

**PESQUISA HOSPITALIDADE  
EMPRESARIAL**

**2016**



# PESQUISA IBHE HOSPITALIDADE EMPRESARIAL 2016

- **Objetivo**

- Aprofundar conceitos e entendimento dos profissionais sobre o tema Hospitalidade Empresarial, relevância e sua importância para os negócios no Brasil.

- **Metodologia**

- Questionário eletrônico com 10 (dez) perguntas.

- **Público envolvido**

- Tivemos 502 ( quinhentos e dois) respondentes.

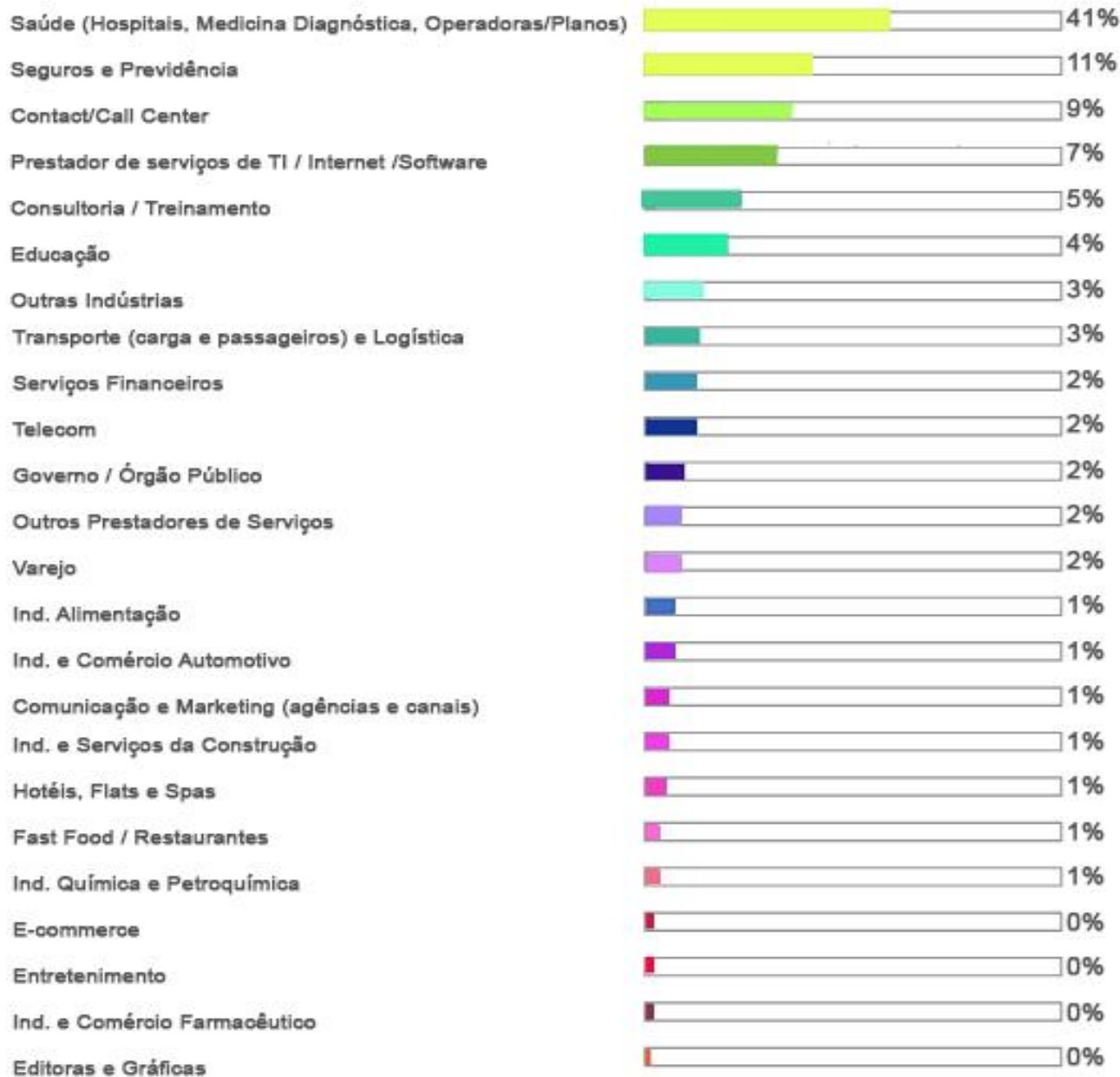
- **Período da pesquisa**

- Outubro/2016 a Janeiro/2017

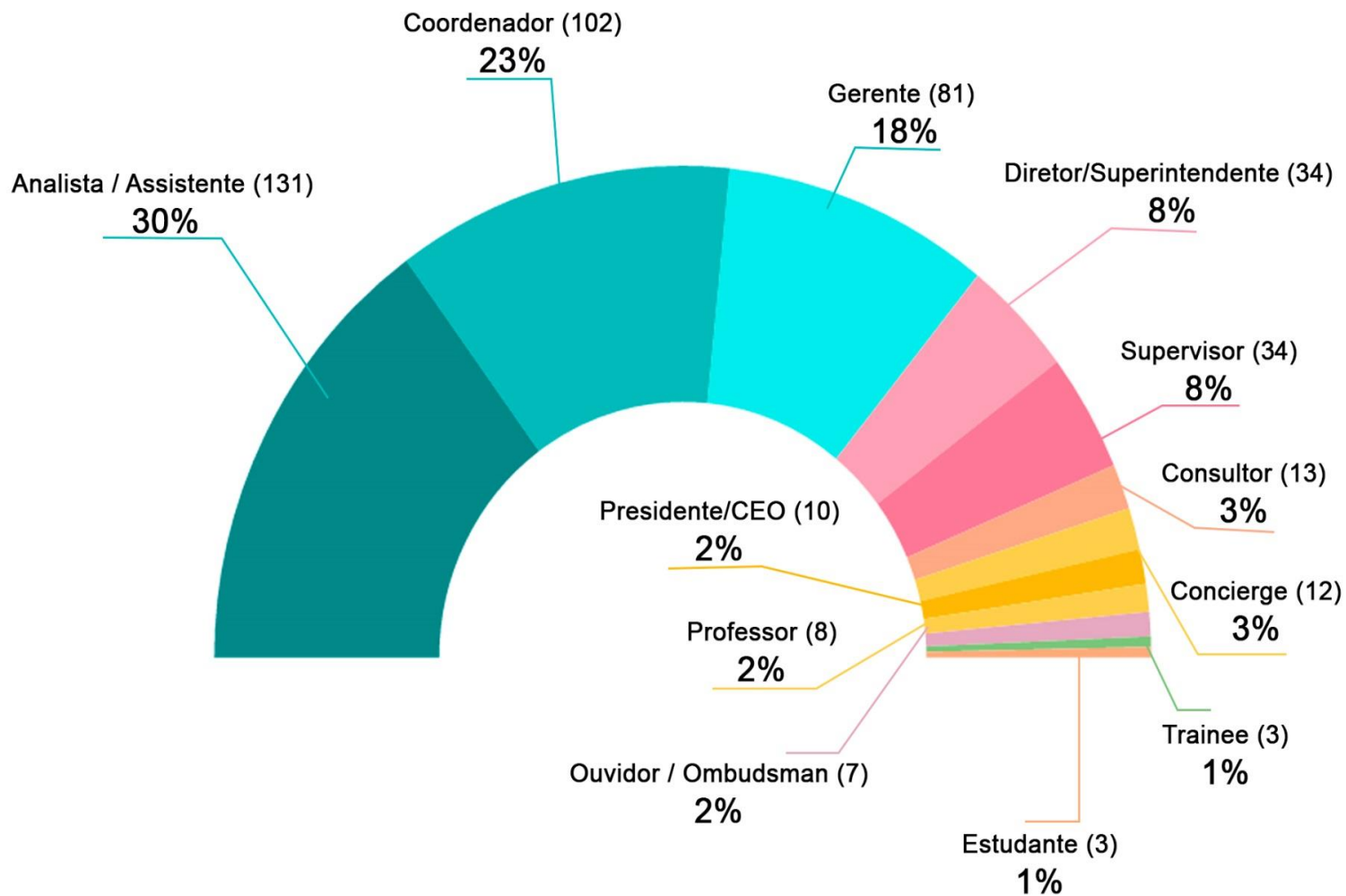
- **Realização**

- IBHE – Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial

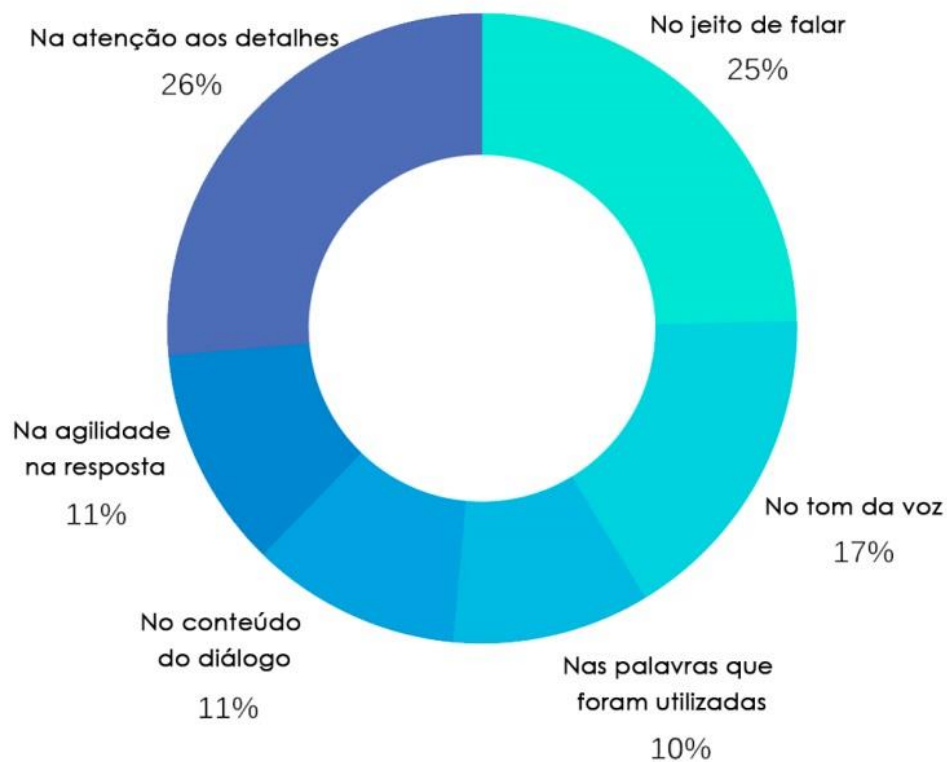
## Perfil dos Respondentes (por ramo de atividade)



## Perfil dos Respondentes (por ramo de cargo)



# 1. No contato com pessoas de uma Empresa, como você percebe a hospitalidade? Escolha até três opções que considera mais importante.



