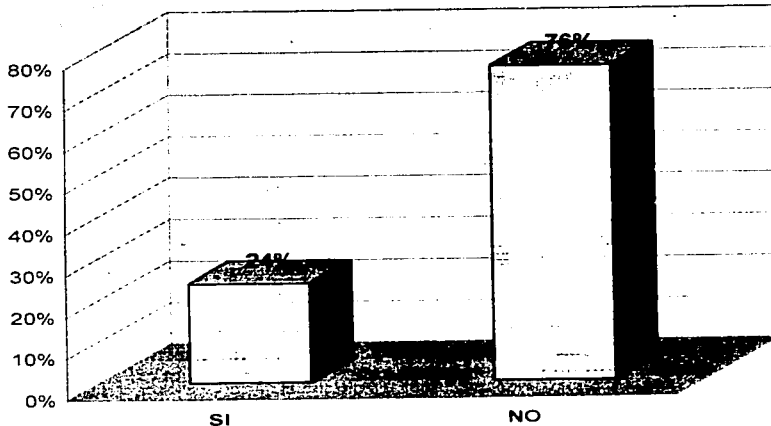


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 19

3. - ¿Conoces las nuevas disposiciones reglamentarias para bares y antros?

SI 24% NO 76%

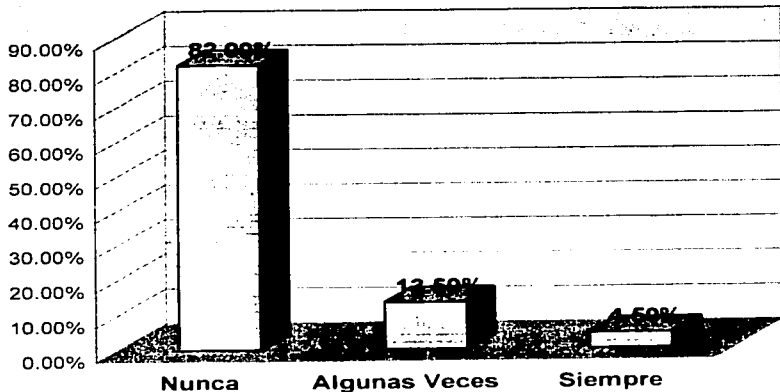


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 20

4. - ¿Cuándo se presenta algún problema tienes la libertad para resolverlo?

Nunca	82%
Algunas veces	13.5%
Siempre	4.5%

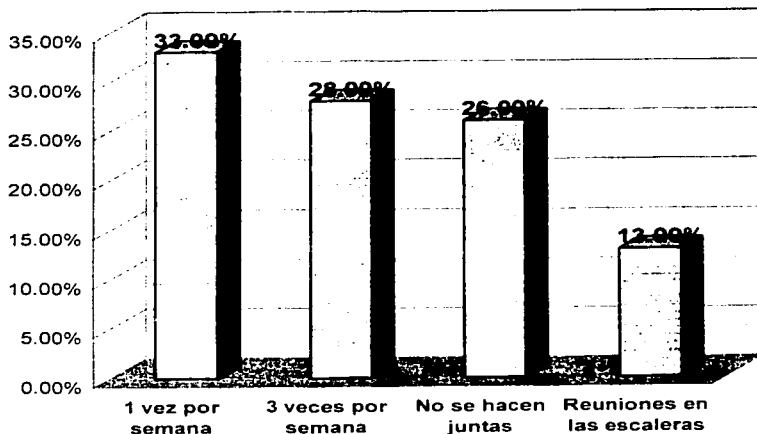


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 21

5. - ¿Existen reuniones o juntas de trabajo en la empresa?

1 vez por semana	33%
3 veces a la semana	28%
No se hacen juntas	26%
Reuniones en las escaleras	13%



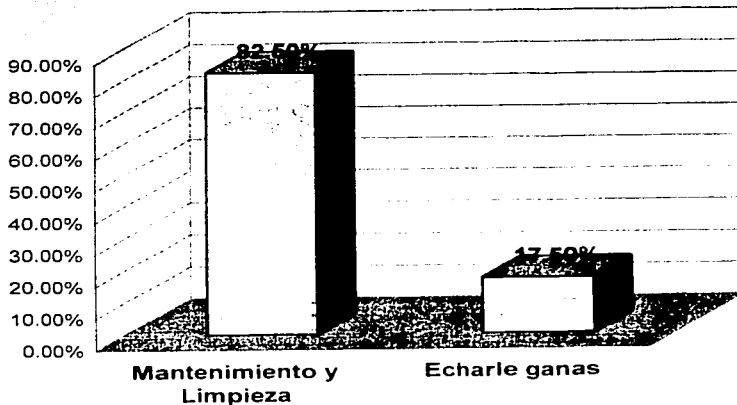
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 22

PRODUCTIVIDAD

6. - ¿Crees que le falte algo a la empresa para que mejore?

