

Hotéis

editora
EJOTA

ano
16

A Referência no setor | www.revistahoteis.com.br

Ano XVI | Nº 170 | Junho 2017

Ano 16 - Edição 170 - Junho 2017 - Editora Ejota - Revista Hotéis - A referência no setor



TRANSAMERICA
PRIME

CHEGA A
RIBEIRÃO PRETO

TRANSAMERICA HOTEL

Vila Boim
Center

ENTREVISTA:
Francisco Calvo
CEO da Hplus Hotelaria

O impacto da arquitetura
na experiência do
hóspede

Hot Beach, o novo
e moderno parque aquático
de Olímpia entra em operação

O impacto da arquitetura na experiência do hóspede

Considerando a mudança cada vez mais rápida nos gostos dos clientes, arquitetos listam as tendências em design de interiores e arquitetura para os próximos anos

A publicidade pode ser a peça chave para destacar um produto ou serviço no mercado, mas ela não está sozinha. O que está sendo vendido ao cliente também deve estar compatível com a propaganda, e a aparência é item primordial no primeiro contato. No âmbito da hotelaria, um dos grandes responsáveis pelas primeiras impressões do cliente é sua

arquitetura e decoração, conjunto que pode traduzir o que ele espera vivenciar naquele lugar. Um projeto arquitetônico pode exprimir os conceitos e premissas do hotel, que pode ser moderno, tecnológico, clássico, sóbrio ou descontraído. Sendo assim, um projeto de arquitetura proporciona uma imersão do hóspede no destino e precisa trazer experiências novas e boas sensações.

Nas mais variadas experiências, sejam a lazer ou trabalho, as novas gerações buscam inovação, criatividade e versatilidade. E este é o maior desafio do projeto de arquitetura: ir de encontro com as novas necessidades de um público que está em constante mudança. Aliar os serviços do hotel à sua estrutura é um dos desafios para fidelizar os hóspedes.

Para a arquiteta Consuelo Jorge, responsável pelo design de hotéis de grandes bandeiras e redes como Pullman,

No projeto de Thomas Michaelis para o Novotel Porto Atlântico (RJ), a madeira e tons pastéis foram protagonistas



Mercure e ibis da AccorHotels, Blue Tree, Transamérica, dentre outros, o projeto precisa ser personalizado, versátil e leve para se adaptar aos desejos desta nova geração. “Os materiais, as cores e o design do projeto deverão acompanhar a forma que as pessoas se comportam. Os espaços estão mais integrados e menos segmentados. A tecnologia e interatividade precisam fazer parte deste conceito, ao mesmo tempo, o design precisa ser funcional e prático para atender um hóspede que não quer perder tempo e quer aproveitar ao máximo a sua estadia. Os móveis desenvolvidos deverão ser multiuso. Não existe mais aquela divisão de lobby, bar, restaurante, mesa de trabalho. Tudo está integrado e conectado. A marcenaria deverá ser menos rígida, mais flexível e mais sensorial. Ao mesmo tempo, as peças precisarão ter muita personalidade para causar impactos e sensações surpreendentes. Móveis com muito excesso de detalhes tenderão a ser substituídos por peças simples e funcionais, o menos é mais”, argumentou.

Do padrão à experiência

Comparando com o mundo da moda, a arquitetura e design de interiores na hotelaria também têm suas tendências e mudanças ao longo do tempo. O que estava em alta há poucos anos, hoje, já não se usa mais – em termos de cor, textura e até tamanho. De acordo com Eduardo Manzano, proprietário do EMDA Studio e com experiência em projetos para hotelaria, nos últimos dez anos aconteceu uma verdadeira revolução na arquitetura hoteleira, principalmente no que diz respeito a interiores e experiência. “Temos a percepção que o que tínhamos em 2007 era um outro tipo de projeto. Existia uma verdadeira obsessão pela padronização, as redes investiam pesado nas surradas fórmulas dos hotéis mid-scale como solu-

ção, e o estilo Clean migrava da hotelaria Upscale para esta categoria, passando a ser o modelo a ser seguido. Linhas, retas, cantos vivos, madeiras claras, carpetes neutros, todas as tonalidades de bege ou cinza claro possíveis, com o uso da cor “Fendi” à exaustão, que viria a seguir”, comentou.

