

**“Modelo de competitividad, mediante el análisis de factores de personalidad de los administradores
restauranteros en puerto Vallarta, Jalisco”.**

DR. MANUEL ERNESTO BECERRA BIZARRÓN *
M. EN A. MIRIAM DEL CARMEN VARGAS ACEVES
M. EN A. ELBA MARTINA CORTES PALACIOS

RESUMEN

La investigación estableció como objetivo diseñar la propuesta de un modelo que permita elevar la competitividad de la industria restaurantera mediante el análisis de los factores de personalidad de su administrador. El procedimiento utilizado, fue el análisis de los factores de personalidad de los administradores de los restaurantes de Puerto Vallarta y los niveles de competitividad de la industria restaurantera. La muestra fue de 60 restaurantes medianos, el nivel estadístico de confianza fue de 90%, de 60 cuestionarios para administradores y 360 cuestionarios para clientes de los restaurantes. Se midió el nivel de competitividad de acuerdo al número de clientes promedio que tiene, por día y por semana. Se analizó la relación de variables (personalidad y competitividad) utilizando el coeficiente de Pearson. Los factores de personalidad de los administradores mostraron una correlación significativa respecto a la competitividad, excepto, audacia que tuvo una relación negativa.

Palabras clave. Personalidad, competitividad, Industria restaurantera.

ABSTRACT

The investigation established the objective to design a proposed model to enhance the competitiveness of the restaurant industry by analyzing the factors of personality of its manager. The procedure used was the analysis of personality traits of managers of the restaurants in Puerto Vallarta and levels of competitiveness in the restaurant industry. The sample consisted of 60 restaurants medium, the statistical level of confidence of 90%, 60 managers and 360 questionnaires questionnaires to restaurant patrons. We measured the level of competitiveness according to the average number of customers it has, per day and per week. We analyzed the relationship between variables (personality and competitiveness) using the Pearson coefficient. Personality factors of the managers showed a significant correlation to competitiveness, except boldness that had a negative relationship.

Keywords. Personality, competitiveness, restaurant industry.

*Universidad de Guadalajara Centro universitario de la costa

Introducción

El turismo en México es una actividad económica importante para el desarrollo del país y es además, una de las mayores en el mundo, colocada en octavo lugar a nivel mundial en términos de llegadas de turistas internacionales, y es el primer destino para turistas extranjeros en América Latina. Dentro de la actividad turística el giro que más aperturas, traspasos y quiebras genera anualmente, es el sector restaurantero.

Año con año, cientos de personas apuestan su capital, su patrimonio y su futuro en la actividad gastronómica, con la idea de que se trata de un negocio sencillo, seguro y altamente productivo. Desafortunadamente la mayoría de estos inversionistas han comprobado los rendimientos precarios o el cierre de sus negocios, por lo tanto, la pérdida de su inversión, pues los restaurantes pertenecen a una actividad compleja, llena de situaciones particulares que han evolucionado muy rápido, ya que ahora requieren de personal con experiencia, conocimientos y habilidades profesionales, fundamentados en un sistema de valores que permita a sus empresas ser rentables, permanentes y competitivas.

La problemática del sector restaurantero, se origina principalmente en 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. De este problema surgió la presente investigación, para proponer un modelo que permita elevar la competitividad mediante el análisis de los factores de personalidad de los administradores restauranteros en Puerto Vallarta.

Con el propósito de lograr los objetivos que persigue la investigación, se desarrolló un primer apartado de los antecedentes de la industria restaurantera y su evolución, así como el contexto en el que se desenvuelven los restaurantes y su situación actual, un segundo apartado que aborda los aspectos teóricos de la competitividad, enfatizando en la competitividad nacional, la ventaja competitiva y sistémica, la competitividad en el sector servicios y la teoría de los recursos explicando la importancia de la capacidad del empresario en la competitividad de su empresa. Se analizan también los modelos e investigaciones que han revisado la competitividad lo que permitió analizar la frecuencia en que inciden los factores en la competitividad. En el tercer apartado, se describen las teorías de la personalidad, con el objeto de estudiar los diferentes criterios utilizados por los autores, al definirla para medirla y concretar los factores que tienen mayor incidencia en la personalidad de los administradores. Además en un cuarto apartado se describe el método de investigación, donde se puntualiza el diseño de la investigación, la problemática, los supuestos teóricos, la frecuencia de los factores que inciden en las variables, el diagrama de variables y su definición operacional así como la población objeto de estudio.