Os profissionais "sentem" a hospitalidade empresarial na simplicidade do Ser. O jeito de falar, o cuidado demonstrado em como o profissional se coloca em relação ao outro (seus cinco sentidos e o sentimento) traduzem o quanto uma empresa está do seu lado, bem como descreveu um respondente: - *"Hospitalidade é o carinho, o cuidado com as relações das pessoas e é isso que todo cliente quer: cuidado e carinho!"*

## 2. As Empresas Líderes reconhecem que seu sucesso depende da Experiência do Cliente. Você acredita que a hospitalidade tem um peso relevante para esta percepção? Por quê?

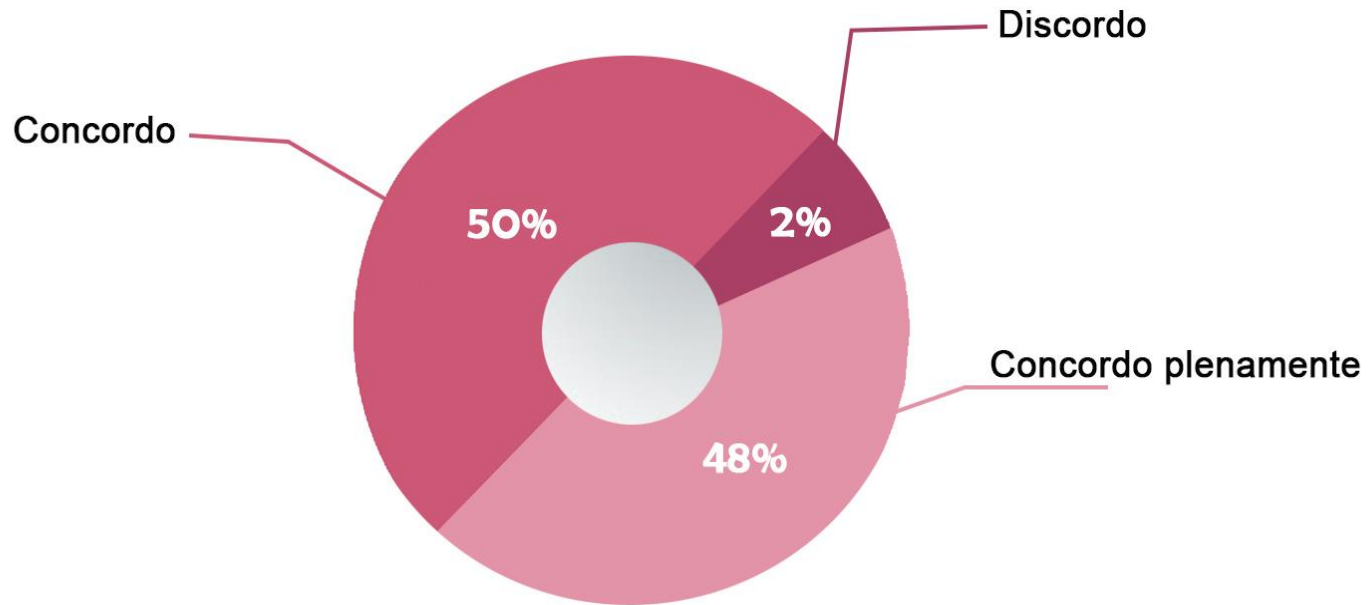


A maioria dos respondentes (99%) entende que a hospitalidade é fator fundamental para isto, retratado por um respondente: *“A hospitalidade marca a experiência do cliente, transformando aquela interação em um momento único e memorável”*, ou seja, fazer com que qualquer canal de contato (presencial, virtual, telefônico) promova uma experiência positiva com uma Empresa.