Contudo, Manzano conta que o que funcionava nos projetos mais sofisticados, com cores neutras e claras, tornou-se uma caricatura de despojamento nas categorias mais baixas, tornando os hotéis em elementos sem personalidade, principalmente no Brasil.

“De lá para cá muita coisa mudou. A hotelaria Life Style, principalmente com os hotéis W, mostrou que o que Philippe Starck havia preconizado na virada dos anos 2000 em Miami e New York em seus projetos, provou que era possível acompanhar a evolução dos gostos pessoais das pessoas”, explicou o arquiteto.

Os hotéis passaram a ter elementos mais lúdicos, cheios de cores e formas, com peças remetendo à decoração de infância, com peças que provavelmente estavam na memória afetiva. O hotel estava mais próximo do que se tinha em casa do que em um quarto asséptico, sem personalidade. Além disso, o regionalismo passou a ter importância vital no sucesso do empreendimento: um hotel em Singapura teria elementos que remetem à cultura local, da mesma forma que um hotel em Atlanta ou Recife. “Pertencer a um lugar” passou a ter o mesmo peso do que ‘Remeter a uma marca’ e isto fez total diferença. A perfeita Guest Experience passou a ser o Santo Graal da hotelaria. Não por acaso, o Indigo Lower East Side, de New York, foi eleito o melhor hotel de 2016, concorrendo com gigantes de luxo orientais e europeus.

Mesmo sendo de uma grande companhia americana, a IHG, este hotel traduz com brilhantismo o que

*Reserve este
conforto para
seus hóspedes*



Sempre em sintonia com as tendências internacionais, a COMBINATTA aposta no design aliado ao conforto, desenvolvendo peças inteligentes que decoram e ao mesmo tempo são aconchegantes. Afinal conforto e qualidade de vida para o seu hóspede são fundamentais.



COMBINATTA

HOME DESIGN

ALMOFADAS | CORTINAS | MANTAS | FUTONS
PUFES | ESPREGUIÇADEIRAS

(11) 2201-0707 | (11) 2201-2927
www.combinatta.com.br

Eduardo Manzano –
 “A hotelaria Life Style
 provou que era possível
 acompanhar a evolução
 dos gostos pessoais das
 pessoas”



se espera de um hotel Life Style moderno. Além do mais, a disputa por pontos e comentários positivos nas OTA - Online Travel Agencies acirrou mais ainda a disputa pela boa experiência dos hóspedes e o preço também passou a ser mais um componente nesta briga. Até surgirem os novos Hostels e Airbnb. A chamada geração Y, que é como chamamos os nascidos entre 1982 e 1994, passou a ditar o comportamento e expor suas necessidades para o mundo”, opinou Manzano.

Já a geração Millenials, conectada em gadgets eletrônicos, passaram a viajar muito mais do que as gerações anteriores e necessitavam de espaços de acordo com seus anseios e vontades. Assim, a demanda pelo trinômio Design-Experiência-Conectividade foi imensurável. Por ser um público extremamente conectado e alinhado com as tendências de moda e costumes, a experiência do hóspede superou todos os tipos de “produto” a que um hotel teria de oferecer. Agora não mais uma marca de hospedagem era importante e sim quais tipos de sensações (e as tais experiências) deveriam ser proporcionadas ao usuário. “Os Hostels, que tem em sua gênese os tradicionais



Thomas Michaelis “É importante conhecer todas as premissas pertinentes ao projeto como: parâmetros legais, urbanísticos e topográficos”

Albergues da Juventude, numa faixa de público mais jovem e o Airbnb, um interessante modelo de negócios de hospedagem compartilhada atendendo níveis mais elevados, provaram que a Hotelaria Convencional estaria fadada a perder relevância como opção de hospedagem”, acredita Manzano.

Segundo ele, todas as redes hoteleiras, sem exceção, tiveram que adaptar seus produtos, desde o econômico até a categoria Super-Luxo e novas redes como CitizenM e Room Mate passaram a estar entre as mais desejadas pelos usuários. A primeira, com quartos muito pequenos, mas com mobiliário Vitra e tecnologia 100% atrelada à experiência e a segunda com hotéis com “personalidade” própria e nomes de pessoas comuns. “Ambas estiveram “namorando” o Brasil para colocar seus hotéis. A pergunta que fica é o que a próxima geração espera. Há uma corrente que aponta que as próximas gerações serão conservadoras e soluções coloridas e cool serão substituídas por um desenho mais ligado à natureza, com formas orgânicas e produtos naturais em seu acabamento, mantendo, muitas vezes, o aspecto de ‘casa atual’”, mencionou.

