



CAPÍTULO IV

Resultados

El presente capítulo tiene como finalidad presentar los resultados obtenidos de la observación participante mediante un análisis comparativo, que analice la oferta de servicios así como la operación de diversos establecimientos destinados a las bebidas alcohólicas en la zona de San Andrés y San Pedro Cholula.

Se presentan los resultados de los establecimientos los cuales fueron obtenidos a partir de una matriz con diferentes variables que clasificaron los establecimientos seleccionados dentro de los siguientes rubros, ya mencionados en el capítulo de Metodología, con el fin de identificarlos en función al tipo de giro comercial establecido por los diferentes reglamentos analizados y las observaciones realizadas. Los rubros comentados son:

- Restaurante-bar
- Restaurante
- Bar
- Botanero
- Cantina
- Discoteca



Los establecimientos fueron organizados entonces, no por su nombre sino por el giro comercial al que pertenecen según la definición de cada uno. Es importante mencionar que para englobar a todas las empresas estudiadas, se agregó la clasificación de Restaurante debido a que se encontraron establecimientos que no cumplen con las características específicas de Restaurante-bar, ya que su venta principal son los alimentos y el alcohol es únicamente por copeo.

4.1 Restaurantes-bar

Los establecimientos encontrados como Restaurante-bar tanto por las características que presentan son:

San Andrés Cholula

- La Cantinera
- Bombay
- Tiki
- Bambukos
- La Clamatería

San Pedro Cholula

- La Lunita



4.1.1 Información general de los restaurantes-bar encontrados:

4.1.1.1 Horario de funcionamiento

Bambukos y Bombay están abiertos de 1:00 p.m. a 12:00 a.m., sin embargo se observó que el horario varía en ciertos lugares tales como el Tiki que abre a las 12:00 p.m. y cierra a las 2:00a.m., mientras que La Cantinera abre a las 2:00 p.m. y cierra a las 3:00 a.m.; por otro lado, la Clamatería abre sus puertas a las 10:00 a.m. y cierra a las 9:00 p.m. y la Lunita por tener desayunos abre sus puertas a desde las 8:00a.m. y cierra a las 2:00a.m.

Cabe mencionar que la cocina y el servicio de bebidas alcohólicas de estos establecimientos se termina a las 11:00 p.m. en su gran mayoría, y el acceso al lugar se limita hasta las 12:00 a.m.; sin embargo, se observó que en Bombay y en Bambukos los clientes que se quedaron dentro del establecimiento pueden seguir consumiendo bebidas alcohólicas máximo a la 1:00 a.m.

4.1.1.2 Clientes

Se observó que la mayoría de clientes que asisten a estos establecimientos son jóvenes; sin embargo, en La Cantinera asisten tanto jóvenes como adultos, mientras que en La Lunita además de jóvenes y público en general asisten con frecuencia extranjeros, aparentemente turistas que visitan Cholula. Asimismo en el Bombay se observó la presencia de jóvenes y público en general.



Por otro lado, se pudo apreciar que el nivel socioeconómico de los asistentes a Bambukos, La Clamatería y Tiki es medio; esto se determinó por los precios de las bebidas y los alimentos. Aquí no se maneja un cover, y no está el cliente obligado a pagar el 10% de propina. Mientras que en la Cantinera, Bombay y La Lunita, el nivel socioeconómico es medio y alto; esto se debe a que los precios de las bebidas alcohólicas es más elevado, además se observó que la vestimenta de los clientes es más formal, y los vehículos que se encontraban en el lugar son de marcas prestigiadas y de modelos recientes. En Bambukos se apreció más cantidad de hombres que de mujeres.

4.1.2 Características físicas del establecimiento

Las características físicas de los establecimientos analizados varían dependiendo del concepto del lugar, pero en general son lugares cerrados y en su gran mayoría ventanas y balcones, estos últimos en el menor de los casos.

La capacidad de personas varía por supuesto dependiendo del tamaño de cada establecimiento habiéndose encontrado variedad en medidas y distribuciones, sin embargo, se puede considerar una capacidad media de 100 personas aproximadamente en ellos.

El mobiliario utilizado en lo referente a mesas y sillas es en general, de medidas estandarizadas; de marcas como corona y sol principalmente, sin



embargo su tipo cambia dependiendo de la decoración del lugar. En el caso de las barras se observó que en la mayoría no es el atractivo principal del lugar, pero en el caso de Bombay y La Cantinera la barra cumple con un papel importante dentro del establecimiento, ya que a pesar de pertenecer a la categoría de restaurante-bar, el objetivo principal de estos establecimientos es la venta por copeo y botella, en donde la barra juega un papel operativo muy importante, inclusive en ambos lugares esta está iluminada de manera especial para intentar ser un foco de atención a los comensales.

