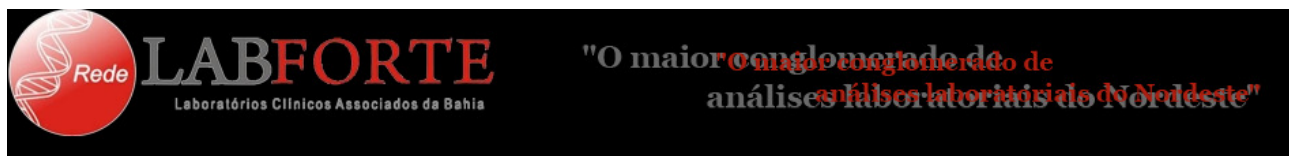


Procure no site

Enviar Consu



[Página inicial](#)   [Institucional](#)   [Associados](#)   [Documentos](#)   [Agenda](#)   [Notícias](#)   [Links](#)   [Galeria de Fotos](#)   [Contato](#)

## Fleury lidera lista de empresas consideradas hospitaleiras

11/01/2012

Tratamento diferenciado, preocupação com os clientes, com o acolhimento e com pequenos detalhes foram as justificativas dos entrevistados

Pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Hospitalidade Empresarial (IBHE) aponta, pelo terceiro ano consecutivo, o Grupo Fleury como o

mais citado no ranking das empresas consideradas hospitaleiras. Tratamento diferenciado, preocupação com os clientes, com o acolhimento e com pequenos detalhes foram as justificativas dos entrevistados.

O objetivo da pesquisa sobre "Hospitalidade Empresarial" é verificar no mercado brasileiro a percepção dos profissionais a respeito do tema. Além do Fleury, citado por 25% dos entrevistados, o Hospital Israelita Albert Einstein também foi destaque pelo atendimento diferenciado prestado nos diferentes canais, ocupando a quarta posição na lista, empatado com as empresas Natura, Pão de Açúcar e Porto Seguro. Em segundo e terceiro lugar, aparecem TAM e Unilever.

Na opinião dos entrevistados, a hospitalidade é composta por premissas básicas como bom atendimento, a cordialidade e o cumprimento de prazos, contudo o relacionamento empresa/paciente faz toda a diferença. "A empresa que consegue criar um ambiente hospitaleiro tem maiores chances de ser bem sucedida nas suas atividades em função do "vínculo" de confiança, gentileza, atenção, cortesia que se cria", explica a diretora do IBHE, Beatriz Cullen.

No segmento saúde, o acolhimento/aconchego foi o atributo preponderante, onde o calor humano nos momentos de dor ou fraqueza faz a hospitalidade diminuir o sofrimento de pacientes e seus familiares. "Para criar um ambiente hospitaleiro, a experiência com a empresa deve ser marcante, mas não precisa ser nada grandioso: basta ser fácil de ser percebido e simples de ser sentido", comenta Beatriz. "Falar de hospitalidade é falar de relacionamento, de um conjunto de valores como cuidado, gentileza e acolhimento que servem de referência para as boas relações sociais. É preciso encantar, surpreender, e ser hospitaleira em todas as áreas e pontos de contato", argumenta.

Para os entrevistados, a melhoria das empresas está diretamente ligada à melhoria das relações humanas, entre todos os envolvidos (clientes, fornecedores, colaboradores e comunidade). Para 36%, a boa relação com o cliente é o que mais ajuda. Depois da melhora no relacionamento, a contribuição que a hospitalidade oferece na fidelização do cliente também mereceu destaque, com 25% das escolhas. Entre outros pontos abordados pelos respondentes, destacam-se a promoção da melhoria no relacionamento interno, a clareza e facilidade de processos e fluxos de informações, assim como o aumento de vendas e de lucratividade.

A pesquisa mostra, também, que 78% dos entrevistados garantem que já se relacionaram (ou se relacionam) com uma empresa hospitaleira. Todos os respondentes acreditam que a hospitalidade pode ser inserida numa empresa, principalmente através de mudanças no processos que permeiam a organização. O treinamento e os exemplos da alta administração também vão promover as mudanças. "A forma como percebemos uma empresa, ou seja, a experiência que vivemos com ela, é marcante no processo decisório de aquisição de um serviço/produto e é por isso que a hospitalidade empresarial já é considerada um fator de competitividade. A conquista desse diferencial ocorrerá, sem sombra de dúvida, por meio das pessoas", afirma Beatriz.

A pesquisa contou com a participação de mais de 400 respondentes, sendo 73% do sexo feminino, que ocupam cargos de gerente (27%), diretor/superintendente (16%), coordenador (16%) e analista/assistente (16%), entre outros cargos. Para a maioria dos entrevistados, quando perguntados sobre o que melhor caracteriza a hospitalidade empresarial, respeito e confiança aparecem no topo da lista, com 34% e 23%, respectivamente, seguidos por Acolhimento (19%), Gentileza (10%), Atenção (8%), Bem-estar (4%) e Cumplicidade (3%). A pesquisa foi realizada por meio de questionário eletrônico.

**11/01** - Pardini se associa a Gávea para crescer no exterior, diz jornal

**11/01** - Classe C desperta atenção dos laboratórios

**10/01** - Grupo Fleury lança aplicativo para iPhone

**06/01** - Testes rápidos de HIV e sífilis vão passar por avaliação externa

1

Copyright © 2012 - Rede LabForte - [Área Local](#)