



FOTOS: DIVULGAÇÃO

Benoît-Etienne
Domenget, CEO do
Grupo Sommet

A NOVA HOSPITALIDADE

CEO DE ESCOLAS SUÍÇAS DE HOTELARIA DE ALTO PADRÃO DIZ QUE A EXPERIÊNCIA COM LUXO ESTÁ MUDANDO E AIRBNB FEZ BEM PARA OS HOTÉIS

Tradicional e com poucas mudanças, o setor de hotelaria passou por uma aceleração nos últimos 20 anos, com a consolidação de novos mercados na Ásia, Oriente Médio, Leste da Europa, Estados Unidos e América do Sul. Além disso, as novas tecnologias obrigaram o setor a se reinventar, o que não deixa de ser uma boa notícia. Essas são as conclusões do francês Benoît-Etienne Domenget, CEO do Grupo Sommet, responsável por duas das mais importantes escolas de hotelaria do mundo, a Glion e a Les Roches, ambas com sede na Suíça.

Fundada em 1962, a Glion tem 1,6 mil alunos de 96 nacionalidades em três unidades – Montreux e Bulle, na Suíça, e Londres. A Les Roches, com 1,5 mil alunos, 97% deles estrangeiros,

foi estabelecida em 1954 e têm cinco unidades – a sede em Bluche, Marbella (Espanha), Chicago (EUA), Xangai (China) e Amã (Jordânia). Trezentos brasileiros frequentam as duas instituições, que oferecem graduação, pós-graduação e MBAs. Elas são especializadas em gestão de hotelaria, com visão de negócios, marketing, finanças e serviços que se expandem para áreas como o mercado de luxo, restaurantes, companhias aéreas e shoppings. Domenget diz que as escolas funcionam em sintonia com as grandes redes hoteleiras mundiais, o que confere treinamento melhor e mais atualizado, além de trazer mais oportunidades para os estudantes. Os dados de Glion são de que 91% dos alunos recebem ofertas de empregos na graduação e há uma média

educação

de 3,2 ofertas de estágio durante o curso. Em Les Roches, 85% deixam o curso empregados ou abrem seus próprios negócios.

É um setor em expansão. Segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC), ele exigirá 90 milhões de novos postos no mundo até 2027, 30% a mais do que o montante atual. Para Domenget, os novos mercados mundiais já ganharam as suas grandes redes de alto padrão – quatro e cinco estrelas – e devem atrair agora, além dos viajantes internacionais, os turistas regionais e locais. “A China tem um número enorme de hotéis em construção. Novas redes gigantes atendem a essa classe média que está crescendo. Em Dubai, Baren e Arábia Saudita já há hotéis de duas e três estrelas, isso não existia há dez anos. Nos países que têm essa demanda, faltam profissionais bem formados”, diz.



Sede da Glion em Montreux (Suíça), de onde se avista o lago Genebra e os Alpes e que inclui aulas sobre serviço em restaurantes



Sala de aula na Giles (acima) e curso de inovação na Les Roches, que tem 1,5 mil alunos em cinco unidades



Em relação ao segmento de luxo, o setor se desloca de fornecimento de grifes e serviços para a criação de experiências únicas, segundo o executivo. “Há cada vez mais hotéis, lojas e marcas de luxo no mundo. Todos esses mercados quiseram consumir esses ícones de joias, relógios e apartamentos. Hoje, não querem mais apenas isso, mas a experiência e a história por trás disso, a autenticidade.” Isso tem a ver também com as transformações causadas por sites como o Airbnb e o Booking.com. Para o CEO, eles forçaram os hotéis a serem mais transparentes e proporcionaram novas experiências ao viajante. Mas também abriram a oportunidade de os hotéis melhorarem o serviço e explorarem o contato próximo com os clientes. ■