## Comentários dos Respondentes

- *"Muitas vezes nem conseguimos solucionar o problema do cliente, mas mesmo assim ele fica grato por nossos esforços e forma de atendimento".*
- *"A hospitalidade é a melhor maneira de dizer a um cliente o quanto ele representa para aquela empresa".*
- *"A hospitalidade faz com que você tenha o sentimento de acolhimento, o que leva a acreditar que essa empresa está interessada que sua experiência seja boa".*
- *"A hospitalidade promove um sentimento de conforto e segurança, o que contribui para gerar uma boa experiência".*
- *"Quando falamos de hospitalidade, falamos de acolhimento, empatia, e isso é experiência do cliente".*

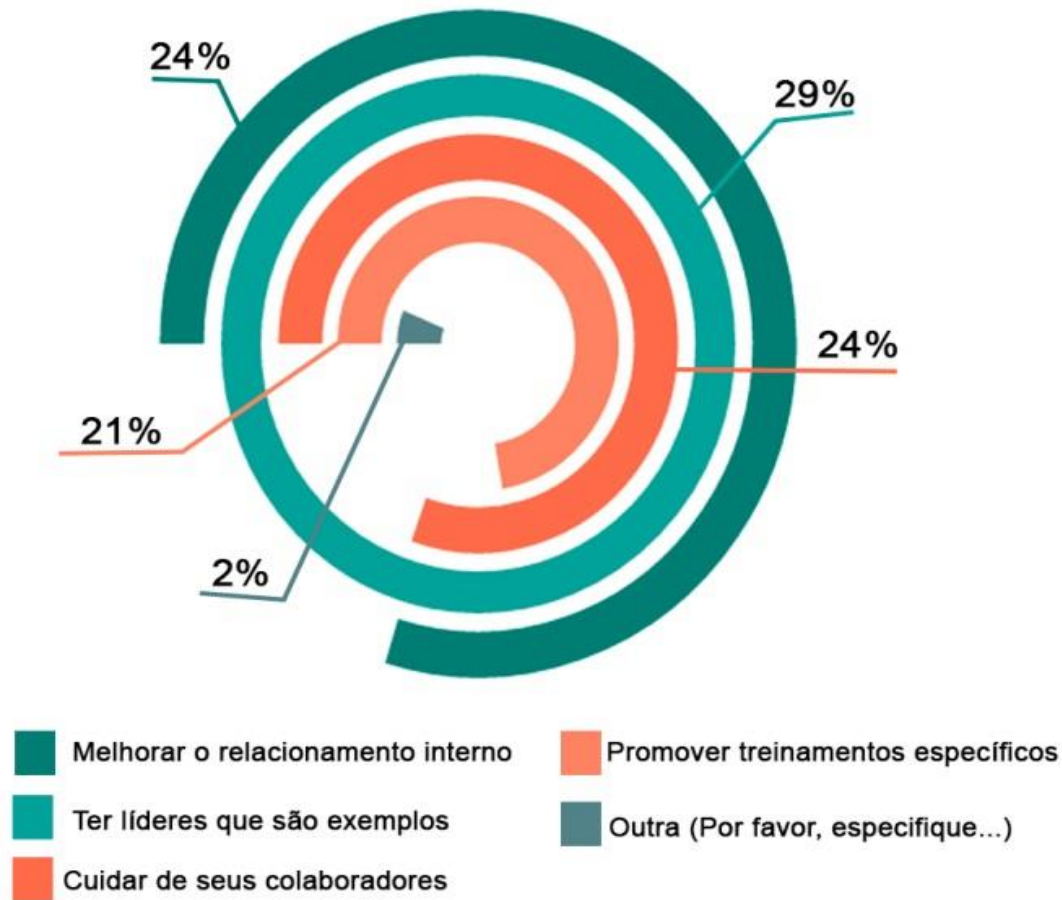
## 2a. Esta percepção é um fator decisivo na compra de um serviço/produto?



- 98% dos respondentes acredita que a hospitalidade é um fator decisor de compra, que se traduz pelo comentário de um respondente: - "Acredito que uma experiência diferenciada é o que aproxima o cliente e o torna fiel".

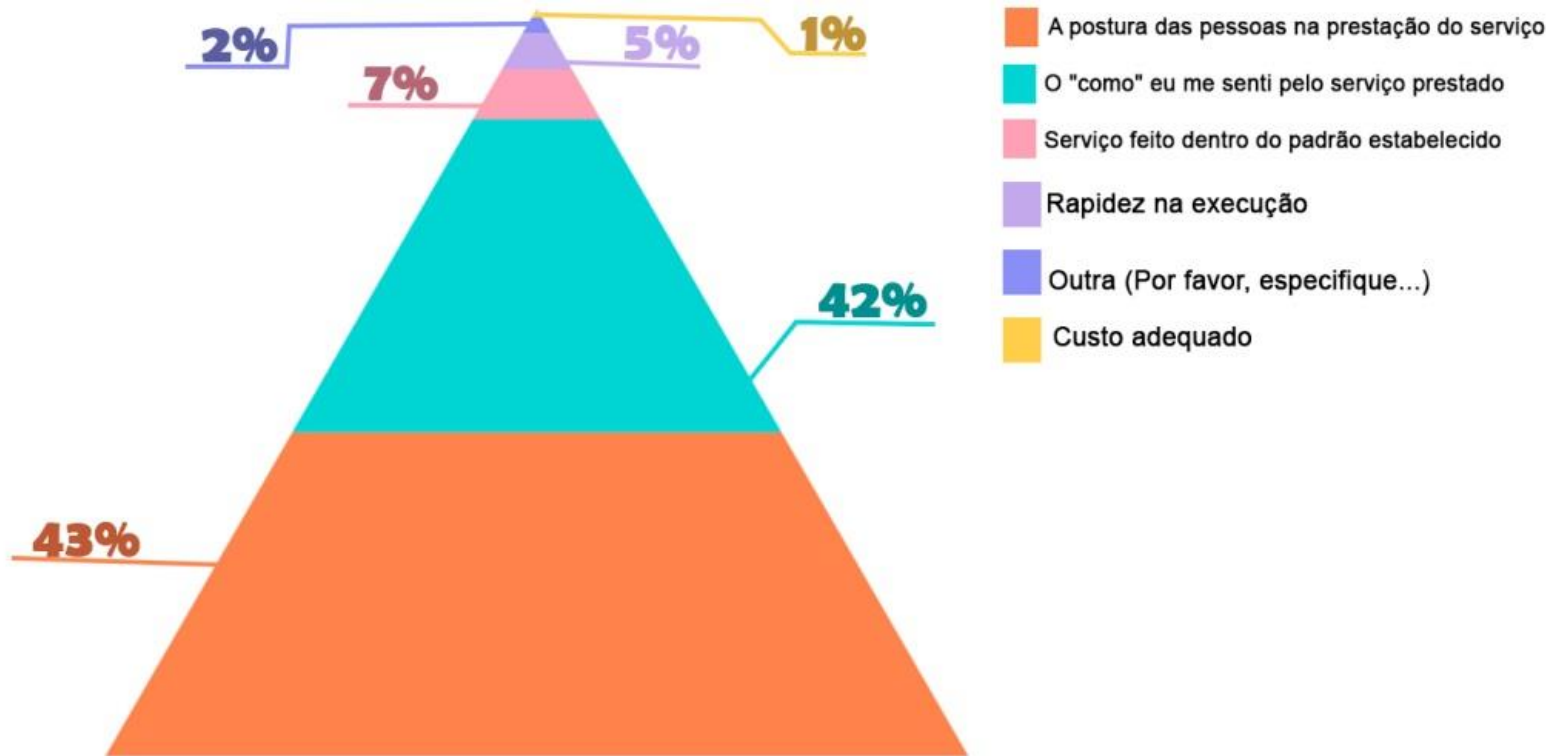


### 3. De que forma uma Empresa pode disseminar a cultura da Hospitalidade para que seus colaboradores promovam boas experiências aos seus clientes? (Escolha até 2 opções)



Neste quesito percebemos o quanto que um colaborador satisfeito é preponderante neste processo, sendo o líder o fator motivador que mais colabora em promover a cultura do acolher.