Por otro lado, y con respecto a la ambientación musical, solamente en Bombay y La Cantinera se encontró cabina de sonido liderada por un DJ. En el caso del servicio de baños, en general todos son pequeños e independientes.

4.1.3 Ambientación

La decoración e iluminación depende del estilo del lugar. Un claro ejemplo es Bombay, el cual maneja un estilo “budista” por lo cual su decoración en colores y texturas es en base a este concepto. Por otro lado, lugares más sencillos, en cuanto a decoración, como La Clamatería, Bambukos, La Lunita y Tiki manejan un estilo propio.

El sonido en general es medio, es decir, permite la conversación entre los comensales, y el tipo de música varía dependiendo nuevamente del estilo propio de cada lugar; en el caso de Bombay, se escucha música electrónica controlada por un DJ, mientras que en Bambukos el reggae es lo principal. En



los otros establecimientos restantes el tipo de música es variada, principalmente pop y reggaetón.

4.1.4 Servicios

Todos los establecimientos ofrecen una variedad en bebidas, tanto alcohólicas como no alcohólicas; sin embargo en el caso de Bambukos y La Clamatería, en general el menú de alimentos es limitado en los establecimientos.

Especialidades de bebidas alcohólicas en los establecimientos considerados:

- Bombay – amplia gama de martinis.
- Bambukos – cócteles de medio litro y un litro.
- La Clamatería – diferentes tipos de clamatos.
- La Lunita – sangrías.
- Tiki – cócteles.

La venta de las bebidas alcohólicas es por copeo en todos los establecimientos, y además en La Cantinera, La Lunita, Bambukos, y La Clamatería se ofrece también venta por botella.

Bambukos, La Lunita, y La Clamatería son los únicos establecimientos que ofrecen botanas de cortesía a los clientes, consistiendo estas en cacahuates y chicharrones.



Se observó que en la mayoría de los establecimientos no hay personal de seguridad ni fuera ni adentro del lugar, y solamente La Lunita y La Cantinera cuentan con salida de emergencia; en el caso de los extintores de incendio, solamente Bombay, Bambukos y La Lunita cuentan con ellos, al menos en lugares visibles por el cliente.

En cuanto al estacionamiento, se observó que Bambukos, La Clamatería, La Cantinera, Bombay y La Lunita cuentan con un estacionamiento cercano, sin embargo no son propietarios del mismo. El costo promedio de estos estacionamientos es de 30 pesos. Por otro lado, el Tiki no cuenta con estacionamiento cercano. Por otro lado, los únicos establecimientos que ofrecen el servicio de valet parking son La Cantinera y Bombay.

4.1.5 Operación

Se observó que, en general, no hay mucha diversidad en los puestos administrativos y operativos de estos establecimientos. Los más completos, como son gerente, barman, mesero o mandil, cocinero y DJ se encontraron solamente en Bombay y La Cantinera. Normalmente estos puestos están cubiertos por los dueños y/o socios que a su vez son además estudiantes universitarios y por los mismos empleados que también son estudiantes, quienes no cuentan con un uniforme específico para laborar, a excepción de La



Clamatería, La Lunita y La Cantinera donde si se presentan con un uniforme establecido.

El sistema que se maneja en cuanto al control en el servicio de las bebidas, es en general por medio de comandas, computadora, caja registradora y terminales; sin embargo únicamente Tiki y Bombay no cuentan con computadora. Y solo en el caso de Bombay no se puede pagar con tarjeta de crédito. Estos negocios son independientes, es decir, no son parte de una franquicia.

Las promociones que se manejan en estos lugares son principalmente de alimentos con bebidas, esto funciona adecuadamente ya que incitan a los clientes a consumir alimentos y bebidas al mismo tiempo, logrando un mayor consumo de productos de la carta. La publicidad de algunos establecimientos es por medio de flyers principalmente, con la excepción del Bombay, Tiki, La Lunita y La Clamatería donde se utiliza más sus relaciones públicas.

Cabe mencionar que en todos los establecimientos se encuentran patrocinios de marcas relacionadas con bebidas alcohólicas, no alcohólicas y cigarros.

