



HECTOR

COLABORADOR MÁGICO HECTOR -
COMO TRABALHAR COM FELICIDADE
AO LONGO DA JORNADA

PRÊMIO TOP SER HUMANO 2024
CATEGORIA ORGANIZAÇÃO
MODALIDADE DESENVOLVIMENTO

RESPONSÁVEL PELO PROJETO:
WILLIAM WEBER



Índice:

1. Introdução.....	1
2. Colaborador Mágico Hector.....	4
2.1. Justificativa	5
2.2. Objetivos.....	7
2.3. Local e Público-Alvo	8
2.4. Etapas de implementação	9
2.5. Principais ações	10
3. Orçamento.....	12
3.1. Recursos financeiros aplicados.....	12
3.2. Recursos Humanos	13
4. Metodologia de avaliação e mensuração de resultados ...	13
5. Resultados e avaliação do case.....	13
6. Conclusão e futuras ações	19
7. Bibliografia.....	20
8. Informação dos autores.....	20



Sinopse:

O programa Colaborador Mágico da Hector foi motivado pela necessidade de se destacar no competitivo setor de restaurantes temáticos, especialmente em uma região de pleno emprego como Gramado. A Hector desenvolveu essa iniciativa para transformar seus colaboradores em embaixadores da marca, integrando-os na atmosfera mágica e imersiva de seus empreendimentos.

A iniciativa, criada em 2019 em Gramado, RS, oferece treinamento intensivo e contínuo focado em desaprender práticas antigas e adotar uma nova mentalidade voltada para a criação de experiências únicas para os clientes. O público-alvo inclui os atuais e novos colaboradores da Hector, profissionais do setor de hospitalidade e entretenimento, jovens em busca de desenvolvimento profissional, indivíduos dispostos a abraçar uma nova mentalidade e talentos locais de Gramado e regiões próximas. Em média, 500 pessoas se inscrevem em cada edição, com cerca de 15% a 20% sendo absorvidas pela Hector em até seis meses.

Os resultados do programa são: alta taxa de retenção de colaboradores, satisfação dos clientes e aumento significativo no ticket médio dos restaurantes. A Hector Pizzaria e a Hector Hamburgueria, por exemplo, se tornaram referências em experiências gastronômicas, com filas constantes e vendas antecipadas de ingressos.

email: william@ibeex.com.br



1. Introdução:

A Hector é uma marca que nasceu para conversar com as pessoas através do entretenimento e da diversão. Inspirando-as serem suas melhores versões, e a criarem o inesperado. Ela trabalha através do pressuposto de que as marcas devem gerar experiências positivas para as pessoas e, para tanto, utiliza o mundo mágico para transmitir essa mensagem.

Através de negócios físicos, conteúdo digital e produtos licenciados, a Hector busca se tornar referência nacional em experiência gastronômica, com imersão em narrativas fantásticas, sempre prezando pela alegria e bem-estar de quem entra no seu mundo mágico. Atualmente, a Hector licencia a marca para a pizzaria temática Hector Gramado, criada em 2019, e para a Hector Hamburgueria, criada em 2022, que compõem o início de diversas oportunidades de negócios que vão ampliar ainda mais suas histórias.

A Hector entende que a pizzaria, novos restaurantes e outros projetos de atendimento físico são como máquinas construtoras de fãs, e usa o empreendedorismo de experiência e o marketing sensorial como ferramentas para fortalecer a marca todos os dias.

A construção de uma experiência única para o cliente é uma pedra angular na estratégia de qualquer marca de sucesso. Essa é uma visão amplamente compartilhada por líderes visionários e CEOs de empresas líderes em seus mercados.

Cockerell (2016), ex-executivo da Disney, destaca a importância de cultivar uma mentalidade de “atores e atrizes” entre os funcionários, equiparando-os a membros de um elenco em um grande espetáculo. Nesse contexto, cada interação com o cliente é vista como uma oportunidade para entregar não apenas um serviço, mas uma experiência memorável e cativante. Ao adotarem essa mentalidade, os colaboradores se tornam embaixadores da marca, capazes de encantar e fidelizar os clientes de maneira única.



Hanlon (2011) argumenta, por sua vez, que a construção de uma marca forte depende da criação de uma comunidade de seguidores fervorosos, que ele denomina de “zealots”. Esses entusiastas são impulsionados não apenas pelos produtos ou serviços oferecidos, mas pela narrativa envolvente e pela conexão emocional estabelecida com a marca. Ao se colocarem como membros ativos desse elenco, os funcionários não apenas entregam um serviço de qualidade, mas contribuem para a construção dessa narrativa, fortalecendo os laços entre a marca e seus clientes.

Dessa forma, a atuação dos funcionários como membros de um elenco vai além de simplesmente cumprir tarefas; ela representa um compromisso com a excelência e a criação de experiências que transcendem o ordinário. Essa abordagem não apenas impacta positivamente a percepção imediata do cliente, mas também contribui para forjar relações duradouras e significativas entre a marca e seu público. No cenário competitivo atual, onde a diferenciação é essencial para o sucesso a longo prazo, a capacidade de oferecer uma experiência única e envolvente é um ativo inestimável para as marcas que almejam se destacar e prosperar.

