

Modelo de competitividad, mediante el análisis de factores de personalidad de los administradores restauranteros en Puerto Vallarta, Jalisco

Área de investigación: Administración de la micro, pequeña y mediana empresa

Manuel Ernesto Becerra Bizarrón

Universidad del Valle de Atemajac
México

Mabebi9@hotmail.com

Luz Amparo Delgado Díaz

Universidad del Valle de Atemajac
México

Tazmy63@hotmail.com

Miriam del Carmen Vargas Aceves

Universidad del Valle de Atemajac
México

Mvargas6@hotmail.com



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

División FCA, Maritz, Analisis PricewaterhouseCoopers | Fotografía: Rulfo Lopez-Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Modelo de competitividad, mediante el análisis de factores de personalidad de los administradores restauranteros en Puerto Vallarta, Jalisco

Resumen

La industria restaurantera se ve ante una desventaja frente a las cadenas nacionales e internacionales bien estructuradas, por lo que el presente artículo, tiene por objeto, mostrar un modelo con las relaciones observadas en las dimensiones de la personalidad de los administradores y la competitividad de la industria restaurantera de Puerto Vallarta. El diseño metodológico fue de tipo no experimental, transeccional, correlacional, con una muestra de 60 restaurantes. Los hallazgos muestran que, los factores que agrupan las dimensiones de la personalidad de los administradores (Inteligencia, Dominio, Rebeldía y Fuerza Yóica) correlacionan significativamente respecto a la competitividad, excepto, audacia con una relación negativa. El análisis revela que cuatro de las cinco dimensiones de la personalidad resultaron buenos predictores de la competitividad con una R de 0.618*, 0.697**, 0.874**, .538 respetivamente y audacia con coeficiente de -0.315 y una R cuadrada de .3819, .3660, .4329, .0001 y .1333, los cual manifiesta que las variaciones en la competitividad están explicadas en buena medida por la personalidad de los administradores.

Palabras clave: Personalidad, competitividad, satisfacción del cliente, diseño.



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Introducción

El modelo sirve para descubrir y reflejar la relación entre las variables (Van Ginch, 2007) y es una representación de pensamiento y razonamiento acerca de la forma en que los componentes de los sistemas se manifiestan unidos (Bunge, 2005). Se pretende a través del modelado mostrar las correlaciones entre las dimensiones de la personalidad de los administradores de los restaurantes y la competitividad.

Consciente de la importancia que hoy en día tiene el tema de la competitividad entendida como la capacidad de una empresa de generar un producto o servicio de mejor manera que sus competidores, donde un cliente por lo general puede elegir de entre varias opciones, lo que necesita (Gutiérrez, 2010) y la única vía a seguir en las condiciones actuales y las que se prevé regirán en los próximos años (SECTUR, 2006)¹. La presente investigación tiene como objetivo ser de repercusión práctica como una estrategia de acción, sobre la actividad directiva de la industria gastronómica, donde la mayoría de inversionistas han sufrido pérdidas y cierre de sus negocios, pues los restaurantes pertenecen a una actividad compleja, llena de situaciones particulares y que ha evolucionado muy rápido, (Durón, 2003) que requiere de gente con experiencia, conocimientos y habilidades profesionales, fundamentados en un sistema de valores que les permita a sus empresas ser rentables, permanentes y competitivas, mediante iniciativas estratégicas (Mintzberg, 2007). Dando respuesta también al plan nacional de desarrollo (2002-2006) que plantea elevar la competitividad como una actividad prioritaria y estratégica en el sector turismo.

En la Industria restaurantera de Puerto Vallarta, el factor competitividad es un factor muy importante, de acuerdo con el Plan Estatal de Desarrollo de Jalisco (2030) donde la función del administrador o directivo juega un papel fundamental. Así también Mushtaq, (2010) marca el papel imprescindible de los empresarios en el crecimiento económico y social, considerado como el mecanismo de transformación, mejora de la economía, la innovación y la creatividad que es una herramienta vital para el desarrollo económico y la prosperidad.

La problemática del sector restaurantera, según Durón, (2003) es originada principalmente por la falta de capacidad para la toma de decisiones estratégicas de los administradores de los restaurantes, por lo tanto la falta de estrategias, inexistencia de planes y objetivos, que son fundamentales en la competitividad de los mismos, aunque también influyen factores económicos, políticos y sociales. Esto bajo el supuesto de que el éxito competitivo de las empresas depende de las capacidades directivas (Rubio A., 2005) y también que el empresario realiza actividades estratégicas que tienden a la creación, manejo y crecimiento de las organizaciones (Baptist, 1992). Aunado a esto Barroso, (2009) comenta que la personalidad de los directivos influye en el resultado de las empresas pero no lo determina así como otros estudios (Madrigal, 2009) comentan que la personalidad de cada directivo esta influenciada por sus factores propios.

