

HOSPITALIDADE E DESEMPENHO DO VAREJO DE SERVIÇOS

Maria Eduarda Trindade de Lima¹; Artur Medeiros Cavalcanti²; Rebeca Evelin Sales Silva³; Auhana Nardini Margutti⁴; Camilla Borja de Siqueira Diniz⁵; Roseane Barcellos Marques⁶ (Dra.)

RESUMO

Este estudo aborda o impacto da hospitalidade na cultura organizacional sobre o desempenho de empresas no varejo de serviços, oferecendo insights para gestores aprimorarem suas estratégias organizacionais. O enfoque está no relacionamento entre empresas e funcionários, avaliando o desempenho no setor de hotelaria, alimentos, bebidas, lazer e facilities. A análise de dados do Glassdoor e do Forbes Global Ranking 2023 revelou correlações significativas entre práticas de hospitalidade e desempenho financeiro, destacando o papel do capital social na interação empresa-funcionário.

Palavras-chave: Hospitalidade, Desempenho da Firma, Varejo.

INTRODUÇÃO

No cenário atual, o varejo de serviços enfrenta desafios que exigem inovação e excelência em suas operações. A hospitalidade, tradicionalmente associada ao turismo, emergiu como um diferencial estratégico em empresas de diversos setores abrangendo práticas que promovem a interação positiva entre colaboradores e clientes como estratégia para engajar funcionários e melhorar o desempenho empresarial.

A cultura organizacional baseada na hospitalidade cria um ambiente de confiança e colaboração, elementos essenciais para enfrentar mudanças no mercado e alcançar objetivos estratégicos. Este estudo destaca a relevância de investigar como essas práticas impactam diretamente o desempenho empresarial. O problema de pesquisa abordado é: Qual a correlação entre o

capital social e o desempenho das empresas no varejo de serviços sob o prisma da hospitalidade?

O objetivo principal é analisar essa relação em empresas líderes nos setores de alimentos, bebidas, hotelaria, lazer e facilities, utilizando dados de plataformas digitais e indicadores financeiros.

MÉTODOS

A pesquisa seguiu uma abordagem mista, combinando avaliações realizadas por funcionários e dados financeiros. Os dados foram coletados do Glassdoor, plataforma on line que reúne avaliações de empresas por seus funcionários, e do Forbes Global Ranking 2023, que lista empresas líderes com base em indicadores financeiros. O foco recaiu sobre empresas como McDonald's, Starbucks, Marriott, Hilton e Carnival, escolhidas por sua representatividade nos setores analisados.

O processo de análise incluiu as seguintes etapas:

1. Pré-processamento dos Dados:

- Remoção de caracteres irrelevantes, normalização textual e filtragem de dados incompletos.
- Uso do software NVivo 2020 para análise de conteúdo qualitativo.

2. Análise Estatística:

- Cálculo de estatísticas descritivas das notas atribuídas no Glassdoor.
- Correlacionamento dos dados qualitativos com indicadores financeiros das empresas.

3. Segmentação de Amostra:

- Empresas líderes nos setores de alimentos (McDonald's, Starbucks), hotelaria (Marriott, Hilton) e lazer (Carnival, Royal Caribbean).
- Recorte temporal: ano de 2022, para alinhar com os dados do ranking de 2023.

Essa metodologia foi criada para identificar padrões consistentes entre práticas de hospitalidade na competitividade em serviços.

RESULTADOS

E

DISCUSSÕES

Os resultados apontam que empresas com políticas de hospitalidade bem estabelecidas apresentam melhores desempenhos financeiros e maior satisfação dos funcionários. Desta forma, o paralelismo entre capital social, medido pelo engajamento dos colaboradores, e desempenho financeiro foi estatisticamente significativa.

