

HOSPITALIDADE E A RELAÇÃO COM A QUESTÃO DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO NA MOBILIDADE CORPORATIVA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

DIEGO RIBEIRO SANTOS

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

ELIZABETH KYOKO WADA

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Agradecimento à orgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001 e com o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

HOSPITALIDADE E A RELAÇÃO COM A QUESTÃO DE DIVERSIDADE E INCLUSÃO NA MOBILIDADE CORPORATIVA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Introdução

A mobilidade corporativa pode ser definida como uma prática de cunho socioeconômico, corresponde ao deslocamento de indivíduos ou de grupos para o cumprimento de uma atividade econômica, abrangendo diversas funções corporativas (Jones, 2013). Marcadores sociais como raça, gênero, geração, classe, nacionalidade, entre outros, geram fricções, hierarquias e discrepâncias nas formas de deslocamentos (Freire-Medeiros & Lages, 2020; Urry, 2007), além de exclusão do espaço público, da cidadania, do acesso a recursos e dos meios de mobilidade (Sheller, 2018).

Problema de Pesquisa e Objetivo

Não há como deixar de associar como os marcadores sociais influenciam o modo como viajantes pertencentes a grupos minorizados são impactados também em seus deslocamentos a negócios. Desse modo, este estudo parte da seguinte questão orientadora: o que há documentado em bases científicas de dados sobre mobilidade corporativa e a questão de diversidade e inclusão? Tendo como objetivo principal, portanto, compreender a questão de diversidade e inclusão na mobilidade corporativa, no âmbito de viagens a negócios, sob as lentes da hospitalidade.

Fundamentação Teórica

Viagens corporativas englobam viagens para fins de negócios, visitas a parceiros e outros atores relevantes no segmento das empresas; viagens de incentivo e; viagens para eventos (Wada, 2009). Observa-se que a mobilidade de colaboradores é feita por meio da prestação de serviços e pelas relações estabelecidas entre stakeholders, tornando fundamental a inclusão de práticas de hospitalidade (Goldenberg & Wada, 2017). A efetividade do gerenciamento da diversidade fomenta vantagens competitivas e resultados positivos para a organização, equipes e seus membros (Özbilgin et al., 2019).

Discussão

Aborda-se nos artigos incluídos na revisão a questão da mobilidade global de mulheres no âmbito da carreira e no deslocamento. No artigo de Hutchings et al. (2012), explorou-se como mulheres do Oriente Médio e da América do Norte percebem as trajetórias tradicionais e emergentes de trabalho e carreiras em nível global. Em Kirk (2019) investigou-se o papel da identidade em diferentes formas de mobilidade global de talentos do gênero feminino em uma empresa multinacional de origem americana. Os estudos relacionam-se às dimensões cultural, econômica, educacional e social da hospitalidade.

Conclusão

Em suma, de acordo com o corpus analisado, a mobilidade corporativa de mulheres pode ser facilitada por meio da adoção de estratégias de gestão de talentos globais com o suporte prático e emocional, da adaptação e flexibilização de oportunidades internacionais, de acordo com as fases de vida e às demandas culturais das proponentes, além da troca de experiências e perspectivas diversas sobre formas de mobilidade global e da implementação de políticas no combate às barreiras e preconceito de gênero.

Referências Bibliográficas

Goldenberg, C., & Wada, E. K. (2017). Movilidad corporativa Relaciones de hospitalidad entre los stakeholders y la nueva clase media Un estudio de casos múltiples. Estudios y perspectivas en

turismo, 26(4), 804-825. Özbilgin, M. F., Bartels-Ellis, F., & Gibbs, P. (2019). *Global Diversity Management: A Fusion of Ideas, Stories and Practice*. Springer International Publishing. Wada, E. K. (2009). Turismo de negócios: viagens corporativas, eventos e incentivos. Em A. Panosso Netto & M. G. R. Ansarah (Orgs.), *Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas*. (pp. 213-226). Manol