Las diferentes teorías de la competitividad (Porter, 2006) y de la personalidad entendida como los aspectos únicos, internos y externos, relativamente perdurables del carácter de una persona, que influyen en su comportamiento en distintas situaciones (Schultz, 2002) y

<http://informacongreso@fca.unam.mx>

Teléfonos ¹SECTUR: Secretaria de Turismo

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

en concordancia con los resultados del focus group integrado por psicólogos expertos (Doctores, Maestros y psicólogos especialidad psicología organizacional) concluyen que la personalidad es medida para esta investigación por la inteligencia, fortaleza yóica, dominio, audacia y rebeldía. Estableciendo relaciones teóricas en el empresario considerado como agente de productividad (Drucker, 1994) y de la competitividad. Gutiérrez,(2005) señala que el estudio de la competitividad entendida como la capacidad de una empresa para generar un producto o servicio de mejor manera que sus competidores es medida por la satisfacción del cliente. Además los directivos de las empresas son los únicos que tienen habilidad para describir y evaluar el desempeño económico de las empresas (Mártinez , 2010) y su actitud es fundamental en la contribución al desarrollo de las actividades estratégicas de innovación en la empresa (Rodeiro, 2007) y de reacción proactiva o pasiva en sus decisiones dependiendo de los acontecimientos que afectan a la empresa (Pla, Puig, & Linares, 2007) y considerados como factor de éxito para lograr competitividad (Aragón & Rubio , 2005). Por lo que es importante saber que los elementos significativos para la satisfacción del cliente, y para la competitividad de una empresa, están determinados por la calidad del producto, del servicio y el precio, se es más competitivo cuando se ofrece mejor calidad a bajo precio y con un buen servicio. La calidad está dada por las características, atributos y tecnología del producto mismo; en tanto la calidad del servicio la determina la forma en que el cliente es atendido por la empresa, el tiempo de entrega es el lapso que transcurre desde que el cliente pide el producto hasta que lo recibe, y el precio es lo que el consumidor final paga por el bien. La calidad del servicio está influida por la eficacia con que se coordinan y aplican los diferentes recursos, áreas y departamentos (Gutiérrez, 2005).

Figura. 1 Supuesto teórico



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informa **Fuente: Investigación propia**

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



Procedente del marco teórico, se observa que dentro las causales de la competitividad incluyen al directivo o administrador y por tanto la importancia que tienen la toma de decisiones en la empresa, lo que lleva a estudiar los factores de personalidad del administrador (directivo), definida como los aspectos únicos, del carácter de una persona, que influyen en su comportamiento en distintas situaciones (Schultz, 2002). Encauzado de lo anterior y con la finalidad de determinar la relación entre estos factores y la competitividad de la industria restaurantera, medida por la satisfacción del cliente se presentan en la figura 1 los siguientes supuestos:

- La competitividad de los restaurantes de Puerto Vallarta, Jalisco está influenciada por los factores de personalidad (inteligencia, fuerza yóica, dominio, audacia y rebeldía) de los administradores. $R \neq 0$ ²
- La competitividad de los restaurantes de Puerto Vallarta, Jalisco no está influenciada por los factores de personalidad (inteligencia, fuerza yóica, dominio, audacia y rebeldía) de los administradores $R=0$

Este trabajo proporciona información pertinente a las empresas de la industria restaurantera que le permitirá observar diferentes panoramas para la solución de diversos problemas empresariales que se presentan.

La necesidad de diseñar un modelo mediante el análisis de los factores de personalidad de los administradores de los restaurantes es porque de ellos depende la toma de decisiones estratégicas, para el mejoramiento y manejo óptimo de los recursos humanos, mercadológicos, financieros, y materiales y sobre todo para la elaboración, ejecución, seguimiento y evaluación de un plan estratégico, esto con el fin de lograr elevar la competitividad. (Torres, 2007)

Por lo tanto, genera beneficios expresados en la optimización de los recursos, en la formulación y ejecución de estrategias para la consecución de los objetivos, a fin de mejorar la calidad, el control de la gestión, la satisfacción y la respuesta a los clientes internos y externos en forma oportuna y eficiente para el beneficio de toda la empresa, y desarrollo de capacidad de adaptarse al cambio (Porter, 2006).

Materiales y métodos.

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, transeccional, correlacional. Se observaron y midieron situaciones ya existentes, como la personalidad de los administradores de los restaurantes y la competitividad tal y como se dan en su contexto natural, y transeccional correlacional, por que se recolectaron datos y se describieron relaciones de las variables (la personalidad de los administradores de los restaurantes y la competitividad) de manera teórica apoyado por un focus group, para después analizar y establecer una correlación, en un tiempo determinado.

