



Diagnóstico integral de la estructura administrativa de los bares de los municipios de Apizaco, Huamantla y Tlaxcala centro

Dacia Julissa Arenas Espinosa¹, Alejandra Torres López¹, Miguel Ángel Rodríguez Lozada¹ y Elizabeth Montiel Huerta¹

¹ Tecnológico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Apizaco. dacia.arenas91@gmail.com

Hablar del consumo de alcohol en términos económicos en una sociedad es relevante debido a que en la actualidad la industria del entretenimiento en centros nocturnos representa cerca de 1.9% de la economía nacional, casi en la misma proporción del sector restaurantero que tiene un valor anual de 220 mil millones de pesos¹. De acuerdo a la Asociación de Restaurantes y Bares de Tlaxcala A.C, la convivencia alrededor de los alimentos y bebidas es tan importante que ocupa al menos 20% del tiempo de vigilia de un ser humano. No es sólo una necesidad física sino también una necesidad social ya que es la forma más común de interrelacionarse proporcionando placer, aportando cultura y creando vínculos sociales. La problemática que se presenta tiene un trasfondo en el momento de la creación del bar, puesto que los propietarios no realizan un estudio previo que permita establecer una adecuada estructura administrativa y, por lo tanto, al iniciar operaciones se van presentando problemas de carácter administrativo que posteriormente no pueden ser resueltos por la falta de estrategias correctivas y de prevención.

Con el objetivo de analizar la estructura administrativa de los bares de los municipios establecidos del estado de Tlaxcala se efectúa una investigación de campo con un diseño descriptivo y no experimental, basada en la aplicación de un cuestionario que permita obtener información del desempeño de las principales áreas administrativas de una empresa las cuales son: dirección, procesos, recursos humanos, ventas, contabilidad e instalaciones físicas, siendo evaluadas mediante los siguientes factores: planeación estratégica, estructura organizacional, calidad de los servicios, reclutamiento, clima organizacional, motivación, estudio de la competencia, publicidad, mercadotecnia, desempeño de los proveedores, manejo de la contabilidad, localización geográfica y distribución de las áreas. Se realiza un análisis situacional de acuerdo a los resultados de los cuestionarios y fuentes oficiales externas con la finalidad de establecer las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas a las que se enfrentan los bares.

Como resultado, por parte de las fortalezas se detectó lo siguiente: cuentan con una buena estructura y clima organizacional, identifican a sus competidores, tienen buena ubicación y una adecuada distribución de áreas. En sus debilidades hay nula evaluación de sus competidores, no hay seguimiento a la opinión del cliente, no usan adecuadamente la publicidad y no hay capacitación constante para los empleados. Las oportunidades que se presentan son: tienen poder de negociación con los proveedores y los clientes, hay una tendencia de crecimiento del consumo de alcohol en el mercado y el turismo en el estado va en incremento; y por último las amenazas son: facilidad de la entrada de nuevos competidores, altos costos de renta en locales e incremento de impuestos (IEPS²). Esta información es el soporte que permitirá diseñar e implementar estrategias que ayuden a los bares a establecerse y crecer en el mercado.