A HOTELARIA DE LIFESTYLE COMO PRINCÍPIO DA EXPERIÊNCIA: Um estudo de caso em Hotéis Lifestyle de João Pessoa-PB, Brasil

Idizário Alves Dantas[1]
Adriana Brambilla[2]
Felipe Gomes do Nascimento[3]

RESUMO

A hotelaria atua em conjunto com o turismo, oferecendo repouso, serviços de bem-estar e pacote de viagens para os clientes que desejam conhecer outros destinos turísticos. Ademais, atualmente os turistas apresentam diversas características, o que implica novos desafios para os hotéis que precisam estar atentos às novas necessidades e desejos. Neste contexto, o conceito de *Lifestyle* passa a ser inserido na hotelaria, como novo segmento de hospedagem, no qual une-se ao estilo de vida dos clientes, oferecendo uma arquitetura minimalista e que se inspira no universo dos hotéis boutique. Sendo assim, este estudo teve como objetivo geral analisar experiências de hotéis no segmento de *Lifestyle*, localizado em João Pessoa – PB. Em razão disso, a presente pesquisa justifica-se pela relevância de dialogar com a temática de *Lifestyle* na hotelaria, como forma de entender as estratégias de experiências do segmento e no cuidado de cada hóspede. O estudo é de natureza qualitativa, de caráter descritivo e exploratório, caracterizado como estudo de caso. A coleta de dados realizou-se por meio de entrevistas com dois gestores de *marketing* de empreendimentos hoteleiros no segmento Lifestyle, localizados em João Pessoa-PB. Os resultados demonstram que o estabelecimento Hotel de *Lifestyle* 1 (HL1) foca no estilo de vida luxuoso e de exclusividade, sem apresentar o *Lifestyle* com serviços diferenciados, mas, sim, com padronização dos serviços de acordo com o valor aplicado. Enquanto o empreendimento Hotel de *Lifestyle 2* (HL2) apresenta o *Lifestyle* por meio do estilo de vida dos hóspedes, *feedbacks*, experiências personalizadas e diferentes valores nos produtos ou serviços da estadia. Com isso, o HL2 atua com o conceito do *Lifestyle* de forma coesa, por meio da experiência e *feedbacks*. Portanto, para os trabalhos futuros, indica-se a análise da satisfação dos hóspedes em empreendimentos hoteleiros de *Lifestyle* e dos tradicionais, como forma de entender os avanços entre a concorrência.

Palavras-chave: Hotelaria; Lifestyle; Experiência; Estudo de caso.

[1] Graduado em Hotelaria pela Universidade Federal da Paraíba. idizariod@gmail.com. Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

[2] Doutora em Estudos Culturais pela Universidade de Aveiro, Portugal. adrianabrambillaa@yahoo.com.br. Docente da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Membro do Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET).

[3] Doutor em Turismo (PPGTUR/UFRN). felipe.nascimento@ies.unespar.edu.br. Docente na Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR). Membro do Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET).