

LAS REDES DE RELACIONES Y EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN EN CASA DE LAS EMPRESAS DE SERVICIOS

El Caso del Recanto Park Hotel en la ciudad de Foz do Iguaçu (Brasil)

*Fábio Aurelio de Mario
Fabiane Cortez Verdu
Maurício Reinert
Universidade Estadual de Maringá
Maringá, Brasil*

Una de las perspectivas teóricas de la internacionalización, aún no muy explorada, es la Internacionalización en Casa (IeC). En el ámbito de la educación, sobre todo para explicar la internacionalización de Instituciones de Enseñanza Superior (IES), este proceso se demuestra como otra alternativa de abordaje para la internacionalización de empresas, en especial prestadoras de servicio. El objeto de estudio fue el Recanto Park Hotel situado en una ciudad turística de Brasil. Los constructos teóricos empleados fueron aclarados sobre dos vertientes: (a) La Internacionalización en Casa; y (b) Las redes de relaciones. Así, el objetivo de investigación fue analizar cómo las redes de relaciones influyen en el proceso de Internacionalización en Casa del Recanto Park Hotel. El enfoque fue cualitativo y se empleó el estudio de caso. La recolección de datos se realizó a través de (a) documentos, (b) entrevistas semiestructuradas, y (c) observación. Los hallazgos de esta investigación se dividen en tres momentos. En principio se destaca la posibilidad de la Internacionalización en Casa de las organizaciones de servicios soft, en las cuales el cliente compone su proceso productivo. En segundo lugar, el papel de las redes de relaciones es relevante sobre todo en las relaciones con instituciones y organizaciones, como agencias de turismo, guías y taxistas. En tercer lugar se presenta una proposición de marco para la Internacionalización en Casa, en la que se demuestra la existencia de elementos similares al proceso de internacionalización tradicional, además de ser ampliamente influenciado por los factores ex post (adaptación, ventaja y explotación) AVE - de la internacionalización de las empresas de servicios.

PALABRAS CLAVE: *Internacionalización en Casa, redes de relaciones, internacionalización de empresas de servicios, turismo, hotel.*