Y por último en un quinto apartado se aborda el procedimiento de la recolección, análisis y discusión de la información obtenida en el trabajo de campo, destacando, la escala de medición, el cuestionario, la obtención de datos y su procesamiento.

Y finalmente, se explica la propuesta de un modelo para elevar la competitividad de las empresas restauranteras, de Puerto Vallarta, Jal mediante el análisis de los factores que inciden en la personalidad de sus administradores, así como las conclusiones.

La propuesta de un modelo se hace con el fin de elevar la competitividad de los restaurantes y la satisfacción del cliente, mediante el análisis de los factores de personalidad del administrador.

Respecto a las limitaciones de la Investigación está la información teórica identificada de la industria restaurantera, así como los obstáculos encontrados en el trabajo de campo por la poca disposición de los administradores de los restaurantes, por lo que se delimitó a los establecimientos medianos en Puerto Vallarta, Jal.

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.

Consientes 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). La presente investigación tiene como objetivo ser de repercusión práctica como una estrategia de acción, sobre la actividad directiva de la industria gastronómica la gran mayoría de estos inversionistas de esta industria 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, fue considerado como el mecanismo de transformación y la mejora de la economía y los que dan paso a 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. 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 está influenciada por sus factores propios y estos asociados con los resultados de áreas desempeñan. Las diferentes teorías de la competitividad (Porter, 2006) y de la personalidad (Schultz, 2002) han establecido relaciones teóricas en el empresario considerado como agente de productividad (Drucker, 1994) y de la competitividad. Gutierrez,(2005) señala que el estudio de la competitividad se puede hacer por medio de la satisfacción del cliente; medida por la calidad en el servicio, la calidad en el producto y el precio.

Marco contextual

El turismo no se puede concebir sin la gastronomía, sin la industria de los restaurantes, que es piedra angular para el desarrollo en general del país. Este sector, genera inversión para México a través de sus 345,000 establecimientos y poco más de 1, 350,000 empleos, con ventas anuales superiores a los 190 mil millones de pesos, por lo que se considera una actividad prioritaria para la economía de México. La industria gastronómica en México, participa con el 2.32% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, y con 23.8% del PIB turístico, impacta en 66 ramas productivas, es desarrolladora de gente, y genera un beneficio social lo que representa la importancia de esta industria en el país. (CANIRAC, 2010)

Tabla 0.1 Cifras de la Industria gastronómica

Número de establecimientos 345,000 (96% Pymes)
Participación al PIB 2.32 %
Participación en el PIB Turístico 23.8% (después de Transportes y antes que Hoteles)
No. De empleos directos 3,300 000
No de empleos indirectos 2.2. millones

Fuente: (CANIRAC, 2010)

Las repercusiones de la gastronomía en la economía de México:

- La industria restaurantera es desarrolladora de gente.

- Es una industria que genera un gran beneficio social. Sus empleados además de capacitarse y evolucionar educacionalmente, mejoran y aseguran una alimentación sana y nutriente.
- El patrimonio invertido es de 10% en México y la revolvencia liquida diaria dinamiza la economía.
- Son una industria de mano de obra intensa. Sin lugar a dudas son la industria número uno empleadora de gente.
- De cada peso que se vende en este sector casi 35 cts. se van a sueldos y contribuciones sociales.
- La industria gastronómica es de las más viables como primera instancia cuando alguien decide independizarse.
- Es una de las industrias con una relación de inversión y generación de empleo más atractivas.
- Constituye una de las industrias más importantes en el presupuesto del gasto familiar según INEGI participan con 8.8% en el gasto familiar anual de origen nacional, otras industrias.
- El sector gastronómico es una industria muy nacionalista y muy importante en la vida económica y social del país.