Para Chiavenato (2014), as lideranças desempenham um papel fundamental nesse processo de diferenciação, sendo responsáveis por criar um ambiente organizacional propício ao desenvolvimento e engajamento dos colaboradores. Segundo ele, as lideranças têm a responsabilidade de estabelecer uma cultura organizacional que valorize o atendimento ao cliente e a busca pela excelência em todos os aspectos do negócio. Isso envolve não apenas fornecer treinamento e capacitação adequados aos funcionários, mas também motivá-los e reconhecê-los pelo seu desempenho.

Além disso, as lideranças devem atuar como exemplos a serem seguidos, demonstrando comprometimento com os valores da empresa e demonstrando empatia e respeito no trato com os clientes e colegas de trabalho. Esse tipo de liderança inspiradora é essencial para criar uma equipe coesa e orientada para a entrega de experiências positivas aos clientes.



Considerando esses pontos, sabemos que o engajamento do colaborador é essencial para a geração de uma experiência única. Mas de que forma isso ocorre quando o desafio é se diferenciar dentro de um setor altamente competitivo como o de restaurantes?

Em um contexto onde regiões como Gramado, no Brasil, desfrutam de um cenário de pleno emprego, especialmente no setor de restaurantes temáticos, a formação de uma mão de obra comprometida e engajada torna-se ainda mais crucial. Nesse sentido, Sinek (2009) oferece insights valiosos sobre como estabelecer uma conexão entre propósito e engajamento pode ser fundamental, especialmente em locais onde a rotatividade de funcionários pode ser alta.

Ele argumenta que as empresas que inspiram lealdade e admiração não se concentram apenas no que fazem ou como fazem, mas principalmente no porquê fazem o que fazem. Esse “porquê” é o motor que dá significado ao trabalho e cria um senso de propósito compartilhado entre os colaboradores. No contexto de regiões como Gramado, onde o mercado de trabalho pode ser altamente competitivo, é essencial que os restaurantes temáticos consigam transmitir esse propósito de forma clara e convincente para atrair e reter talentos que desejem se comprometer mais permanentemente com o estabelecimento.

Ao identificar e comunicar claramente esse propósito, os líderes dos restaurantes temáticos podem inspirar seus colaboradores a se tornarem verdadeiros embaixadores da marca, dedicados a fazer parte da realização dessa missão de forma duradoura. Isso não apenas aumenta o engajamento dos funcionários, mas também os capacita a tomar decisões alinhadas com os valores e objetivos do estabelecimento, promovendo uma cultura de trabalho estável e consistente. Além disso, o engajamento dos colaboradores desempenha um papel fundamental na criação de uma experiência positiva para os clientes. Quando os funcionários estão verdadeiramente comprometidos com o porquê do restaurante temático, isso se reflete em seu comportamento e na qualidade do atendimento prestado, contribuindo para a fidelização da clientela.



É dentro desse contexto que podemos situar a atuação do programa Colaborador Mágico, que apresentaremos agora. Gramado, como falamos, tem não apenas pleno emprego, mas hoje em dia uma taxa de desemprego inclusive negativa. Ou seja: grande parte das empresas que atua nesta região estão quase sempre em déficit em termos de mão-de-obra. Como fazer com que isto não aconteça?

As pessoas que trabalham em um restaurante como os da Hector entram em um mundo novo, provavelmente muito diferente de todo emprego anterior que tiveram. Grinberg (2019) sugere que, para abrir espaço para uma nova mentalidade, é preciso primeiro se desfazer do “antigo” que muitas vezes ocupa um espaço que deveria estar destinado para este novo mindset. Nesse sentido, o pressuposto tradicional “quanto mais experiência, melhor”, não se aplica a um processo de seleção, de desenvolvimento e de evolução como o da Hector. É preciso que as pessoas desaprendam muito do que viram até então, e especialmente em tempos em que o mercado temático está em alta, existe uma maior demanda por educação.

Que é, justamente, a base daquilo que o programa Colaborador Mágico oferece, educando ao mesmo tempo o mercado e criando integração e um futuro de felicidade ao longo da jornada para pessoas que vierem a trabalhar com a Hector.

2. Colaborador Mágico Hector:

O programa Colaborador Mágico da Hector é uma iniciativa inovadora que visa transformar os colaboradores em verdadeiros embaixadores da marca, integrando-os plenamente na atmosfera mágica e imersiva que caracteriza os empreendimentos temáticos da empresa. O programa oferece uma formação intensiva e contínua, focada em desaprender antigas práticas e adotar uma nova mentalidade orientada pela criação de experiências únicas e memoráveis para os clientes. Através de treinamento especializado, desenvolvimento pessoal e profissional, e uma cultura organizacional que valoriza o engajamento e a excelência, o Colaborador Mágico capacita os funcionários a atuarem como personagens em um grande espetáculo, garantindo que cada interação com o



cliente seja encantadora e cativante. Com isso, a Hector não só eleva o nível de serviço prestado, mas também fortalece os laços emocionais entre a marca e seus clientes, criando uma comunidade de seguidores leais e apaixonados.