Patrocinadores de los establecimientos:

- Bambukos – Cerverza Sol, Marlboro y Redbull.
- Bombay – Camel, Redbull
- La Cantinera – Bacardi, Marlboro, Azul Tequila.



- La Clamatería – Cerveza Sol y Clamato.
- Tiki – Redbull y Cerveza Modelo y Corona.
- La Lunita – Cerveza Sol.

El control de calidad de estos establecimientos se subdivide en:

- a) Rapidez del servicio, el cual en general y de acuerdo a lo observado, es eficiente al igual que la atención y la empatía en todos los casos.
- b) La limpieza en general es buena en los establecimientos, sin embargo en el caso de los baños cabe destacar que se detectó que el personal no está atento cuando hace falta papel sanitario, ya que se encontró ausencia del mismo en varios casos.

4.2 Restaurantes

Los establecimientos encontrados en San Andrés Cholula que cumplen el perfil de restaurantes, básicamente por las características que presentan son Búrbula y Monchis. En estos casos, su objetivo general es la venta de alimentos por lo que no se podrían definir como restaurante-bar.

4.2.1 Información general

4.2.1.1 Horario de establecimiento

El horario general es desde la 1:00 p.m. hasta las 12:00 a.m., hora en que se cierra el establecimiento sin permitir la venta después de este horario.



4.2.1.2. Cliente

El tipo de clientela que asiste a estos establecimientos son principalmente jóvenes y extranjeros jóvenes con un nivel socioeconómico medio, esto se determina por los precios de la carta de alimentos y bebidas, por las instalaciones poco lujosas, entre otros.

4.2.2 Características físicas del establecimiento

Las características de estos establecimientos varían; en el caso de la Búrbula las instalaciones cuentan con dos pisos, mientras que Monchis es de una planta con un espacio de servicio al aire libre.

La Búrbula tiene una mayor capacidad en cuanto al número de clientes debido a que tiene mayor extensión que Monchis, ya que además cuenta con un área de eventos en donde se realizan eventualmente conciertos. Por otro lado, el mobiliario es distinto entre ambos, ya que en Monchis todo es de madera mientras que en la Búrbula es de madera y herrería.

En el caso de la barra se observó que es utilizada para preparar bebidas y para la salida de los platillos. En el caso de Monchis la barra también es usada para terminar de preparar los platillos. Es importante mencionar que en estos establecimientos solo se venden bebidas alcohólicas por copeo. Los baños en ambos lugares son pequeños e independientes y cuentan con los servicios normales en forma adecuada.



4.2.3 Ambiente

La decoración e iluminación, en el caso de la Búrbula, es en tonalidades café y negro, con una iluminación tenue mediante velas durante la noche; en el día se cuenta con iluminación natural a través de un techo de cristal. Por otro lado, en el caso de Monchis los colores son tonos tierra, la iluminación en el día es natural y en la noche es tenue mediante lámparas incandescentes.

El sonido en general es bajo y la música en ambos establecimientos normalmente es reggae. Cabe mencionar que en Monchis toca un DJ una vez al mes aproximadamente.

4.2.4 Servicios

Ambos establecimientos ofrecen un menú variado de alimentos, sin embargo su carta de bebidas es limitada.

Especialidades de alimentos:

- Búrbula – Pastas y pizzas.
- Monchis – Molcajetes y parrilladas.

Ninguno de estos restaurantes ofrece botanas por cortesía. También se observó que no hay personal de seguridad en ambos establecimientos y no cuentan con una salida de emergencia; por otro lado, tanto la Búrbula como en Monchis no cuentan con extintor de incendios.



Ambos restaurantes comparten estacionamiento, el cual es independiente de ellos y su tarifa es de 30 pesos aproximadamente. En el caso de la Búrbula, se cuenta con servicio de valet parking, el cual tiene un costo para el usuario de 30 pesos.

4.2.5 Operación

Los puestos administrativos y operativos con los que cuentan ambos restaurantes son limitados. Se destacan: meseros, cocinero, barman y personal de valet parking, este último solamente en la Búrbula. Estos empleados no manejan un uniforme establecido y normalmente los meseros son estudiantes universitarios.

El sistema que estos lugares manejan en cuanto al control en las órdenes es mediante comandas, caja registradora y terminales. Ambos establecimientos son negocios independientes y la Búrbula cuenta con una sucursal en la colonia La Paz, en la Ciudad de Puebla.

Se observó que en estos lugares no existen promociones ni publicidad cotidianamente, sino únicamente cuando hay eventos. Los flyers es el tipo de publicidad más comúnmente utilizado por ellos.



