

Resenha



Airton José Cavenaghi¹

FERREIRA, Ricardo Souto; WADA, Elizabeth Kyoko (editors). **Corporate Mobility in Latin America: a guide to having a best-in-class travel program in the region.** São Paulo: Aleph, 2011.

Este livro, lançado em versão impressa em setembro de 2011, em Paris, durante a Conferência Executiva de ACTE – Association of Corporate Executives, pode ser obtido gratuitamente em <http://www.alatur.com/pt-br/instituto-alatur/livros/>. Ele é o resultado de trabalho conjunto do grupo de pesquisa Hospitalidade e Serviços em Organizações, da Universidade Anhembi Morumbi, e executivos de HRG – Hogg Robinson Group.

Apresenta a expressão “Mobilidade Corporativa” como aquela a ser utilizada nas organizações para se referir ao Turismo de Negócios – viagens corporativas, eventos empresariais e incentivos com viagens como prêmio, além de serviços para expatriados, gestão de frotas, meios de pagamento, entre outros. Questiona-se a falta de consolidação dessas despesas em rubrica única, a fim de permitir a correta gestão de recursos e relata que representa um dos três gastos mais significativos nas organizações, juntamente com a folha de pagamento e tecnologia.

No capítulo introdutório, apresenta o conceito de mobilidade e as aplicações nas organizações, apoiando-se em artigo de Harper e Runzheimer (2007), com o questionamento sobre a necessidade de ampliação das atribuições dos gestores de viagens corporativas.

A América do Sul foi dividida em México; América Central e Caribe; Países Andinos; Cone Sul e Brasil, sendo apresentada em cinco capítulos que introduzem a sub-região e cada país com dados extraídos do World Book da CIA – Central Intelligence Agency (2010). Na sequência, há a contribuição dos representantes da HRG que aportaram os dados do mercado de mobilidade corporativa em suas respectivas áreas geográficas; as diferenças de dimensão do mercado e das práticas adotadas ficam evidentes e apontam para oportunidades de melhoria.

Nas considerações finais, ressalta-se a complexidade da América Latina, a heterogeneidade social, política e cultural que se reflete nas práticas locais das empresas, sejam elas nacionais, regionais ou globais. Na contrapartida, há a internacionalização das empresas latino-americanas que buscam adotar práticas aceitas entre as empresas globais e precisam contornar colocações comuns na região, como “... em meu país, isso é diferente”.

Para estudiosos da Administração, o livro propicia a reflexão sobre uma área pouco estudada, mobilidade corporativa, possivelmente devido à pulverização de despesas que, ao passarem por processos de consolidação, mostram que há potencial para pesquisas que contribuam para a otimização de recursos nesse item do orçamento e, no futuro, possibilidades de aproveitamento do arcabouço teórico de turismo e de hospitalidade.

¹ Graduou-se em História (licenciatura plena) pela Universidade Estadual Paulista - UNESP, campus de Assis, obteve os títulos de mestre e doutor em História Social pela Universidade de São Paulo - USP. Atualmente é professor Titular da Universidade Anhembi Morumbi-SP no Programa de Mestrado em Hospitalidade. Tem experiência na área de História, com ênfase em História do Brasil, atuando principalmente nos seguintes temas: urbanização, Brasil (século XIX), fotografia, patrimônio cultural, iconografia e cartografia. Ministra aulas nas graduações de Turismo, Hotelaria e Eventos, nas áreas de Patrimônio, Antropologia (espaço, território e identidade) e História.