Mantenimiento y limpieza	82.5%
Echarle ganas	17.5%



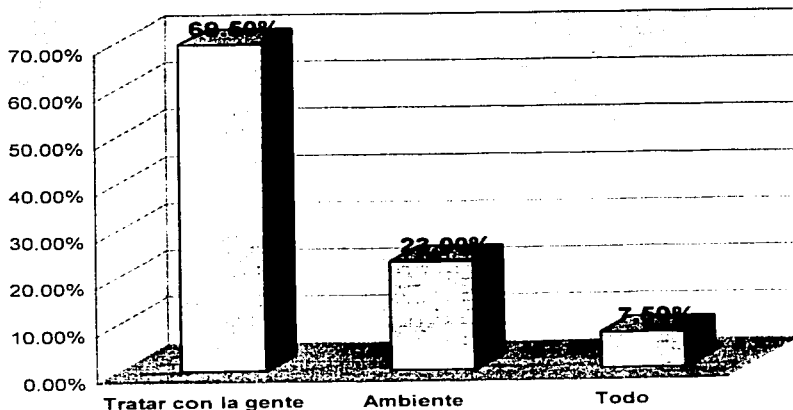
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 23

MOTIVACIÓN.

7. - ¿Qué es lo que más te gusta de la empresa?

Tratar con la gente	69.5%
Ambiente	23%
Todo	7.5%

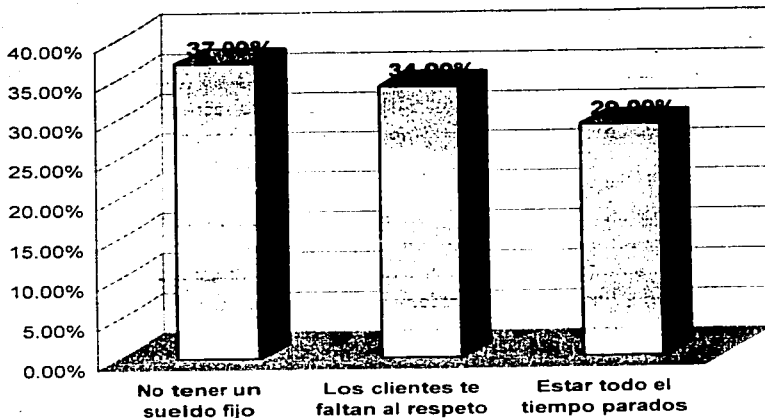


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 24

8. - ¿Qué es lo que no te gusta de la empresa?

No tener un sueldo fijo	37%
Los clientes te faltan al respeto	34%
Estar todo el tiempo parados	29%

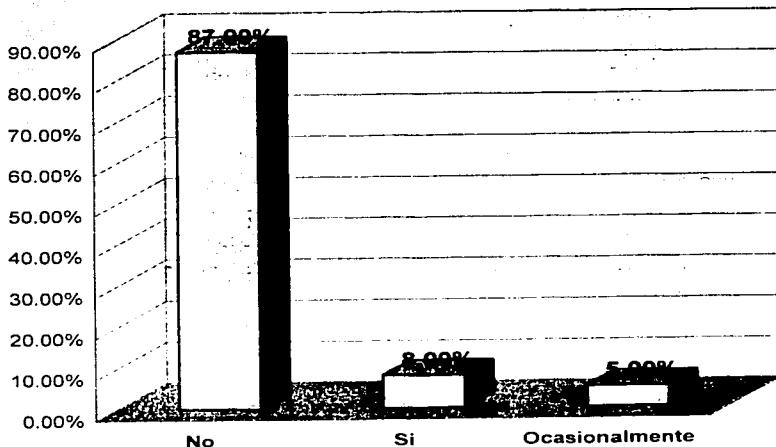


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 25

9. - ¿Existe algún sistema de estímulo y recompensa?

No	87%
Si	8%
Ocasionalmente	5%



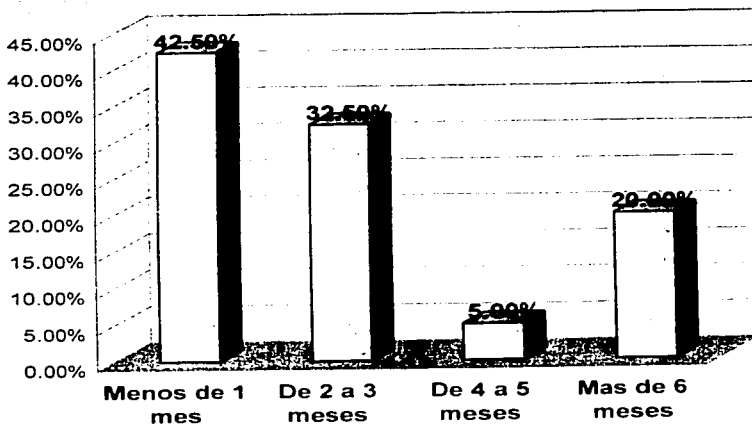
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 26

SENTIDO DE PERTENENCIA

10. - ¿Cuánto tiempo tienes trabajando en la empresa?

