

# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

### 1.1. INTRODUCCIÓN.

Dentro del contexto de *globalización* que hoy en día mantiene al mundo en continuo cambio, las empresas están más dispuestas a analizar, aceptar y aplicar gradualmente las nuevas tendencias que están surgiendo por el fenómeno antes mencionado.

Con el hecho de que las empresas mexicanas hagan alianzas estratégicas con otras, que firmen convenios con empresas extranjeras y que estandaricen la producción de bienes y servicios, se comprueba que éstas poco a poco se están apegando al contexto global, gracias a la apertura de las fronteras y a los tratados que se han firmado con diferentes países.

El cambio de la terminología en materia de recursos humanos, la preocupación por mantener en continua capacitación a los empleados y el deseo de posicionarse en un mercado más global, son solo algunos ejemplos de las reacciones de las empresas al nuevo contexto global.

Estas reacciones se presentan en empresas que desean competir estratégicamente en el actual mundo globalizado; las concesionarias de automóviles, los bancos, los supermercados, los hoteles y los restaurantes son claros ejemplos de este tipo de empresas.

Hoy en día el turismo extranjero que visita la República Mexicana; ya sea turismo de placer o de negocios, se caracteriza por ser más exigente, el cual desea que sean cumplidas todas sus expectativas al hospedarse en un hotel o al comer en algún restaurante.

En la Ciudad de Puebla, desde hace cinco años se han presentado diversos cambios tanto en las características de la misma, como en las empresas hoteleras y restauranteras, esto con el objetivo de poder competir de una manera estratégica en el actual mercado global.

Se ha observado que nuevos hoteles y restaurantes de gran calidad en el servicio, como lo son el hotel Radisson, Fiesta Americana y Holiday Inn; así como el restaurante T.G.I. Friday's, La Estancia Argentina y El Spaghetini, por citar algunos; se han establecido en la Ciudad de Puebla.

Estas empresas han recibido un gran beneficio por los cambios de infraestructura y apertura de vías de comunicación que se han estado realizando en la zona, como es el caso de la nueva carretera que une al Estado de Morelos con el de Puebla y a la internacionalización del aeropuerto. Gracias a dichos cambios se ha observado una afluencia mayor de turismo nacional y extranjero.

Como consecuencia de la globalización, una de las tendencias más interesantes que se pretende alcanzar en pocos años dentro de la industria hotelera y restaurantera, es que en base a la satisfacción de sus clientes, se deba dar una mayor importancia al personal.

Actualmente lo que requieren las empresas interesadas en obtener un posicionamiento global son talentos, los cuales cuenten con un objetivo que vaya de la mano con el de la empresa de la cual formen parte, para que de esta forma se obtenga un crecimiento en conjunto tanto de los talentos, como de la empresa misma.

## **1.2. OBJETIVO GENERAL.**

Determinar el nivel de satisfacción del empleado para dar a conocer a las empresas involucradas de la Ciudad de Puebla, la situación actual en materia recursos humanos.

## **1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

1. Identificar el perfil del personal que labora en la industria restaurantera.
2. Conocer la relación existente entre el nivel de satisfacción del empleado con las variables de: sexo del empleado, escolaridad, antigüedad en el puesto, edad, tipo de comida del restaurante, antigüedad del restaurante, número de empleados, aforo, cheque promedio, segmento, tipo de administración y ubicación del restaurante.
3. Dar a conocer a las organizaciones de estudio su situación actual en materia de niveles de satisfacción de sus empleados.

## **1.4. JUSTIFICACIÓN.**

Ya que hoy en día la industria de la hospitalidad juega un importante papel en la captación de ingresos, y que en un futuro se convertirá en la base de la economía mundial; el presente estudio desea crear conciencia en dicha industria de que el factor humano es el más importante dentro de las organizaciones.

Siendo el factor humano el más importante se podrán alcanzar los objetivos deseados por cada empresa, y del mismo modo éste se convertirá en un factor estratégico para lograr un posicionamiento global.

### **1.5. ALCANCES Y LIMITACIONES.**

El alcance del presente estudio está basado en los restaurantes que se ubican en la Avenida Juárez, colonia La Paz, La Noria y la zona de Angelópolis. Se pretende aplicar el cuestionario a 100 empleados; entre meseros, ayudantes de meseros y personal de barra.

Las limitaciones que predominan en este estudio son el hecho de que el restaurante invitado no se encuentre interesado en formar parte de éste; el poco entendimiento de los enunciados contenidos en el cuestionario; así como la veracidad de sus respuestas.