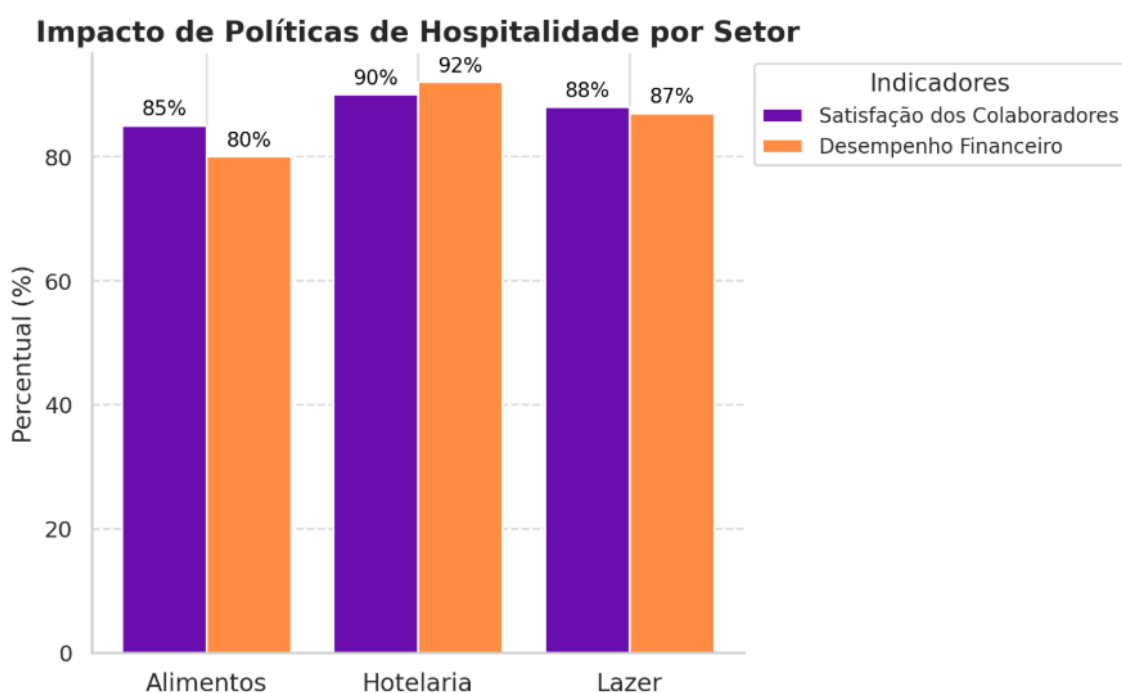
Já no setor de alimentos, empresas como McDonald's e Starbucks destacaram-se por proporcionarem ambientes de trabalho acolhedores, que refletem diretamente na experiência do cliente e nos resultados financeiros. Essas empresas apresentaram avaliações superiores no Glassdoor, corroborando a importância das práticas que valorizam o bem-estar dos funcionários.

No segmento de hotelaria, o Marriott e o Hilton mostraram uma relação direta entre hospitalidade organizacional e excelência no atendimento ao cliente. Funcionários relataram sentir-se valorizados, o que favorece fidelidade dos clientes e produtividade operacional.

Por fim, no setor de lazer, empresas como Carnival e Royal Caribbean evidenciaram como a combinação entre hospitalidade interna e externa pode influenciar de forma positiva a experiência do cliente. Mesmo diante dos desafios

impostos pelo período pandêmico, práticas criativas e eficazes de hospitalidade foram fundamentais para manter a confiança e a lealdade dos consumidores.

Assim, esses resultados corroboram a literatura existente, que sugere que ambientes de trabalho hospitaleiros criam um ciclo virtuoso de produtividade, engajamento e resultados financeiros. Comparado a estudos anteriores, este trabalho amplia o entendimento sobre como práticas de hospitalidade podem ser replicadas em diferentes setores do varejo de serviços.



O gráfico apresenta o impacto das políticas de hospitalidade em três setores diferentes (Alimentos, Hotelaria e Lazer), com dois indicadores avaliados: satisfação dos colaboradores e desempenho financeiro. No setor de Alimentos, observa-se uma satisfação dos colaboradores de 85%, enquanto o desempenho financeiro é ligeiramente menor, alcançando 80%. Em Hotelaria, ambos os indicadores mostram os melhores resultados, com 90% de satisfação dos colaboradores e 92% no desempenho financeiro, evidenciando um alinhamento entre o bem-estar interno e os resultados econômicos. Já no setor de Lazer, a satisfação dos colaboradores (88%) supera marginalmente o desempenho financeiro (87%), refletindo equilíbrio, embora com valores inferiores à Hotelaria.

A análise geral sugere que a Hotelaria se destaca como setor onde as políticas de hospitalidade têm maior impacto positivo em ambas as dimensões. O setor de Alimentos, por outro lado, apresenta um desempenho mais limitado, possivelmente indicando necessidade de revisão ou aprimoramento das práticas aplicadas. Por fim, o setor de Lazer demonstra consistência, com percentuais muito próximos entre os dois indicadores. Esses dados reforçam a relevância de políticas de hospitalidade bem estruturadas para promover simultaneamente o bem-estar interno e a saúde financeira nos diferentes setores analisados.

CONCLUSÕES

Conclui-se que a hospitalidade é um fator determinante no desempenho do varejo de serviços. A implementação de práticas que promovam a valorização e o engajamento dos colaboradores contribui para o alcance de resultados superiores, tanto financeiros quanto operacionais.

Este estudo oferece subsídios para que gestores adotem estratégias baseadas na hospitalidade, criando ambientes organizacionais mais saudáveis e competitivos. Além disso, destaca-se a necessidade de futuras pesquisas explorarem como essas práticas podem ser adaptadas a diferentes contextos culturais e econômicos.

REFERÊNCIAS

- Telfer, E. (1995). *Hospitableness*. Philosophical Papers.
- Zahra, S. A., Sapienza, H. J., & Davidsson, P. (2006). *Entrepreneurship and dynamic capabilities*. Journal of Management Studies.
- Forbes. (2023). *The World's Largest Hotel, Restaurant & Leisure Companies*.



FOMENTO

Programa Pró-Ciência Edital 2024/2, proposta contemplada sob protocolo 7329, com o título HOSPITALIDADE E DESEMPENHO DO VAREJO DE SERVIÇOS, na linha de pesquisa Hospitalidade e competitividade em serviço, na grande área Ciências Sociais Aplicadas.