Menos de 1 mes	42.5%
De 2 a 3 meses	32.5%
De 4 a 5 meses	5%
Mas de 6 meses	20%



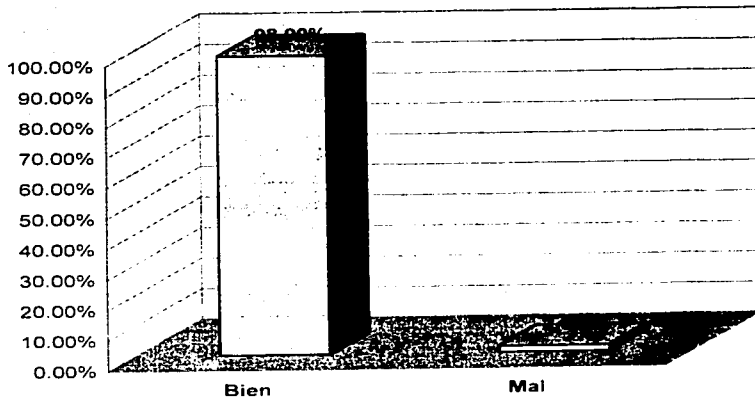
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 27

11. - ¿Cómo te sientes de pertenecer a la empresa?

Bien 98%

Mal 2%

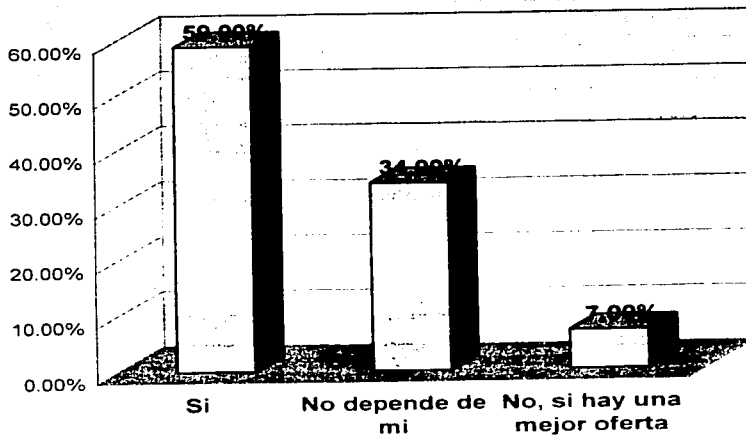


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CUADRO 28

12. - ¿Habría la posibilidad que perteneciera a la empresa mas de un año?

Si	59%
No depende de mí	34%
No, si hay una mejor oferta	7%



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

CAPITULO 3 LOS PROBLEMAS Y LA PROPUESTA

3.1 IDENTIFICACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE PROBLEMAS DE LA DISCOTECA "GYNNOS"

De este primer ejercicio diagnóstico podemos señalar que los problemas de la empresa no se deben a causas inherentes a su operación interna: los clientes tienen una opinión muy favorable para con la organización y funcionamiento de la empresa, los servicios y los precios son altamente evaluados por los concurrentes. Si bien es necesario incrementar las medidas de seguridad e impulsar una estrategia de difusión del lugar, esto no parece ser un extremo relevante, pues un porcentaje alto de los clientes se sentía seguro y el lugar era conocido principalmente por recomendación de los propios clientes, es decir qué mejor difusión que la de los propios usuarios.

Respecto al personal, no obstante que se hace necesario revisar las políticas y los montos salariales, así como diseñar una estrategia de fortalecimiento de la identidad de los empleados como equipo y como parte integrante de la empresa, destaca el hecho de que la mayoría manifiesta su beneplácito y acuerdo con las políticas de la empresa, así como con la organización de la misma.

Si los problemas de la empresa no se encuentran en su interior o no son de la envergadura que expliquen la crisis del negocio, queda entonces la posibilidad de analizar vertientes externas como explicación de la causa del adverso funcionamiento de la discoteca.

3.1.1 IMPACTO DE LA LEY: BAJA ASISTENCIA Y EFECTOS LABORALES.

La búsqueda de explicaciones de la crisis de la empresa motivó la revisión de posibles factores externos que influyeran en su funcionamiento. Un primer elemento que se destacó fue la coincidencia temporal del inicio de la crisis del negocio con la entrada en vigor de la Nueva Ley de Establecimientos Mercantiles. Hasta antes de tales ordenamientos "Gynnos" era una de las discotecas que marcaba la pauta en las empresas de su género. Con altos niveles de asistencia, tanto de hombres como de mujeres y con elevados niveles de consumo, Gynnos era una de las empresas más rentables en su giro. Sin embargo, a partir de marzo de 2001 la empresa entra en franca decadencia hasta su literal quiebra en diciembre de 2002, no obstante, de efectuar grandes inversiones e incluso modificar el concepto a fin de mantener la preferencia de los jóvenes.

Coincidentemente, dicha fecha de inicio de la crisis de la empresa converge con la entrada en vigor de las nuevas disposiciones legales. La observancia estricta de tales ordenamientos por parte de los empresarios y de los responsables de la discoteca pone en evidencia el paulatino deterioro de la asistencia y del consumo y con ello de la rentabilidad y viabilidad del negocio. Así lo podemos corroborar con el siguiente ejercicio graficado que pone de manifiesto el efecto adverso en la operación de la empresa con el establecimiento de las nuevas disposiciones legales.