2.1. Justificativa:

O programa Colaborador Mágico se justifica por alguns fatores:

a) A oportunidade para empreendimentos temáticos na cidade de Gramado e a necessidade de pessoas capazes de gerar uma experiência incrível:

Gramado oferece um cenário propício e repleto de oportunidades para a criação de empreendimentos temáticos. Com seu clima europeu e arquitetura encantadora, a cidade atrai milhares de turistas todos os anos, em busca de experiências únicas e memoráveis. Essa demanda turística, aliada à riqueza cultural e gastronômica local, cria um ambiente favorável para o desenvolvimento de empreendimentos temáticos, desde parques temáticos e museus interativos até restaurantes e cafés temáticos. Tanto é que, aos poucos, Gramado vem se tornando uma espécie de “Orlando brasileira”, com uma atmosfera mágica que fortalece ainda mais seu apelo turístico e contribuindo para o crescimento econômico e cultural da região. No entanto, é preciso pessoas muito bem desenvolvidas para somar, à essa atmosfera mágica, a construção de uma experiência incrível.

b) Existia espaço para a criação de uma espécie de “Harry Potter brasileiro”, aliado a outras inspirações, mas isso demanda uma entrega única:

Harry Potter é um personagem mágico, um protagonista cativante e de fácil identificação para muitos leitores e espectadores. Ao longo dos livros e filmes, acompanhamos sua jornada desde a infância até a vida adulta, testemunhando seu crescimento pessoal, suas lutas e triunfos. Ele enfrenta desafios e adversidades, e sua coragem, lealdade e determinação inspiram e ressoam com o público. Além disso, o mundo mágico de Harry Potter é rico em detalhes e possui uma narrativa complexa e bem construída. Uma mitologia repleta de elementos mágicos, criaturas fantásticas e uma intrincada estrutura social. Mais que um personagem, Harry Potter



é também um conceito que pode ser desdobrado em narrativas semelhantes, enriquecidas com outras inspirações também utilizadas na Hector como Hobbit, Senhos dos Anéis e Labirinto (filme dos anos 80). Para reproduzir uma experiência dessas em um cenário verossímil e ambientado em uma atmosfera de diversão para diversas idades, é preciso a entrega de pessoas e processos que tornem estar em um restaurante da Hector uma experiência única.

c) A importância de captar e reter talentos em uma cidade movimentada como Gramado:

Para gerar uma experiência de marca sensacional, é preciso a habilidade de um empreendimento captar talentos incríveis. Mas como captar talentos incríveis, e em quantidade necessária, em uma cidade de pleno emprego como Gramado? Esse elemento de cenário consiste em um grande desafio, cuja superação é um fator central para a geração de uma experiência de marca fora da curva. E, nesse sentido, o Colaborador Mágico é uma estratégia única em termos de captação e formação de talentos, que vem permitindo que a marca tenha pessoas que de fato transponham a magia que a Hector pretende passar.

d) Pessoas são o elemento fundamental na materialização do tripé estratégico Food-Fun-Magic:

A Hector trabalha a partir do tripé estratégico Food-Fun-Magic. Quando você entra na Hector Pizzaria, você não está entrando em uma pizzaria, e sim em uma escola de magia, a Ônyra. Trata-se portanto de uma experiência baseada em Primal Branding (Hanson, 2011), onde o cliente está no centro da experiência e tudo em volta é conduzido de modo a guiá-lo através de uma jornada que inicia mesmo antes de sua entrada na pizzaria — e o acompanha mesmo após a sua saída. E as pessoas precisam ser, de fato, colaboradores mágicos para materializar isso. Quando você passa pela porta, passa já a ser chamado de aprendiz, permanece em uma anti-sala onde diz algumas palavras mágicas e é conduzido à sua mesa, onde aprende os comandos — poções mágicas que você posiciona para indicar se quer sabor salgado, doce, ou se quer dar um tempo. Na Hector Pizzaria, por



exemplo, tudo ocorre através de uma linguagem própria. Pizza não é pizza, e sim, discos de sabor — e experimente pedir por pizza para ter a surpresa de não ser compreendido. Assim como, na Hector Hamburgueria, Hambúrguer não é hambúrguer, e sim globos de sabor, e batata-frita se torna bastonete da crocância eterna. Banheiro não é banheiro, e sim local de “emergências não mágicas”, e todos os detalhes (o figurino, a iluminação, o teto, as paredes) são pensados para tornar essa experiência muito real. Neste momento, inclusive, uma bailarina do Bolshoi está colaborando na elaboração de uma dança. E a marca tem colaborando com ela atores premiados em Cannes, como Marcelo Wasen, e tem na trupe um dos maiores mágicos de close-up do Brasil, conferencista e consultor de mágica, acrobata do circo Bartolo (que foi por anos o maior circo do Brasil até ser adquirido pelo Beto Carrero), e um palhaço do Toll.

