

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1484>

Gestión de capacidades para la competitividad empresarial en la industria restaurantera del estado de Colima

Management of capabilities for business competitiveness in the restaurant industry in the state of Colima

Xiomara Clementina Rodríguez Guzmán

xiomara.rodriguez@colima.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0003-4383-2173>

Instituto Tecnológico de Colima / Departamento de Ciencias Económico – Administrativas
Colima – México

Gustavo Adrián Carrillo Jiménez

gcarrillo3@ucol.mx

<https://orcid.org/0009-0005-7657-7177>

Universidad de Colima, Facultad de Economía
Colima – México

María Alejandra Rivas Lozano

alejandra.rivas@colima.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0003-1680-3150>

Instituto Tecnológico de Colima / Departamento de Ciencias Económico – Administrativas
Colima – México

Bertha Lilia Castañeda Campos

bcastaneda@colima.tecnm.mx

<https://orcid.org/0009-0001-6282-9856>

Instituto Tecnológico de Colima / Departamento de Ciencias Económico – Administrativas
Colima – México

Jorge Alejandro Chávez Larios

jorge.chavez@colima.tecnm.mx

<https://orcid.org/0000-0003-3038-7739>

Instituto Tecnológico de Colima / Departamento de Ciencias Económico – Administrativas
Colima – México

Artículo recibido: 29 de noviembre de 2023. Aceptado para publicación: 15 de diciembre de 2023.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

En este trabajo se investigó sobre la gestión del capital humano (GCH), la gestión de calidad (GC), las capacidades financieras (CF) y las capacidades dinámicas (CD), las cuáles son, de acuerdo a esta investigación, las variables que explican la competitividad empresarial. Los objetivos que se trazaron fueron: Identificar las capacidades internas que contribuyen a generar competitividad empresarial; Confirmar la relación que existe entre la gestión de las diferentes capacidades internas que le permiten a una empresa ser más competitiva; Establecer si las capacidades internas son predictoras de la competitividad empresarial en la industria restaurantera; Determinar la relación existente entre el tamaño, el tipo de restaurante y la antigüedad con las capacidades internas. Los sujetos de estudio fueron las unidades económicas dedicadas a la preparación de alimentos y bebidas para consumo inmediato, en restaurantes de autoservicio, restaurantes de comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado, establecidas en un lugar fijo (propio o rentado), con al menos 6 empleados y un año de antigüedad, ubicadas en el estado de Colima; y que por la especialidad y productos que ofrecen,


los restaurantes se dediquen a la preparación de alimentos, servicio a la carta, comida corrida y cocinas económicas. En este sentido, mediante el modelo de ecuaciones estructurales, los autores confirmaron cómo las capacidades internas inciden en la competitividad empresarial de una empresa del sector restaurantero.

Palabras clave: competitividad empresarial, capacidades internas, ecuaciones estructurales, gestión

Abstract

This study investigated human capital management (HCM), quality management (QM), financial capabilities (FC) and dynamic capabilities (DC), which are, according to this research, the variables that explain business competitiveness. The objectives were: To identify the internal capabilities that contribute to generate business competitiveness; To confirm the relationship that exists between the management of the different internal capabilities that allow a company to be more competitive; To establish whether internal capabilities are predictors of business competitiveness in the restaurant industry; To determine the relationship between size, type of restaurant and age with internal capabilities. The study subjects were economic units dedicated to the preparation of food and beverages for immediate consumption, in self-service restaurants, take-out restaurants and other restaurants with limited service, established in a fixed location (owned or rented), with at least 6 employees and one year of seniority, located in the state of Colima; and that due to the specialty and products they offer, the restaurants are dedicated to the preparation of food, a la carte service, continuous food and economic kitchens. In this sense, using structural equation modeling, the authors confirmed how internal capabilities affect the business competitiveness of a company in the restaurant sector.

Keywords: business competitiveness, internal capabilities, structural equations, management

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Como citar: Rodríguez Guzmán, X. C., Carillo Jiménez, G. A., Rivas Lozano, M. A., Castañeda Campos, B. L., & Chávez Larios, J. A. (2023). Gestión de capacidades para la competitividad empresarial en la industria restaurantera del estado de Colima. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 4(6), 723 – 737. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1484>

INTRODUCCIÓN

La competitividad empresarial está representada por la capacidad que una empresa u organización de cualquier tipo desarrolla para mantener sistemáticamente ventajas competitivas que le permitan disfrutar y sostener en el tiempo una posición destacada en el entorno económico (Guzmán, 1997, citado en Demuner, Aguilera y Hernández, 2010); implica tener habilidad para crear y ofrecer bienes y servicios útiles para la sociedad, aprovechar sus recursos económicos, tecnológicos y humanos; y generar y aportar conocimientos, entre otros atributos (Demuner, et al., 2010).