El universo fueron los restaurantes registrados en el padrón de licencias del Ayuntamiento de Puerto Vallarta y a su vez miembros de CANIRAC (Cámara Nacional de la Industria Restaurantes y Alimentos Condimentados) y que se encuentran operando.

Con un universo de 450 restaurantes, la muestra representativa es igual a 60 restaurantes, cumpliendo con los criterios metodológicos necesarios para un 95% de confianza con un +/- 10% de error, mismos restaurantes de interés que se tomaron en cuenta para aplicar el cuestionario para analizar la personalidad del administrador y su competitividad. El muestreo fue aleatorio simple basado en el listado de los restaurantes.

Dado que no existe una base de datos confiable que represente la competitividad de los restaurantes de Puerto Vallarta, se elaboró un instrumento para medirla mediante la satisfacción del cliente, por lo que se encuestaron a 360 clientes seleccionados de forma aleatoria y proporcional con la muestra de 60 restaurantes, mismos que se utilizaron para aplicar 60 cuestionarios para medir la personalidad de los administradores.

Los instrumentos de medición cumplieron con los criterios de validez y confiabilidad, por lo que se desarrolla un análisis sobre la información contenida con un nivel de seguridad aceptable.

Para evaluar el instrumento de competitividad, fue utilizado el procedimiento de medida de estabilidad. Luego de aplicar 60 encuestas a 8 restaurantes se logró retroalimentar el instrumento de medición, se observó que las respuestas eran consistentes, dado que se trato de usar palabras comunes para los clientes, respecto a la satisfacción del cliente. Para esta investigación se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach obteniendo el siguiente coeficiente 0.981. El instrumento de la variable personalidad fue adaptado a partir de la situación encontrada, tomando como base el cuestionario de los 16 factores de la personalidad. (Catell, 2001).

Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria

Una vez recabados los datos se utilizó la matriz de correlación por su uso muy extendido en muchas aplicaciones. Estas matrices de correlación tienen un rango común que hace posible las comparaciones directas de los coeficientes dentro del modelo. Utilizar los coeficientes de correlación y de determinación resultó apropiado porque el objetivo era entender el patrón de las relaciones entre los factores de personalidad y la competitividad, sin explicar la varianza total de la competitividad. El objetivo fue vincular definiciones operacionales de las variables con la teoría para llegar al contraste empírico apropiado.

Resultados

El modelo se basa en las relaciones, en las que el cambio en los factores de personalidad de los administradores y supone en la competitividad de la industria restaurantera de Puerto Vallarta Jal. Se trata de describir y explicar parcialmente la relación de dependencia. Las relaciones causales pueden tomar formas y significados, conforme a las relaciones definidas encontradas, en este caso en función de los factores de personalidad.

<http://congreso.investigacion.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

