

MOVILIDAD CORPORATIVA

Relaciones de hospitalidad entre los *stakeholders* y la nueva clase media

Un estudio de casos múltiples

Cintia Goldenberg
Elizabeth Kyoko Wada
Universidad Anhembi Morumbi
São Paulo, Brasil

Este artículo aborda la movilidad corporativa y las relaciones existentes entre diferentes stakeholders que participan de ese proceso. La problemática de la investigación plantea de qué forma la gestión de las experiencias de hospitalidad en el proceso de prestación de servicios en la movilidad corporativa contribuye a la competitividad. El objetivo general fue comprender la relación entre la gestión de experiencias de hospitalidad, la prestación de servicios en la movilidad corporativa y la competitividad. Se buscó conocer las demandas de la nueva clase media en cuanto a viajes de negocios, comprender la hospitalidad en la relación entre los stakeholders involucrados en la movilidad corporativa de la nueva clase media y analizar de qué forma la empresa anfitriona atiende las necesidades específicas del viajero de la nueva clase media en la movilidad corporativa. Se testearon tres proposiciones: (P1) la identificación de las demandas de los viajeros de la nueva clase media en lo que se refiere a si las dimensiones de la hospitalidad facilita una correcta prestación de servicios en el proceso de movilidad corporativa; (P2) si existe una relación de hospitalidad entre los stakeholders del proceso de movilidad corporativa y la organización; y (P3) si a partir del momento en que la organización asume el rol de anfitrión en el proceso de movilidad corporativa de la nueva clase media y atiende las necesidades específicas de esos viajeros, esa organización se torna más competitiva. Se optó por una investigación empírica, cualitativa - cuantitativa y de carácter exploratorio, con la adopción del método de estudio de casos múltiples.

PALABRAS CLAVE: *Movilidad corporativa, hospitalidad, stakeholders, servicios, competitividad, nueva clase media.*