Estos establecimientos también cuentan con patrocinios de diferentes marcas:

- Búrbula – Camel, Redbull, Jack Daniells, Bacardí y Azul Tequila.
- Monchis – Cerveza Sol, Camel.

El control de calidad de estos establecimientos se subdivide en:

- a) En cuanto a la rapidez del servicio, en el caso de Monchis su servicio no es lo suficientemente rápido, sobre todo en la preparación de los alimentos, ya que cuentan exclusivamente con un solo cocinero; mientras que en la Búrbula el servicio se percibió más rápido, comparativamente hablando.
- b) La limpieza en ambos establecimientos varia, ya que en la Búrbula los sanitarios y las instalaciones no siempre están limpios, mientras que en Monchis cuentan con una buena limpieza.

4.3 Bar

En el municipio de San Andrés Cholula se encuentran solo dos bares, el Bar2 y El Tigre, los cuales cumplen con las características que definen a un bar. En ambos establecimientos no se maneja ningún cover y hay una cadena en la entrada con personal de seguridad. Cabe mencionar que en la entrada de El Tigre se encuentran en la pared las políticas del establecimiento, las cuales están a la vista del cliente para que esté enterado de las normas del lugar.



4.3.1 Información general

4.3.1.1 Establecimiento

El horario varía en ambos lugares: en el Bar2 el horario es de 6:00 p.m. a 3:00 a.m., mientras que en El Tigre es de 10:00 p.m. a 3:00 a.m. En estos negocios no se venden alimentos, sino únicamente bebidas alcohólicas por copeo y botella.

4.3.1.2 Clientes

Los clientes que asisten a estos establecimientos son principalmente jóvenes y extranjeros con un nivel socioeconómico medio, en el Tigre esto se observó por los precios de las bebidas alcohólicas, las promociones, no existe un cover, entre otros. En el caso del Bar2 el nivel socioeconómico observable es medio y alto porque aunque no hay cover, existen menos promociones y las bebidas tiene un costo mayor al Tigre, asimismo se observó que las botellas consumidas en general son las de mayor costo. En ambos lugares exigen la credencial de elector.

4.3.2 Características físicas del establecimiento

Los establecimientos son lugares cerrados que cuentan con ventanas amplias con la diferencia de que el Bar2 tiene dos pisos, mientras que El Tigre solamente uno. Ninguno de los dos establecimientos cuenta con pista de baile, ni escenario y ambos tienen cabina de sonido. La capacidad es diferente ya



que El Tigre tiene una mayor extensión que el Bar2 y por lo tanto con una mayor capacidad para atender a más personas.

Por otro lado el mobiliario se basa en bancos y periqueras de fierro con tela en Bar2, mientras que en El Tigre se cuenta con bancos y periqueras además de sillas y mesas de madera. Ambos cuentan con pantallas y proyectores en donde se transmiten videos musicales. La barra en ambos lugares se encuentra muy iluminada y es utilizada para la preparación y servicio de las bebidas, cabe mencionar que es el atractivo principal de los lugares.

4.3.3 Ambiente

En el caso de la decoración e iluminación el Bar2 está muy iluminado en su exterior e interior por luces de colores llamativos, la decoración es minimalista y en tonos claros. Por otro lado, en El Tigre su iluminación tanto externa como interna es tenue mediante una luz roja, y su decoración es en tonos cálidos.

El sonido en general es alto y la música en ambos establecimientos es variada con diversos géneros musicales, tales como: pop, electrónica, reggaetón, banda, norteñas, salsa, entre otros.



4.3.4 Servicios

No se ofrece en ambos bares ningún tipo de alimentos ni botana. Se observó que hay personal de seguridad tanto fuera como dentro de los establecimientos, quienes controlan el orden al ingresar así como en su interior.

Estos establecimientos si cuentan con salidas de emergencia: en el caso de Bar2 existen dos salidas y en El Tigre solamente una; también ambos cuentan con extintores de incendios.

Asimismo se observó que no tienen estacionamiento propio pero si cuentan con varios estacionamientos independientes cercanos a ambos lugares, los cuales tienen un costo aproximado de 30 pesos. Solamente Bar2 cuenta con el servicio de valet parking.

4.3.5 Operación

En ambos establecimientos se cuenta con una diversidad de puestos tanto operativos como administrativos, incluyendo DJ's y personal de relaciones públicas. Los empleados utilizan uniformes formales tanto en El Tigre como en Bar2.