2.2. Objetivos:

O Colaborador Mágico Hector possui os seguintes objetivos:

- a) Promover a integração e a felicidade ao longo da jornada: facilitar a adaptação e integração dos novos colaboradores no ambiente temático da Hector, promovendo um senso de comunidade e apoio mútuo, o que contribui para um ambiente de trabalho harmonioso e produtivo.
- b) Criar um banco de talentos: desenvolver e manter um grupo de colaboradores altamente qualificados e preparados para assumir diferentes funções dentro dos empreendimentos temáticos da Hector, garantindo a continuidade e excelência no atendimento.
- c) Gerar conhecimento portátil: fornecer aos colaboradores habilidades e conhecimentos que são aplicáveis além do ambiente da Hector, promovendo desenvolvimento pessoal e profissional contínuo e aumentando a empregabilidade dos funcionários.
- d) Aumentar a satisfação do colaborador: dar instrumentos para o colaborador trabalhar com felicidade ao longo da jornada: proporcionar um ambiente de



trabalho positivo e motivador, onde os colaboradores se sintam valorizados e felizes, o que reflete na qualidade do serviço prestado e na satisfação do cliente.

e) Qualificar a entrega: elevar o padrão de atendimento e serviço por meio de treinamento contínuo e especializado, garantindo que cada interação com o cliente seja mágica e memorável.

f) Fomentar o engajamento e a lealdade: inspirar os colaboradores a se tornarem embaixadores da marca, comprometidos com os valores e a missão da Hector, promovendo um forte senso de pertencimento e lealdade.

g) Fortalecer a cultura organizacional: estabelecer uma cultura de excelência e inovação, onde os colaboradores são incentivados a contribuir com ideias e melhorias contínuas, alinhadas aos objetivos estratégicos da empresa.

h) Educar o mercado: compartilhar conhecimento e práticas inovadoras com o mercado, posicionando a Hector como referência em experiências temáticas e contribuindo para a evolução do setor.

i) Criar integração para quem vier a trabalhar na Hector: desenvolver um ambiente acolhedor e colaborativo que facilite a integração de novos colaboradores, garantindo que eles se sintam parte do time desde o início e estejam alinhados com os valores e objetivos da empresa.

Esses objetivos são fundamentais para garantir que a Hector continue a oferecer experiências únicas e encantadoras para seus clientes, ao mesmo tempo em que valoriza e desenvolve seus colaboradores.

2.3. Local e Público-alvo:

O Programa Colaborador Mágico é desenvolvido desde 2019 na cidade de Gramado, no RS. Tem como públicos-alvo:

a) Funcionários atuais e novos da Hector: colaboradores que já fazem parte da equipe e novos contratados que atuarão nos empreendimentos temáticos da marca, como a Hector Pizzaria e a Hector Hamburgueria.

b) Profissionais do setor de hospitalidade e entretenimento: indivíduos com



experiência ou interesse em trabalhar em ambientes de atendimento ao cliente, gastronomia temática, e entretenimento imersivo.

c) Jovens em busca de desenvolvimento profissional: jovens profissionais e recém-graduados que buscam oportunidades de crescimento e desenvolvimento em um ambiente inovador e dinâmico.

d) Pessoas dispostas a abraçar uma nova mentalidade: indivíduos dispostos a desaprender práticas antigas e adotar novas abordagens centradas na criação de experiências mágicas e memoráveis para os clientes.

e) Talentos locais em Gramado e regiões próximas: pessoas que residem em Gramado e arredores, especialmente em um contexto de pleno emprego, onde a captação e retenção de talentos são cruciais para o sucesso dos empreendimentos.

2.4. Etapas de implementação:

Para a implementação do Colaborador Mágico Hector, foram realizadas as seguintes etapas:

a) Diagnóstico: análise inicial das necessidades da empresa e dos colaboradores; identificação das competências e habilidades necessárias para criar experiências mágicas e imersivas; avaliação do cenário de pleno emprego em Gramado e estratégias para atração e retenção de talentos.

b) Desenho do material de treinamento e das experiências imersivas: desenvolvimento de um programa de treinamento específico para os colaboradores, focado em desaprender práticas antigas e adotar uma nova mentalidade orientada para a criação de experiências únicas; criação de módulos de treinamento práticos e teóricos, com ênfase na atuação como personagens em um grande espetáculo; planejamento de experiências imersivas que simulam situações reais nos empreendimentos temáticos, permitindo aos colaboradores praticar e aprimorar suas habilidades.

c) Criação do material de comunicação: redes sociais e vídeos: produção de materiais de comunicação visual e audiovisual para promover o programa e



engajar os colaboradores; utilização de redes sociais e vídeos para disseminar informações sobre o programa, compartilhar histórias de sucesso e destacar a importância do engajamento e da excelência no atendimento; desenvolvimento de conteúdos inspiradores que reforcem os valores e a missão da Hector, incentivando a participação no programa.