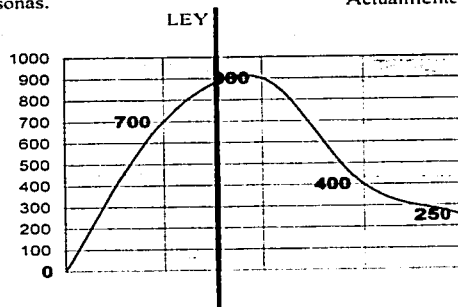
Puede observarse como esta fecha marca efectivamente momentos diametralmente opuestos. La siguiente gráfica ejemplifica el contraste de seis meses de operación previos a la entrada en vigor de la Ley con los seis meses siguientes a su vigencia, lo cual pone en evidencia la importancia de factores externos a la empresa, es decir no basta con una organización interna adecuada ni con la responsabilidad y el compromiso del personal, en suma el óptimo funcionamiento de una empresa depende de factores internos y externos.

IMPACTO DE LA LEY EN LA DISCOTECA "GYNNOS"*

Efectos en la asistencia:

Antes de 700 a 900 personas.

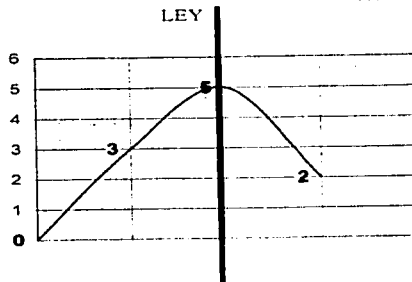
Actualmente de 250 a 400



Efectos en el consumo:

Antes de 3 a 5 copas.

Actualmente 2 copas



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

* La información presentada en estas gráficas, fue prestada por el Gerente de la Discoteca.

Según datos de la gráfica anterior la asistencia a la discoteca ha bajado sensiblemente, actualmente es de 250 a 400 personas un fin de semana y su consumo varía de 1 a 2 copas, provocando que el ingreso de la empresa se vea afectado, poniendo en entredicho su rentabilidad.

En cuanto a los empleados, éstos han visto disminuidos sus ingresos hasta en un 80% (ganando \$200 pesos un fin de semana aproximadamente), esto debido a la poca asistencia y están inseguros en sus puestos de trabajo por el recorte de personal, lo que provoca una rotación constante, perdiendo mucho tiempo en el adiestramiento del nuevo personal, y por lo tanto disminuyendo la calidad del servicio y creando un clima de trabajo tenso.

El ambiente ha ido en detrimento, debido a que los clientes ya no consumen altas cantidades de bebidas dado que el nuevo sistema incrementa los costos, provocando que su estado anímico sea de una mayor pasividad, y por tal motivo se retiren más temprano.

El Estado financiero ya no es favorable, porque antes de la entrada en vigor de la Ley, del 100% del ingreso total en un fin de semana, quedaba un 30% de utilidad, lo cual actualmente no sucede, ya que el ingreso bajó hasta un 50%, lo cual se utiliza para los gastos fijos, gastos de operación, y gastos de oficina corporativa, provocando que no haya utilidades.

Cabe mencionar que debido a esto, aumentó la plantilla de personal, debido a que se han implementado nuevos sistemas, uno de ellos es el de boleterías las cuales cobran las bebidas, cuyo objetivo es el evitar que el mesero maneje el dinero, para que no se preste a malos entendidos, queriendo lograr una mayor transparencia en el sistema.

Como se ha comentado, la Ley ha afectado notablemente la economía de la empresa, ocasionando que ésta tenga serios problemas financieros, llegando al grado de ya no poder pagar ni el teléfono y que los socios recurran a tener que cambiar de giro comercial.

Adicionalmente se puede decir que otro problema interno de la empresa, es la falta de un programa de inducción al personal; en donde se explique que hace la empresa, su misión, visión y filosofía de la misma, para que de este modo los nuevos empleados conozcan la importancia de pertenecer a "Gynnos" logrando un objetivo común. Al no existir este programa se genera una falta de coordinación e interés por el trabajo de equipo entre los empleados, ya que cada cual ve por sus propios intereses sin ver los de "Gynnos" y por lo tanto se pierde el objetivo fundamental de la empresa, que es generar mayor utilidad y la satisfacción del cliente, según comenta el Gerente de la empresa.

3.2 PROPUESTA DE INTERVENCIÓN

Ante un panorama tan adverso y la firme determinación de los empresarios de cumplir escrupulosamente con la Ley, es decir de no actuar como lo hace un buen número de empresas que de manera velada o a veces al amparo de arreglos extraoficiales, hacen caso omiso de las disposiciones legales, queda al Trabajador Social, una vez realizado el estudio exploratorio proponer esquemas que, en este caso, si bien no pueden solucionar la problemática de la empresa, pues ésta tiene que ver con los marcos legales vigentes, si puedan atemperar los efectos buscando una mejor productividad y eficiencia de la empresa en tanto no se modifique el marco legal.

Tomando en cuenta que el Trabajo Social "es una disciplina que estudia al hombre en su situación social, a través de una tecnología social, que le permite determinar sus necesidades y carencias y promover la atención de las mismas, a fin de lograr su bienestar social."¹²

Entendiéndose como tecnología Social, al análisis del problema considerando recursos materiales y humanos orientados a la solución del mismo, mediante la ayuda una metodología.

