

Prólogo

Dicen los especialistas que si la competitividad de las empresas se tradujera sólo en aspectos visibles y fácilmente identificables, cualquiera podría copiarlos y apropiárselos, pero no es así: un factor esencial de competitividad es el capital intelectual, elemento intangible de carácter estratégico.

El capital intelectual se forma con la suma de conocimientos tácitos y explícitos, que los empleados poseen, adquieren y comparten entre sí. El compromiso de la empresa es crear el ambiente propicio para que sus integrantes detonen su experiencia y conocimiento y lo muevan como una espiral que redunde no sólo en favor de la empresa sino en la propia persona del empleado.

De ahí que la identificación de los trabajadores con la cultura organizacional constituya una tarea que debe iniciarse apenas el empleado ingrese a la organización, pues el empleado debe hacer suyos los valores que conforman el corazón ideológico de la empresa y éstos deben servir para detonar su desarrollo y creatividad.

La identidad es un factor de cohesión y desarrollo; frente a la globalización y a las culturas cosmopolitas

habrá que anteponer los propios valores nacionales, para que sirvan de sustento y soporte frente a los avatares de la transculturización. No obstante, frente a un panorama de mercado internacional, conocer los factores culturales que afectan las interrelaciones de los empleados entre sí, de los prestadores de servicios y sus clientes, de las empresas y sus proveedores y distribuidores constituye una necesidad que, de ignorarse, puede afectar la consecución de los objetivos organizacionales.

La identidad se adquiere de forma natural en el hogar, las prácticas que sus miembros realizan en esta ambiente, hospitalario por antonomasia, redundan en el entorno y viceversa. Recuperar las comidas familiares y la interacción que propician entre los individuos es una forma de atacar los malestares sociales que aquejan a nuestras sociedades modernas.

Éstas son algunas de las reflexiones en torno a las cuales giran los artículos del presente número.

Para enriquecerlos, se incluyen, además, un escrito en tono a esa bebida emblemática que es el tequila, sus orígenes, composición y denominación de origen; una investigación en torno a la componentes de un fruto tradicional en la gastronomía, que pueden resultar dañinos para el organismo humano: el anís estrella, y una reflexión acerca de la ancestral práctica de la hospitalidad.

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.