Al realizar esta investigación fue posible determinar las capacidades que inciden en la competitividad de una empresa restaurantera. Así mismo, se deja a disposición de los empresarios, una herramienta para medir la gestión de sus capacidades internas, que les permita ser más competitivos, detectar sus debilidades y fortalezas, y con ello determinar las líneas de acción necesarias para mejorar.

La necesidad de identificar cuáles, de todas las actividades internas que realizan los gerentes de un restaurante entre ellas la gestión de calidad, tecnologías de información y comunicación, capacidades financieras, capacidades dinámicas, gestión del capital humano y los resultados empresariales, influye en su competitividad empresarial.

Tratando de realizar una contribución, tanto teórica como empírica al área de conocimiento administrativa, se han establecido los siguientes objetivos de investigación:

- Identificar las capacidades internas que contribuyen a generar competitividad empresarial.
- Confirmar la relación que existe entre la gestión de las diferentes capacidades internas que le permiten a una empresa ser más competitiva.
- Establecer si las capacidades internas son predictoras de la competitividad empresarial en la industria restaurantera.
- Determinar la relación existente entre el tamaño, el tipo de restaurante y la antigüedad con las capacidades internas.

Considerando los objetivos planteados, las hipótesis de investigación serán:

H1: Existe una relación entre la gestión de capacidades internas que permiten a una empresa ser competitiva.

H2: Las capacidades internas son predictoras de la competitividad empresarial en la industria restaurantera.

H3: El tamaño, el tipo y la antigüedad de la empresa están relacionadas con las capacidades internas.

METODOLOGÍA

El tipo de investigación fue correlacional-explicativa al medir la relación entre múltiples variables simultáneamente y transversal debido a que se levantó la información en un periodo de tiempo específico. Así como causal-confirmatorio, puesto que se identificaron cada una de las capacidades internas de acuerdo al estado del arte, posteriormente se contrastó con los sujetos de estudio de la investigación para identificar el comportamiento y explicar la competitividad empresarial en la industria restaurantera; y finalmente estar en posibilidad de confirmar las relaciones entre ellos como predictoras de competitividad. Los sujetos de estudio fueron las unidades económicas dedicadas a la preparación de alimentos y bebidas para consumo inmediato, en restaurantes de autoservicio, restaurantes de comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado, establecidas en un lugar fijo (propio o rentado), con al menos 6 empleados y un año de antigüedad, ubicadas en el estado de

Colima; y que por la especialidad y productos que ofrecen, los restaurantes se dediquen a la preparación de alimentos, servicio a la carta, comida corrida y cocinas económicas.

La esperanza de vida de los negocios con 0 a 5 empleados en el estado de Colima aumenta conforme tienen mayor edad (INEGI, 2014). Por lo tanto, para esta investigación fue requisito que los restaurantes tuvieran al menos un año de antigüedad y más de 6 trabajadores para garantizar que todos los restaurantes cumplan con el periodo de prueba del primer año; además se evaluaron las capacidades internas, que como negocio han tenido que desarrollar y poner en práctica, permitiendo así medir el grado de aplicación. De igual manera, al no sólo trabajar la familia y tener contratados a empleados, el restaurante debe realizar actividades de gestión del capital humano. En ambos casos, los negocios encuestados estuvieron en posibilidad de contestar cada una de las preguntas realizadas. Además, fue necesario que los sujetos de estudio proporcionarían el servicio de preparación de alimentos y bebidas en establecimiento fijo, permanente y delimitado por construcciones o instalaciones fijas, sea rentado o propio, porque requiere de una mayor inversión en instalaciones, equipamiento y requisitos para obtener certificaciones relacionadas con el sector; permitiendo con ello obtener información relacionada al uso e importancia de esta inversión en un restaurante.

La técnica de recolección de información fue una encuesta personal, utilizándose como soporte un cuestionario. El tiempo destinado para la aplicación del instrumento fue de 45 minutos. El procedimiento llevado a cabo para recabar la información consistió en visitar a la empresa, se solicitó platicar con el dueño, gerente o administrador del restaurante, aceptando contestar, se le explicó el objetivo de la encuesta y se procedió a entregarle el instrumento. El instrumento impreso ya contestado, se capturó a través de la plataforma en línea Qualtrics con la finalidad de ir generando en automático la base de datos en SPSS para su posterior análisis estadístico.

Para la determinación del tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para una población finita con proporciones (Bernal, 2000; Malhotra, 2008). Considerando un 95% de nivel de confianza, un 5% de error máximo y un tamaño de la población de 246 negocios de alimentos que cumplieron con los criterios de esta investigación en el estado de Colima, se determinó un tamaño de muestra de 150 restaurantes. El tipo de muestreo fue no probabilístico, estratificado y los criterios de selección fueron de acuerdo con la antigüedad, local fijo, número de empleados y la presencia en la localidad con una fijación no proporcional.

Para el diseño del instrumento se utilizó como base el cuestionario de competitividad empresarial de Rubio y Aragón (2005). Así mismo se consideraron los siguientes instrumentos:

El Mapa de competitividad del BID adaptado para el sector servicios por Saavedra y Milla (2014) ayudó a fortalecer la dimensión capacidades financieras.

En el instrumento de medición de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos de González y Ruiz (2014) sólo se consideraron las dimensiones capacidades de mercadotecnia y gestión de capital humano.

El cuestionario sobre competitividad de las pequeñas y medianas empresas vinícolas, considerando únicamente la dimensión uso de las tecnologías de la información y la comunicación de Meraz (2014).

Del instrumento de medida para la relación entre la orientación a la responsabilidad social corporativa y otras variables estratégicas de la empresa de Gallardo, Sánchez y Corchuelo (2013) sólo se requirió la dimensión innovación.

A falta de un lineamiento para medir en escala Likert la gestión de calidad, se utilizó el instrumento de medida de la dirección de la calidad de Escrig y Bou (2002).

Para la escala de medición de la competitividad empresarial se usó la escala tipo Likert, de 1 a 5, que va desde totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo, excepto para la dimensión tecnologías de información y comunicación, en la cual se utilizó la escala mínima de nada importante hasta muy importante, misma que fue utilizada por los autores revisados como Aragón (2003), Escrig y Bou (2002), Saavedra et al. (2012), Rubio (2013), Gallardo, Sánchez y Corchuelo (2013), Meraz (2014), González et al. (2014). El instrumento está conformado por 117 preguntas que integraron el modelo de medición de la competitividad empresarial, en la Tabla 1 se detalla la estructura por dimensión e indicador.

Tabla 1

Estructura de instrumento de gestión de capacidades internas para medir la competitividad empresarial (Operacionalización de variables)

Dimensión	Indicador	No. de pregunta	Autor(es)
Gestión de calidad (GC)	Orientación al cliente	1 a 4	Escrig y Bou (2002)
	Mejora continua	5 a 8	Escrig y Bou (2002)
	Enfoque en las personas	9 a 12	Escrig y Bou (2002)
	Entender la organización como un sistema global	13 a 16	Escrig y Bou (2002)
Tecnologías de información y comunicación (TIC)	Infraestructura TIC	1 a 5	Meraz, L. (2014)
	Usos de internet	6 a 12	Meraz, L. (2014)
	Tipo de actividad desarrollada con TIC's	13 a 16	Meraz, L. (2014)
	Resultados obtenidos	17 a 22	Meraz, L. (2014)
Capacidades financieras (CF)	Monitoreo de costos y contabilidad	1 a 4	Saavedra et al. (2012), Rubio (2013)
	Administración financiera	5 a 11	Rubio (2013)
	Utilización de técnicas económico-financieras	12 a 14	Aragón (2003)
Capacidades de mercadotecnia (CM)	Inteligencia de mercado	1 a 7	González et al. (2014), Rubio (2013)
	Orientación a la satisfacción del cliente	8 a 12	González et al. (2014)
	Calidad de servicio al cliente	13 a 17	González et al. (2014), Rubio (2013)
Gestión del capital humano (GCH)	Contratación de personal	1 a 13	González et al. (2014), Rubio (2013)
	Administración de personal	14 a 25	González et al. (2014), Rubio (2013)
	Estructura flexible	26 a 29	Rubio (2013)
Innovación (I)	Innovación en producto-servicio	1 a 5	Gallardo, Sánchez y Corchuelo (2013)
	Innovación en procesos	6 a 12	Gallardo, Sánchez y Corchuelo (2013)
Capacidades gerenciales (CG)	Capacidades gerenciales	1 a 7	Rubio (2013)

Fuente: Escrig y Bou (2002), Meraz (2014), Saavedra et al. (2012), Rubio (2013), Aragón (2003), González et al. (2014), Gallardo, Sánchez y Corchuelo (2013), Rubio (2013).

DESARROLLO

Teoría de la competitividad sistémica

Esta propuesta teórica permite ver que la competitividad debe ser comprendida necesariamente en un todo coherente (no aislado), en el que las empresas se encuentran y, al mismo tiempo, son un soporte del mercado y la sociedad (Cabrera, López y Ramirez, 2011).