En cuanto al termino situación social, nos referimos a las necesidades homogéneas que tienen los grupos sociales y los efectos que éstos generan en su estado de ánimo y su ambiente social.

Entre las necesidades podemos mencionar las básicas, como son: alimentación, salud, empleo, educación y vivienda. Y pueden ser satisfechas a través del Desarrollo Social, el cual genera que los niveles de vida de los individuos y grupos sociales sean elevados.

La labor del profesional en Trabajo Social consiste en enfrentarnos a las causas problemáticas de la sociedad y dar alternativas para procurar resolverlos.

Para conocer la problemática de Gynnos, se tuvo primeramente que investigar, cuestionando, entrevistando y estudiando minuciosamente el funcionamiento de la empresa y los efectos de la Ley en la misma.

Una vez comprendido el problema, se realizó un Estudio Exploratorio en donde se detectó que el problema principal es la entrada en vigor de la Ley de Establecimientos Mercantiles, la cual afectó de manera negativa a Gynnos, presentándose baja de los ingresos de la empresa y el personal, así como una

¹² Valero Chávez, Aida. Trabajo Social en México. Desarrollo y Perspectiva. Editorial UNAM, Trabajo Social 1994. PP. 133

rotación constante del mismo, hecho que repercutió en el compromiso y conocimiento de la empresa del nuevo personal

En estos momentos críticos consideramos que puede atenuar los efectos de la Nueva Ley, un proceso que eficiente la operación de la empresa. El plan se basa en las necesidades de Gynnos y contempla un programa de inducción y otro de capacitación. La creación de un manual administrativo que sirva de inducción y capacitación para el personal es imprescindible, ya que no existe, el cual servirá para dar a conocer al personal, sus objetivos, misión y visión de la empresa.

Dentro del tratamiento la función de Trabajador Social, es importante, como orientador, colaborador y previsor.

Dicho manual administrativo servirá de inducción para el personal, que ingrese a laborar a la empresa. Tomando en cuenta que el manual es " un documento elaborado sistemáticamente que indicará las actividades a ser cumplidas por los miembros de un organismo y la forma en que las mismas deberán ser realizadas, ya sea conjunta o separadamente"¹³

En virtud de que el objetivo de este tipo de manuales, es el de instruir al personal, acerca de los aspectos como son: las funciones, las relaciones, los procedimientos, políticas, etcétera, y lograr de esa manera una mayor eficiencia en el trabajo.

En esencia el manual representa un medio de comunicación de las decisiones administrativas y permiten cumplir con los objetivos, tales como:

- Instruir al personal.
- Precisar funciones y relaciones de cada unidad administrativa.

¹³ Véase: Rodríguez Valencia, Joaquín. *Cómo elaborar y usar los manuales administrativos*. Editorial ECAFSA, pp. 55

- Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores asignadas al personal.
- Servir como medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso y:
- Proporcionar información básica acerca de la empresa.

Se diseñan los manuales con base en los objetivos ya mencionados para que pueda lograrse la claridad, la sencillez y la flexibilidad de estos. El trabajo de elaborar manuales es considerado para mantener informado a personal clave de los deseos de la Dirección.

Es importante destacar que los manuales tienen sus posibilidades, pero también sus limitaciones.

Entre las posibilidades podemos mencionar que:

- Es una fuente permanente de información.
- Ayuda a institucionalizar y hacer efectivos los objetivos.
- Evitan decisiones y malos entendidos.
- Aseguran continuidad y coherencia en los procedimientos y normas a través del tiempo.
- Son instrumentos útiles en la capacitación del personal.
- Incrementan la coordinación en la realización del trabajo.
- Posibilitan una delegación efectiva, ya que al existir instrucciones escritas, el seguimiento del supervisor se puede circunscribir al control por excepción.

Y entre sus limitaciones se encuentran:

- Su deficiente elaboración provoca serios inconvenientes en el desarrollo de las operaciones.

- El costo de producción y actualización puede ser alto.
- Si no se les actualiza periódicamente pierden efectividad.
- Incluyen solo los aspectos formales de la organización, dejando de lado los informales, cuya vigencia e importancia son notorias para la misma.
- Muy sintéticas carecen de utilidad; muy detalladas los convierten en complicados.

Es importante mencionar que la inducción es integrar al personal de nuevo ingreso a la empresa; inicia desde el momento que es recibido para presentar su solicitud y se le proporciona la información sobre la vacante que se pretende cubrir, es terminada cuando el empleado ha tenido el tiempo suficiente para digerir la información requerida y aplica con éxito lo que ha estado aprendiendo.

La mayoría de los planes de inducción contienen la información sobre la empresa, políticas del personal, condiciones de contratación, plan de beneficios para el empleado, etcétera, que se encuentran contenidos en el manual, el cual debe ser entregado a cada nuevo trabajador.