d) Realização das primeiras edições: implementação das primeiras edições do programa, com grupos piloto de colaboradores; monitoramento e avaliação das edições iniciais para identificar pontos fortes e áreas de melhoria; coleta de feedback dos participantes para ajustar e aprimorar o programa.

e) Trabalho de indicações: 30% das pessoas que participam vêm de indicações de colaboradores: incentivo ao boca a boca e ao trabalho de indicações entre os colaboradores; criação de um sistema de recompensas para os colaboradores que indicam novos participantes, aumentando o engajamento e a lealdade; utilização das redes de contatos dos colaboradores para atrair novos talentos alinhados com a cultura e os valores da Hector.

f) Ajustes e preparação de novas edições: análise dos resultados das edições iniciais e implementação de ajustes necessários; atualização contínua do material de treinamento e das experiências imersivas com base no feedback recebido; planejamento e organização das novas edições do programa, garantindo a constante evolução e aprimoramento do Colaborador Mágico.

2.5. Principais ações:

Até agora, já foram realizadas sete edições do Programa Colaborador Mágico da Hector. Destacam-se algumas ações elaboradas para cada edição:

a) Recrutamento: identificação e seleção de candidatos que se alinham com os valores e a missão da Hector; processo seletivo focado em captar talentos que demonstram potencial para se tornarem embaixadores da marca.

b) Campanha de comunicação: criação de estratégias de comunicação para promover o programa internamente e externamente; utilização de redes sociais para



atrair candidatos e informar sobre o programa.

A campanha para cada edição do Colaborador Mágico inicia com lançamento digital, e uma página de captura que recebe cerca de 500 fichas. Trata-se de pessoas que trabalham em parques temáticos e empreendimentos como Beto Carreiro, quando a Hector faz uma pré-seleção e fica com aproximadamente 150 fichas de pessoas que participam do evento.

c) Criação do conteúdo e das palestras: desenvolvimento de materiais educativos e informativos que compõem o programa de treinamento; realização de palestras abordando temas relevantes sobre o mercado de alimentação e entretenimento e sobre a Hector para o desenvolvimento dos colaboradores, como experiência de clientes. É trabalhado por primal branding a história de criação da marca.





d) Desenho do ambiente imersivo: criação de espaços e cenários temáticos que simulam o ambiente de trabalho nos empreendimentos da Hector; utilização de elementos interativos e tecnológicos para proporcionar uma experiência prática e envolvente aos participantes; no evento, a Hector já realiza um início de integração, a primeira experiência do que é ser atendido na Hector.

e) Montagem do banco de talentos: os eventos do programa também servem como oportunidades de recrutamento, com profissionais da Hector conhecendo e entrevistando os talentos durante as edições; durante a integração, a Hector coloca junto às pessoas 6 padrinhos treinados para captar talentos. Eles sentam à mesa, já tendo visto currículos e perfis, conversam com as pessoas e reúnem cerca de 20 a 30, que vão, posteriormente, para uma entrevista individual; aproximadamente 30% dos participantes são absorvidos pela Hector e, em um período de até seis meses, iniciam seu trabalho na empresa. Antes disso, eles começam a ser integrados e se tornam prestadores de serviços.

f) Recepção dos novos colaboradores: organização de atividades de boas-vindas para os novos colaboradores, facilitando sua adaptação ao ambiente da Hector; implementação de um programa de integração que inclui apresentação da cultura organizacional, valores e missão da empresa; acompanhamento e evolução dos colaboradores mágicos; monitoramento contínuo do desempenho dos colaboradores após a conclusão do programa; oferecimento de feedback e suporte para garantir o desenvolvimento contínuo e a evolução profissional dos colaboradores; implementação de um sistema de avaliação para medir o impacto do programa e identificar áreas de melhoria.

3. Orçamento:

3.1. Recursos financeiros aplicados:

Para cada edição do Colaborador Mágico, são investidos em média R\$ 2.500,00, incluindo valor investido em posts impulsionados, material didático, valor extra



para pessoas do time que trabalham no evento, e aluguel de equipamento. Se considerarmos o treinamento subsequente, são investidos até R\$ 50 mil por evento.

3.2. Recursos Humanos:

1 Gerente Operacional, 2 pessoas de RH, 1 profissional de Relações Públicas, 1 profissional de Social Media, 3 sócios envolvidos para palestrar no evento e entrevistar pessoas, 6 padrinhos, 2 atores e 4 membros do elenco.