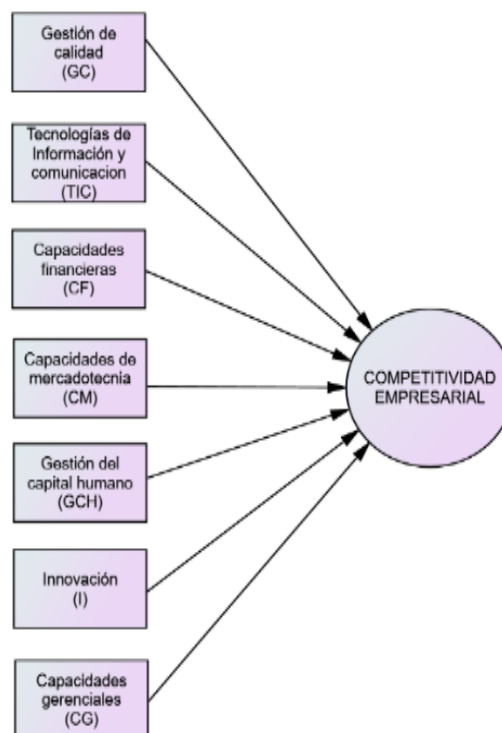
La competitividad sistémica consiste en un sistema formado por cuatro niveles que interactúan entre sí y que condicionan y modelan el desempeño competitivo: nivel meta, nivel macro, nivel meso y nivel micro (Esser, Hillebrand, Messner, & Meyer-Stamer, 1996).

Teoría de recursos y capacidades

La teoría de los recursos y capacidades estudia las potencialidades propias de la empresa para lograr la ventaja competitiva tras la idea de que son los recursos propios los que llevan a la empresa a seleccionar oportunidades, algunas incluso sin explotar (Sáenz de Viteri, 2000). En términos empresariales, la cuestión fundamental en la gestión estratégica es la manera como las empresas consiguen y conservan la ventaja competitiva, ya que de ella deriva el éxito empresarial (Fong, 2005).

Figura 1

Modelo teórico de la competitividad empresarial



Evidencia empírica de sustento del modelo sujeto a estudio

Dentro de las capacidades internas que estudios recientes, a partir del 2005, han determinado influyen en la competitividad empresarial se encuentran: Tecnología (Solleiro y Castaño, 2005; Castaño, 2005; Picón y Baltodano, 2005; Vermeulen, 2005; Aragón y Rubio, 2005; Rubio y Aragón, 2006; De la Cruz, Morales y Carrasco, 2006; Martínez, Santero, Sánchez y Marcos, 2009), Innovación (Rubio y Aragón,

2006; Martínez, Santero, Sánchez y Marcos, 2009), mercadotecnia (Aragón y Rubio, 2005; Rubio y Aragón, 2006; De la Cruz, Morales y Carrasco, 2006), recursos humanos (Rubio y Aragón, 2006; De la Cruz, Morales y Carrasco, 2006; Martínez, Santero, Sánchez y Marcos, 2009), capacidades directivas (Aragón y Rubio, 2005; Prajogo y Brown, 2006; Rubio y Aragón, 2006), recursos financieros (Rubio y Aragón, 2006; De la Cruz, Morales y Carrasco, 2006) y Calidad/gestión de la calidad (Aragón y Rubio, 2005; Rubio y Aragón, 2006; Martínez, Santero, Sánchez y Marcos, 2009). A partir de este análisis es posible determinar el modelo teórico de esta investigación, que se muestra en la Figura 2.

RESULTADOS

El instrumento utilizado para medir la competitividad empresarial de la industria restaurantera del estado de Colima muestra un Alfa de Cronbach total de 0.961; además, este mismo índice se calculó por dimensión, en donde se observa en la Tabla 2 que todos tienen valores de al menos 0.8 considerado como bueno, a excepción de CG (Capacidades Gerenciales) que muestra un valor de 0.688, cumpliendo con el valor mínimo aceptable en el desarrollo de una escala; por lo tanto, se consideraron válidas. De este análisis, 19 variables fueron eliminadas con la finalidad de mejorar la fiabilidad de la escala.

Tabla 2

Cálculo del Alfa de Cronbach

Dimensión	Alfa de Cronbach	No. de ítems
GC	0.891	14
TIC	0.897	22
CF	0.924	10
CM	0.870	14
GCH	0.891	24
I	0.816	10
CG	0.688	4
Global	0.961	98

Al analizar los resultados de la Tabla 3, se observa que la prueba de Bartlett es significativa al 0.000, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se comprueba que existe relación entre las variables y por lo tanto una matriz de identidad. Inicialmente se obtuvo un valor KMO de 0.583, pero se realizaron mejoras eliminando ítems que permitieron obtener un KMO de 0.787. En ambos casos, el valor de KMO es superior a 0.5, en este sentido, el análisis factorial es factible para esta investigación.

Tabla 3

KMO y prueba de Bartlett

Medida	Valor	
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	.787	
Prueba de esfericidad de Bartlett	Chi-cuadrado aproximado	6464.655
	gl	1830
	Sig.	.000

Con la finalidad de cumplir con el principio de parsimonia, se ajustó el modelo en AMOS, mediante la revisión de los diferentes estadísticos y los índices de bondad de ajuste generados para mejorar el modelo, los cuales se detallan en la Figura 3.

