

# Hotéis

editora  
EJOTA

A Referência no setor | [www.revistahoteis.com.br](http://www.revistahoteis.com.br)

Ano XVII | Nº 188 | Dezembro 2018

## Padrão Argil implantou Hotel Promenade Soho Campos

ENTREVISTA:  
Héber Garrido  
Diretor de experiência,  
marketing e vendas da Aviva

Segmento hoteleiro  
apresenta fortes sinais  
de recuperação

Hotel Fasano Belo  
Horizonte entrou em  
operação

## Os Millennials envelheceram... E agora?!?!?!?

Artigo de Eduardo Manzano\*

Passada a overdose mundial de projetos para Millennials, principalmente no Brasil, com a criação da Jabuticaba da Hospitalidade Mundial (Definição brilhante feita pelo Julio Gavinho para o momento da Arquitetura de Hospitalidade nacional), cabe nos perguntar o famoso “e agora, o que vou fazer com todos os meus projetos de hotéis descolados?”. A resposta é: “Calma”...

Num momento em que a hotelaria no Brasil encolheu consideravelmente, ao contrário de muitos de nossos vizinhos, como entender a ‘Guest Experience’ para as próximas gerações e, o que é pior, como entender a posição do hóspede mais maduro num cenário de que daqui a poucos anos teremos mais pessoas na faixa acima dos 50 anos do que abaixo?

A EMDAStudio, desde 2016, vem monitorando as tendências de comportamento do hóspede e, nos próximos dias, completará uma radiografia deste na Geração Z, principalmente no Brasil. Posso até dar alguns “spoilers”, para aliviar a curiosidade dos amigos leitores.

As duas mais importantes, a meu ver, estão no comportamento dele:

— O hóspede da Geração Z não dá a mínima para marcas. Para ele, o trinômio custo+benefício+exclusividade é imperativo. Ele comanda o seu comportamento e suas atitudes futuras.

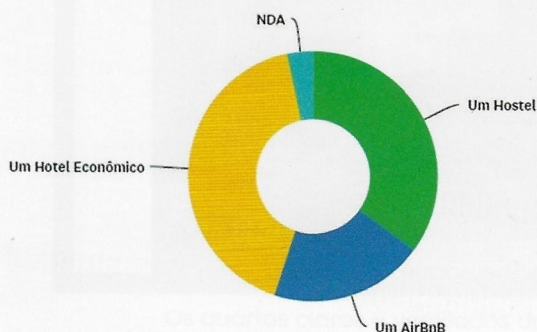
— O hóspede da Geração Z é conservador. O neoconservadorismo que se apresenta não tem nada a ver com o momento político nosso e sim num resgate a valores que seus pais abominavam quando tinham a mesma idade.

Ele prefere um bom papo regado a gin ou vinho do que ir a uma balada de 12 horas.

Quando fizemos nossa primeira pesquisa, com meus alunos, com idades entre 22 e 30 anos, do Instituto Europeo de Design e da Universidade Roberto Miranda, e evidentemente com seus contatos nas redes sociais, tivemos um indicativo claro do que estava por vir.

Perguntados “Com Poucos Recursos, Você Ficaria Em Um:”

A resposta foi a seguinte:



Ou seja, 41,67% ficaria no bom e velho Hotel Econômico, contra 35% do Hostel e 20% do Airbnb.

Na mesma pesquisa, entre um cardápio de itens disruptivos como Instrumentos Musicais ou Vídeo Games, a pesquisa colocou os itens mais conservadores como Café da Manhã e Bar no topo da lista e os componentes mais “diferentes” nas linhas mais inferiores.

O hóspede das novas gerações, quer seja a Z (de 1995 a 2009) ou a Alfa (Após 2010) é a grande incógnita do mercado.

Em setembro na Bondiseño Hotel no Panamá, fiz esta pergunta para o arquiteto Tom Ito, Principal de Lifestyle da Gensler em Los Angeles e nem ele souber responder ao certo o que a Gensler Research havia descoberto pois este comportamento é extremamente amórfico e o mercado não está acostumado aos “sem marca”.

No entanto uma coisa é certa, a exclusividade é a tônica de qualquer negócio hoje. Customizar é a palavra de ordem e as grandes marcas de roupas veem nos brechós um grande concorrente. Com a hotelaria não será diferente.

Percebam que existe uma contradição nisso. Se as novas gerações são conservadoras, por que os hotéis de redes convencionais não os atenderiam?

Porque a atitude é conservadora ao contrário de seus anseios de posicionamento no mercado.

Empreendimentos como o Selina, ou ainda os demais híbridos Hotel-Hostel ocuparão o espaço antes dominado pelas grandes e tentaculares redes, mesmo com suas experiências de uma hotelaria mais disruptiva.

Numa próxima oportunidade vamos falar do outro lado. Do envelhecimento do hóspede e no que se está fazendo para atender este público importantíssimo para o mercado.

Quanto à pergunta do começo do texto, acho que deverá haver uma acomodação e pouco a pouco as redes enxugarão os excessos cometidos, focando mais no investimento na experiência do hóspede e na exclusividade e menos na imposição do Design pelo estético gratuito...

\***Eduardo Manzano** é um renomado profissional da arquitetura com vivência e experiência em grandes escritórios de arquitetura mundial. Atualmente é CEO /Design do escritório de arquitetura EM/DA

**Contato:**

eduardo.manzano@emdastudio.com