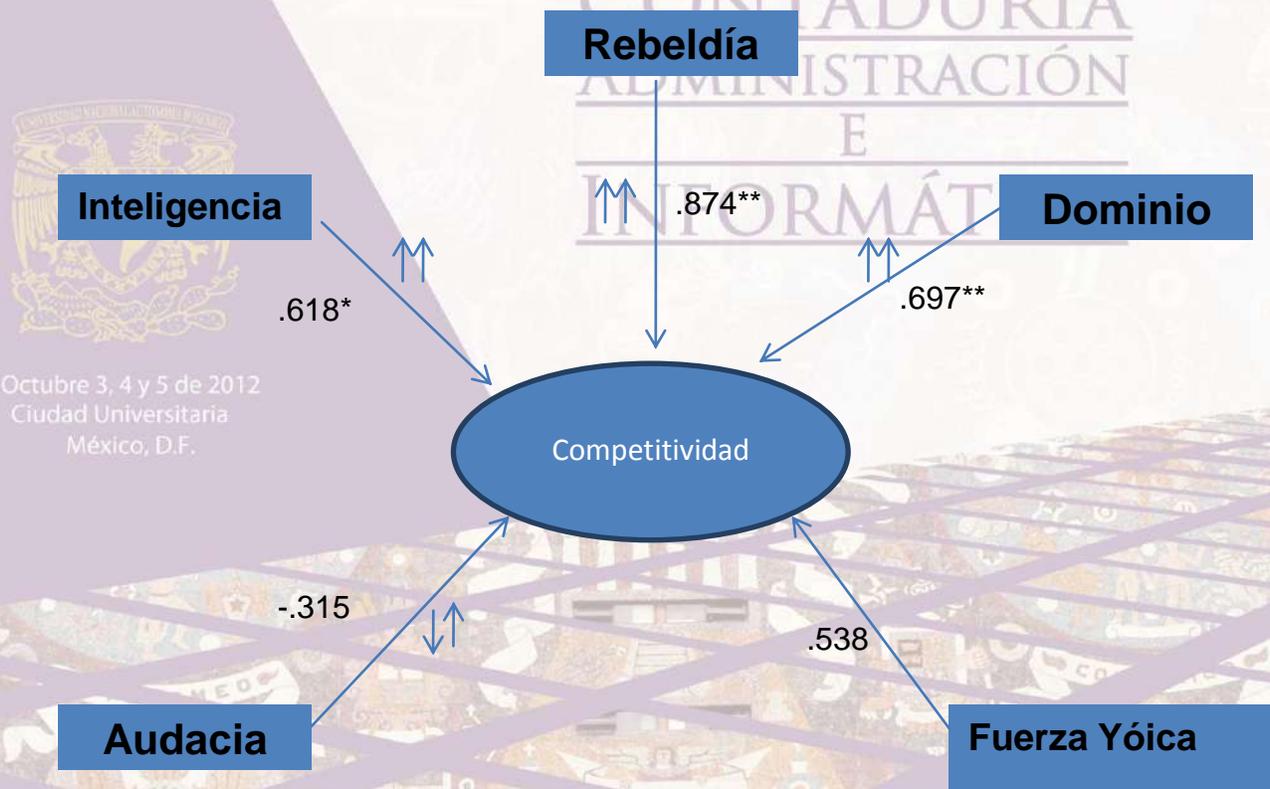
52 (55) 5616.03.08



Con el apoyo del programa de SPSS como herramienta estadística, en el que se introdujo la información contenida y sistematizada en una base de datos, se logró especificar un modelo que intenta parcialmente explicar si existe o no una relación entre los factores de la personalidad de los administradores y la competitividad de los restaurantes, así como se muestra en la figura 2. La correlación es positiva al nivel de .01 en los factores de rebeldía y dominio, al nivel de .05 el factor inteligencia, y un coeficiente de .538 en fuerza Yóica, lo que indica que cuando existe un aumento en un factor de los mencionados, existe un aumento en la competitividad, lo contrario sucede con el factor audacia con un coeficiente de correlación de $-.315$, esto se explica que cuando existe un decremento en el factor audacia existe un incremento en la competitividad.

Como supuesto teórico se conjetura que los factores (inteligencia, rebeldía, dominio, audacia y fuerza yóica) de la personalidad de los administradores quienes toman decisiones estratégicas y que tienen que ver con la eficiencia y eficacia, estos inciden directamente con la satisfacción del cliente y por tanto en la competitividad.

Figura 2: Relación entre factores de personalidad y competitividad



Fuente: Elaboración propia.

La interpretación de la correlación fue de fuerte a moderada en el caso del factor audacia. Sin embargo, los términos de débil, moderado y fuerte no tienen significado preciso. Una medida que tiene una acepción más fácil de interpretar es el coeficiente de determinación. Se calcula elevando al cuadrado el coeficiente de correlación. La figura 3 muestra los coeficientes de determinación de los factores de personalidad respecto a la competitividad,