El sistema en cuanto al control en el servicio de las bebidas alcohólicas es por medio de comandas, computadora y terminales; ninguno de los dos utiliza caja registradora. En el caso del El Tigre es una franquicia ya que en otras partes de la República Mexicana se encuentra dicho establecimiento; por



otro lado, Bar2 es una sucursal del establecimiento ubicado en Plaza Palmas en la Ciudad de Puebla.

Se observó que en estos lugares existen diferentes promociones como dos por uno, barra libre, entre otras. La publicidad es por medio de flyers y del personal de relaciones públicas, quienes son las responsables de las reservaciones y de la organización de eventos.

Estos establecimientos también cuentan con patrocinios de diferentes marcas:

- Bar2 – Azul Tequila, Camel, Redbull, Jack Daniell´s, Bacardí.
- El Tigre – Marlboro, Redbull y Bacardí.

El control de calidad de estos establecimientos se subdivide en:

- a) Rapidez del servicio en ambos lugares dependiendo de la cantidad de clientes con los que cuente el lugar.
- b) La limpieza en ambos establecimientos es buena y cuentan con un mozo para el aseo de los baños.

4.4 Botanero

Debido a las características de este giro comercial, se consideran botaneros al Chipilín y Botanero San Andrés ubicados en San Andrés Cholula.



4.4.1 Información general

4.4.1.1 Establecimiento

El horario de ambos establecimientos es de 10:00 a.m. a 10:00 p.m. En ellos se venden bebidas alcohólicas por copeo y por botella. Su característica principal es la venta de cerveza en jarra acompañada de botanas. Cabe mencionar que el servicio de botanas termina a las 7:00 p.m. en ambos establecimientos aproximadamente.

4.4.1.2 Cliente

Los clientes que asisten a estos lugares son principalmente jóvenes y adultos, con un nivel socioeconómico medio, esto se dedujo debido a las instalaciones más sencillas, al manejo de diferentes promociones en botellas, en que los precios de las bebidas alcohólicas son accesibles y van acompañadas por alimentos.

4.4.2 Características físicas del establecimiento

Ambos establecimientos son lugares cerrados con partes abiertas, no cuentan con pista de baile, ni escenario y su barra es poco llamativa, la cual principalmente funciona como salida de botanas. El lugar en general es muy sencillo.

El mobiliario característico de este tipo de instalaciones está basado principalmente en sillas y mesas de plástico otorgadas por patrocinadores de



cerveza, principalmente. De hecho, esto es una característica que ha posicionado la imagen de los botaneros en la mayor parte del país.

4.4.3 Ambiente

La iluminación interior es, en ambos casos, por medio de lámparas y no cuentan con iluminación exterior. Su decoración es coloquial en el caso de El Chipilín sus adornos son estilo chiapaneco, ya los dueños de este establecimiento pertenecen a este estado de la república; mientras que en el Botanero San Andrés, sus adornos son, preponderantemente, fotografías de San Andrés Cholula.

Estos establecimientos ofrecen música actual de diferentes géneros y el volumen del sonido es medio en la tarde y en la noche alto. El chipilín cuenta con una rocola. El ambiente en general es informal.

4.4.4 Servicios

La venta importante es a través de jarras de cerveza, con la cual se ofrecen botanas variadas, incluidas en el costo de cada jarra. Se observó que cada botana se sirve en una ocasión y vuelve a servir otra diferente según es la frecuencia del consumo de bebidas. Si el cliente no consume ninguna bebida, no se le ofrece botana. Es importante mencionar la amplia variedad de botanas que son ofrecidas: en el caso de El Chipilín, sus botanas son zanahoria, jícamas, salchichas a la mostaza, ceviche de pescado, chalupas, espagueti y carne tártara, entre otras. En el caso de El Botanero San Andrés, las botanas



son caldo de camarón, mojarra, tacos dorados, jícamas, queso, salchichas, chicharrones, papas a la francesa, entre otras.

Estos establecimientos no cuentan con personal de seguridad ni salidas de emergencia, asimismo en ningún caso cuentan con extintores de incendios. Tanto El Chipilín como El Botanero San Andrés cuentan con estacionamiento propio, que tiene cada uno un costo de 20 pesos y no se cuenta con servicio de valet parking. En el caso del Chipilín, además de tener su propio estacionamiento, cuenta con otro ubicado enfrente del lugar con un costo aproximado de 30 pesos.

No hay gran diversidad en la carta de bebidas alcohólicas ya que lo importante de su servicio, como se mencionó, son las jarras de cerveza.