#### 4. O que é para você um serviço hospitalareiro? (Escolha até 2 opções)

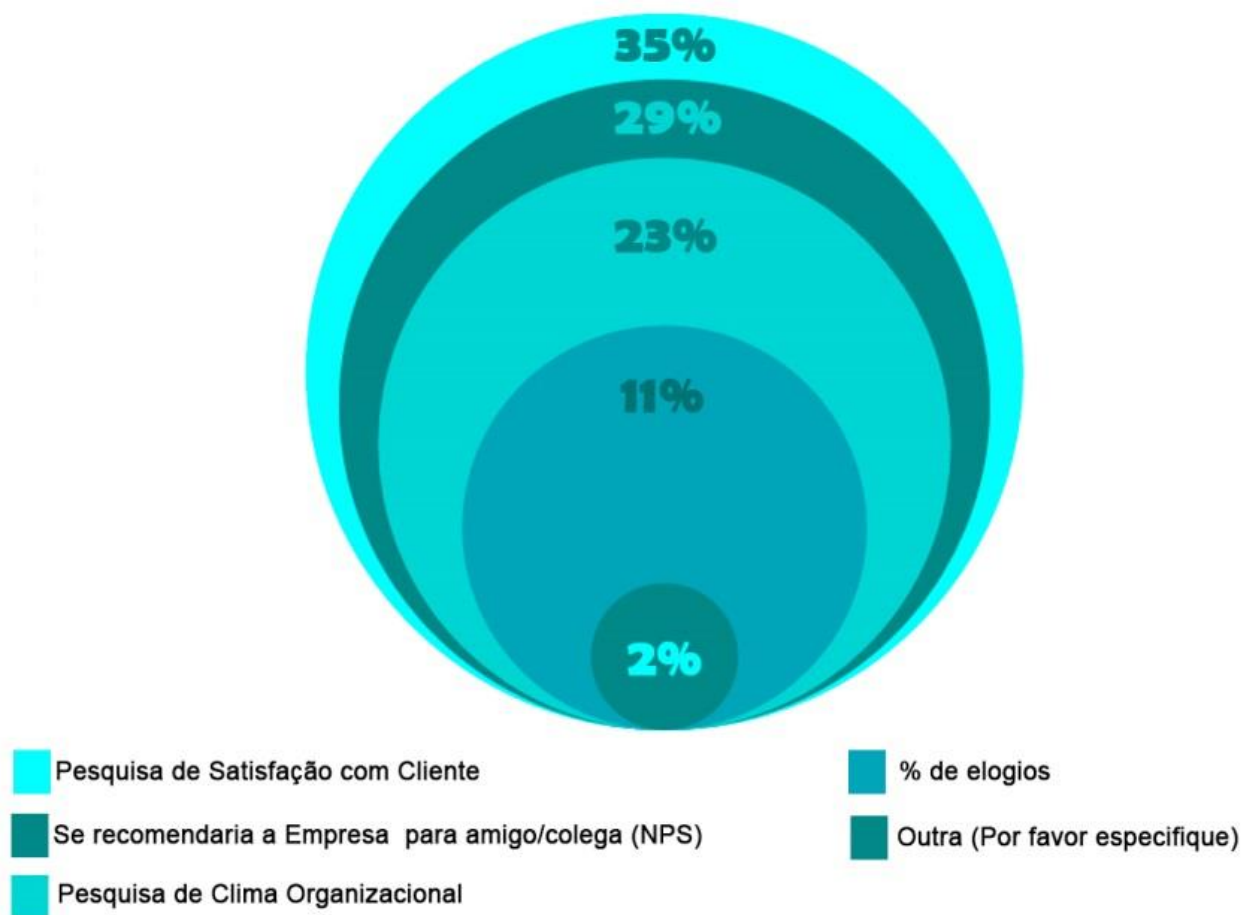


Para essa nova questão proposta no estudo, os profissionais entendem que serviço hospitalareiro é a forma como se sentem quando se relacionam com uma empresa, ou seja, são atitudes genuínas que evidenciam o quanto estão interessados em mim. Postura, cuidado e atenção traduzem tudo isto.

## Comentários dos Respondentes (Outras Definições)

- *" Acolhedor, receptivo e disposto a fazer o melhor".*
- *" É se colocar no lugar do outro, ser gentil, ser humano e não um robô".*
- *" O serviço que demonstre ser natural, feito por pessoas que gostem do que faz e fazem bem feito sem esperar algo em troca".*
- *" O UAU ao final da experiência".*
- *" Sentir que o foco é o meu interesse e não o da empresa que está vendendo ou prestando o serviço".*
- *" Um serviço que se preocupa com cada cliente como se fosse único".*

## 5. Se você tivesse que "mensurar" o quanto sua Empresa é hospitaleira, quais indicadores utilizaria? (Escolha até 2 opções)

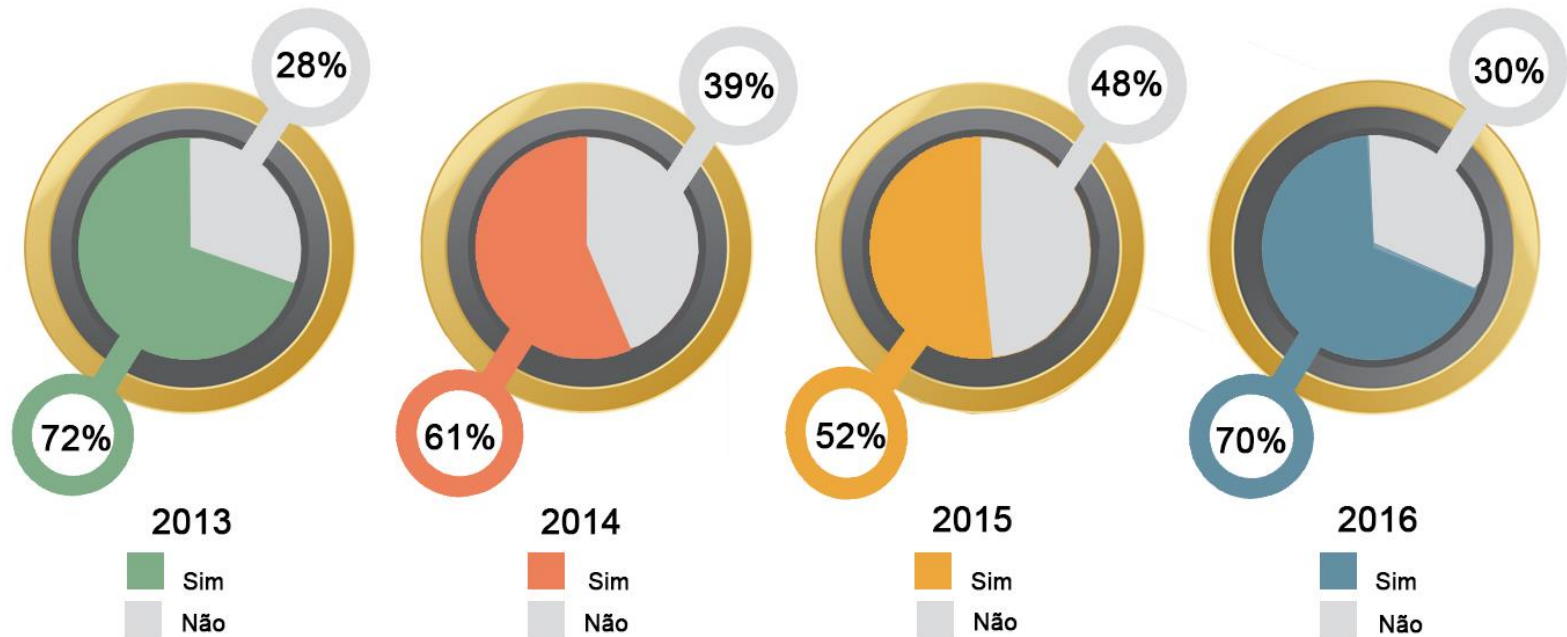


Neste quesito, os respondentes acreditam que a pesquisa de satisfação com o cliente externo e interno (35% e 23%, respectivamente), bem como a metodologia NPS (*Net Promoter Score*), 29%, ou seja, o quanto você recomendaria a Empresa para alguém, representam as formas mais "tangíveis" de medir a hospitalidade.