De acuerdo con Durón (2003), la industria gastronómica ha crecido de forma desordenada y arbitraria, ha sufrido pérdidas por falta de conocimientos de organización y dirección del negocio. Es una realidad que los propietarios, ejecutivos y gerentes no dedican tiempo, ni pensamiento suficiente al futuro, no establecen objetivos generales para el negocio, no tienen objetivos particulares para cada área que lo integran. Al respecto, Drucker (1984) expresa que “la negligencia del futuro es solo un síntoma; el ejecutivo pasa por alto el futuro porque no puede superar el presente, la verdadera enfermedad es la ausencia de una base de conocimiento y método para encarar el quehacer económico en la empresa.” Por lo que ante la situación si no la empresa no cuenta con el conocimiento de un estratega que analice la situación y formule estrategias y emprenda acciones difícilmente podrá lograr que su empresa logre tener beneficios en un futuro.

La industria restaurantera, es un negocio que requiere de una inversión inicial, la recuperación de la misma, la generación y control de las utilidades, así como de innumerables operaciones que determinarán si continúa en servicio o se retira del mercado. Dentro de la problemática restaurantera. Según (Durón, 2003) está el desconocimiento del ramo, falta de organización y dirección, crecimiento desordenado en las grandes ciudades entre otras. La importancia y la influencia de la economía nacional en el negocio y la aportación de un individuo, ente un organismo a la economía, hacen necesario compenetrarse de la problemática individual que da origen al comportamiento de cada unidad. Como un ente económico, la restaurantería requiere de una adecuada organización para coordinar los recursos disponibles que el dueño,

socios o accionistas han aportado en beneficio de la empresa. Dentro de los 10 errores que deben evitarse en un restaurante son más de tipo directivo que de atención al cliente pero igualmente perjudiciales:

- Falta de experiencia administrativa
- Descapitalización de su negocio.
- Dejar que la calidad de su producto baje
- Investigación de mercados poco frecuentes
- Perder la cuenta de sus clientes
- Perder la cuenta del promedio de cheques
- Olvidar recompensar a sus empleados
- Tener miedo al cambio
- No reinvertir.
- No definir y seguir el objetivo.

La industria gastronómica ha crecido de forma desordenada y ha sufrido pérdidas por falta de conocimientos de organización y dirección del negocio. Es una realidad que los gerentes no establecen objetivos generales para el negocio no objetivos particulares para cada área que lo integran.

Dentro de la problemática restaurantera destacan algunos aspectos, la falta de organización y dirección, toma decisiones en diferentes situaciones, la falta de experiencia administrativa, dejar que la calidad de su producto baje, olvidar recompensar a sus empleados, tener miedo al cambio, no definir y seguir el objetivo.

Atendiendo a esta problemática se plantea al siguientes preguntas de investigación

1. Objetivos de investigación

Objetivo general

1. Diseñar una propuesta de modelo que permita elevar la competitividad, mediante el análisis de los factores de personalidad de los administradores restauraneros en Puerto Vallarta.

Objetivos específicos

1. Describir las principales características del sector en México, con la finalidad de contextualizar y referenciar la investigación.

2. Caracterizar los factores de la competitividad, así como la forma en que afectan o benefician a las organizaciones, por medio de la aplicación de técnicas de investigación documentales como la revisión de literatura especializada para dar un soporte teórico y conceptual a la investigación.
 3. Analizar los factores de la personalidad, por medio de la aplicación de técnicas de investigación documentales como la revisión de literatura especializada para dar un soporte teórico y conceptual a la investigación.
 4. Realizar un diagnóstico de la situación actual de los restaurantes por medio de la aplicación de un cuestionario para conocer los niveles de competitividad, y conocer el puntaje obtenido de los factores de personalidad de los administradores de las empresas restauranteras, y como estos se relacionan con la competitividad, para conjuntarlos en una propuesta que permita mejorar los niveles de competitividad.
- 2. Pregunta de investigación.**

General

¿Cómo influyen los factores de personalidad de los administradores en la competitividad de las empresas restauranteras?

Específicas

1. ¿Qué características tiene el sector restaurantero en México?
2. ¿Cuáles son los niveles de competitividad de la industria restaurantera?
3. ¿Cuáles son los factores de la personalidad de los administradores de restaurantes en Puerto Vallarta, Jalisco?
4. ¿Cuáles son los factores de la personalidad de los administradores que se relacionan con la competitividad?