http://cc
informa

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80

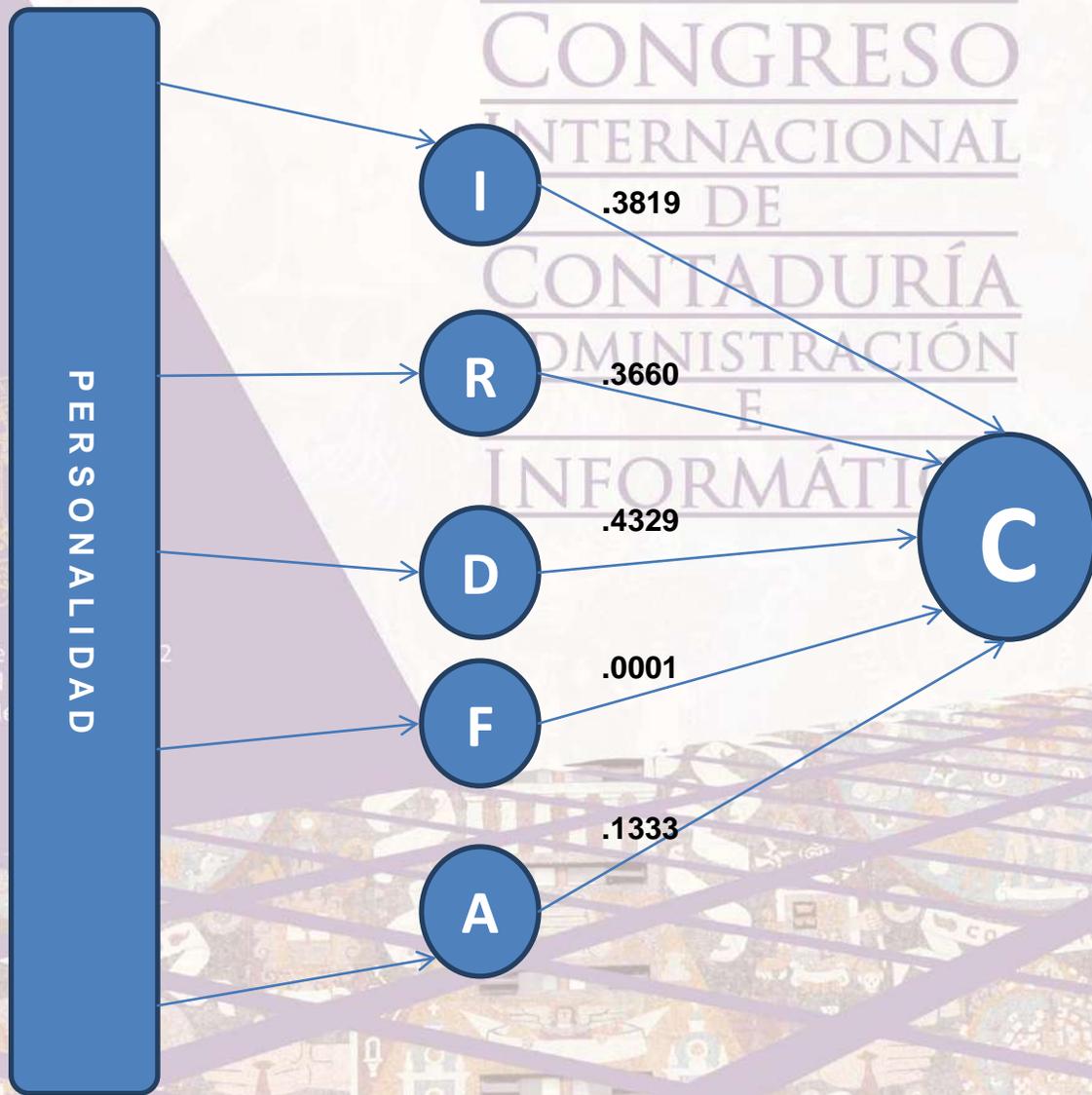
Fax 52 (55) 5616.03.08

Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

donde (F) Fuerza Yóica, (R) Rebeldía, (I) Inteligencia, (D) Dominio, (A) Audacia y (C) Competitividad, que explica, en que porcentaje o proporción de la varianza de la variable competitividad esta explicada por la variación de los factores de personalidad de los administradores.

Figura 3. Coeficiente de determinación de los factores de personalidad y competitividad.



Fuente: Elaboración propia

<http://ccinformacongreso@fca.unam.mx>

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

La figura anterior muestra que un 38.19% de la variación en la competitividad (C) de los restaurantes está explicada por su relación lineal con la (I) inteligencia, 76.38% de la variación en la competitividad está explicada por la (R) rebeldía, 48.58% de la variación en la competitividad es explicada por el (D) dominio, 28.94% de la variación en la competitividad es explicado por la (F) Fuerza Yóica, y un 9.92% de la variación en la competitividad es explicada por la (A) audacia.

Con base en los factores de la personalidad de los administradores y sus resultados, con puntajes altos van a ser capaces de tomar decisiones estratégicas para de organizar y dirigir de una manera planeada a la empresa, para aprovechar al máximo los recursos, de crear un marco estratégico, de fijar objetivos a largo plazo y planes de acción para mejorar la calidad de los productos y de los servicios, y con esto mejorar la satisfacción del cliente, para así, incrementar la competitividad.

Discusión.

Para que una empresa actúe, se requiere de un nivel de conocimientos básicos sobre la situación donde van a actuar. Lo que revela esta investigación es la influencia que tienen los factores de personalidad de los administradores sobre la competitividad y, en qué medida cada factor sobre los otros incide en este resultado empresarial.

Este artículo presenta los resultados de un estudio de las relaciones entre la personalidad y la competitividad en los restaurantes de Puerto Vallarta que puede considerarse como característico de la generalidad del sector, lo expuesto en este material, es un producto parcial, que permite mostrar alternativas a las empresas restauranteras aumentar sus niveles de competitividad.

Octubre 3, 4 y 5 de 2012

Ciudad de México. Sin embargo, como en cualquier trabajo de investigación, quedan inconclusas interrogantes que abren un catálogo de posibilidades de investigación y que pueden ser extendidas para estudios en el ejercicio profesional mismo, o como base para inicios de trabajos académicos. En suma se pueden tener una serie de productos que incrementen la difusión de conocimientos en lo que respecta a la competitividad empresarial.

Los modelos no son únicos, existen variables adicionales a las que se observan en este trabajo. La estrategia de modelación fue confirmatoria de las relaciones existentes entre las dimensiones de personalidad y la competitividad, sin embargo, no deja de ser un modelo aislado con una significación estadística, que no ha probado ampliamente el modelo propuesto, sino que solo ha confirmado la relación entre las variables, y que es un solo modelo de varios que se pueden conformar, en la medida en que se incrementen variables conformando modelos alternativos.