4. Metodologia de avaliação e mensuração dos resultados:

Os indicadores de desempenho (KPIs) são fundamentais para avaliar o sucesso do programa. Os principais KPIs utilizados incluem:

a) Taxa de Retenção de Colaboradores: Mede o percentual de colaboradores que permanecem na empresa após participar do programa. Uma alta taxa de retenção indica que o programa está conseguindo engajar e reter talentos.

b) Satisfação do Colaborador: Avaliada por meio de conversas e feedbacks, várias dimensões, como ambiente de trabalho, desenvolvimento profissional, e relacionamento com a liderança. Hoje, todos os líderes vieram de promoção interna.

c) Qualidade de atendimento ao cliente: avaliado por meio de feedbacks específicos sobre o atendimento. Indicadores como tempo de resposta, resolução de problemas e comportamento dos colaboradores são monitorados. Também se observam postagens de clientes relatando a experiência com os restaurantes da Hector. A Hector possui um NPS de 97% e nota máxima no Trip Advisor com o Prêmio Travellers Choice 2023.

d) Engajamento e Motivação: medido por meio de indicadores de engajamento, como participação em atividades voluntárias, eventos internos, e contribuições para melhorias de processos.

5. Resultados e avaliação do case:

O Colaborador Mágico, da Hector, traz, é um programa que, por sua proposta inédita, é em primeiro lugar muito atrativo. Em cada edição, uma média de 500 pessoas se tornam interessadas em participar.

Trata-se de um evento que, em primeiro lugar, gera conhecimento, forma pessoas,



e contribui para o futuro dos profissionais que vêm trabalhar com a Hector. Aproximadamente 15% a 20% das pessoas são absorvidas em um período de até 6 meses do evento, e mais de 50% permanecem até hoje com a Hector, como pode ser percebido pelos depoimentos a seguir:

“As interações em grupo, a receptividade, a energia dos integrantes e alguns discos de sabores na hora do lanche fazem da experiência um momento incrível. A proposta de um processo seletivo inovador, descontraído e informativo instiga o interesse. Hoje, como integrante, posso afirmar que a entrega do grupo para trazer um atendimento único e de qualidade é praticada diariamente.”

Andriéli de Miranda da Silva, Monitora e Duende na Escola de Magia Ônira

“A primeira vez que entrei na Hector foi nesse evento, e só o ambiente, já achei incrível. Ouvir a história e todo o storytelling bem estruturado foi encantador. Sou garçonzete junior e é muito bom poder contar um pouco sobre a Hector todos os dias para as pessoas novas que chegam e fazer parte das memórias mágicas que elas levam.”

Josiele, Garçonzete Junior

“Soube do Colaborador Mágico ao tentar deixar um currículo na pizzaria. Faz dois anos, eu estava em busca do meu primeiro emprego, sem nenhuma experiência anterior. O evento em si foi importante como um primeiro contato com um universo que não conhecia. Eles levam os personagens e a temática ao workshop para participarmos da experiência enquanto a história deles é contada. Podemos vivenciar o que faremos parte, e isso conta muito na decisão. A adaptação quando entramos se torna mais fácil porque já sabemos o que o lugar é. Como entrei sem nenhuma experiência ou conhecimento prévio, isso demonstra o número de oportunidades que eles dão às pessoas, a paciência que têm para ensinar e acreditar nelas.”

Emily Luna, do Grupo de Treinadores (Padrinhos) do Colaborador Mágico



“Sou suspeita para falar sobre essa incrível iniciativa do Colaborador Mágico que a Hector propõe. A importância desse projeto dá às pessoas a possibilidade e motivação para mostrarem suas capacidades e sonhos artísticos, independentemente da função designada. Confesso que, ao participar, foi tudo muito encantador, assim como é até hoje.”

Dayonara Santos, Garçonete Junior

“Eu achei incrível a iniciativa de entrar por um programa tão legal, por um workshop que você aprende muito, diferente de uma entrevista de emprego comum. Foi muito motivador e mágico. Amo fazer parte da equipe e com certeza estou aprendendo muito com a Hector.”

Alexia Jenkins, Garçonete Júnior

O programa Colaborador Mágico materializa a estratégia da Hector de trazer, de forma sólida o conceito de entretenimento multiforme. E nesse sentido, pode-se dizer que a Hector está tendo muito sucesso, tanto na Hector Pizzaria, quanto na Hector Hamburgueria: a pizzaria temática é notícia no Brasil inteiro, senão além. E a Hector Hamburgueria opera em um patamar de ticket médio que é maior que o dobro do das hamburguerias brasileiras. E com muitos planos para o futuro: o momento que este universo de marca se tornar ainda mais sólido e apresentar maior diversidade, teremos então algo bem maior do que estabelecimentos no centro turístico do sul do país. E tudo isso muito por causa da entrega e da capacidade do colaborador em gerar uma entrega mágica.

No que diz respeito à Hector Pizzaria, muitas de suas iniciativas vêm obtendo indicadores de muito sucesso: a história em quadrinhos ‘Ônyra e os discos de sabor’, por exemplo, já tem mais de 16 mil exemplares vendidos, um



resultado que evidencia que a proposta de conteúdo da Hector, além de anteceder a existência da pizzaria, ultrapassa sua própria existência, e ganha vida como um conteúdo permanente na casa de pessoas de todo o Brasil — retroalimentando um fluxo de storytelling essencial para o crescimento da marca. Para se ter uma ideia desta dimensão, revistas de HQ da Marvel se tornam best seller vendendo 3 mil exemplares. E seu crescimento também se deve à capacidade do colaborador da Hector de reproduzir, nos restaurantes, toda essa ambientação temática da história em quadrinhos.