5. Justificación

El futuro de México depende en gran medida de la capacidad para transformar las micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores (industrial, comercio y servicios) en organizaciones competitivas; entendiéndose por ello la capacidad de elaborar un producto u ofrecer un servicio que compita con cualquier bien y/o servicio que proveen los mejores competidores del mundo. En la actualidad las empresas buscan ser más competitivas dentro de su ramo y cada vez adoptan más estrategias a fin de garantizar el éxito.

La industria gastronómica con el objeto de elevar su competitividad ha crecido de forma desordenada y arbitraria, y sufrido pérdidas por falta de conocimientos de organización y dirección del negocio; la administración suele ser incipiente y empírica; poca veces cubren las necesidades de mercadotecnia, producción recursos humanos y finanzas, y cuando se hace se aplican métodos y modelos inadecuados. 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.

Por lo tanto, genera beneficios expresados en la optimización de los recursos, en 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.

Esta investigación también se justifica desde tres puntos de vista:

Práctico, ya que el problema planteado propone una estrategia de acción que es el modelo que permita elevar la competitividad mediante el análisis de los factores de personalidad de los administradores restauranteros que al aplicarlo, contribuirá a resolverlo.

Desde el punto de vista teórico, la investigación generará 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 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 estas.

Por último, profesionalmente pondrá en manifiesto los conocimientos adquiridos y permitirá sentar las bases para otros estudios que surjan de la problemática aquí especificada.

6. Hipótesis

- 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.

La investigación bibliográfica realizada para conocer la competitividad de las empresas y las teorías de la personalidad, así como la situación problemática permitió encontrar factores y aspectos de los restaurantes, que tienen que ver con la personalidad del administrador y la competitividad de las empresas. En este recorrido fue posible detectar las variables más importantes que determinan la competitividad por lo que se procedió a estudiarlas, considerando que en esta búsqueda se identificaron los factores de personalidad de los administradores que inciden con la competitividad de las empresas restauranteras de Puerto Vallarta, Jalisco.

Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es de tipo no experimental, transeccional, correlacional. No experimental dado que no se posee control directo de la variable independiente y dependiente, debido a que las manifestaciones ya han ocurrido o a que son inherentemente no manipulables, es decir, 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) para después analizarlo y establecer una correlación, en un tiempo determinado.

Resultados

El trabajo de campo se inició en Marzo del 2010, en ese tiempo las empresas restauranteras de México y, específicamente las de Puerto Vallarta pasaron por una situación complicada originada, principalmente por la pandemia de la influenza (A-H1N1), además de la crisis económica de los Estados Unidos, y la ley antitabaco, que afectó directamente al turismo, y a la generación de empleo, esto se reflejó en la caída de las ventas de 40%. Esta situación ocasionó el cierre del 30 % de los restaurantes y creó un clima de intranquilidad en la industria; aunado a esto los hallazgos de investigación y de la problemática de estos momentos, se llegó a lo siguiente:

1. Falta de organización y dirección
2. Descuido en las áreas administrativas y financieras
3. Estilo de dirección enfocado en el corto plazo, rígido y poco planeado
4. Insuficiente incorporación de las modernas tecnologías a sus sistemas de producción
5. Información de operación insuficiente, imprecisa y desfasada.

6. Baja Productividad
7. Inadecuada estructuras organizacionales.

Como un ente económico y prestador de servicios, la restaurantería requiere de principios administrativos y de una adecuada organización, para coordinar los recursos disponibles se han aportado en beneficio de la empresa. Actualmente, la mayoría de empresarios no tienen los conocimientos fundamentales de administración, por lo tanto, sus técnicas para guiar sus negocios son tradicionales, es decir, basadas en la experiencia y en la intuición, sin plan documentado ni objetivos a largo plazo, lo cual, no siempre dan resultados positivos.

