



II Simpósio de Pesquisa do Ecosistema Ânima:  
**Juntos pelo Conhecimento: um novo saber cria um novo amanhã**

**S.O.S. MOBILIDADE CORPORATIVA! COMO INTEGRAR A REALIDADE E  
MULTIVERSO? FASE 1 (2023-2024)**

Elizabeth Kyoko Wada, Dr. - Doutora em Ciências da Comunicação (ECA/USP).  
Docente do PPG Hospitalidade (UAM). Bolsista DT2 (CNPq).

**Resumo**

A presente proposta se insere em “Tecnologias Sociais e Educacionais” que, de acordo com o CNPq, tem como objeto “Melhorar a qualidade de vida no meio urbano, por meio do desenvolvimento de tecnologias que atendam demandas sociais, especialmente nas áreas de educação, saúde, mobilidade, energia, habitação e segurança, dialogando com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável orientados pela ONU sintonizados com a Agenda 2030 no Brasil. Os projetos podem englobar temas como plataformas digitais educacionais; ambientes virtuais de aprendizagem; aprendizagem móvel; robótica educacional; laboratórios virtuais remotos; jogos analógicos, jogos digitais, aprendizagem baseada em jogos digitais, inteligência artificial e educação, tecnologias assistivas; Lei Geral de Proteção de Dados e educação, Learning Analytics, metaverso, entretenimento e educação, ferramentas para planejamento e gestão urbana integrada; tecnologias aplicadas à segurança pública; dentre outros”. É aderente à Área Tecnológica Prioritária do MCTIC definidas na Portaria MCTIC nº 5.109/2021, Art. 5º, V. Serviços, com o “objetivo de contribuir para o aumento da competitividade e produtividade nos setores voltados diretamente à produção de riquezas para o país”. O problema a ser tratado é: Quais são as práticas de gestão de experiências em hospitalidade por meio de realidade virtual na mobilidade corporativa no período 2023 a 2025 (pós-Covid 19) e sua inserção na formação de profissionais nas graduações e cursos superiores tecnológicos de Turismo, Hotelaria e Eventos? As hipóteses a averiguar são: H1 – No pós-Covid-19, os gestores das organizações priorizam a redução de despesas e a retomada de negócios, desconsiderando os viajantes, suas famílias e a comunidade à qual precisarão inserir seus



funcionários, restringindo-se à dimensão comercial da hospitalidade; H2 – As organizações nacionais que se internacionalizam abandonam o paternalismo e a improvisação para a adoção de critérios e fornecedores globais, o que acarreta dificuldades na gestão de experiências de hospitalidade para viajantes latino-americanos; H3 – As experiências de hospitalidade na mobilidade corporativa seguem concentradas nos estratos superiores da hierarquia das organizações; H4 – Há massiva migração para meios digitais em lugar de deslocamentos em mobilidade corporativa; H5 – Os cursos de Turismo, Hotelaria e Eventos não contemplam realidade virtual e metaverso na formação dos jovens profissionais. O objetivo geral é propor práticas de gestão de experiências em hospitalidade por meio de realidade virtual na mobilidade corporativa no período 2023 a 2025 (pós-Covid 19) e sua inserção na formação de profissionais nas graduações e cursos superiores tecnológicos de Turismo, Hotelaria e Eventos. A pesquisa proposta, empírica e quali-quantitativa, cumprirá o fluxo Emic, Etic, Emic, com atualização e ampliação do referencial teórico (etapa Emic) – fase 1, 2023/2024; sistematização de base de dados secundários (etapa Etic); estabelecimento de dimensões, construção e validação de escalas (etapa Etic) – fase 2, 2024/2025. Respalda-se em pesquisa realizada de 2019 a 2021, que considerou as dimensões “Pessoas”, “Processos” e “Ambiente”, esta última, adaptada para inserir os conceitos de hospitalidade e de realidade virtual e, nas três, as questões trazidas por Covid-19. O estudo prevê a realização de experimento em multiverso – Upland ou equivalente (etapa Emic) – fase 3, 2025/2026. O presente projeto busca trazer resultados que contribuam com propostas de aplicação de realidade virtual e de metaverso nas organizações, notadamente no que diz respeito à mobilidade corporativa e a formação de profissionais atualizados quando às frequentes mudanças de demanda.

Palavras-chave: Mobilidade corporativa; Hospitalidade; Diferenciação de serviços; Competitividade; Risco; Crise; Covid-19; Realidade virtual; Metaverso.