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

Conclusión.

El modelo generado se planteó a partir de los supuestos teóricos y que al contrastarse se encontró que existe entre la personalidad de los administradores y la competitividad de los restaurantes.

En conclusión se lograron verificar las hipótesis observando como los factores de la personalidad de los administradores inciden en la competitividad de las empresas restauranteras, entre las características más significativas de acuerdo al coeficiente de determinación se obtuvo que la inteligencia, el dominio, la rebeldía, son la que inciden de manera positiva en el incremento de la competitividad medida por la calidad en el servicio, calidad en el producto y el precio, de igual forma la audacia y la fuerza yóica tienen una incidencia menor en el aumento de la competitividad, por tal motivo las conclusiones irán guiadas por el primer grupo de rasgos de la personalidad de los administradores y su incidencia en la competitividad.

Lo anterior permite deducir que:

- A mayor puntaje en Inteligencia mayor el nivel de competitividad
- Mayor puntaje en Dominio mayor el nivel de competitividad
- A mayor el puntaje en Fuerza Yóica mayor el nivel de competitividad
- A mayor el puntaje en Rebeldía mayor el nivel de competitividad
- A menor puntaje en Audacia mayor el nivel de competitividad

Lo anterior demuestra que los administradores con elevada capacidad mental y de rápido aprendizaje, muestran mejor capacidad de juicio y perseverancia, (Inteligencia), además son emocionalmente maduros, estables y constantes en sus intereses, y que no permiten que las necesidades emocionales oscurezcan las realidades de una situación se adaptan a los hechos, (Fuerza Yoica) y muestran ser asertivos, independientes, severos, poco convencionales, rebelde y demandantes de admiración (Dominio), por otro lado, los convierte en socialmente conscientes, calculadores, emocionalmente desapegados, disciplinados y ambiciosos, (Audacia) y demuestran ser experimentadores, liberales y analíticos, permiten lograr una mayor competitividad en las empresas restauranteras de Puerto Vallarta, Jalisco.

Se concluye también, mencionando la situación temporal (delincuencia, el caso de la influenza A H1N1, entre otros) que enfrentan los restaurantes además se encontró que el aumento en las franquicias y la expansión de las grandes cadenas restaurantes van afectando su mercado de consumo, además los factores como la ley antitabaco, la Influenza, la crisis económica, y la mala administración (eventos esporádicos), provocaron de los restaurantes. Se requiere a un administrador con capacidad para formular estrategias de crecimiento, organización y dirección del restaurante, el modelo de competitividad basado en el análisis de la personalidad propuesto en la figura 3 se diseñó con el fin de hacer frente a eventualidades e incrementar la competitividad de la industria restaurantera, con base en la problemática de este sector, donde principalmente se encuentra la falta de organización y dirección, tomando en cuenta lo que afirma Mintzberg, (2007) “el éxito o

