

Prólogo

En estos tiempos de innovaciones tecnológicas, en los que es común hablar de ingeniería genética o edificios inteligentes, queda de manifiesto, una vez más, la tendencia natural del hombre por valerse de su entorno para mejorar su forma de vida. Sin embargo, existen realidades que no pueden ser revertidas, aunque el hombre transforme los alimentos y automatice su realidad, tales como el envejecimiento de la población.

De ahí que los estudios prospectivos dirijan la atención hacia nuevos nichos de mercado que los servicios de la hospitalidad puedan atender, con pautas eficaces en la gestión directiva.

Así mismo, se trata de un momento propicio para retomar lo que Monseñor Escrivá de Balaguer consideraba el fin de la sabiduría y el conocimiento: el servicio del ser humano integral.

La relevancia de la persona humana, sus experiencias y bagaje cognitivo constituyen el eje de la sociedad del conocimiento. Las empresas identifican estos valores con el término «capital intelectual», y buscan establecer parámetros y variables para desarrollarlo, y así se convierta en un factor estratégico en el logro de ventajas competitivas.

Rosa Adriana Vázquez Gómez

Copyright of Hospitalidad ESDAI is the property of Universidad Panamericana and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.