Los resultados obtenidos a lo largo de la investigación son representativos a la realidad, debido a que se aplicaron los cuestionarios a una muestra de sesenta restaurantes, de Puerto Vallarta. La finalidad de la investigación fue diseñar un modelo que permitiera elevar la competitividad, mediante el análisis de los factores de personalidad de los administradores restauranteros. Al respecto se analizaron las teorías de la competitividad con la finalidad de observar como desde el enfoque de diferentes autores, los cuales utilizan factores o dimensiones para el estudio de la competitividad, así también, se tomaron en cuenta los estudios realizados en diferentes instituciones educativas y sectores, respecto a la personalidad, a su vez, se estudiaron diferentes teorías para comprender el porqué de la personalidad desde varios enfoques, aunado a esto, también se realizó la técnica de grupo focal, es decir, a través de expertos observar los factores que se toman en cuenta y su frecuencia en el estudio de la personalidad.

Los supuestos teóricos fueron planteados con base en la problemática y los resultados del análisis del marco teórico. En el proceso de aprobar o desaprobar los supuestos teóricos se utilizaron los datos de las correlaciones, así como el de la frecuencia. La información se fue comprobando en el aspecto conceptual del marco teórico, y al objeto de estudio.

La correlación entre la competitividad, y la personalidad de los administradores medida a través de la inteligencia, dominio, fuerza yóica, rebeldía y audacia tuvieron calificaciones altas, lo cual significa que existe una vinculación positiva considerable entre las variables independientes y la variable dependiente con excepción de la audacia con relación débil. No todas las variables tienen la misma incidencia en la competitividad; tampoco la misma posición. Aunque para la explicación de esta situación se utilizó el coeficiente de determinación, mismo que explica el porcentaje de la variable dependiente que este caso es la competitividad, que es explicada por la variable independiente y, que este caso corresponde a la personalidad.

Una vez analizada la situación del sector restaurantero y detectado los principales problemas o causas que dan origen a la baja competitividad y, haber estudiado los aspectos teóricos para la competitividad y las diversas teorías de la personalidad y su medición, se realizó el trabajo de campo, donde fue usado el

coeficiente de correlación de Pearson para medir precisamente la relación entre las variables, que en esta investigación fue la competitividad y la personalidad de los administradores, y también se analizó el coeficiente de determinación. Esto para determinar qué porcentaje de la variable dependiente es explicado por la variable independiente, donde la inteligencia, dominio y rebeldía obtuvieron los porcentajes altos, también la fuerza Yóica y la audacia, aunque en menor porcentaje lo que indica, puesto que estas variables si tienen relación directa. Lo que indica que un administrador con puntaje alto en los estenos de los factores, inteligencia, dominio, rebeldía, fuerza yóica y audacia, tiende a ser una persona con capacidad para tomar decisiones estratégicas que orientan a la empresa a lograr objetivos, es decir, una persona con puntajes altos en estos factores de personalidad, muestra en el factor (B) inteligencia a ser veloz para comprender las ideas, rápida para aprender, integración dinámica y capacidad de análisis alta, en el factor (C) fuerza Yóica tienden las personas a ser líderes, estable, realista acerca de la vida, es capaz de mantener un ánimo grupal sólido y de adaptación emocional, en el factor (E) dominio, las personas tienden a ser asertivos, seguros de si mismos e independientes, tienden a ser austeros, a regirse por sus propios leyes y principios aunque no pierden su capacidad de análisis, las personas con puntuaciones altas en el factor (H) audacia son sociables, atrevidos, están dispuestos a intentar nuevas cosas, son espontáneos y abundantes en sus respuestas emocionales. Su apariencia recia les permite enfrentar el desgaste que implica el trato con la gente y así situaciones emocionales abrumadoras sin presentar fatiga. Los individuos con puntuaciones altas en el factor (Q1) rebeldía tienden a interesarse en cuestiones intelectuales y a tener dudas sobre los asuntos fundamentales, son escépticos e inquisitivos con respecto a las ideas, ya sean viejas o nuevas, en general están mejor informados, menos inclinados a censurar, mas propensos a experimentar en la vida, son mas tolerables a la inconveniencia y con mas iniciativa al cambio. 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 su empresa, para aprovechar al máximo los recursos, de crear un marco estratégico, de fijar objetivos a largo y planes de acción para mejorar la calidad de los productos y de los servicios, y con esto mejorar la satisfacción del cliente y así incrementar la competitividad.

