

A ENERGIA QUE TRANSFORMA A HOTELARIA

A Feng Shui, liderada por Sofia Lobo Cera, defende uma abordagem estratégica à integração do Feng Shui na hotelaria. Mais do que um elemento complementar, esta prática pode contribuir para criar espaços mais harmoniosos, acolhedores e diferenciadores. Uma visão que alia bem-estar, experiência do hóspede e objetivos de negócio.



Sofia Lobo Cera, Consultora de Feng Shui

Na arquitetura da experiência hoteleira, em que medida o Feng Shui pode deixar de ser entendido como um recurso complementar para assumir um papel estrutural na criação de estadias verdadeiramente memoráveis?

Na minha perspetiva, o Feng Shui deve ser visto como mais um dos pilares de um hotel de sucesso, tal como a gestão, o atendimento, a higiene, a gastronomia ou a estratégia comercial.

Hoje, o bem-estar tornou-se uma prioridade para muitas pessoas. Um hóspede pode não saber se um espaço tem ou não Feng Shui, mas reconhece quando se sente confortável, acolhido e com vontade de regressar.

O Feng Shui pode atuar desde a escolha do terreno e conceção do projeto até remodelações ou áreas de administração. Quando integrado de forma estratégica, contribui para criar experiências memoráveis e reforçar os objetivos do negócio.

Quando um espaço hoteleiro é pensado sob a ótica do Feng Shui, que dimensões da hospitalidade tendem a ser mais significativamente transformadas?

O impacto sente-se tanto na experiência do hóspede como nos resultados do negócio.

Falamos de conforto, descanso, acolhimento e ligação emocional ao espaço, mas também de ocupação, reputação e rentabilidade. Um hotel existe para proporcionar uma excelente experiência, mas também para gerar resultados.

Ao longo dos anos observei hotéis com conceitos extraordinários e investimentos significativos que não alcançavam o desempenho esperado, enquanto outros apresentavam resultados superiores. Nem tudo se explica pelo Feng Shui, mas o espaço influencia pessoas, equipas, clientes e decisões. Não é por acaso que mercados como Singapura, Hong Kong ou Taiwan continuam a considerar o Feng Shui em muitos projetos empresariais de grande dimensão.

Na sua experiência, quais são os sinais mais reveladores de que um hotel conseguiu alinhar estética, funcionalidade e energia de forma coerente, e que impacto esse equilíbrio tem na identidade da marca?

O melhor indicador são as pessoas. Está na forma como descrevem a experiência, nas recomendações que fazem, nas avaliações que deixam e na vontade de regressar.

Quando existe alinhamento entre estética, funcionalidade e Feng Shui, o espaço cria uma ligação emocional difícil de explicar, mas fácil de sentir. E essa ligação transforma-se numa vantagem para a marca, tornando-a mais memorável, diferenciadora e recomendada.

Num mercado onde a diferenciação se tornou um imperativo, poderá o Feng Shui ser hoje uma ferramenta subtil, mas decisiva, para reforçar posicionamento, reputação e valor percebido na hotelaria?

Sem dúvida. Aliás, a eficácia de um bom Feng Shui está precisamente na sua subtilidade. O objetivo não é que o cliente perceba que existe Feng Shui, mas que se sinta bem, permaneça mais tempo e queira regressar.

Quando bem aplicado, influencia a experiência, apoia os objetivos do negócio e potencia os restantes fatores de sucesso. Nos meios de elevado desempenho e elevado capital, esta realidade é reconhecida há décadas. O Feng Shui não substitui a gestão, o marketing ou a excelência operacional, mas pode funcionar como um acelerador dos seus resultados.

Um hotel de sucesso não é apenas aquele que impressiona; é aquele que as pessoas escolhem e que desejam voltar a escolher.



www.sofialobocera.com

© sofialobocera