## **INTRODUÇÃO:**



Esta é uma proposta de continuidade da pesquisa PQ (Processo 307931/2018-8) e em paralelo com a pesquisa DT (Processo 312502/2022-2), agora com aplicações no setor produtivo. Pretende-se que relevância, originalidade, repercussão e caráter inovador se percebam na manutenção da escolha da temática Mobilidade Corporativa que abrangia, no Brasil, antes da pandemia (2020/2021) cerca de 70% dos assentos ocupados na aviação comercial brasileira, 70 a 80% da receita dos serviços da cadeia produtiva de Turismo no país – do total do país, os associados ABRACORP respondem por cerca de 50% dos fluxos gerados, é pouco estudada por dificuldades de acesso à informação, pouco considera as comunidades anfitriãs e, acima de tudo, que se dê a conhecer o potencial de empregabilidade das organizações voltadas a Turismo de Negócios para os jovens egressos dos cursos superiores de Turismo, Hotelaria e Eventos, em comparação àquelas voltadas ao Turismo de Lazer.

O presente projeto busca contribuir com propostas de aplicação de realidade virtual e de metaverso nas organizações, notadamente no que diz respeito à mobilidade corporativa e a formação de profissionais atualizados quando às frequentes mudanças de demanda.

Os conceitos, não necessariamente novos, podem ser aplicados de maneira oportunista ou excessivamente utilitarista sem a compreensão de seus impactos nos curto, médio e longo prazos. Há necessidade, por exemplo, de acompanhar duas décadas na evolução das crianças e jovens que permaneceram dois anos em atividades à distância para compreender de fato se houve ou não prejuízos em sua formação.

Há relatos de migração para modelos digitais de ensino e de treinamentos profissionais simplesmente pela redução de custos, sem considerar qualidade do aprendizado e engajamento dos participantes. Por outro lado, em busca de “nova embalagem” para o mesmo conteúdo, iniciou-se a banalização de “metaverso” sem as devidas considerações e ferramentas para, de fato, atender a proposta de relações virtuais, sejam elas pessoais ou profissionais.

## **Métodos**



Enunciado do problema: Quais são as práticas de gestão de experiências em hospitalidade por meio de realidade virtual na mobilidade corporativa no período 2023 a 2025 (pós-Covid 19) e sua inserção na formação de profissionais nas graduações e cursos superiores tecnológicos de Turismo, Hotelaria e Eventos?

### Hipóteses

- H1 – No pós-Covid-19, os gestores das organizações priorizam a redução de despesas e a retomada de negócios, desconsiderando os viajantes, suas famílias e a comunidade à qual precisarão inserir seus funcionários, restringindo-se à dimensão comercial da hospitalidade.
- H2 – As organizações nacionais que se internacionalizam abandonam o paternalismo e a improvisação para a adoção de critérios e fornecedores globais, o que acarreta dificuldades na gestão de experiências de hospitalidade para viajantes latino-americanos.
- H3 – As experiências de hospitalidade na mobilidade corporativa seguem concentradas nos estratos superiores da hierarquia das organizações.
- H4 – Há massiva migração para meios digitais em lugar de deslocamentos em mobilidade corporativa
- H5 – Os cursos de Turismo, Hotelaria e Eventos não contemplam realidade virtual e metaverso na formação dos jovens profissionais.

A pesquisa proposta, empírica e quali-quantitativa, cumprirá o fluxo Emic, Etic, Emic:

### **Atualização e ampliação do referencial teórico (etapa Emic)**

- Revisão de literatura e preparação de estado da arte sobre Mobilidade corporativa; Hospitalidade; Diferenciação de serviços; Competitividade; Risco; Crise; Covid-19; realidade virtual, metaverso., respaldadas pelas bases internacionais e nacionais de periódicos.
- Obtenção e revisão de cinco políticas de viagens, para conhecimento e comparação dos parâmetros utilizados.
- Entrevistas com cinco gestores de viagens, representantes de organizações com gerenciamento de viagens e um especialista em realidade virtual para confrontar os conceitos encontrados na literatura e as práticas de mercado no pós-Covid 19.



A pesquisadora participa regularmente de eventos como LAMEC, LACTE, WTM-Latin America, o que facilita o acesso aos representantes do trade turístico.

### **Sistematização de base de dados secundários (etapa Etic)**

Devido à fragmentação dos dados existentes no mercado, há necessidade de sistematização para que possam contribuir na análise da pesquisa de campo. Serão utilizados os relatórios de WTTC, UNWTO, GBTA, ACTE, MPI, ALAGEV, ABEAR, PhocusWright, Skift e outras organizações.

