



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAI ANPTUR | ISSN 23596805

O Índice de *Turnover* nas Empresas Organizadoras de Eventos como estratégia competitiva de mercado

Gildygleide Cruz de Brito Rêgo ¹

Adson de Lima Claudino ²

Aline Gisele Azevedo Lima de Barros ³

Ricardo Lanzarini ⁴

Resumo

O *turnover*, que corresponde ao movimento de entradas e saídas, admissões e demissões de colaboradores de uma organização, é fator decisivo na competitividade de mercado, sendo este um agente que influencia o setor de eventos em sua operacionalização dos recursos humanos, evidenciando a necessidade de investir no colaborador e reter a rotatividade no mercado de eventos. Nesse contexto, o objetivo deste estudo é identificar o grau de *turnover* das empresas organizadoras de eventos, por meio de um estudo de caso de caráter qualitativo, descritivo e exploratório na cidade de Natal/RN, realizado no mês de abril de 2021, a fim de compreender a influência do *turnover* e seus aspectos positivos e/ou negativos sobre essas organizações. Os resultados desta análise indicam que as organizações analisadas creem que sua taxa de rotatividade é normal, mesmo que o cálculo do índice de *turnover* tenha apresentado um nível elevado de desligamentos, fato que demonstra uma falta de entendimento sobre a construção do capital intelectual e um baixo foco no colaborador, fazendo com que o *turnover* não traga os benefícios esperados, como a própria renovação da organização, mas sim, ampliando os danos causados pela substituição recorrente de colaboradores, muitas vezes, com pouca experiência. Conclui-se, então, que as empresas participantes desta pesquisa apresentam índices moderados de rotatividade, embora tenham afirmado possuírem indicadores baixos, ou seja, a pesquisa revelou uma outra realidade. Nesse sentido, percebeu-se a ausência de estratégias para medir a rotatividade nas empresas investigadas, evidenciando a necessidade dos gestores em acompanhar essas

¹ Bacharel em Turismo (UFRN) e Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. <http://lattes.cnpq.br/8329015256153651>. E-mail: gildygleide@gmail.com.

² Bacharel em Turismo (UFRN) e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. <http://lattes.cnpq.br/9281390806007447>. E-mail: adsonlc@hotmail.com.

³ Bacharel em Turismo (UFRN) e Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. Docente do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFPB. <http://lattes.cnpq.br/8078089158710327>. E-mail: alinegazevedolima@gmail.com.

⁴ Bacharel em Turismo (UFMS) e Doutor em Ciências Humanas (UFSC) com Pós-doutorado em Lazer e Turismo (USP). Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR) da UFRN. <http://lattes.cnpq.br/9857446311863232>. E-mail: ricardolanzarini@ccsa.ufrn.br.



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIIS ANPTUR | ISSN 23596805

taxas e seus respectivos fatores, fazendo-se necessário entender que, apesar do planejamento de eventos revestir-se de caráter tecnicista, sua efetivação vai além da simples amálgama de serviços, devendo considerar o indivíduo como fator determinante por agregar sua *expertise* e conhecimento, e, estando a gestão de pessoas alinhada à estratégia organizacional, possibilita o comprometimento, assim como, a retenção de colaboradores competentes, favorecendo diretamente a construção da vantagem competitiva.

Palavras-chave: empresas de eventos; pessoas; *turnover*.