http://co
informa
Teléfonos

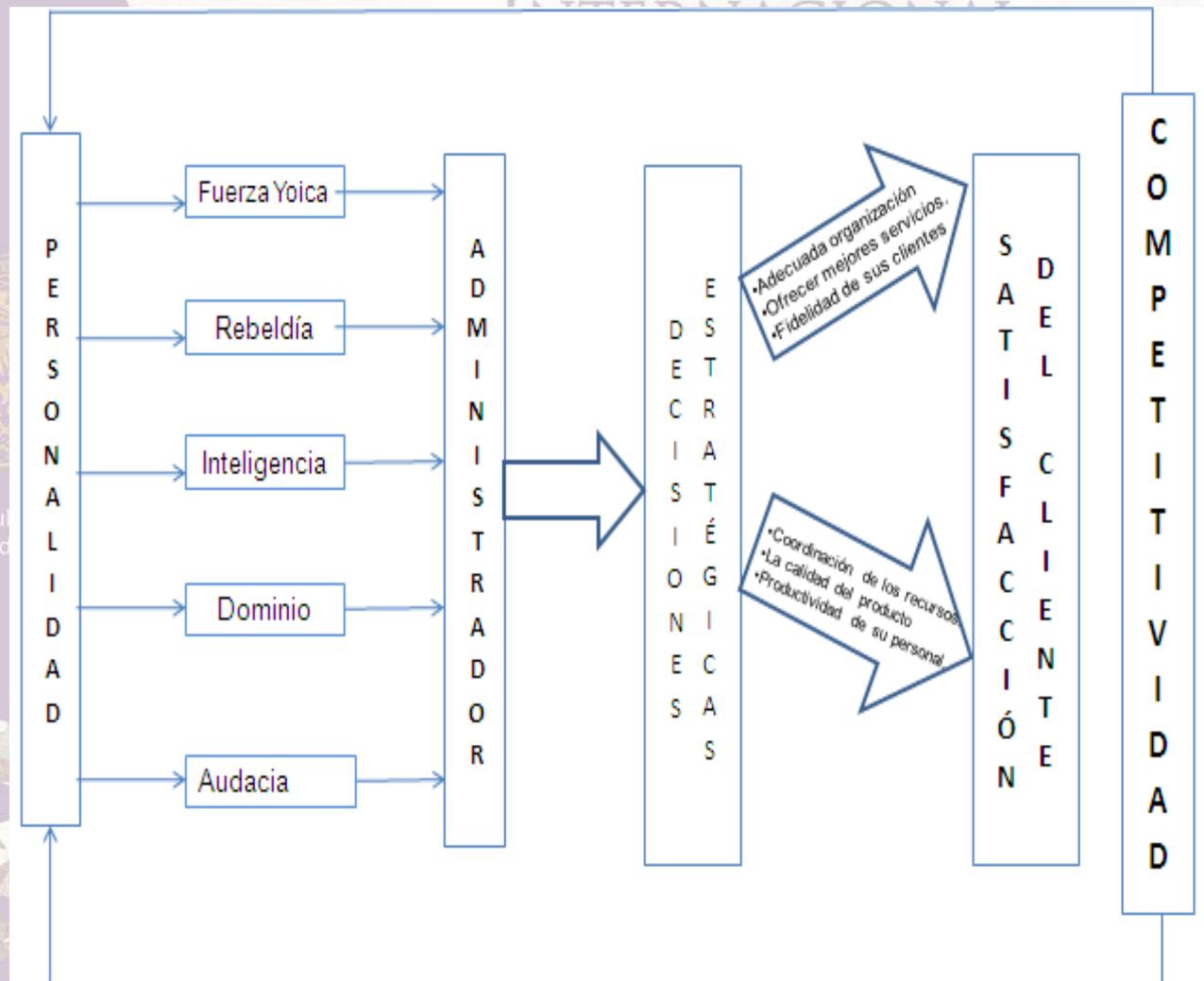
52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

fracaso de una empresa depende de las capacidades de los administradores o directores”, los factores de personalidad propuestos que deben tener los administradores presentados en el modelo contribuirán a la toma de decisiones estratégicas adecuadas, las cuales en buena medida inciden para poder resolver dicha problemática.

Se analizaron técnicas estadísticas como el coeficiente de correlación mostrado en la figura 2 y de determinación mostrada en la figura 3, este análisis sirvió como plataforma para el diseño de la propuesta del MCP (Modelo de competitividad basado en el análisis de la personalidad, que se muestra a continuación en la figura 4.

Figura 4: Modelo de competitividad basado en el análisis de la personalidad. (MCP)



Fuente: Elaboración propia.

El modelo (MCP) contiene 2 fases y 10 elementos que se presentan en la siguiente tabla 1:

Tabla 1 Fases y etapas del modelo.

Fuente: Investigación directa con base en datos empíricos del estudio de campo

Numero de Bloque	Fases o etapa del modelo
Fase de aplicación	
1,2,3,4,5	Aplicación del instrumento de personalidad a los administradores, para evaluar la inteligencia, fuerza yóica, dominio, rebeldía y audacia.
Fase de Resultados	
6	Decisiones Estratégicas
7 y 8	Resultados positivos a la empresa
9 y 10	Posición competitiva

Fases y etapas del modelo.

La primera fase es la de aplicación en esta fase se aplica el instrumento de medición para analizar la fuerza yóica, rebeldía, inteligencia, dominio y audacia, mismas puntuación que traducidas en estenes se pueden presentar entre 1 y 10, se pretende para esta investigación y con base en los datos empíricos la puntuación traducida a estenes debe estar entre la escala de 6, 7, 8, 9, 10, dado que estos son los puntajes de los rasgos de personalidad de los administradores de los restaurantes competitivos.

La segunda fase es la fase de resultados una vez obtenido los resultados de los rasgos de la personalidad del administrador de restaurantes competitivos, como consecuencia esto llevará a la toma de decisiones estratégicas, que traerá como resultado, adecuada organización, ofrecer mejores servicios, fidelidad con sus clientes, coordinación de los recursos y productividad, esto dará indicadores de la satisfacción del cliente y por ende la competitividad.