## Comentários dos Respondentes (Outras sugestões de Indicadores)

- Pesquisa de cliente oculto com foco na hospitalidade
- Tempo de resposta na solução
- Engajamento dos funcionários
- *Turn over*
- Pesquisa específica para ler se a pessoa sentiu que foi um atendimento personalizado, focado nela

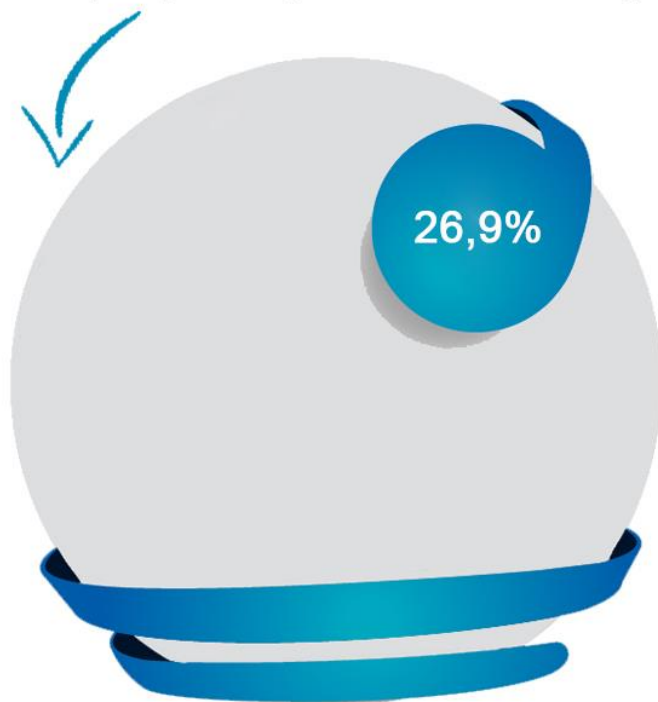
## 6. Pela sua experiência com empresas que você se relacionou/relaciona, há alguma que você considera hospitaleira? (Não se aplica à empresa onde você desempenha funções)



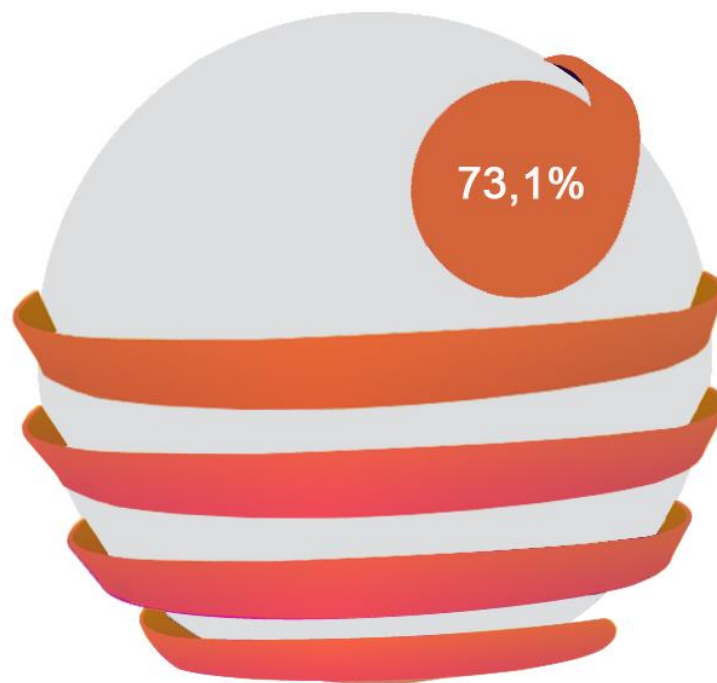
Nos quatro anos de pesquisa, este ano tivemos aumento significativa no % de respostas afirmativas, quando comparado a 2014 e 2015, o que demonstra que apesar de um ano difícil para a maioria das empresas do mercado, o relacionamento com o cliente tem sido a forma de manter ou trazer novos negócios.

## 6. Pela sua experiência com empresas que você se relacionou/relaciona, há alguma que você considera hospitaleira?

Indicações de empresa que participaram do ranking



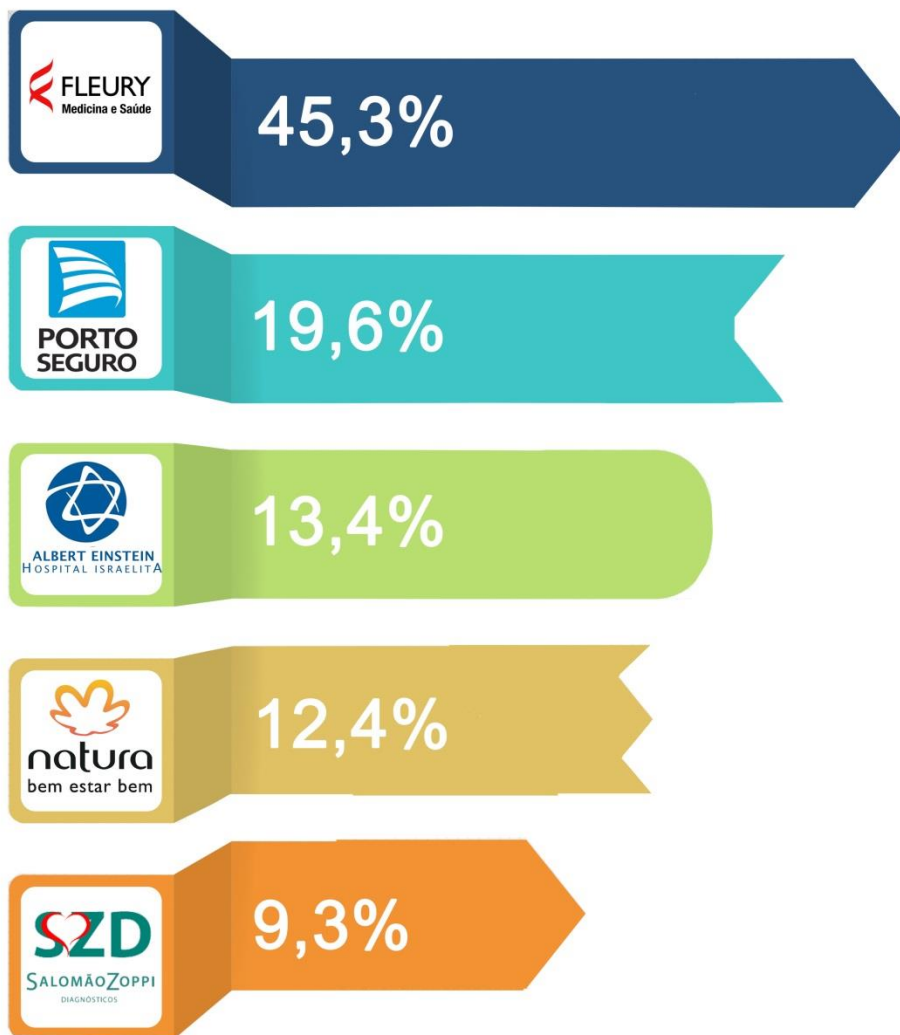
9 ou + indicações



- de 9 indicações

- Total de 360 indicações
- 210 Empresas indicadas

6. Pela sua experiência com empresas que você se relacionou/relaciona, há alguma que você considera hospitaleira? Cite o nome da Empresa.