Ele destaca que com a marca Jo & Joe, a AccorHotels mostra uma nova e ousada configuração da mesma forma que as formas orgânicas e plásticas de Karim Rachid em diversos de seus projetos. “Na hotelaria Upscale e de Luxo acredito que as grandes assinaturas, como Armani e Bulgari, talvez percam sua força, cujo auge se deu com a inauguração do Armani Dubai, embora tenham muita aderência a um público mais sênior e fiel às grifes e as grandes redes como Four Seasons se adaptarão aos novos tempos de mercado. Pessoalmente tenho uma certa preocupação com a overdose de hotelaria para Millenials, dado que a operação foi colocada de lado e muitos hotéis têm problemas de limpeza e manutenção e substituição de peças de mobiliário, que eram únicas em sua implantação, e que o mercado não mais as oferece”, alertou o arquiteto. A Combinatta, por exemplo, é fabricante de almofadas, cortinas (inclusive com repelente), mantas, futons, pufes e almofadas para área externa. A empresa

shaw hospitality

Ative o seu espaço.

VIGOR FIELD + ASCENT FIELD

Rua Tabapuã 841, Cj. 21 Itaim Bibi
São Paulo, SP 04533-000 Tel: 11 3071 1702
SHAWCONTRACT.COM / @SHAWCONTRACTBRASIL

shaw contract®

busca estar em sintonia com as tendências internacionais de design aliada ao conforto com peças inteligentes que decoram e ao mesmo tempo são aconchegantes.

Para Manzano, o desafio é fazer um projeto que ao mesmo tempo seja viável economicamente, proporcione a Guest Experience desejada e que a modernização ocorra sem muitos traumas. Cabe ao arquiteto e ao designer, mais do que nunca, entender ao mesmo tempo da especificação correta de produtos e da operação hoteleira. “Falando em entender o mercado e a demanda, a população está vivendo mais tempo e os antigos “idosos” viajam cada vez mais, demonstrando energia e disposição para viagens a todos os lugares. Se todos os hotéis estiverem

configurados para um determinado nicho, como ficam estes turistas? Será que eles conseguirão manipular todos os componentes de automação de um quarto? O quanto os hotéis serão friendly para estas pessoas, lembrando que daqui há alguns anos haverá mais pessoas acima dos 60 anos no Brasil?”, questionou Eduardo Manzano.

Escolha dos profissionais

Para a realização de um empreendimento hoteleiro, a escolha dos profissionais de projeto é de suma importância, a começar por escolher um arquiteto que tenha conhecimento em projetos de hotel, bem como na escolha de toda equipe de projetistas que serão responsáveis pelo bom funcionamento técnico do empreendimento, como ar condicionado, água quente e serviços gerais do hotel, o que também faz parte da experiência positiva do hóspede.

É o que acredita Thomas Michaelis, arquiteto com mais de 120 projetos em seu portfólio e responsável pelo primeiro Formule 1 no Brasil. Segundo ele, para iniciar a elaboração do projeto de arquitetura é necessário saber qual o público alvo do projeto. “Por exemplo, um hotel de luxo tem exigências de programa diferentes de um hotel econômico. É importante também conhecer todas as premissas pertinentes ao projeto como: parâmetros legais, urbanísticos e topográficos”, explicou. Ainda segundo Thomas, a operadora tem demandas técnicas, de programa e áreas de acordo com o número de quartos e categorização do produto que precisam ser seguidas. O número de unidades por andar e a relação entre área construída total e o número total de quartos são fatores de extrema importância logo no início do projeto, buscando maior eficiência e economia na construção.