Ao mesmo tempo, a Hector Pizzaria vem ganhando destaque na imprensa regional e nacional.

Além da presença na imprensa, é constante a Hector Pizzaria estar em emissoras de TV que vêm filmar seu conteúdo e sua experiência inovadora.



promovida pelo

colaborador mágico. Somando-se a isso, influencers como Carlinhos Maia, Roberto Justus, Virgínia, e outros, são presenças constantes na Hector Pizzaria, demandando dos gestores da marca a oportunidade para que possam estar ali. A Hector acredita em uma criação de conteúdo on-life, em que utiliza multiplataformas para contar suas histórias, mas também oferece ambientes e momentos perfeitos para que os próprios clientes se tornem produtores de conteúdo com o storytelling da marca, resultando em uma estratégia de indicação e presença digital através da produção de conteúdo físico.

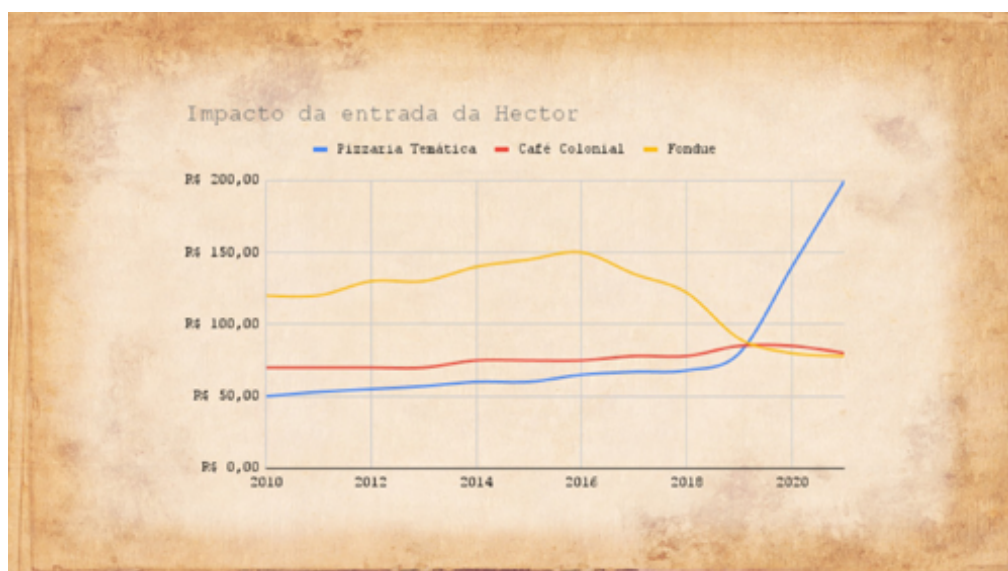
Pode-se dizer, ao mesmo tempo, que a Hector Pizzaria se constitui em um sucesso contínuo, que vem desde o início de sua existência. Na Hector Pizzaria, existe fila na porta todos os dias, e inclusive, durante a pandemia, o restaurante



fazia de 10 a 12 horas de filas na porta — o que inclusive ensinou a marca a gerenciar filas, vendendo MagicPass de rodízio de forma antecipada e com horário marcado.

A Hector Pizzaria tem, hoje, um ticket médio crescente. E que vem até mesmo influenciando o ticket médio de todo o mercado

Na época de sua inauguração, o mercado trabalhava a um ticket médio de R\$ 90,00, e hoje ele é de mais de R\$ 200,00, pelo fato da Hector Pizzaria ter levantado a barra a um outro patamar.



Já a Hector Hamburgueria é um ambiente temático imersivo, com elementos produzidos pela Hector Studios que remetem, com bastante fidedignidade, a brinquedos da Disney — tanto é que muitas pessoas comentam em redes sociais que realmente parece como a Disney. Destaca o sucesso da estratégia de storytelling criada pela marca para o lançamento da Hector Hamburgueria, capaz de ser executada através de pessoas trazidas pelo programa Colaborador Mágico.

Ao ter a criatividade para expandir uma história que já existia, a de Hector Dragão — uma história que conduz à existência e à operação do primeiro empreendimento da Hector, a Hector Pizzaria —, a marca concebe não apenas uma segunda grande história, mas a base para o crescimento dela própria.



Decorrente da estratégia de conteúdo baseada no chamariz “O Hector sumiu” e na narrativa “Hector e a Ferrovia Secreta”, quando a Hamburgueria foi lançada, em primeiro de outubro de 2022, havia 7 mil pessoas que assistiram o filme e se cadastraram para comprar ingresso para a experiência.