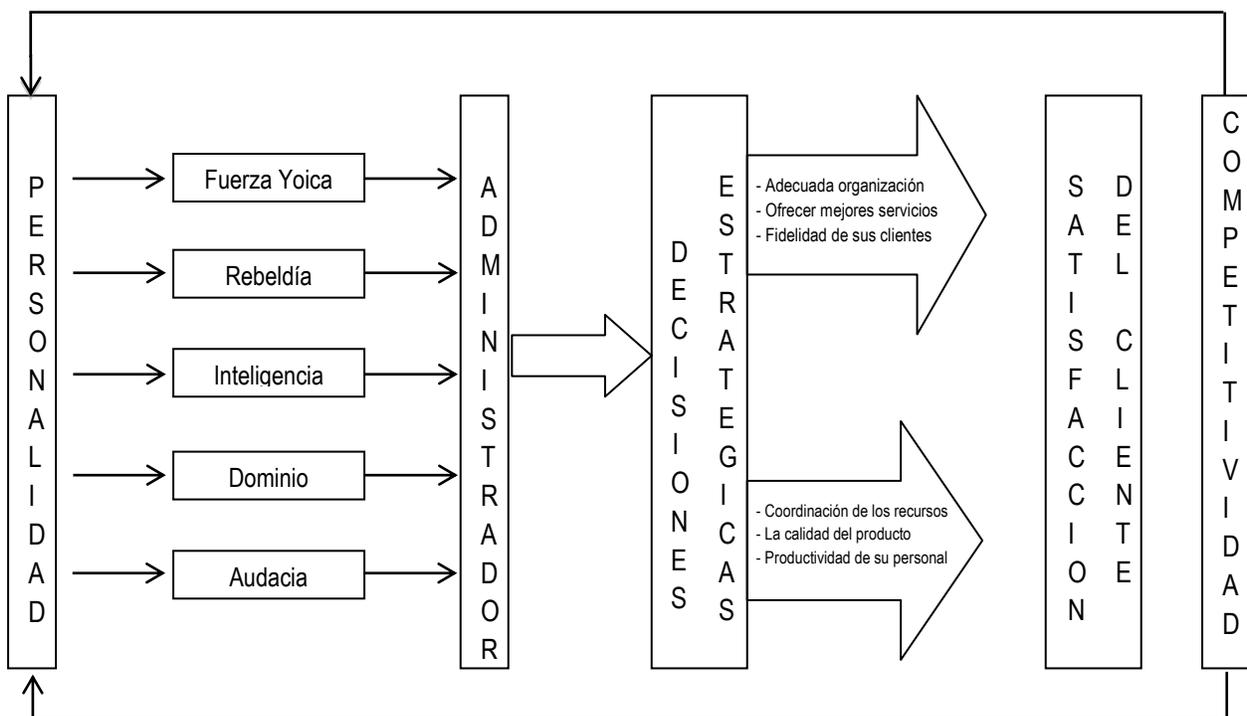
Los supuesto teóricos que afirman que la competitividad de los restaurantes de Puerto Vallarta, Jalisco, está influenciada por los factores de personalidad (inteligencia, fuerza yóica, dominio, audacia y rebeldía) de los administradores, se aprueba, en términos de que se confirma que la competitividad en alto grado está influenciada por la Inteligencia, dominio y rebeldía lo cual significa que existe una vinculación estrecha entre las variables independientes y la variable dependiente.

Se analizó la relación entre los factores de personalidad y la competitividad, después se elevó al cuadrado para encontrar el coeficiente de determinación, mismo que se utilizó para explicar los comportamientos de

variables, tanto dependientes como independientes, donde un 38.19% de la variación en la competitividad de un restaurante es explicado por inteligencia del administrador, el 48.48% la variación de competitividad es explicado por el dominio del administrador, un 9.92% la variación de competitividad está explicado por el factor audacia del administrador, un 76.38% la competitividad es explicada por la rebeldía y, un 28.94% la variación de la competitividad está explicada por la fuerza yóica.