## Comentários dos Respondentes ( para Grupo Fleury)

- *"A preocupação com o cliente é sentida desde o primeiro contato com a central, mantendo o mesmo cuidado em outros canais. É perceptível o cuidado com o cliente".*
- *"O serviço é padronizado visando minimizar o incômodo da experiência do cliente que se submete a um exame. A atenção aos detalhes e o profissionalismo transmitem segurança, essencial nesse setor".*
- *"Eles tem um jeito "humanizado" de tratar todos os pacientes e visitantes, e esse jeito especial de tratamento é percebido na central e nas unidades de atendimento".*

## Comentários dos Respondentes (para Porto Seguro)

- *"Atendimento diferenciado, garantias, real preocupação com o cliente e a percepção que tem com o seu produto".*
- *"Devido a qualidade do atendimento em todos os níveis, incluindo relação de alta diretoria com o mercado fornecedor".*
- *"No tratamento com as pessoas. Já me candidatei a uma vaga e senti na pele o acolhimento da empresa".*

## Comentários dos Respondentes (para H.I.A. Einstein)

- *“Cuidam de cada detalhe na interação com o cliente e não medem esforços para ajudar o cliente a resolver um problema”.*
- *“Eles trabalham muito a experiência do colaborador, tem um cuidado com ele e de como está para trabalhar, o que esse bem-estar traz de positivo para a Instituição”.*
- *“Eu já tive diversas experiências e em todas às vezes houve um cuidado com detalhes e me senti respeitada e valorizada”.*

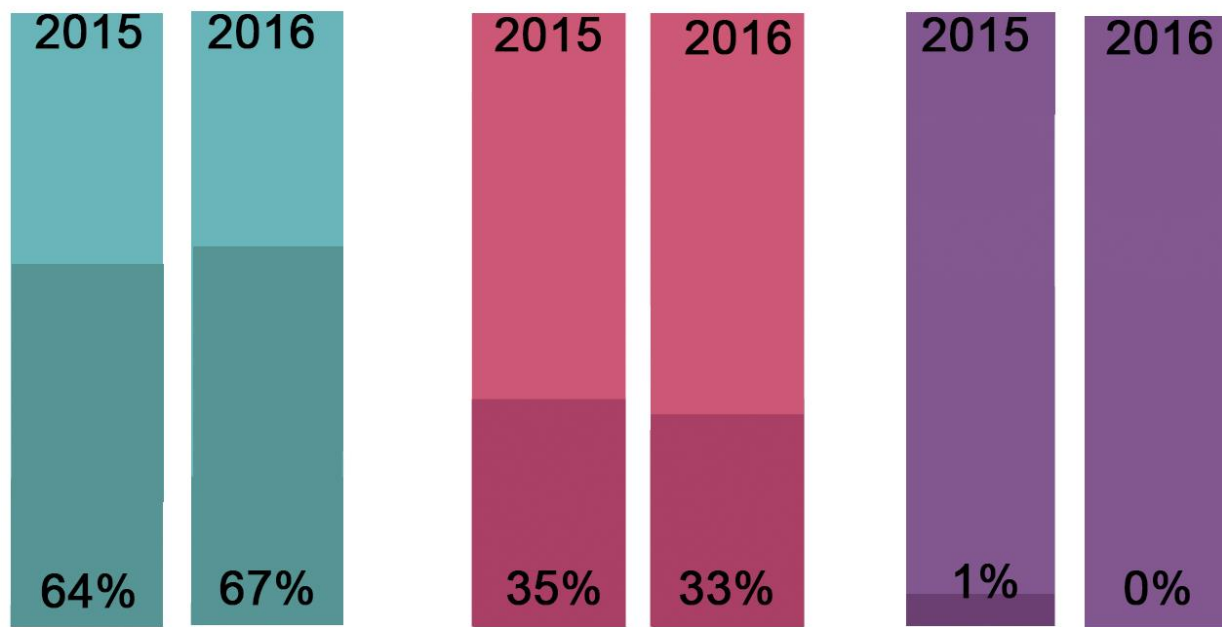
## Comentários dos Respondentes ( para Natura)

- *"Pela forma de tratamento com seus clientes internos e externos".*
- *"O problema foi resolvido rapidamente, sem burocracia e com respeito ao consumidor".*
- *"Pela preocupação com a sustentabilidade ambiental e na relação com as pessoas".*

## Comentários dos Respondentes (para Salomão Zoppi)

- *“A empresa se dedica em fazer com que a experiência seja positiva, desde as instalações até o nível de atendimento, todos os profissionais que tive contato tinham uma postura impecável quanto a prestação do serviço ou informação”.*
- *“Atendimento espetacular”.*
- *“Olho no olho, cuidado e atenção em cada momento que estive presente lá”.*

## 7. Ser hospitaleiro é uma característica que diferencia um profissional no mercado?



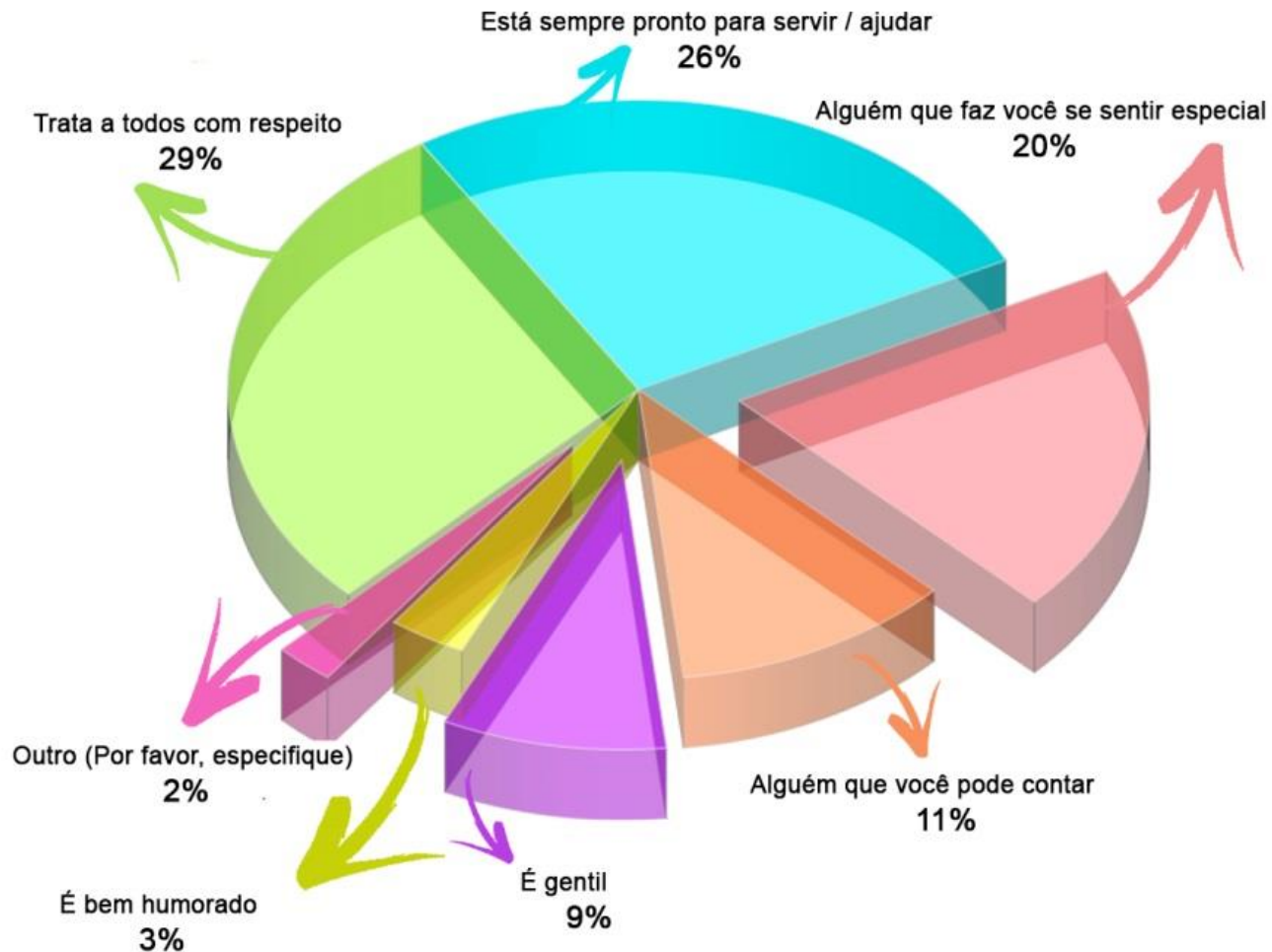
 Concordo plenamente  Concordo  Discordo

