

A importância do Employer Branding na atração e retenção de colaboradores: o caso da hotelaria

Claudia Pires (ISCAP) and Susana Silva (ESHT, IPP)

Abstract. O Employer Branding é uma ferramenta uma estratégia importante para atrair e reter colaboradores nas organizações. Cada vez mais, a literatura tem mostrado que as organizações estão atentas a esta realidade e o setor hoteleiro não é exceção.

Este estudo pretende perceber como as unidades hoteleiras utilizam no seu estilo laboral algumas práticas de EB, de modo a proporcionar uma maior atração e retenção dos colaboradores.

Com o despoletar de uma pandemia, o setor da hotelaria enfrentou obstáculos sem precedentes. Inseridas num dos setores mais afetados pela crise pandémica, a sobrevivência das unidades hoteleiras dependeu da sua capacidade de adaptação aos novos desafios que se avizinham.

O presente estudo utilizou uma metodologia de carácter qualitativo, em que se realizaram entrevistas semiestruturadas a onze responsáveis de RH, dois indivíduos do sexo masculino e oito do sexo feminino, com idade média de trinta e oito anos, de onze unidades hoteleiras ou grupos hoteleiros. Os dados foram analisados de acordo com os procedimentos da análise temática.

Os principais resultados sugerem que as organizações começam a dar cada vez mais importância aos colaboradores e a Gestão de Recursos Humanos (GRH) tem vindo a fazer progressos no que diz respeito à preocupação existente para com os colaboradores. Além disso, foi possível concluir que nos hotéis em estudo, e, para fazer face aos problemas e desafios com que se deparam na gestão quotidiana, cada vez mais estas organizações apostam em práticas de atração e retenção. Finalmente, também foi possível perceber as mudanças ocorridas nos hotéis em estudo quer decorrentes da gestão do quotidiano quer as que se relacionam com as alterações exigidas pela pandemia.

Concluimos que os hotéis devem reposicionarem-se no sentido de redefinirem estratégias/práticas de apoio aos seus colaboradores. Por outro lado, é fundamental a mudança de práticas no sentido de irem ao encontro das necessidades atuais dos colaboradores e dos potenciais colaboradores. Os resultados deste estudo apontam para a necessidade urgente o setor re-equacionar as práticas de gestão de recursos humanos.

Track: 11 CiIRH

Keywords: Employer branding, Hotelaria, Práticas de atração, Práticas de retenção