En el manual se da información y una explicación sobre el contenido de este y contiene los siguientes apartados:

- Historia de la organización
- Sus objetivos
- Horarios, días de pago, etcétera.
- Artículos que produce o servicios que presta.
- Estructura de la organización, localizado el puesto en cuestión.
- Políticas de personal.
- Prestaciones.
- Ubicación de servicio: comedor, consultorio médico, etcétera.
- Reglamento interior de trabajo.
- Plano de instalaciones.

- Información general que pueda representar interés al nuevo empleado.

Todo el proceso de selección como el de capacitación de personal depende en gran medida de factores como el análisis de puestos, el plan de recursos humanos, la oferta y la calidad del mercado de trabajo.

Por tanto, se propone como complemento, un programa de capacitación lo cual es un medio de auxilio para los miembros de la organización para llevar acabo su trabajo, y de la misma manera es un medio de integración al proceso laboral que puede prolongarse para toda la vida.

Mencionando que uno de los temas actuales en las empresas del país, es la capacitación, no hay empresa importante que no cuente con una amplia estructura para llevar acabo la capacitación.

Entendiéndose a la capacitación como " El conjunto de actividades encaminadas a proporcionar conocimientos, desarrollar habilidades y modificar actitudes del personal de todos los niveles para que desempeñen mejor su trabajo"¹⁴

La necesidad de establecer programas de rentabilidad de la capacitación, de aprovechar al máximo los recursos destinados y aplicar los esfuerzos a resolver problemas concretos.

Cómo beneficia la capacitación a la empresa:

- Conduce a la rentabilidad más alta y actitudes más positivas.
- Mejora el conocimiento del puesto a todos los niveles.
- Eleva la moral de la fuerza de trabajo.
- Ayuda al personal a identificarse con los objetivos de la empresa.
- Crea una mejor imagen de la empresa.

¹⁴ Vease: ARIAS GARCÍA, Fernando. Administración de Recursos Humanos. Editorial Trillas. Página 3.

- Ayuda a mantener bajo los costos en muchas áreas.
- Se promueve la comunicación en toda la empresa.

Los beneficios para los individuos son:

- Ayuda al individuo para la toma de decisiones y la solución de problemas.
- Sube el nivel de satisfacción con el puesto.
- Permite el logro de metas individuales.
- Elimina los temores a la incompetencia o a la ignorancia individual.

Y en cuanto a las relaciones humanas es un factor importante debido a que ayuda a mejorar la comunicación entre los grupos y entre los individuos, así como alentar a la cohesión de los grupos.

CONCLUSIONES

Es importante tener una Ley que regule a los Establecimientos Mercantiles, en este caso nos referimos a las Discotecas, ya que anteriormente no existía; pero ha resultado contraproducente ya que trata de dirigir la forma de administrar a las empresas, ocasionado que los centros nocturnos tengan fuertes pérdidas económicas.

A fin de cuentas debe de ser un empresario y no un burócrata el que determine como conseguir el ambiente más adecuado para la diversión de sus clientes, bajo ningún concepto se propone que la Ley sea elaborada por los administradores, sino que ellos conocen su negocio y por tal motivo presentan alternativas que les Conviene para su empresa.

Al discutir las reglas de apertura y funcionamiento de restaurantes, bares o centros de diversión, los legisladores sólo deberían tomar en cuenta las medidas de seguridad para los clientes y el que no se afecten los intereses de los vecinos por difusión de ruido, por invasión de espacios de estacionamiento o por otras circunstancias.

La discusión, sin embargo, se ha encauzado en temas morales, como el que se ingieran bebidas alcohólicas en los centros nocturnos, en los tipos de espectáculos que exhiben algunos "antros", se discuten los comportamientos que le son permitidos a los usuarios.

Es importante hacer referencia al incendio sucedido en la Discoteca Lohombo, lo cual reveló que los lugares de diversión, no sólo de la capital, sino de todo el país no respetaban las reglas de seguridad que deberían ser fundamentales, desde este lamentable accidente se han venido realizando persecuciones a los lugares de diversión, específicamente a los de carácter erótico, que no tiene nada que ver con las cuestiones de seguridad y discriminación.

Se ha propuesto que cada delegación limite su hora de apertura de los establecimientos, pero es una interferencia innecesaria de la libertad individual. Si los establecimientos están contando con aislantes de ruidos ¿ Por qué limitar su horario?.

Se propuso prohibir las barras libres ¿Por qué?. Si cada empresa considera que el servicio de la barra libre es la mejor manera de atraer clientes, ¿bajo qué criterios se les impide?. La cantidad de alcohol que consuma cada individuo es responsabilidad de él. Lo que sí debe exigir la autoridad es que el establecimiento de a conocer la marca y las características de la bebida que sirve, y por su puesto debe ser considerado como falta grave el que se dé al cliente una bebida distinta a la que se le ha prometido.

Se propuso también prohibir que los establecimientos ofrezcan descuentos o exenciones a personas de determinado sexo. ¿ Por qué?. Si un lugar de diversión atrae a más personas de un determinado sexo, es lógico que trate de atraer con un trato especial a los del otro sexo, con el fin de conseguir una mezcla adecuada de clientes.

