

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**ROSANGELA GRIGOL**

**HOSPEDAGEM COMPARTILHADA  
AIRBNB EM PONTA GROSSA- PR:  
UMA ANÁLISE DO CENÁRIO ATUAL**

**PONTA GROSSA  
2019**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIENCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**ROSANGELA GRIGOL**

**HOSPEDAGEM COMPARTILHADA  
AIRBNB EM PONTA GROSSA- PR:  
UMA ANÁLISE DO CENÁRIO ATUAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para aprovação do Curso Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dra. Graziela Scalise Horodyski

**PONTA GROSSA  
2019**

ROSANGELA GRIGOL

**HOSPEDAGEM COMPARTILHADA AIRBNB EM PONTA GROSSA- PR:  
UMA ANÁLISE DO CENÁRIO ATUAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para a obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Ponta Grossa, 05 de dezembro de 2019.

Profª. Drª. Graziela Scalise Horodyski  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Profª. Drª. Rúbia Tramontin Mascarenhas  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Prof. Dr. Luiz Fernando de Souza  
Universidade Estadual de Ponta Grossa

Ao seu Zé e a dona Glória, que me deram a vida e  
à Luisa Helena e Ana Letícia, com quem amo partilha-la!

## AGRADECIMENTOS

À Deus que sempre direcionou a minha vida  
e que tem feito maravilhas por mim.

À minha orientadora professora Graziela Scalise Horodyski,  
com quem partilhei o broto daquilo que veio a ser esse trabalho,  
por seus ensinamentos, pela sua dedicação e orientação,  
bem como confiança, apoio e amizade.

Ao professor Luiz Fernando de Souza,  
por todos os conhecimentos compartilhados,  
por ser uma constante fonte de motivação  
e incentivo ao longo de todo o curso e  
por aceitar fazer parte da minha banca.

À professora Rúbia Tramontin Mascarenhas,  
pelo constante apoio, atenção,  
pela compreensão em diversos momentos durante o curso  
e por aceitar fazer parte da minha banca.

Ao professor Ricardo Gomes Ramos,  
amigo e companheiro que nunca se negou a  
compartilhar seus conhecimentos e  
experiências comigo, isso fez toda a diferença.

“A ideia de felicidade,  
ela tá ligada obviamente a ideia de partilha,  
se você não tem como partilhar,  
você não tem possibilidade de felicidade...” “

Mario Sergio Cortella

## RESUMO

Mediante os avanços das Tecnologias da Informação e Comunicação - TICs, principalmente da internet, abriu-se um grande espaço para as inovações, o que está provocando mudanças substanciais na estrutura dos setores econômicos. Neste contexto, o meio de hospedagem é um dos setores constantemente impactado, dentre as diversas transformações advindas das novas tecnologias, destaca-se a hospedagem compartilhada. Diante desta realidade o presente Trabalho de Conclusão de Curso objetivou “Analisar o Cenário Atual da Hospedagem Compartilhada - Airbnb no Município de Ponta Grossa - PR”. Para alcançar o objetivo do trabalho foram realizadas pesquisas de caráter exploratório e descritivo, numa abordagem qualitativa e quantitativa, sobre temas relacionados a meios de hospedagens, tendências na economia, hospedagem compartilhada e a plataforma Airbnb, sendo a pioneira e única no município de Ponta Grossa. O trabalho teve como resultado a análise dos 71 anúncios das acomodações disponibilizadas pela plataforma Airbnb no mês de setembro de 2019. Após o processo de análise, é possível observar que apesar da hospedagem compartilhada inicialmente ter sido percebida com incompreensão por setores contrários a chamada economia de partilha, ela tem promovido mudanças no cenário mundial e também local em relação aos meios de hospedagem, pois de maneira geral, os hóspedes que deixaram seus feedbacks nos anúncios analisados, expuseram que foi uma boa experiência e mencionaram que voltariam a se hospedar nos espaços em questão. Pretendeu-se analisar alguns pontos de um tema ainda pouco estudado a fim de contribuir para a evolução da discussão sobre economia colaborativa e meios de hospedagem compartilhada e assim fornecer novas bases para a produção de futuras pesquisas acadêmicas.