El modelo de competitividad empresarial detallado en la Figura 3 es aceptable, muestra un valor de CMIN/DF menor a 2.0 (Arias, 2008; Littlewood y Bernal, 2011). El 91% de la covarianza observada es explicada por la covarianza teórica, medido por el GFI que al menos debe ser del 90% (Arias, 2008; Littlewood y Bernal, 2011). El modelo muestra un buen ajuste porque el RMSEA es de 0.053, que de acuerdo a Arias 2008 este indicador debe ser de .05 para ser aceptable.

Figura 2

Modelo ajustado de Competitividad Empresarial con resultados estandarizados

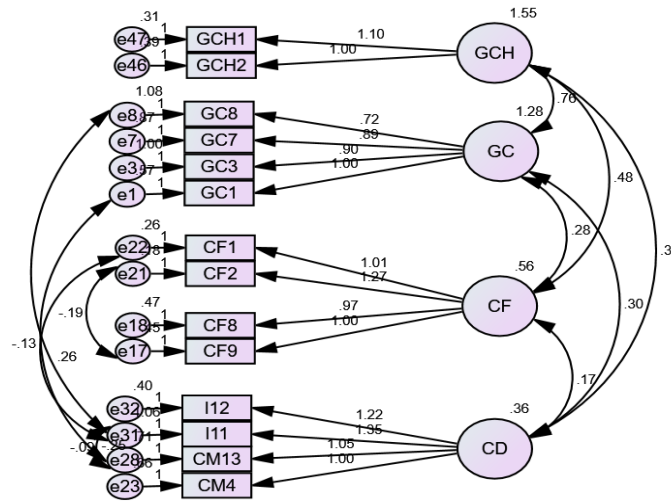


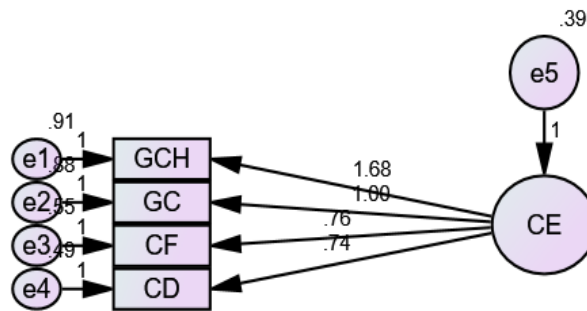
Tabla 4

Model Fit

MODEL FIT	
INDICADOR	VALOR
CMIN/DF < 2	1.421
P > .050	.000
GFI > .900	.910
AGFI > .900	.857
CFI > .950	.869
PCFI < .100	.630
RMSEA < .05	.053

Figura 3

Modelo confirmatorio de Competitividad Empresarial



Finalmente se analizó el modelo estructural con el promedio de cada una de las dimensiones con la finalidad de evaluar si los cuatro constructos (gestión del capital humano, gestión de calidad, capacidades financieras y capacidades dinámicas) son predictores de la competitividad empresarial, llegando al modelo confirmatorio de la Figura 4. De acuerdo a los valores obtenidos, el modelo confirmatorio de Competitividad Empresarial muestra un excelente ajuste (RMSEA < 0.05), encontrando que el modelo se ajusta perfectamente a los datos de la población ($P > .05$), donde el 99.9% de la covarianza observada es explicada por la covarianza teórica.

La ecuación estructural del modelo de Competitividad Empresarial (CE) en la Industria Restaurantera del estado de Colima se mide de la siguiente manera:

$$\text{GCH} = 1.677X_1 + 0.912$$

$$\text{GC} = 1X_2 + 0.880$$

$$\text{CF} = 0.755X_3 + 0.548$$

$$\text{CD} = 0.740X_4 + 0.492$$

En dónde $\text{CE} = \text{GCH} + \text{GC} + \text{CF} + \text{CD}$, de acuerdo con los resultados obtenidos en AMOS, que se muestran en la Tabla 5.

Tabla 5

Medidas de regresión y varianzas del modelo confirmatorio de Competitividad Empresarial

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
GCHPROM	<---	CE	1.677	.351	4.782	***	par_1
GCPROM	<---	CE	1.000				
CFPROM	<---	CE	.755	.172	4.393	***	par_2
CDPROM	<---	CE	.740	.163	4.548	***	par_3

Tabla 6

Estimate

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e5	.391	.130	3.000	.003	par_4
e2	.880	.127	6.946	***	par_5
e1	.912	.217	4.209	***	par_6
e3	.548	.078	7.052	***	par_7
e4	.492	.070	6.986	***	par_8

CONCLUSIONES

La escala de medición de la competitividad empresarial resultado de esta investigación se integra de 14 ítems, los cuales se muestran en la Tabla 6.