- Obtenção e análise dos dados de BI (Business Intelligence) de ABRACORP, com a maior série histórica disponível.

Para cumprir com essa etapa, além da categorização prévia para ordenamento dos dados, a partir de princípios estabelecidos por Bardin (2011), haverá a utilização do software IBM SPSS Statistics, obtido em 2013, com recursos do Edital Universal 477862/2013-6 ou outro programa equivalente que surja com ferramentas mais atuais.

### **Estabelecimento de dimensões, construção e validação de escalas (etapa Etic)**

Respalhada pela pesquisa realizada de 2019 a 2021, serão consideradas as dimensões “Pessoas”, “Processos” e “Ambiente”, esta última, adaptada para inserir os conceitos de hospitalidade e de realidade virtual e, nas três, as questões trazidas por Covid-19.

Após tal etapa, passar-se-á à mensuração do construto da pesquisa em seus conceitos-chave por meio de indicadores ordinais, formados por escalas de sete pontos.

Com o apoio dos docentes de métodos quantitativos, será elaborado um questionário que, após pré-teste e eventuais ajustes, será aplicado a uma amostra por conveniência, com expectativa de obter de 180 a 200 questionários respondidos por gestores responsáveis por Mobilidade Corporativa e igual número de alunos e egressos a partir de 2020 dos cursos de Turismo, Hotelaria e Eventos.

As respostas serão confrontadas com os cálculos e margens aceitas de comunalidades, carga fatorial, medida de adequação da amostra (MSA), teste de esfericidade de Bartlett, Alfa de Cronbach, correlação inter-itens, correlação item-total, matriz de correlação para



cada uma das dimensões previstas no estudo. Conta-se com apoio dos Profs. Drs. Carlos Alberto Alves e Paulo Sérgio Gonçalves de Oliveira para otimizar o uso do software e suportar a análise das etapas quantitativas.

Após tais análises, haverá a validação (ou não) dos indicadores finais dos fatores extraídos na análise fatorial exploratória e da escala proposta.

- Realização de experimento em multiverso – Upland ou equivalente (etapa Emic)
- Coleta de dados e análise de NFT
- Seleção de NFT para o experimento
- Validar escolha de Upland ou escolha de outro ambiente
- Inscrição de unidade no multiverso com usos múltiplos, atendendo stakeholders de mobilidade corporativa e de educação em prol da formação profissional para tal segmento.
- Análise de conteúdo e de fluxos na unidade do multiverso, a partir das bases de backoffice de Upland ou equivalente.
- Ajustes eventuais e nova rodada com o experimento
- Análise de conteúdo e de fluxos na unidade do multiverso, a partir das bases de backoffice de Upland ou equivalente.

### **Análise e discussão de resultados**

### **Preparação de processo e submissão de patente.**

### **Relatório final**

Paralelo às etapas descritas, ocorrerão as participações em eventos e a participação em projetos de extensão a fim de ampliar o conhecimento e a compreensão dos diferentes stakeholders.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES:**





Dentre as possíveis interfaces entre os ambientes organizacionais e os educacionais pós-Covid19, estão as decisões sobre ações que serão mantidas à distância, aquelas necessariamente presenciais e as híbridas. Por ser um contexto ainda em andamento, há somente a proposta de algumas escalas, manuais de procedimento, revisões de política, todos em etapas tentativas.

O potencial da presente proposta é buscar preencher algumas dessas lacunas, apoiando gestores de organizações e educadores na tomada de decisão sobre o equilíbrio de atividades à distância, presenciais e híbridas, para além de dados “frios” como redução de custos. Apresenta-se também a necessidade da revisão de conteúdos da formação do jovem profissional para garantir sua empregabilidade.

Além das lacunas, observa-se um “oportunismo” de gestores e de fornecedores que propõem soluções básicas de inserção de tecnologia no cotidiano, com resultados por vezes pífios senão catastróficos. O metaverso, por exemplo, passou a ser vocábulo banal em encontros empresariais; após análises superficiais, percebe-se que muitas das propostas somente levam a mesma linha de raciocínio presencial para animações no lugar de projetos amplos de realidade virtual e, eventualmente, de convívio em um metaverso.

Dessa forma, este projeto traz o potencial para propor ações e formatos inovadores para a formação de egressos em Turismo, Hotelaria e Eventos, bem como nas frentes que compõem a mobilidade corporativa: viagens individuais de negócios, eventos empresariais e viagens de incentivo. Algumas das propostas podem se converter em patentes, sobretudo aquelas que dizem respeito a processos.