4.4.5 Operación

En estos establecimientos no hay gran variedad de puestos y los empleados están con un uniforme semiformal.

El sistema del control de bebidas alcohólicas se basa en comandas y caja registradora. Se encontró que sólo en el Chipilín hay terminal. Ambos negocios son independientes, no obstante el Chipilín cuenta con una sucursal ubicada en la ciudad de Puebla.



Las promociones que manejan son principalmente de dos por uno en botellas; los precios en general son muy accesibles. Por otro lado, no se maneja ningún tipo de publicidad.

Los patrocinadores que se manejan son:

- Chipilín – Camel, Jack Daniell's, Redbull, Sol, Tequila Corralejo y Terry.
- Botanero San Andrés –Corona, Marlboro, Bacardi.

El control de calidad de estos establecimientos se subdivide en:

- a) Rapidez del servicio: en general es rápido en cuanto a las jarras y las botanas, pero cuando pides vasos extras o servilletas tardan mucho.
- b) La limpieza no es muy buena en ambos botaneros.

4.5 Cantinas

En la actualidad las cantinas tradicionales no se pueden encontrar fácilmente, ya que su esencia se ha modificado o, en todo caso, se ha perdido. Un ejemplo de establecimiento cuyo concepto se asemeja más al de una cantina, en la zona analizada, es El Bar Reforma, ubicado en San Pedro Cholula.



4.5.1 Información general

4.5.1.1 Establecimiento

El horario de este lugar es de 6:00 p.m. a 1:00 a.m. La venta de bebidas alcohólicas es por copeo únicamente.

4.5.1.2 Cliente

Los clientes que asisten a este establecimiento son adultos y pocos jóvenes, con un nivel socioeconómico medio y alto esto debido a los precios altos de las bebidas alcohólicas por copeo, la venta únicamente por copeo, la presencia de turistas, entre otros.

4.5.2 Características físicas del establecimiento

La estructura de este establecimiento es pequeña y muy tradicional, de un piso y con una barra clásica en donde hay gran variedad de botellas. El mobiliario son mesas redondas y sillas de madera con hierro forjado en el respaldo, tradicionales de una cantina.

4.5.3 Ambiente

La iluminación interior y exterior del Bar Reforma es tenue y presenta un estilo muy mexicano en su decoración, con fotos de las iglesias de San Andrés y de San Pedro Cholula, así como de personalidades famosas de la época de oro del cine mexicano y norteamericano.



La música que se escucha en este establecimiento es antigua principalmente con un volumen medio.

4.5.4 Servicios

Se observó que la especialidad que ofrece el Bar Reforma son las sangrías, se manejan botanas de cortesía. Por otro lado, no cuenta con personal de seguridad ni salida de emergencia, pero si tiene extintores de incendios. No cuenta con un estacionamiento ni servicio de valet parking.

Asimismo se observó que cuenta con un vomitorio, el cual se encuentra en los baños del establecimiento; esto es una idea original y se ofrece como un servicio adicional para los clientes.

4.5.5 Operación

En este establecimiento se observó que solo hay un mesero, un barman y la persona que cumple el rol de cajero es el dueño del lugar. Su sistema de control de bebidas se basa únicamente en comandas.

Es un negocio independiente, en donde no hay promociones ni publicidad, sin embargo es considerado el establecimiento de bebidas alcohólicas con mayor posicionamiento en el área de San Pedro Cholula, ya que cuenta con una antigüedad de 68 años.



No cuenta con patrocinadores y el control de la calidad de este establecimiento se subdivide en:

- a) Rapidez del servicio: en general es bueno.
- b) La limpieza es muy buena, en específico los sanitarios.

4.6 Discoteca

En este estudio se consideró como discotecas a los siguientes establecimientos ubicados en San Andrés Cholula: La Roka, Undicci y Unit, ya que cumplen con algunas características que describen a este tipo de lugares.

4.6.1 Información general

4.6.1.1 Establecimiento

El horario general de estos establecimientos es de 10:00 p.m. a 3:00 a.m. La venta de bebidas alcohólicas es por botella y por copeo. Se maneja un cover de aproximadamente 50 pesos mujeres y 100 pesos hombres.