Tabla 7

Escala de Competitividad Empresarial

Gestión del capital humano	
GCH1	Se documentan los procesos de reclutamiento de personal aprobados por la empresa.
GHC2	Recogemos de una base de datos propia los datos personales, curriculum vitae y resultados de entrevistas de posibles candidatos a incorporarse a la empresa.
Gestión de calidad	
GC8	Se revisan los cambios introducidos en los procesos, a través de un sistema de indicadores, para asegurar la obtención de los resultados previstos.
GC7	Se llevan a cabo actividades de autoevaluación de manera periódica.
GC3	Se utiliza un procedimiento formal (encuestas, buzones de sugerencias, estudio mercado, informes comerciales) para analizar la existencia de posibles cambios en las necesidades y expectativas de los clientes.
GC1	Se utiliza un sistema estandarizado para el tratamiento de quejas y reclamaciones de los clientes.
Capacidades financieras	
CF1	El sistema de contabilidad y costos provee información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones.
CF2	La empresa tiene un sistema establecido para contabilizar y controlar sus inventarios.
CF8	La empresa realiza con frecuencia presupuestos de ingresos y egresos, flujos de efectivo y los analiza
CF9	La empresa conoce la rentabilidad de cada producto.
Capacidades dinámicas	
I12	Hemos intensificado las tecnologías de la información y la comunicación.
I11	Hemos acometido nuevas prácticas empresariales en la organización del trabajo y en la estructura organizacional.
CM13	La empresa tiene un sistema para fidelizar a sus clientes y medir el impacto económico que este sistema genera.
CM4	La empresa realiza adecuaciones al menú y servicios con base a los resultados, supervisión de las ventas y atención al cliente al menos de manera cuatrimestral (temporadas: semana santa, verano e invierno).

Respecto a las hipótesis de trabajo, se comprueba H1: Existe una relación entre la gestión de capacidades internas que permiten a una empresa ser competitiva. Al ser el valor P de .000 (***) se

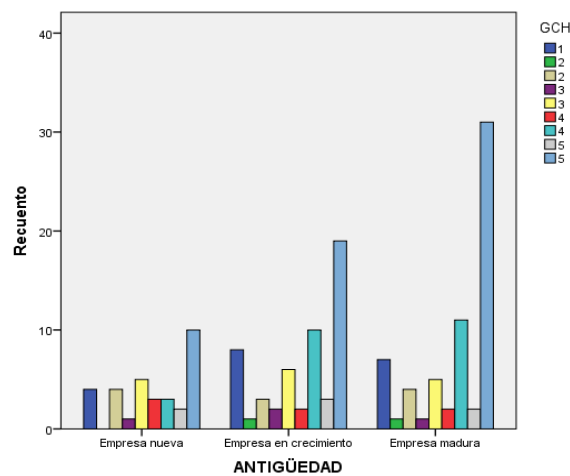
rechaza hipótesis nula, por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa de que si existe relación entre la gestión de capacidades internas que permiten a una empresa ser más competitiva.

Así mismo, es posible confirmar H2: Las capacidades internas son predictoras de la competitividad empresarial en la industria restaurantera, en este sentido, se confirma que, de las capacidades internas evaluadas, sólo son predictoras de la competitividad empresarial la gestión del capital humano (GCH), la gestión de calidad (GC), las capacidades financieras (CF) y las capacidades dinámicas (CD).

En cuanto a la hipótesis H3: El tamaño, el tipo y la antigüedad de la empresa están relacionadas con las capacidades internas, se concluye que la antigüedad de la empresa es la única relacionada con las capacidades internas.

Gráfico 1

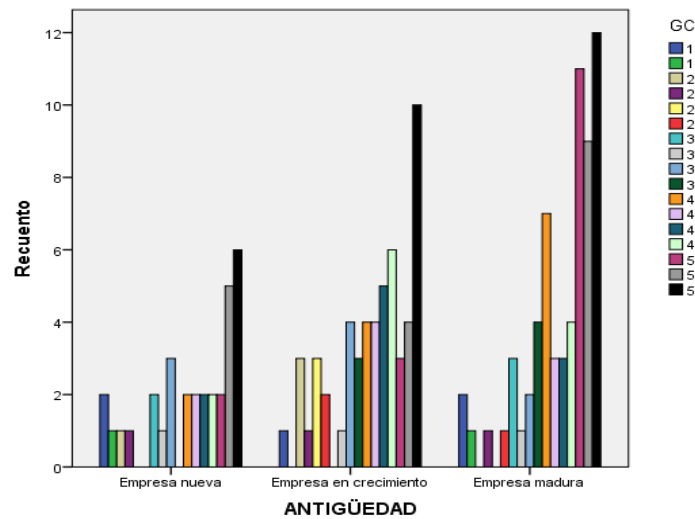
La gestión del capital humano de acuerdo a la antigüedad



De acuerdo a los resultados de la muestra de la Figura 5, se observa que, a medida que aumenta la antigüedad de un restaurante se implementan con mayor frecuencia estrategias de gestión de capital humano. Las empresas maduras tienen una mejor gestión del capital humano, ya que siempre documentan los procesos de reclutamiento de personal aprobados por la empresa, recogen de una base de datos propia los datos personales, currículum vitae y resultados de entrevistas de posibles candidatos.