De acordo com Michaelis, os hóspedes pouco devem perceber a movimentação dos colaboradores nos bastidores de um hotel. No projeto de arquitetura os fluxos e os acessos para áreas de manutenção e serviços precisam estar devidamente

Moema Wertheimer
– “Cultura, tradições
e hábitos locais são
relevantes para a ambi-
entação e experiência
dos hóspedes”



organizados para permitir maior fluidez e eficiência nas tarefas que acontecem 24 horas por dia todos os dias da semana. “Logo no início de sua conceituação, o projeto de arquitetura precisa contemplar todos os espaços necessários para receber a demanda técnica do hotel, que comportam uma série de equipamentos necessários para seu funcionamento, como caldeiras, ventiladores e bombas hidráulicas entre outras coisas. Além de todos esses quesitos, existe um apelo estético da edificação tanto externamente quanto internamente, criando espaços internos que irão receber o projeto de interiores”, explicou. Para tal, uma das empresas que atendem este mercado em todo o território nacional é a Rossmark Móveis, que produz móveis de alta qualidade aprovados pelas grandes redes hoteleiras. Trabalhando em conjunto com diversos arquitetos e designers e com 90 anos de experiência na fabricação de móveis, a Rossmark é uma referência no mercado nacional.

Tecnologia e integração

Oferecendo soluções que facilitem e agilizem os processos de hospedagem, do check in até o check out, a tecnologia é um dos grandes aliados do projeto arquitetônico para este segmento. As ferramentas auxiliam na administração hoteleira e na oferta de serviços, impactando no design do empreendimento e nos espaços projetados. Uma das tendências na evolução do conceito dos espaços é a não diferenciação entre áreas de lazer e trabalho, que quase se fundem, podendo ocorrer simultaneamente sem distinções: ou seja, um empresário pode estar em um SPA estudando algum artigo ou em um balcão de bar tomando um drink e respondendo seus e-mails.

Novos comportamentos demandam soluções que ofereçam desde integração a pocket places, espaços de trabalhos individuais ou dedicados a pequenos grupos, mais ou menos reservados, mas não isolados; sempre com conectividade abundante além da possibilidade de interagir com os

Qualidade que seu hotel exige.

Fabricando móveis desde 1928, a Rossmark é a escolha certa para o seu hotel, pousada ou resort. Com mão de obra própria e especializada garantimos a melhor qualidade para seus móveis.

ROSSMARK
móveis
www.rossmark.com.br | [f](#) /rossmarkmoveis

diferentes meios de comunicação. “Os serviços precisam ir bem além de oferecer um bom local para dormir e tomar banho, devem ser diferenciados e exclusivos como forma de atrair hóspedes e destacar-se perante a concorrência fidelizando o cliente. A valorização do design pode ser uma ferramenta de transformação nos espaços hoteleiros. Experiências sensoriais, tecnologia, informação e boa arquitetura fazem toda diferença”, explicou Moema Wertheimer, arquiteta também especializada no setor hoteleiro.

Para ela, questões como a cultura, tradições e hábitos locais são relevantes para a ambientação e experiência dos hóspedes. Aproveitar a vista de um terraço de cobertura ou uma condição local particular para criar um restaurante, SPA ou outro espaço diferenciado e especial, proporcionando uma experiência única, tende a atrair e reter hóspedes e clientes por mais tempo dentro do hotel, o que por sua vez, otimiza os ganhos em A&B. Criatividade e resiliência na ambientação podem garantir flexibilidade para adaptações rápidas, de modo a garantir atividades com compartilhamento e individualidade, bem como as de integração e/ou convivência.

Mobiliário Projetizado

Para que atenda as necessidades do hóspede e garanta a identidade pretendida, o projeto hoteleiro também precisa estudar a decoração e mobília. A empresa Universo Móveis desenvolve móveis residenciais com armação tubulares e hoje, com sede no Distrito Industrial de Alvorada, no estado do Rio Grande do Sul, dispõe de uma estrutura com mais de 100 mil m² de área e foca na execução de mobiliário corporativo projetizado (adapted case), desenvolvendo soluções exclusivas e integrais, visando consolidar a imagem do cliente através de seus produtos, tanto trabalhos de Marcenaria quanto de Metalurgia.

A companhia também fornece portas PRF30 (Resistentes a fogo por 30 minutos/Isolamento acústico 32dB), bem como os mobiliários para quartos e áreas comuns, portas comuns e de banheiros. A empresa já forneceu para diversas redes de hotéis, entre elas: AccorHotels, Atlântica, Bourbon, Sheraton, Intercity e entre outras há mais de 15 anos. Obras em Aracruz – ES (Rouge); Recife – SP (Rouge); Foz do Iguaçu – PR (Budget); Birigui – SP (Styles) para rede Accor e uma da Rede Bourbon na Ciudad Del Leste – Paraguai, são alguns cases da empresa. ■



Projeto do ibis Styles
Ribeirão Preto, por
Moema Wertheimer