4.6.1.2 Cliente

Los clientes que asisten a estos lugares son principalmente jóvenes; en el caso de Undicci se observó, que a diferencia de los otros establecimientos, los clientes tienen mayor edad. El nivel socioeconómico observable en Undicci y La Roka es medio y alto, esto debido a que se maneja un cover, las bebidas alcohólicas tienen un costo elevado y es obligatorio dejar el 15% de propina;



asimismo se observó que las botellas con precios altos son las más consumidas, mientras que en el Unit el nivel socioeconómico observable es medio, debido a los precios de las bebidas alcohólicas y las promociones, además no existe un cover y la propina es del 10%.

4.6.2 Características físicas del establecimiento

La Roka y Undicci son establecimientos completamente cerrados sin ventanas a diferencia del Unit, que a pesar de ser un lugar cerrado, cuenta con amplias ventanas hacia el exterior. Es importante señalar que ninguna instalación cuenta con pista de baile, y el tamaño de los tres lugares varía entre sí, con la característica de que la Roka y el Undicci son establecimientos de gran capacidad. Cuentan con almacén o bodega, así como oficinas administrativas.

Su estructura se basa de diferente manera ya que La Roka cuenta con tres niveles, un área VIP (clientes distinguidos), escenario, plataforma, cabina de sonido y dos barras; Unit, por otro lado, cuenta con dos pisos, no tienen zona VIP, tiene una barra únicamente y cabina de sonido, mientras que el Undicci tiene dos niveles, zona VIP, plataforma, una barra y cabina de sonido.

El mobiliario en general, en los tres establecimientos analizados, se basa en bancos y periqueras, sillones, mesas pequeñas o cubos de madera para colocar las bebidas.



4.6.3 Ambiente

Estos lugares se destacan por su gran juego de luces en su interior y exterior, gracias a un sofisticado equipo de iluminación y del DJ Light. En el caso de La Roka se cuenta con un equipo de láser que proyecta diferentes tipos de animaciones.

La decoración es distinta en cada lugar: la de La Roka se basa en colores cálidos con zonas de agua y vegetación, mientras que en el Unit son colores pasteles y su decoración es de estilo de los 80's; por último, el Undicci tiene un concepto minimalista, con colores neutros.

Estos establecimientos ofrecen música actual de diferentes géneros, la cual se transmite tras una secuencia de diferentes variedades de música; por ejemplo, cuando la gente está ingresando al lugar se escucha música pop tranquila, tan pronto el lugar está casi lleno, lo que comúnmente ocurre alrededor de las doce de la noche, se abre pista iniciando música electrónica, después reggaetón, hip hop, reggae, pop, ritmos latinos, quebraditas y rancheras. El volumen es muy alto. La Roka y Undicci presentan performance.

4.6.4 Servicios

Se observó que hay un importante número de personal de seguridad, tanto fuera como dentro de los establecimientos, quienes controlan el orden del ingreso así como la seguridad y orden dentro del lugar. Generalmente las personas que pretenden ingresar, tienen que esperar en la entrada del lugar,



tras una cadena, de 10 a 20 minutos. Como medida de control, el personal de seguridad exige la credencial de elector con el fin de que no ingresen menores de edad en el establecimiento. Todos ellos cuentan con salidas de emergencia, así como extintores de incendios.

Los tres lugares cuentan tanto con estacionamiento propio como con servicio de valet parking, el cual tiene un costo de 30 pesos. Por otro lado, la carta de bebidas alcohólicas es amplia ya que cuenta con una extensa variedad de botellas nacionales e internacionales, así como cócteles y cervezas.

4.6.5 Operación

En los tres establecimientos hay gran diversidad de puestos de trabajo así como un buen número de empleados sobre todo para las posiciones operativas, contando todos ellos uniformes formales.

El sistema en cuanto al control de bebidas alcohólicas, es por medio de comandas, computadora y terminales. Los tres lugares son negocios independientes.

Las promociones que se manejan dependen del día de la semana, por ejemplo:

La Roka:

Viernes – Barra libre hasta las 12:00 a.m.



Sábado - Mujeres no cover.

Undicci:

Jueves – Mujeres \$50 pesos cover.

Sábado – Botella nacional al dos por uno.

Unit:

Viernes - En la compra de una botella nacional en \$600 pesos, la segunda cuesta \$150 pesos

Sábado – Seis cervezas por \$70 pesos.

La publicidad utilizada es a través de espectaculares en el caso del Undicci en los cuales anuncian sus promociones, además del uso de flyers.

Estos establecimientos también cuentan con patrocinios de diferentes marcas:

La Roka – Camel, Redbull, Jack Daniell’s, Bacardí y Azul Tequila.

Unit – Marlboro y Bacardí.

Undicci – Camel y Azul Tequila.