Dessas, 4 mil entraram em acesso simultâneo, no primeiro minuto, e derrubaram o servidor de vendas da Amazon. Nos 20 minutos seguintes, quando o servidor voltou a funcionar, a Hector Hamburgueria fechou mil vendas. Com isso, os clientes lotaram a casa em todo o primeiro mês, decorrente de uma estratégia exclusiva de produção de conteúdo. Os 1.000 bilhetes que a Hector Hamburgueria vendeu, antes mesmo de abrir, geraram um faturamento de mais de 100 mil reais nos primeiros 20 minutos. Ao abrir as vendas, os primeiros 20 dias de vendas antecipadas garantiram 4 meses de seções lotadas todos os dias.

E a estratégia de conteúdo da Hector Hamburgueria rendeu prêmio no maior evento de marketing digital da América Latina, o Prêmio 6 em 7, que é concedido a empresas que conseguem atingir faturamento de seis dígitos em até sete dias. A Hector Hamburgueria Temática atingiu a marca em apenas um dia, faturando os primeiros R\$ 100 mil em 40 minutos de abertura para o público.

E o mais legal de tudo: a Hector Hamburgueria conseguiu mudar a forma das pessoas consumirem hambúrguer. Na Hector, elas compram antecipado uma experiência, pagando R\$ 119,00 ou R\$ 169,00. E, como a Hector vende antecipado, isso garante um ticket ainda antes. E um ticket, diga-se de passagem, bem mais alto que as demais hamburguerias do Brasil.

No Cabana's Burguer, hamburgueria referência em São Paulo, por exemplo, o ticket médio é de R\$ 75,00. O da Hector Hamburgueria era, no lançamento, R\$ 140,00, e hoje é R\$ 160,00.

Ou seja, a Hector Hamburgueria mais que dobrou o ticket médio de hambúrguer no Brasil, mantendo o desejo pela marca desde o primeiro mês.



6. Conclusão e Futuras Ações:

O programa Colaborador Mágico da Hector demonstra ser uma estratégia inovadora e eficaz para transformar colaboradores em embaixadores apaixonados pela marca. Ao longo de sua implementação, o programa não apenas atrai e retém talentos em um mercado de trabalho competitivo, mas também promove um ambiente de trabalho harmonioso e produtivo. Através de um treinamento intensivo e contínuo, focado na criação de experiências mágicas e memoráveis para os clientes, a Hector eleva o nível de serviço prestado e fortalece os laços emocionais entre a marca e seus clientes.

A cidade de Gramado, com seu cenário de pleno emprego e crescente demanda por experiências temáticas, proporciona um terreno fértil para o desenvolvimento e sucesso do programa. A Hector, aproveitando essa oportunidade, estabelece um padrão elevado de atendimento e inovação no setor de gastronomia temática. Os depoimentos dos colaboradores e os resultados obtidos, como a alta taxa de retenção e a satisfação dos clientes, testemunham o impacto positivo do programa.

Através do Colaborador Mágico, a Hector capacita seus colaboradores a atuarem como personagens em um grande espetáculo e cria uma cultura organizacional que valoriza o engajamento, a excelência e a felicidade ao longo da jornada de trabalho. Essa abordagem contribui para o crescimento sustentável da marca, consolidando sua posição como referência em experiências gastronômicas temáticas no Brasil.

Os sucessos alcançados pela Hector Pizzaria e pela Hector Hamburgueria comprovam o impacto positivo do programa. A capacidade de gerar filas constantes, mesmo durante períodos desafiadores como a pandemia, e o aumento significativo no ticket médio dos restaurantes refletem a eficácia do Colaborador Mágico em criar uma experiência de marca única e envolvente. Além disso, a venda antecipada de ingressos e a estratégia de conteúdo inovadora destacam a habilidade da Hector em integrar storytelling e experiência do cliente de forma magistral.



O programa Colaborador Mágico é um exemplo inspirador de como investir no desenvolvimento e na felicidade dos colaboradores resulta em benefícios significativos para a marca, os clientes e a comunidade. A Hector, ao transformar colaboradores em embaixadores da marca, eleva a qualidade do atendimento e cria uma comunidade de seguidores leais e apaixonados, garantindo o sucesso contínuo de seus empreendimentos temáticos. E garantindo que continuará implementando esta ação nos próximos anos, em uma continuidade fundamental para o crescimento tanto da Hector quanto das pessoas.

7. Bibliografia:

CHIAVENATO, Idalberto. Gestão de Pessoas: o novo papel dos recursos humanos nas organizações. Editora Manole, 4a ed., 2014.

COCKERELL, Lee. Criando magia: 10 estratégias de liderança desenvolvidas ao longo de uma vida na Disney. Editora Benvirá, 1a ed., 2016.

GRINBERG, Cassio. Desaprenda: como se abrir para o novo pode nos levar mais longe. Belas Letras, 2019.

HANLON, Patrick. Primalbranding: Create Zealots for Your Brand, Your Company, and Your Future. Free Press, 2011.

SINEK, Simon. Comece pelo porquê. Sextante, 2009.

8. Informações dos autores:

William Weber — CEO da marca Hector Dragão, especialista em experiências, fundou o 1º coworking do RS, escreveu “10 Passos Mágicos para o Sucesso”, e criou a Onda da Experiência.