Una ciudad moderna como lo es el Distrito Federal, no debe ya de seguir tratando de dictarle reglas de comportamiento a la gente, la responsabilidad sobre la cantidad de alcohol que consuman es compromiso de ellas. La responsabilidad y obligación de sus gobernantes y autoridades es cuidar que todo establecimiento mercantil funcione de acuerdo con las reglas que garanticen la seguridad de sus concurrentes y la tranquilidad de los vecinos, todo lo demás debe ser responsabilidad de cada individuo.

La Ley ha ayudado a regular los establecimientos mercantiles, pero está repercutiendo en forma negativa en el ámbito social, esto debido a que algunos centros nocturnos han tenido que cerrar sus puertas, por diferentes problemas que

se han presentado con la entrada en vigor de la nueva Ley, estos son básicamente económicos, ocasionando que su personal quede sin empleo, se den constantemente rotaciones en el equipo de trabajo, esto debido a que los empleados han visto disminuidos sus ingresos, generándose así subempleos, provocando un deterioro en su nivel de vida, dando como consecuencia un estancamiento en el desarrollo social.

Es importante que se haga una evaluación a la Ley, cómo ha funcionado, sus beneficios, consecuencias y si se han respetado los ordenamientos y si no fuera el caso enterarse por qué ha fallado. Así mismo apoyarse en estudios de campo con el apoyo de Trabajadores Sociales, Antropólogos entre otros.

Es significativo mencionar que a lo que respecta a la empresa existe una falta de publicidad para atraer a los clientes, ya que debido a esto una mínima población se entera de la existencia de la Discoteca por medio de esta.

De igual manera resulta evidente que la clientela reprueba tales disposiciones, mostrando su desaprobación y mostrándose a favor de la restitución de las anteriores prácticas, que precisamente están prohibidas por la Ley.

Actualmente al ver que algunos centros nocturnos cerraban por las pérdidas económicas que provocó la Nueva Ley de Establecimientos Mercantiles, algunas Discotecas se vieron en la necesidad de no cumplir con los nuevos ordenamientos, haciendo de manera discreta promociones dentro de los lugares.

Es de gran importancia la intervención del Trabajador Social en las empresas, como es el caso de los centros nocturnos ya que, conoce, interpreta y diagnóstica las situaciones sociales que se presentan en estos lugares, en este caso los efectos que ha tenido la Nueva Ley hacia los clientes y el personal que labora en las Discotecas.

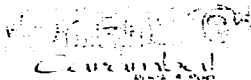
BIBLIOGRAFÍA

- I. XII Censo General de Población y Vivienda 2000. INEGI
- II. Diario de Debates de la Asamblea Legislativa del Distrito Federal del 17 de abril de 2001.
- III. VALERO CHÁVEZ, Aida
Trabajo Social en México. Desarrollo y Perspectiva. primera edición, México 1994. Editorial UNAM-ENTS. Página 133.
- IV. RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín
Como elaborar y usar los manuales administrativos. segunda edición, México 1999. Editorial ECAFSA. Página 55.
- V. ARIAS GALICIA, Fernando
Administración de Recursos Humanos. Cuarta edición, México. Editorial Trillas. Página 3.
- VI. Ley de Establecimientos Mercantiles para el Distrito Federal. México. Editorial SISTA

HEMEROGRAFÍA

- I. Periódico "El Universal" de marzo de 2000.
- II. Periódico "Reforma" del Jueves 8 de marzo de 2001.
- III. Periódico "Reforma" del Domingo 8 de Septiembre de 2002.

ANEXOS



Fecha _____
 Nombre _____
 Teléfono _____
 Cumpleaños _____

NOS INTERESA TU OPINION

Cual de las Discos visitas con mas frecuencia _____

Por que? _____

Como te enteraste de Caramba!

Publicidad Recomendación Casualidad Otro

Especifica _____

Califica nuestro servicio en:

	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pesimo
Atencion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cover	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Musica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bebidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Banos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Show	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Limpieza	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Instalaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Que sugerencias nos darias para mejorar? _____

Cuales son las bebidas que mas consumes? _____

0235

Cual es la musica que mas te gusta?

Dance Techno Rock alternativo
 Pop en Ingles Pop en Espanol De toda

Que estacion de Radio escuchas? _____

GRACIAS POR CONTESTAR NUESTRA ENCUESTA

ENTREVISTA PARA LOS CLIENTES DE "CARAMBA"

SEXO:

EDAD:

FECHA:

1. ¿ Es la primera vez que visitas "Caramba?"

SI NO

2. ¿ Cómo te enteraste de ella?

RECOMENDACIÓN

CASUALIDAD

OTRO

3. ¿ Qué es lo que más te gusta de la Discoteca?

MÚSICA COSTO TRATO OTRO

4. ¿ Qué es lo que no te gusta de la Discoteca?

¿Por qué?

5. ¿ Los precios de la entrada son:

ELEVADOS

ADECUADOS

BAJOS

6. ¿ Los precios de las bebidas son:

ELEVADOS

ADECUADOS

BAJOS

7. ¿Cómo consideras el servicio y la calidad del lugar?

BUENO

ADECUADO

MALO

8. ¿Estás de acuerdo con las nuevas disposiciones de bares y antros?