El control de calidad de estos establecimientos se subdivide en:

- a) Rapidez del servicio: en general es rápido ya que cuenta con mucho personal, pero esto depende fuertemente de la cantidad de clientes en el establecimiento.



- b) La limpieza en ambos establecimientos es buena y cuentan con un mozo para los baños, quien además de mantener limpio el lugar, vende diferentes productos en el interior de estos.

4.7 Observaciones generales

A lo largo del análisis se obtuvieron algunas observaciones relevantes para el estudio.

Se pudo observar principalmente que en muchos casos los establecimientos de bebidas alcohólicas faltan a diversas normas, leyes y reglamentos impuestos por el gobierno, tales como: no exigir la credencial de elector en la entrada, el incumplimiento al horario establecido, el mal seguimiento de medidas de seguridad ya que no cuentan con extintores y salidas de emergencia principalmente, discriminación en la entrada principalmente en las discotecas, ya que el personal de seguridad decide quién entra y quien no, y no precisamente por la falta de identificación oficial.

De igual forma, otra falta evidente es el incumplimiento a la norma de distancia; el Reglamento menciona que un establecimiento de servicio de bebidas alcohólicas no debe estar a una distancia menor de 200 metros de centros educativos, y un claro ejemplo es la Universidad de las Américas Puebla, la cual se encuentra a una distancia menor o igual de diversos



establecimientos de bebidas alcohólicas. Algunos lugares que cometen esta falta son Bambukos, la Clamateria, Tiki, La Roka, La Cantinera, Bar2, El Tigre y Bombay, ya que se encuentran frente a la universidad.

A pesar de que es una falta visible ante todos, la mayoría de la gente que desea abrir un establecimiento de bebidas alcohólicas en el municipio de San Andrés, busca la oportunidad de estar cerca de la Universidad de las Américas, ya que es más probable el éxito del lugar debido a que los estudiantes principalmente foráneos, prefieren asistir a lugares cercanos a la institución. De hecho se observó que la mayoría de los establecimientos están ubicados sobre la calle 14 oriente.

Por otro lado, se percató que en general todos los establecimientos ofrecen lo mismo, servicio de bebidas y alimentos, o en su defecto bebidas y botanas; de esta manera se pudo apreciar que no hay ningún establecimiento que rompa con lo tradicional, no se observaron establecimientos como: karaoke bar, lounge bar, video bar, rock bar, pulqueria, entre otros.

También se observó que en bares y discotecas particularmente la venta de bebidas alcohólicas por botella es más común, ya que los precios por copeo son muy altos. Asimismo en la mayoría de los establecimientos es obligatorio el consumo de botella para la asignación de una mesa. Normalmente se maneja una botella por mesa.



De otro modo, en la actualidad las cantinas tradicionales, las discotecas, restaurantes bar, entre otros; han perdido sus raíces, ya que con el paso del tiempo se han ido transformando hasta cambiar totalmente su concepto original. Un ejemplo de la deformación del concepto es La Cantinera, ya que ésta a pesar de que su nombre hace alusión a una cantina, su giro comercial y sus características se acercan más a las de un Restaurante-bar. De igual importancia se observó que diferentes establecimientos mezclan diferentes conceptos.

Asimismo se observó que mostrando la credencial de estudiante de la Universidad de las Américas en La Roka, permiten el acceso al lugar de una manera más rápida y en algunas ocasiones los universitarios están exentos de pagar cover. Igualmente es importante mencionar que en algunos lugares como el Unit, las credenciales universitarias así como la licencia no son válidas, para poder ingresar es obligatorio mostrar la credencial de elector.

El público meta de la mayoría de los establecimientos son los jóvenes universitarios, a excepción de la Lunita ubicada en San Pedro Cholula, asisten más turistas que estudiantes y el Bar Reforma donde asiste público en general. En estos lugares los precios son más elevados que en otros establecimientos similares; esto debido a que se encuentran ubicados en la zona turística importante del municipio de San Pedro Cholula.



Por último se observó que en ningún municipio hay establecimientos que desarrollen el giro comercial de pulquería.

Para concluir este análisis es indispensable mencionar que a lo largo de la investigación, se observó la falta de información sobre los temas relacionados con las bebidas alcohólicas, así como con los establecimientos que incuban estas bebidas; en su mayoría de reseña histórica y definiciones claras de cada categoría, por lo que se recurrió a diferentes medios informativos para un mejor estudio. Estos medios fueron páginas de internet, journals, bases de datos, libros, documentos gubernamentales, entre otros.