

LA HOSPITALIDAD EN BRASIL

Evaluación de los componentes actitudinales de los rasgos de hospitalidad de los anfitriones brasileños en el contexto comercial

Roseane Barcellos Marques
Elizabeth Kyoko Wada
Carlos Alberto Alves
Universidade Anhembi Morumbi
São Paulo, Brasil

Este estudio tiene por objetivo identificar las evidencias de validez de una escala de medida enfocada en los componentes actitudinales de los rasgos de hospitalidad de los anfitriones brasileños en el contexto comercial. El objetivo es comprender el perfil del brasileño en relación a sus rasgos de personalidad relativos a la hospitalidad por medio de la comprobación estadística con el uso del software SmartPLS v3. El relevamiento bibliográfico en la base Scopus identificó diez artículos que discuten el término hospitableness en el período de 1982 a 2017. El análisis de esta literatura reforzó el comportamiento hospitalario como un diferencial competitivo que contribuye al desarrollo de estrategias que apunten a la atención y superación de las expectativas de los clientes. Se adoptó en esta investigación la técnica de método mixto teniendo como base los estudios de Tasci & Semrad (2016) en la construcción de la escala de hospitableness. La escala adaptada al perfil del brasileño destacó que en las características profesionales los ítems eficaz y profesional presentaron mayor carga factorial, superior a 0,7; en las sociales preponderaron los ítems acogedora y gentil; en las morales el ítem honesto; mientras que en las personales no hay ítems destacados. Estos resultados indujeron a concluir en que la hospitalidad del brasileño en el ámbito profesional sobresale respecto de la del personal.

PALABRAS CLAVE: Hospitalidad, hospitableness, escala de hospitalidad, el brasileño.