BARRA LIBRE

COVER

CADENA

SECRETARÍA DE ECONOMÍA
 DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTROS Y FISCOS

CEDULA DE ENTREVISTA

PUESTO: _____

SEXO: _____

EDAD: _____

1 - COMUNICACIÓN

1. ¿Conoces cuál es el objetivo y reglamento de la empresa?

SI ()

NO ()

Menciónalos:

2. ¿Qué tanto conoces tu área de trabajo?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

3. ¿Qué tanto conoces las funciones de otras áreas de la empresa?

Mucho ()

Poco ()

Nada ()

4. ¿Compartes las experiencias de trabajo con tus compañeros?

Siempre ()

Algunas Veces ()

Nunca ()

5. ¿Tu jefe inmediato te trata con respeto?

Siempre ()

Algunas Veces ()

Nunca ()

6. ¿Cuándo llega un nuevo trabajador a la empresa lo presentan con los demás, le explican el funcionamiento de la misma y sus diferentes áreas o departamentos?

Siempre ()

Algunas Veces ()

Nunca ()

2 - PRODUCTIVIDAD

1. ¿Tu jefe te informa sobre las condiciones en las que se encuentra la empresa?

Siempre () Algunas Veces () Nunca ()

2. ¿En que condiciones se encuentra el material, equipo e instalaciones donde trabajas?

Bueno () Regular () Malo ()

3. ¿Crees que le falte algo a la empresa para que mejore?

Si () No ()

4. ¿Tienes problemas en tu trabajo?

Si () No ()

3 - MOTIVACIÓN

1. ¿Tienes la oportunidad de superarte?

Si () No ()

2. ¿Qué es lo que más te gusta de la empresa?

3. ¿Qué es lo que menos te gusta de la empresa?

4. ¿Sientes que tus jefes te impulsan o te motivan?

Siempre () Algunas Veces () Nunca ()

5. ¿Existe un sistema de estímulo y recompensa?

Sí () No ()

¿Cuáles son?

4 - TOMA DE DECISIONES

1. ¿Se toma en cuenta tu opinión para realizar alguna actividad laboral?

Siempre () Algunas veces () Nunca ()

2. ¿Cuándo se presenta algún problema tienes la libertad para resolverlo?

Siempre () Algunas Veces () Nunca ()

3. ¿Dentro de tu área de trabajo toman decisiones en equipo?

Siempre () Algunas Veces () Nunca ()

4. ¿Existen reuniones o juntas de trabajo en la empresa?

Sí () No ()

Con que frecuencia

5 - RELACIONES INTERPERSONALES

1. ¿Cómo consideras tus relaciones con tus compañeros de trabajo?

Buena () Regular () Mala ()

2. ¿Cómo consideras tu relación con tu jefe inmediato?

Buena () Regular () Mala ()

3. ¿Estas satisfecho con el trabajo que haces?

SI () No ()

4. ¿Qué opina tu familia de tu trabajo en esta empresa?

6 - SENTIDO DE PERTENENCIA

1. ¿Cuánto tiempo tienes trabajando en la empresa?

2. ¿Tu compromiso con la empresa es?

Buena () Regular () Nulo ()

3. ¿Cómo te sientes de pertenecer a esta empresa?

Bien () Regular () MAL ()

4. ¿Habría la posibilidad de que permanecieras en la empresa más de un año?

Estoy seguro que sí ()

Espero que sí ()

Me gustaría pero no depende de mí ()

Puede ser que no ()

No ()

5. ¿Cómo consideras el prestigio de la empresa con relación a otras del mismo giro?

Buena () Regular () Mala ()

6. ¿Si te ofrecieran ingresar a otra empresa del mismo giro aceptarías?

Por supuesto que si ()

Podría ser, porque busco un cambio ()

Lo pensaría ()

Tendría que ser una mejor oferta ()

No porque estoy a gusto ()

7 - CALIDAD

1. ¿Cómo consideras la higiene en la elaboración de bebidas y alimentos?

Buena () Regular () Mala ()

2. ¿Cómo crees que consideran los clientes la calidad y servicio de limpieza?

Buena () Regular () Mala ()

3. ¿Crees que la empresa este preocupada por mejorar la calidad y servicio del lugar?

Si () No ()

¿Por qué?

4. ¿Se corrigen con rapidez los errores que se cometen en tu área?

Si () No ()

5. ¿Tienes alguna sugerencia para mejorar la empresa?

PARA LOS QUE TIENEN MAS DE 6 MESES

1. ¿Notas un cambio de acuerdo a las nuevas disposiciones de bares y discotecas?

Si () No ()

2. ¿Crees que la clientela ha bajado?

Si () No ()

3. ¿Crees que la clientela ha cambiado?

Si () No ()

4. ¿Tus ingresos se han visto afectados?

Si () No ()

5. ¿Te ha comentado algún cliente su inconformidad con las nuevas disposiciones reglamentarias?

Si () No ()

PARA LOS QUE TIENEN MENOS DE 5 MESES

1. ¿Conoces las nuevas disposiciones de bares y discotecas que entraron en vigor en febrero del 2002?