A maioria dos respondentes concorda que ser hospitaleiro é uma característica comportamental relevante, onde a forma como o relacionamento acontece entre as partes envolvidas, é fator estratégico para os negócios, como diz um respondente: - *"É uma pessoa com a visão do cliente"*.

## Comentários dos Respondentes

- *"Ser hospitaleiro pressupõe bondade, gentileza, atenção, respeito educação, tolerância e amor".*
- *"Um profissional hospitaleiro possui atitudes que marcam presença, independente da função ou da empresa".*
- *"Para mim a hospitalidade é um diferencial. Um profissional extremamente capacitado que não possui uma boa relação interpessoal, não brilha".*
- *"Profissionais "hospitaleiros" se relacionam melhor em qualquer ambiente e tentem a ter mais oportunidades de carreira/desenvolvimento".*

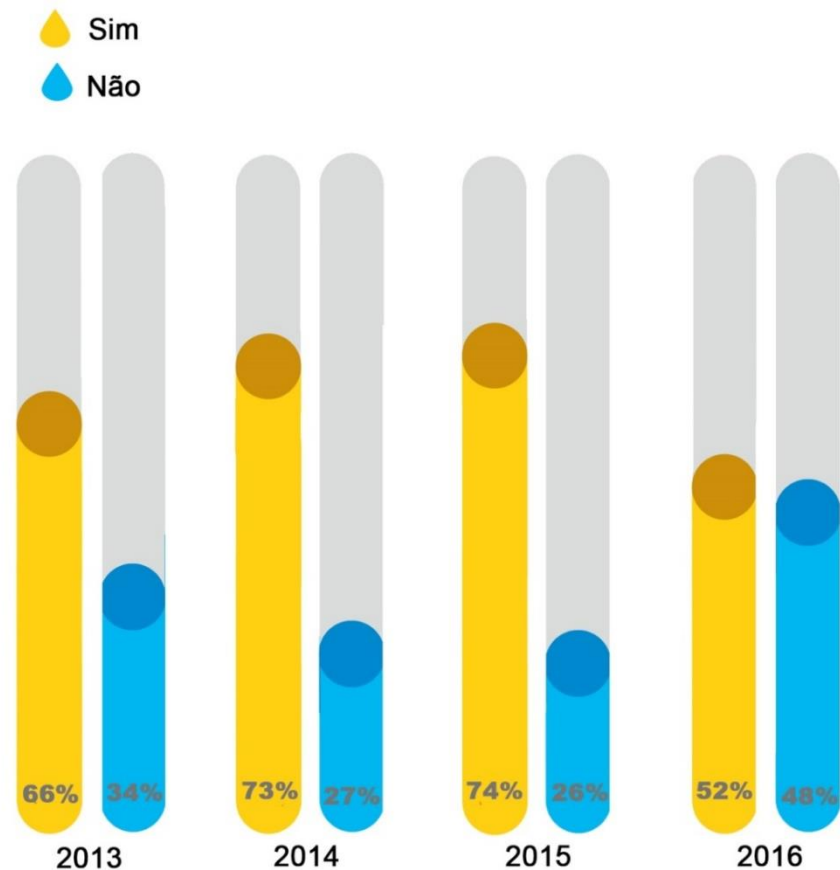
## 8. Quais são os atributos que você considera fundamentais para um líder ser hospitaleiro? (Escolha até 3 opções)



Os atributos que mais se destacam, referem a um profissional que coloca o respeito ao outro em primeiro lugar e está sempre disposto a ajudar e valorizar sua equipe, características que o tornam um profissional muito especial.



## 9. No seu relacionamento profissional há alguém que você considera exemplo de hospitalidade?



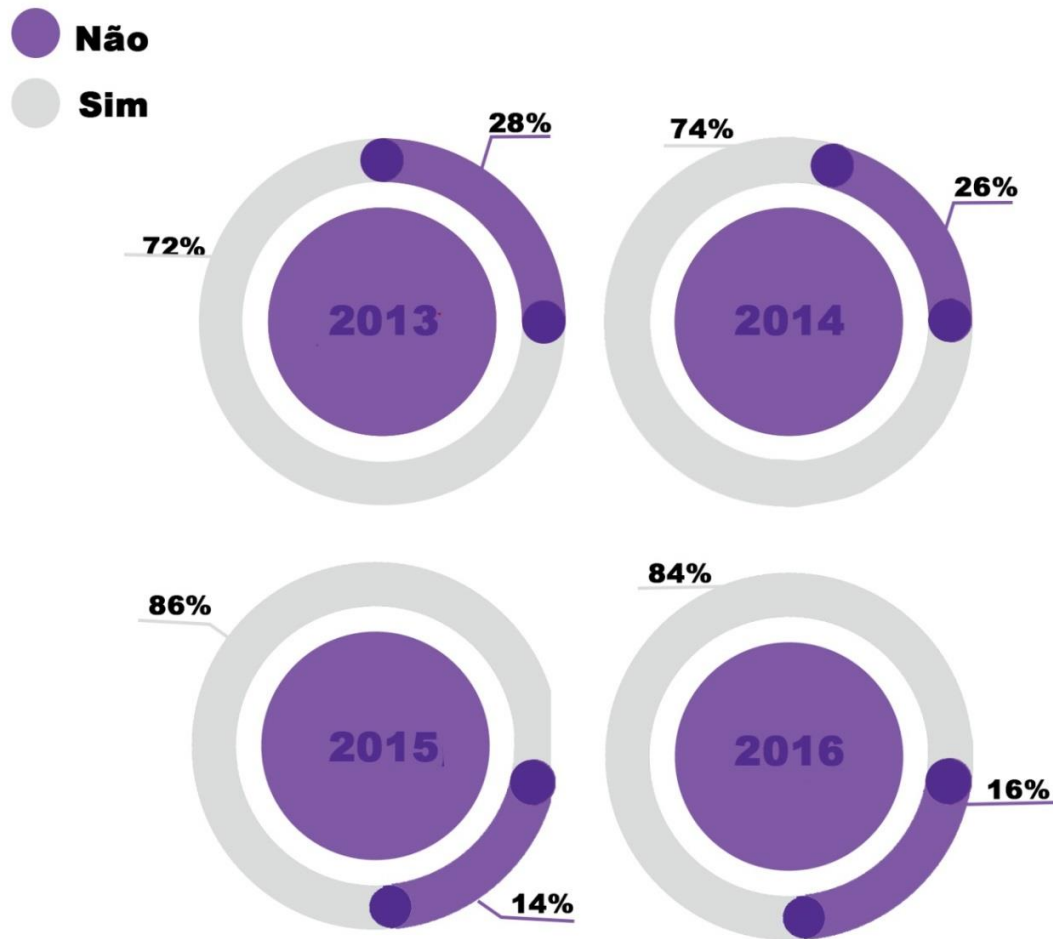
Tivemos um número bem menor de indicações para os profissionais exemplos de hospitalidade, passamos de 74 % de indicações em 2015 para 52% em 2016. Esta queda pode ser decorrente de não mais ser permitido (a partir deste ano) indicar um profissional da mesma empresa que ele /ela trabalha.