Gráfico 2

La gestión de calidad según antigüedad de la empresa



Según los resultados de la muestra de la Figura 6, a mayor antigüedad de un restaurante, se realizan con mayor frecuencia prácticas de gestión de calidad. Las empresas maduras presentan una mejor gestión de calidad llevando a cabo prácticas donde se revisan los cambios introducidos en los procesos, a través de un sistema de indicadores, para asegurar la obtención de los resultados previstos; actividades de autoevaluación de manera periódica, se utiliza un procedimiento formal (encuestas, buzones de sugerencias, estudio mercado, informes comerciales) para analizar la existencia de posibles cambios en las necesidades y expectativas de los clientes; y utilizan un sistema estandarizado para el tratamiento de quejas y reclamaciones de los clientes.

A medida que aumenta la antigüedad de un restaurante, se llevan a cabo con mayor frecuencia actividades relacionadas con las capacidades financieras. Los restaurantes en crecimiento y maduros muestran una mayor fortaleza en sus capacidades financieras tal y como se muestra en la Figura 7, dentro de las que destacan: Un sistema de contabilidad y costos que provee información confiable, suficiente, oportuna y precisa para la toma de decisiones; la existencia de un sistema establecido para contabilizar y controlar sus inventarios; la realización con frecuencia de presupuestos de ingresos y egresos, flujos de efectivo y se analizan; además de que la empresa conoce la rentabilidad de cada producto.

Gráfico 3

Implementación de capacidades financieras de acuerdo a la antigüedad

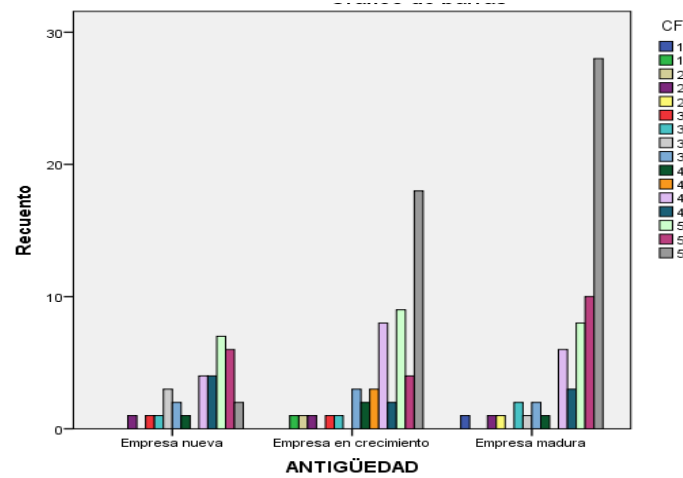
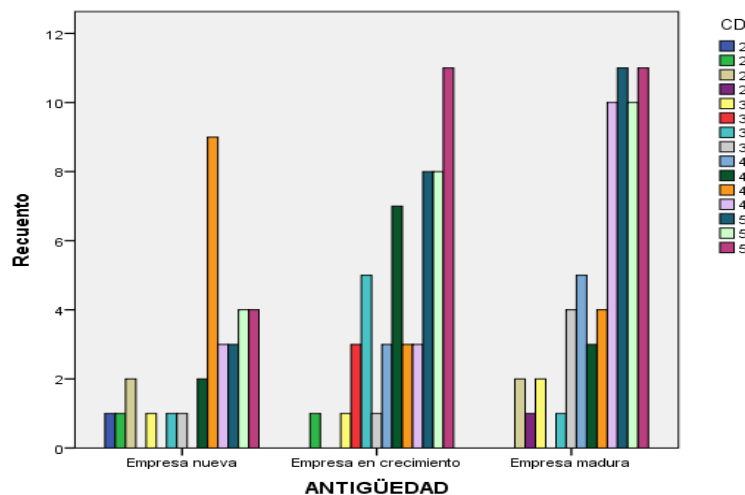


Gráfico 4

Capacidades dinámicas y la antigüedad de la empresa




Con relación a las capacidades que permiten a la empresa crear nuevos productos y procesos, respondiendo así a circunstancias cambiantes del mercado denominados por Teece y Pisano (1994) capacidades dinámicas, se concluye que los restaurantes en crecimiento y maduros llevan a cabo con mayor frecuencia actividades de innovación e implementación de estrategias de mercadotecnia; como se observa en la Figura 8, a medida que aumenta la antigüedad de un restaurante, el mismo entorno que lo rodea permite utilizar con mayor frecuencia estrategias en este sentido, lo que conlleva a intensificar el uso de tecnologías de la información y la comunicación, realizar nuevas prácticas empresariales en la organización del trabajo y en la estructura organizacional; disponer de un sistema para fidelizar a sus clientes y medir el impacto económico que este sistema genera; así como realizar adecuaciones al menú y servicios con base a los resultados, supervisión de las ventas y atención al cliente al menos de manera cuatrimestral (temporadas: semana santa, verano e invierno).

