



HOME / NOTÍCIAS / BREAKFAST WEEKEND CHEGA A 6ª EDIÇÃO COM ALTA PARTICIPAÇÃO DA HOTELARIA /



## Breakfast Weekend chega à 6ª edição com alta participação da hotelaria

Por Nayara Matteis

27 de setembro de 2024

Quando o Breakfast Weekend foi lançado, em 2021, a proposta era auxiliar os empreendimentos, principalmente hotéis, a alavancarem suas receitas em um período de restrições impostas pela pandemia. Chegando à sua 6ª edição em São Paulo, o festival de cafés da manhã ganhou espaço no setor hoteleiro.

Iniciada em 21 de setembro e com término em 20 de outubro, a nova edição conta com a participação de 50 hotéis, restaurantes, cafeterias e padarias, que vão oferecer experiências gastronômicas com preços para todos os bolsos: R\$ 34,90, R\$ 44,90, R\$ 54,90 e R\$ 84,90, o que significa um desconto de até 30% do valor cobrado regularmente pelos estabelecimentos.

Idealizado por Cláudio Cardoso, Sandra Maia, Carlos Galvão e Rafaella Paulino, o Breakfast Weekend já se consolidou no mercado paulistano. O festival atrai, em média, 20 mil clientes por edição na capital paulista.

As cinco primeiras edições do evento somaram mais de 68 mil consumidores, 90 estabelecimentos participantes que registraram R\$ 3 milhões a mais no faturamento, o que representou aumento médio de 18% em receita.

“Temos observado o aumento do interesse dos hotéis pelo festival, assim como os restaurantes e padarias. Normalmente, cerca de 80% dos estabelecimentos participantes são oriundos do setor hoteleiro, mas isso varia de praça para praça. O Breakfast Weekend nasceu pensando na hotelaria, que vivia um momento complicado na pandemia. Nossa proposta era aproveitar a capacidade ociosa dos empreendimentos em baixa ocupação”, conta Sandra em entrevista à reportagem do [Hotelier News](#).



Sócios do Breakfast Weekend

### Perfil do consumidor

Segundo a idealizadora, o evento ganhou força entre os consumidores e ajudou a desmistificar que os hotéis são caros ou apenas para hóspedes. Dados levantados pelos

organizadores revelam que, do total de clientes participantes das edições anteriores, 92% manifestaram sua satisfação e o interesse em voltar ao festival; 61% têm entre 25 e 45 anos; 65% são das regiões Sul, Oeste e Centro; e 73% das reservas foram feitas pelo público feminino.

“Realizamos uma pesquisa que mostrou que 90% dos clientes desejam consumir produtos hoteleiros e gostam dos serviços de hospitalidade. Por outro lado, 83% não sabem ou não têm o hábito de fazê-lo. Hoje, a maioria dos consumidores prova o café da manhã de mais de um hotel por edição”, salienta Sandra.

São Paulo tem uma média de 350 cafés da manhã vendidos por estabelecimento no Breakfast Weekend, mas alguns cases chegam a marca de 800 refeições por edição. “Grande parte dos participantes sempre retornam e gostam do evento. Temos alguns hotéis, como o Hilton São Paulo Morumbi, por exemplo, que estão conosco desde a primeira edição”, reforça a executiva.

### Participantes

Os participantes com sistema de buffet devem destacar uma de suas especialidades ou criar um cardápio exclusivo para o festival. Os demais vão oferecer menus fixos para uma ou mais faixas de preços.

Participam do Breakfast Weekend na capital paulista, entre outros, hotéis como Novotel Morumbi, Hilton, Canopy São Paulo by Hilton, São Paulo Airport Marriott Hotel, diversos empreendimentos da rede Ibis, Pergamon SP Frei Caneca e WZ Hotel Jardins; outros estabelecimentos como Mondo Pane, Sapit, MI&MO Gato Café e A Villa Jacarandá; e ainda as novidades Cabruca - Dengo, Hey Daisy, Café com Quintal e Vila Café.

### Rio de Janeiro e Curitiba

Este ano marca a chegada do Breakfast Weekend a outras duas capitais: Rio de Janeiro e Curitiba. “Escolhemos as novas praças com base em algumas constatações: o Rio de Janeiro, por exemplo, é a cidade turística brasileira por excelência, com uma ampla rede de estabelecimentos que oferecem experiências gastronômicas diferenciadas; já Curitiba, além de ter características próximas às de São Paulo, é um mercado que costuma balizar as decisões de expansão de diversos negócios. A combinação das características das duas novas cidades é o início para, em breve, o festival ter alcance nacional”, diz Galvão.

Em ambas as cidades também devem participar hotéis, restaurantes, padarias e cafeterias. Já estão confirmados, por exemplo, o Metiers Café, o Selina Hotel Centro Lapa e Grand Mercure Rio de Janeiro Copacabana, entre outros; Johnscher by SJ Hotéis & Resort, Casa de Tia Empório & Bistrô e Novotel Batel, em Curitiba. A expectativa é reunir mais de 20 empreendimentos em cada uma das duas capitais.

Em São Paulo, o festival tem apoio institucional da Secretaria de Turismo e Viagens do Estado, Secretaria Municipal de Turismo, [Visite São Paulo Convention Bureau](#), ABIH-SP e SPTuris.

No Rio de Janeiro, o apoio é da ABIH-RJ, RioTur, Hotéis Rio (Sindicato de Hotéis e Meios de Hospedagem) e Visit Rio. Em Curitiba, apoia o evento o Curitiba Convention & Visitors Bureau.

Para saber mais, acesse o [link](#).

(\*) Crédito da capa: Carol Nunes

(\*\*) Crédito da foto: Divulgação/Breakfast Weekend