## **Referências**

- ALAGEV. Comportamento dos gastos de Viagens e Eventos. São Paulo. 2018.
- BARDIN, Lawrence. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BEAVERSTOCK, J.V., B. DERUDDER, J.R. FAULCONBRIDGE, e F. WITLOX. International Business Travel and the Global Economy. Farnham, Reino Unido: Ashgate, 2010.



BUENO, Marielys Siqueira (org). Hospitalidade no jogo das relações sociais. Goiânia: Editora Vieira, 2008.

BUHALIS, Dimitrios; KARATAY, Nurshat. Mixed reality (MR) for Generation Z in cultural heritage tourism towards metaverse. In: ENTER22 e-Tourism Conference. Springer, Cham, 2022. p. 16-27.

CARROLL, Archie B, BUCHHOLTZ, Ann B. Business and Society: Ethics and Stakeholder Management. 5 Ed. Ohio: Thomson South - Western, 2003.

Comitê Estratégico de Viagens de Negócios - AMCHAM. Etapas, elementos e viabilizadores de Viagens de Negócios. São Paulo, 2007.

COSTA, J. R.; FERREIRA, L. V. F. Turismo de negócios e eventos corporativos: análise das pesquisas apresentadas no seminário da ANPTUR 2005-2014. Revista Turismo: estudos e práticas, 2016. 325-344.

EISENHARDT, K. M. Building theories from case study research. Academy of Management Review, Vol. 14, No. 4. (Oct., 1989), pp. 532-550. Disponível em: <http://links.jstor.org/sici?sici=03637425%28198910%2914%3A4%3C532%3ABTFCSR%3E2.0.CO%3B2-R>.

FELIX, Gleiva Rios de Araújo. “Negociando o apoio dos stakeholders internos para o programa estratégico de gestão de eventos.” In: Eventos, uma alavanca de negócios - como e por que implantar PEGE, por FERREIRA, Ricardo Souto. WADA, Elizabeth Kyoko (orgs), p. 67-78. São Paulo: Aleph, 2010.

FREEMAN, R. Edward; PARMAR, Bidhan L.; MARTIN, Kirsten. The Power of And. Columbia University Press, 2020.

FREEMAN, R. E., HARISSON, J. S., WICKS, A.C. Managing for Stakeholders: Survival, Reputation, and Success. Yale University Press. New Haven and London, 2007.

FREEMAN, R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Pitman Publishing. Boston, 1984.

GOTMAN, Anne. Le sens de l’hospitalité. Paris: Presses Universitaires de France, 2001.

HACKL, Cathy; LUETH, Dirk; DI BARTOLO, Tommaso. Navigating the Metaverse: A Guide to Limitless Possibilities in a Web 3.0 World. John Wiley & Sons, 2022.

HARRISON, Robert L.; REILLY, Timothy M.; CRESWELL, John W. Methodological rigor in mixed methods: An application in management studies. Journal of Mixed Methods Research, v. 14, n. 4, p. 473-495, 2020.



KESSELRING, S. Corporate Mobilities Regimes. Mobility, Power and the Socio-geographical Structurations of Mobile Work. Mobilities, Londres, 2015. 571-591.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. In search of hospitality. Routledge, 2010.

LOPES, A. S. et al. Hospitality and corporate mobility: a theoretical review. Turismo e Sociedade, v. 13, n. 1, p. 84-104, 2020.

MARSDEN, G. et al. Studying disruptive events: Innovations in behaviour, opportunities for lower carbon transport policy? Transport Policy, Londres, 94, 2020. 89-101.

Disponível em:

<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967070X20303012>

MATTHEWS, John. The journey of Theophanes - travel, business and daily life in the Roman East. Pennsylvania: Yale University, 2006.

REJOWSKI, Mirian et al. Perspectivas da pesquisa sobre Hospitalidade no Turismo em cenário nacional e internacional. Pasos Año 2023, Volumen 21, Número 3.

ROSA, M.; OREY, D. C. O campo de pesquisa em etnomodelagem: as abordagensêmica, ética e dialética. Educação e Pesquisa, 2012. 865-879.

SWARBROOKE, J. HORNER, S. Business Travel and Tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.

WADA, E. Turismo de negócios: viagens corporativas, eventos e incentivos. In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. Segmentação do mercado turístico – estudos, produtos e perspectivas. São Paulo, Manole, 2009.

## **FOMENTO:**

1. Pesquisadora do Instituto Ânima e Bolsista DT2/CNPq.