REFERENCIAS

- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management* 17 (1): 99-10.
- Bernal, C. (2000). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*. Pearson Ed: Colombia.
- Cabrera, A., López, P., & Ramirez, C. (Marzo de 2011). La competitividad empresarial: Un marco conceptual para su estudio. *Documentos de investigación. Administración de Empresas*(3).
- Cárdenas, P. J. (2011). La competitividad turística en los países del mediterráneo. *Análisis de los factores determinantes. Revista de Análisis Turístico*(12), 11-22. Recuperado el 2 de Mayo de 2014, de <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/100>
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D., & Meyer-Stamer, J. (1996). Competitividad sistémica. *Revista de la CEPAL*(59), 39-52.
- Fong, C. (1998). La teoría de recursos y capacidades: Un enfoque contemporáneo en la gestión empresarial. *Carta económica regional*, (61), 27-31.
- Grant, R. (1991). The resource based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review* 33 (3): 114-135.
- González, J. C., & Ruiz, L. (2014). *Metodología para la medición de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos inscritos en las certificaciones y los sellos de calidad de la Secretaría de Turismo (SECTUR)*. México, D.F.: LID.
- INEGI (2014). *Esperanza de vida de los negocios por entidad federativa*. Disponible en: http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/investigacion/Experimentales/Esperanza/doc/evn_ent_fed.pdf
- INEGI (2011). *La industria restaurantera en México, censos económicos 2009*. Disponible en: http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/censos/economicos/2009/servicios/restaurant/Mono_Restaurantera.pdf
- Kaplan, R. y D. Norton (2001). Transforming the Balanced Scorecard from Performance Measurement to Strategic Management: Part I, American Accounting Association. *Accounting Horizons* 15 (1): 87-104.
- Littlewood, H., & Bernal, E. (2011). *Mi primer modelamiento de ecuación estructural con LISREL*. Cincel. Obtenido de http://www.cincel.com.co/pdf/modelamiento_ecuacion_estructural.pdf
- López, P., & Guerrero, G. (2008). *Competitividad empresarial, una revisión desde la perspectiva conceptual y metodológica*.
- Mahoney, J. y Pandian, R. (1992). The resources based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13, 363-380.
- Maijor, S. y Witeteloostuijn, A. (1996). An empirical test of the resource-based theory: strategic regulation in the Dutch audit industry. *Strategic Management Journal*, 17, 549-569.
- Matsuno, K. y J. Mentzer (2000). The Effects of Strategy Type on the Market Orientation – Performance Relationship. *Journal of Marketing* 64 (4): 1-16. Miles, R. y C. Snow (1978). *Organizational Strategy, Structure, and Process*, New York: Mc Graw Hill.

- Narver, J. y F. Slater (1990). The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing* 54 (4): 20-35
- Olson, E., S. Slater y T. Hult (2005). The Performance Implications of Fit Among Business Strategy, Marketing Organization Structure, and Strategic Behavior. *Journal of Marketing*, 69 (3): 49-65.
- Ricardo, M. (2004). Antecedentes de la Teoría de los Recursos y Capacidades. *Ciencias Holguín*.
- Ruiz, M., Gil, I., & Moliner, B. (2012). Tecnologías de la Información en el Sector Hotelero y sus implicaciones en las Relaciones Empresa-Cliente. *Revista de Análisis Turístico*(13), 11-26.
- Sáenz de Viteri, D. (2000). El potencial competitivo de la empresa: Recursos, capacidades, rutinas y procesos de valor añadido. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 6(3), 71-86.
- Rubio, M. y Berlanga, V. (2012). Cómo aplicar las pruebas paramétricas bivariadas y de student ANOVA en SPSS. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació (REIRE)*, vol. 5, num. 2, julio 2012
- Piemontesi, S.; Heredia, D. Furlan, L. (2010). Propiedades psicométricas de la versión en español revisada del Inventario Alemán de Ansiedad ante exámenes (GTAI-AR en universitarios argentinos. *Univ. Psychol. Ene-mar 2012*, vol. 11, no. 1: 177-186.
- Teece, D.; Pisano, G. y Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 10(7), 509-533.
- Ventura, J. (1995). Fundamentos del éxito empresarial: El valor añadido de la estrategia. *Revista de Economía Aplicada*, III(8), 225-229.
- Vargas, G. (2006). Introducción a la teoría económica. Un enfoque latinoamericano (2a ed.). México: D.F.: Pearson Educación.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](#) .