

**Título: A gestão de pessoas na Hotelaria: o estudo de caso no Manhattan Plaza/DF**

**Autor(es)** André Lacerda Batista de Sousa; Edineide Santana Lopes; Fábio Vinícius de Araújo Passos

**E-mail para contato:** andre.sousa@estacio.br

**IES:** ESTÁCIO BRASÍLIA

**Palavra(s) Chave(s):** Gestão de Pessoas, turismo, hotelaria

#### **RESUMO**

Em função do crescimento do fenômeno turístico, o setor de hotelaria está vivendo um período de expansão no Brasil e no mundo. Nesse cenário, a gestão hoteleira eficiente é imprescindível para o sucesso do estabelecimento. Gerir pessoas é um desafio que o Departamento de Gestão de Pessoas enfrenta. Para Castelli (2003, p. 493), gerir recursos humanos é uma tarefa inerente a todas as chefias e gerências de áreas, educar e treinar pessoa não é mais, pois, uma tarefa exclusiva de uma área. A presente pesquisa propôs a seguinte questão-problema: Como o departamento de gestão de pessoas contribui para a hotelaria e conseqüentemente para o turismo? O objetivo geral do presente artigo é analisar a relevância do departamento de gestão de pessoas para o desenvolvimento da hotelaria. Os objetivos específicos são: a) verificar as principais mudanças do departamento de Recursos Humanos para o de Gestão de Pessoas na hotelaria; b) analisar a importância do departamento de gestão de pessoas do hotel Manhattan Plaza e c) compreender a maneira que o departamento trabalha a motivação de seus colaboradores. A metodologia utilizada no presente trabalho é composta por um estudo de caso no hotel Manhattan Plaza, pesquisa qualitativa, pesquisa bibliográfica contendo fontes primárias e secundárias, utilizando-se de entrevistas e questionários como instrumentos de coleta de dados, aplicados à gerência do Departamento de Gestão de Pessoas. Como principais resultados da presente investigação, observou-se que a presença da Gestão de Pessoas na hotelaria ainda é incipiente. Esse setor ainda se caracteriza como Recursos Humanos, focando suas atividades em gestão de folha de pagamento, ao invés de focar no mercado interno, os colaboradores, as pessoas. O hotel Manhattan Plaza se destaca em ações de endomarketing. Segundo a pesquisa, verificou-se que cursos de treinamento e desenvolvimento são oferecidos aos colaboradores, motivando, qualificando e investindo internamente, pois é sabido que os resultados dessas ações refletirão na satisfação dos clientes, aumento da qualidade de vida no trabalho e na prestação de serviços hoteleiros de qualidade.