En conclusión como se muestra en la figura 1, los rasgos de la personalidad de los administradores inciden en la competitividad de las empresas restauranteras, entre características de la personalidad 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, como se aborda en el siguiente apartado.

Figura R.1 Modelo de competitividad mediante en estudio de la personalidad (MCP)



Fuente: Investigación directa datos empíricos del estudio de campo

Conclusiones

Dentro del análisis de la situación en la que enfrentan los restaurantes 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 el cierre de algunas de las sucursales de los restaurantes. Se sugiere a un administrador con capacidad para formular estrategias de crecimiento, organización y dirección del restaurante, el modelo (MCP) propuesto 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, y tomando en cuenta lo que afirma Mintzberg, (2007) “el éxito o 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 tomar decisiones estratégicas adecuadas, los cuales en buena medida inciden para poder resolver dicha problemática.

Con base en los aspectos teóricos de la personalidad y el focus grupo, se recomienda que se utilice los factores (dominio, inteligencia, fuerza yóica y audacia) para el estudio y análisis de personalidad de los administradores de puerto Vallarta Jalisco. Se analizaron técnicas estadísticas como el coeficiente de correlación, y de determinación, este análisis sirvió como plataforma para el diseño de la propuesta del modelo (MCP), que se muestra a continuación en la figura R.1, se recomienda aplicar detenidamente los cuestionarios y respectivo análisis para la funcionalidad del modelo.

REFERENCIAS

- Anker, M., & Batta, V. (2000). *Manejo básico de restaurantes*. México: CECSA.
- Bohlander, S. (2001). *Administración de recursos humanos*. México: Thomson.
- Branch, S. (1999). The 100 Best Companies to Work for in America. *Fortune* , 118-144.
- Brucks, M. (1991). Price as an indicator of quality dimensions. *Marketing Science Institute*.
- CANIRAC. (05 de 03 de 2010). <http://www.canirac.org.mx/nuestra-industria/cifras-de-la-industria.html>. Recuperado el 05 de 04 de 2010, de <http://www.canirac.org.mx/nuestra-industria/cifras-de-la-industria.html>.
- Cantú, D. H. (2006). *Desarrollo de una cultura de calidad*. México: Mc Graw Hill.
- Cardenas, M. Á. (2001). *El efecto mac*. Chula vista California: ICG.
- Chiavenato, I. (2002). *Gestión del talento humano*. Colombia: Mc Graw Hill.
- Córdova, C. (1990). *Manual para la administración del proceso*. México: Limusa.
- De la Fuente, R. (1984). *Organización administrativa de las empresas*. México: ECASA.
- Desentis, A. (04 de abril de 2010). Restauranteros reportan baja en ventas de hasta 40% en vacaciones. *Informador.com.mx* .
- Dessler, G. (2001). *Administración de personal*. México: Pearson.

- Drucker, P. F. (1984). *La gerencia efectiva*. México: Hermes.
- Drucker, P. (1994). *las fronteras de la administración, donde las decisiones del mañana cobran forma hoy*. México: Sudamericana.
- Ducci, M. A. (2000). *El enfoque de competencia laboral en la perspectiva internacional, en formación basada en competencia laboral*. México: Cinterfor.
- Durón García, C. (2003). *El Restaurante Como Empresa*. México: Trillas.
- Excela, E. (2005). *Diagnostico de necesidades de capacitacion*. México.
- Garvin, D. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review* , 101-109.
- Guilford, J. (1964). *Psychometric Methods*. N. Y: 1964.
- Guizar, M. R. (2002). *Desarrollo Organizacional*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Gutierrez, H. (2005). *Calidad Total y productividad*. México: Mc Graw Hill.
- Hitt, M. y. (2004). *Administración Estratégica, Competitividad y conceptos de globalización*. México: Thomson.
- Kerlinger, F. (2002). *Investigación del comportamiento, Metodos de investigación en ciencias sociales*. México: McGraw Hill.
- Lovelockh, C. (2009). *Marketing de servicios*. México: Prentice Hall.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2007). *Safari a la estrategia*. Buenos Aires: Granica.
- Parra L. E., & Calero Garcia, F. (2006). *Gestión y Dirección de Empresas Turísticas*. España: Mc Graw Hill.