Desde el punto de vista teórico, la investigación generará una reflexión y discusión sobre el conocimiento existente del área investigada, como dentro del ámbito de las ciencias administrativas, ya que, de alguna manera, se confrontan teorías (de la competitividad, de la personalidad, y la de los recursos), lo cual lleva a contribuir al conocimiento lo que permite proponer un modelo resultado de esta investigación para analizar su comportamiento y resultados en las empresas restauranteras.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación genera un nuevo modelo para incrementar la competitividad mediante el análisis de la personalidad de los administradores, mismo que con su aplicación logrará hacer mejoras para las empresas

http://cc
informa
Teléfono

52 (55) 5622.84.90
52 (55) 5622.84.80

Fax 52 (55) 5616.03.08

restauranteras, en particular en las áreas funcionales (recursos humanos, mercadotecnia, operaciones, finanzas) y de las ciencias administrativas en general. Por otra parte, en cuanto a su alcance, esta investigación abrirá nuevos caminos para empresas que presenten situaciones similares a la que aquí se plantea, sirviendo como marco referencial a esta.

XVII CONGRESO INTERNACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

Diseno FEA, Maritza Alvarez Pineda, Mariana Fotografía: Raulo Lopez Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Aragón , S. A., & Rubio , B. A. (Mayo - Agosto de 2005). Factores explicativos del éxito empresarial. *Contaduría y Administración*(202), 35-69.

Barroso, T. F. *La negociación y su importancia en la percepción de directivos, gerentes y supervisores de empresas. un estudio exploratorio. Gespye* , Vol 8, Num 14, 39-63. 2009

Baptist, J. *El quehacer del emprendedor. Emprendedores* , 8-11. 1992

Bunge, M. *Buscar la filosofía en las ciencias sociales*. 2da Edición, México: Siglo XXI editores. 587 2005

Catell, R. a. *Cuestionario de 16 factores de la personalidad*. 2ª Edición, México: Manual moderno. 11-21, 2001

Drucker, P. *Las fronteras de la administración, donde las decisiones del mañana cobran forma hoy*. 1ra Edición, México: Sudamericana. 350.1994

Durón, C. *el restaurante como empresa*. 1ra edición, México: Trillas. 28, 2003

Gutiérrez, P. H. *Calidad total y productividad*. 3ra Edición, México: Mc Graw Hill. 17, 2010

Kerlinger, F. *Investigación del comportamiento, Métodos de investigación en ciencias sociales*. 4ta Edición, México: Mc Graw Hill. 936 , 2002

Madrigal, B. *Habilidades Directivas*. 2da Edición, México: Mc Graw Hill. 87 y 165, 2009

Mintzberg, H. *Safari a la estrategia*. 1ra edición, Argentina: Granica. 197, 2007

Martínez , S. M. (12 de Marzo de 2010). Un Modelo causal de competitividad empresarial. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de las Empresas*, 165-188.

Mushtaq, H. Rasgos de personalidad entre empresarios y profesionales. *Revista internacional de negocios y gestión* , Vol. 5, No. 9, 203-213, 2010

Pla, B. J., Puig, B. F., & Linares, N. E. (2007). Crisis, actitudes directivas y estrategias en los sectores manufactureros tradicionales. *Universia Business Review*, 68-83.

Porter, M. *Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: CECSA. 156, 2006

Rodeiro, P. D. (23 de Marzo de 2007). La Innovación como factor clave en la competitividad empresarial. *Revista Galega de Economía*, 16(002), 1-18.

Schultz, D. *Teorías de la Personalidad*. 7ma Edición, México: Thomson. 274 , 2002

Torres, H. Z. *Teoría general de la administración*. 1ra Edición, México: Gripo editorial patria. 512 , 2007

http://cc
informa

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08

Rubio, A. Factores explicativos del éxito competitivo. *E-Journal* Vol 1, Num 216, 35-69. (2005)

Van Ginch, J. P.. *Teoria General de Sistemas.3ra Edición*, México: Trillas.265,2007.

Dictiotopografía.

Plan estatal de desarrollo del estado de Jalisco 2030, De: www.cucs.udg.mx/avisos/Plan_Estatal_de_Developmento_Jalisco_2030_v02.pdf plan estatal de desarrollo de Jalisco, Abril de 2011

SECTUR. (2006). *Plan Nacional del Turismo*. México 2001,2006 De: http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/sect_231_programa_nacional_de, febrero 2011

UAEMEX. (2010). *Plan Nacional del Turismo 2006*. México: <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev5/e01.html>. Noviembre 2010.



Octubre 3, 4 y 5 de 2012
Ciudad Universitaria
México, D.F.

XVIII CONGRESO NACIONAL DE CONTADURÍA ADMINISTRACIÓN E INFORMÁTICA

División FCA, Martínez Anselmi, Pineda Martínez, Fotografía: Rubio López-Chavez

<http://congreso.investiga.fca.unam.mx>

informacongreso@fca.unam.mx

Teléfonos

52 (55) 5622.84.90

52 (55) 5622.84.80

Fax

52 (55) 5616.03.08



ANFECA
Asociación Nacional de Facultades y
Escuelas de Contaduría y Administración

División de Investigación, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM
Circuito Exterior s/n, Ciudad Universitaria, México, D.F., C.P. 04510