**9. No seu relacionamento profissional há alguém que você considera exemplo de hospitalidade? Cite o nome, cargo e a empresa que ele(a) trabalha.**

- ❖ **Cláudia P.R. Wharton** - Ouvidora  
Grupo BB Mapfre
- ❖ **Débora Vieira Granjeiro** - Gerente da Central de Acolhimento  
Salomão Zoppi
- ❖ **Fabiane Arthuzo** - Gerente de Hospitalidade  
Salomão Zoppi
- ❖ **Maria Cláudia Fernandes Neves** - Superintendente de Atendimento  
Salomão Zoppi

NOTA: não foi aceito nome de profissional que trabalha/atua na mesma Empresa que o respondente)

## 10. Para finalizar, você considera sua empresa hospitaleira?



O % de citações dos respondentes se manteve parecido com o de 2015, mas quando se analisa os comentários dos respondentes, se verifica que muitas empresas ainda estão num processo de amadurecimento da cultura da hospitalidade.

## Comentários dos Respondentes

- *Sim, ela está no caminho. Há um trabalho enorme para disseminar essa cultura, mas como ainda dependemos de fator humano, ainda temos um trabalho enorme com o desenvolvimento das pessoas”.*
- *“Sim, as pessoas trabalham com cordialidade e têm a orientação de fazer o cliente sentir-se especial e dar-lhe atenção e tratamento respeitoso, bem como os nossos colegas de trabalho”.*
- *“Sim, mas acredito que temos muitos pontos a melhorar em uma escala de 0 a 10 eu daria 6.*
- *“Sim, é uma empresa que cuida de seus colaboradores, preza a transparência e respeita os seus consumidores”.*
- ✓ *“Não, a empresa visa apenas lucro, sem se interessar com outros detalhes de relacionamento. Isso fica somente na propaganda”.*
- *“Não, líderes mal treinados e centralizadores. A preocupação é com data de entrega e não com a qualidade, não temos informação sobre as metas da empresa, feedback e nem participação nas decisões”.*

# CONCLUSÕES

## CONCLUSÕES

- Os profissionais percebem a hospitalidade principalmente pela **forma como são tratados** por uma Empresa, que se reflete num conjunto de atitudes como postura, atenção e cuidado. Serviço hospitaleiro é cuidado e carinho.
- A Hospitalidade **é fator relevante dentro da experiência do cliente** e tem peso na decisão de compra de um produto/serviço. As empresas devem olhar com mais atenção esta relevância e buscar aplicá-las em todos seus canais de contato.
- A forma de buscar “mensurá-la” está na percepção de como ela trata seus clientes e colaboradores. Realizar **pesquisa de satisfação com seus clientes, pesquisa do clima organizacional** e o quanto ele recomendaria a empresa para alguém (**NPS**) são bons indicadores para avaliar como anda a cultura da hospitalidade numa empresa.

## CONCLUSÕES

- **Ter líderes que são o exemplo**, melhorar o relacionamento interno e cuidar dos colaboradores foram as formas escolhidas para disseminar a cultura da Hospitalidade e assim fazer com seus colaboradores promovam boas experiências aos seus clientes. O papel da liderança é requisito importante para motivar colaboradores e equipe.
- Das 360 citações recebidas para empresas que consideram hospitaleiras, 73,1 % das indicações representaram empresas com menos de 09 citações, e **26,9 % foram para empresas com 9 ou mais citações**, as quais foram consideradas no “ranking” das empresas hospitaleiras. Vale ressaltar que a cada ano o número mínimo de citações para fazer parte desta lista de destaque e referência, vem se tornando mais elevado, passou de um mínimo de 08 citações em 2015 para 09 indicações em 2016. Em 2016 foram citadas 210 Empresas, frente a 2015 quando tivemos 197 citações.

## CONCLUSÕES

- No ranking das empresas consideradas hospitaleiras, pelo oitavo ano consecutivo, o **Grupo Fleury**, empresa de medicina e saúde, **foi a mais citada neste ano** com 45,3% das indicações válidas. Esta percepção da jornada do cliente pode ser resumida num comentário de respondente: - *"Desde a entrega de seu carro no estacionamento, passando pela recepção, continuando com o atendimento de agendamento de exames, a execução do exame em si, a entrega do resultado, enfim, em todas as etapas você percebe profissionalismo e prazer em atender"*.
- A empresa **Porto Seguro** veio como a 2ª empresa mais citada no ranking (19,6%), presente nesta lista entre os cinco escolhidos em todos os outros 8 anos da pesquisa. Sua **cultura da hospitalidade** é traduzida desta forma: - *"Devido a qualidade do atendimento em todos os níveis, incluindo relação de alta diretoria com o mercado fornecedor"*.



## CONCLUSÕES

- O **Hospital Israelita Albert Einstein** também apareceu como destaque em todos os anos deste estudo, ela é percebida pela experiência do cliente nos diferentes pontos de contato, bem como o cuidado com os colaboradores. Como exemplo de um respondente: - *“Cuidam de cada detalhe na interação com o cliente e não medem esforços para ajudar o cliente a resolver um problema”*.
- A **Natura** foi citada pelo atendimento excelente e ficou na quarta posição de destaque entre as Empresas Mais Hospitaleiras.
- Na quinta posição de destaque tivemos o **Salomão Zoppi Diagnósticos**, presente pela primeira vez no ranking deste estudo. Ele foi citado pelo atendimento espetacular.

## CONCLUSÕES

- Sobre a indicação de Profissionais Mais Hospitaleiros, o número de indicações caiu significativamente de 74% em 2015 para 52% em 2016(**foram 350 indicações**), em função de não ser mais permitido indicar um profissional da empresa onde o respondente trabalha. O nome dos três profissionais mais votados será divulgado no dia 24 de Março, em SP, durante o Café Celebração para homenagear as Empresas Mais Hospitaleiras de 2016.
- Quanto a considerar a empresa que trabalha como hospitaleira, percebemos que se manteve próximo ao de 2015 (86%), mas quando se analisa os comentários se observa que muitos que deram uma resposta afirmativa, **ainda estão na fase de amadurecimento** para a cultura da hospitalidade.

## CONCLUSÃO FINAL

- ❑ A cultura e prática da hospitalidade vem crescendo em relevância e percepção nas empresas. O jeito de cuidar e acolher é fator preponderante e independe do canal. O líder hospitaleiro é o profissional que pelo seu exemplo e poder agregador de pessoas atua como o facilitador na promoção desta cultura.

A hospitalidade passa pela experiência do cliente.

## ANÁLISE E TABULAÇÃO



**SYNAPSIS**  
gestão de relacionamentos  
consultoria comercial aplicada

Realização: IBHE

Contato: [beatriz@ibhe.com.br](mailto:beatriz@ibhe.com.br)

Tel: 11 3225 2535

Março 2017