**Palavras-chave:** Meios de Hospedagem. Economia Colaborativa.

Hospedagem Compartilhada. Airbnb. Ponta Grossa-PR.

## ABSTRACT

Through advances in Information and Communication Technologies – ICTs, especially on the internet, a large space for innovation has been opened, what is causing substantial changes in the structure of the economic sectors. On that context, the hosting medium is one of the sectors that it is constantly impacted, among the many transformations accrued from the new technologies making the shared accommodations stand out. Given the above reality the following completion of course work objectified “Analyze the Actual Scenery of Shared Accommodations – Airbnb on the county of Ponta Grossa – PR”. In order to obtain the work objective research of exploratory and descriptive character were made, in a qualitative and quantitative approach, covering themes such as hosting methods, trends in the economy, shared accommodations and the Airbnb platform, being the pioneer and only one in the Ponta Grossa district. The work resulted in an analysis of 71 accommodation listings made available through the Airbnb platform in September 2019. After the analysis process, it can be observed that although the shared hosting was initially perceived with incomprehension by sectors that where against the so called shared economy, it has promoted changes in the world scenario and also in relation to the hosting tactics because, in a general way, the guests that left a review in the analyzed ads, stated that it was a good experience and that they would stay again in the previously mentioned spaces. It was intended to analyze some points of a topic still little studied in order to contribute to the evolution of the discussion about collaborative economy and shared hosting means and thus provide new bases for the production of future academic research.

**Keywords:** Means of Lodging. Collaborative Economy.

Shared Hosting. Airbnb. Ponta Grossa-PR.



## SUMÁRIO

Lista de Imagens.....	7
Lista de Tabelas e Gráficos.....	8
1 - INTRODUÇÃO .....	9
2 - MARCO TEÓRICO .....	12
2.1 - TURISMO E ECONOMIA.....	12
2.2 - TURISMO E MEIOS DE HOSPEDAGEM .....	19
2.3 - DESTINO TURÍSTICO DE PONTA GROSSA .....	40
3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	47
4 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS .....	49
4.1 - COMPOSIÇÃO DA CENA.....	50
4.2 - ONDE É O SEU LUGAR? .....	52
4.3 - QUAL É O SEU LUGAR (tipo de espaço) .....	55
4.4 - TIPOS DE PROPRIEDADES .....	56
4.5 - TIPO DE ACOMODAÇÃO.....	57
4.6 - QUANTOS QUARTOS OS HÓSPEDES PODEM USAR.....	58
4.7 - QUANTOS HÓSPEDES O ESPAÇO PODE ACOMODAR.....	60
4.8 - QUANTAS CAMAS O HÓSPEDE PODE USAR - Tipos de camas .....	61
4.9 - QUE COMODIDADES VOCÊ OFERECE? .....	63
4.10 - ATRATIVOS.....	65
4.11 - AVALIAÇÕES .....	66
4.12 - CONCEITO DOS ANFITRIÕES - SUPERHOST.....	71
4.13 - PREÇO .....	75
4.14 - INOVAÇÕES.....	78
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	81
REFERÊNCIA .....	83

## LISTA DE IMAGENS

Imagem 01 - Evolução do Logotipo da Empresa Airbnb.....	39
Imagem 02 - Levantamento de Referências Teóricas.....	48
Imagem 03 - Acomodações em Ponta Grossa.....	52
Imagem 04 - Localização dos Bairros e Distritos.....	53
Imagem 05 - Avaliação por Estrelas.....	67
Imagem 06 - Interação entre Hóspede e Anfitrião.....	70
Imagem 07 - Interação entre Hóspede e Anfitrião.....	70
Imagem 08 - Exemplo de Anúncio de Anfitrião com Status de Superhost....	72
Imagem 09 - Comentário Deixado para uma Anfitriã Superhost.....	75
Imagem 10 - Menor Valor de Diária Encontrado para dois Hóspedes.....	77
Imagem 11 - Maior Valor de Diária Encontrado para dois Hóspedes.....	77
Imagem 12 - Comentário de um Hóspede Sobre o Café da Manhã.....	79
Imagem 13 - Comentário de um Hóspede Sobre o Café da Manhã.....	80

## LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 01 - Relação dos hotéis cadastrados no CADASTUR, no município de Ponta Grossa.....	44
Tabela 02 - Relação dos meios de hospedagem extra hoteleiros, no município de Ponta Grossa.....	45
Tabela 03 - Títulos dos Anúncios do Site Airbnb, para o Município de Ponta Grossa.....	50
Gráfico 01 - Localização dos Espaços Anunciados no Site Airbnb.....	54
Gráfico 02- Tipo de Lugar Disponibilizado para os Hóspedes.....	55
Gráfico 03 - Tipos de Propriedade do Lugar Casa.....	57
Gráfico 04 - Tipo de Acomodação - Inteira ou Compartilhada.....	58
Gráfico 05 - Número de Quartos que os Hóspedes Podem Usar.....	59
Gráfico 06 - Quantos Hóspedes o Espaço Pode Acomodar.....	60
Gráfico 07 - Tipos de Cama de Cada Acomodação.....	62
Gráfico 08 - Comodidades Disponibilizadas no Espaço.....	64
Gráfico 09 - Classificação Quanto ao Número de Estrelas.....	68
Gráfico 10 - Quantidade de Comentários.....	69
Gráfico 11 - Número de Anfitriões Superhost.....	74
Gráfico 12 - Preço Médio para dois Hóspedes.....	76

## 1 – INTRODUÇÃO

Desde o fim da Segunda Guerra Mundial o mundo passa por grandes mudanças na sociedade, na política e principalmente na economia. Segundo Frederic Jameson, professor e crítico literário norte-americano, atualmente vivemos na pós-modernidade, e é o momento do capitalismo, um “capitalismo globalizado” que traz com ele várias mudanças. A pós-modernidade está ligada com as conexões globais, capital financeiro e as redes de comunicação (JAMESON, 2015).

Neste cenário, o turismo vem se tornando uma das atividades mais importantes da economia em todo o mundo. Este setor está em ascensão nos últimos anos, e vem ganhando cada vez mais espaço na participação do PIB mundial (CACHO; AZEVEDO, 2010).

E em tempos de imprecisões consequência de seguidas crises econômicas e políticas em esfera global, novas dinâmicas de mercado vem surgindo e alterando as estruturas tradicionais de negócios. Desta forma, a inovação ganha um espaço muito importante, sendo crucial para a superação de obstáculos em distintas atividades econômicas. O Turismo é uma atividade econômica que se caracteriza pela sua dinâmica e flexibilidade, sendo considerada uma excelente geradora de empregos, renda, desenvolvimento social e econômico.

Abriu-se um grande espaço para as inovações com o surgimento das Tecnologias da Informação e Comunicação - TICs, principalmente com a internet, facilitando o surgimento de novos modelos sociais e econômicos. Segundo Castells (1999), o sistema econômico capitalista sofreu uma reformulação, uma nova economia tecnológica e econômica surgiu, a qual ele denominou de “capitalismo informacional”. Esse desenvolvimento tecnológico da humanidade marca um momento de transformação na nossa cultura, criando um novo modelo de consumo baseado nas tecnologias da informação, na sustentabilidade, na experiência e no compartilhamento.

Trazendo uma proposta diferente para o mercado, surgem diferentes plataformas com tendências de colaborativismo e que hoje já movimentam bilhões de

dólares pelo mundo todo. Uma das áreas onde é possível ver grande influência é no Turismo, pois setores como transporte, gastronomia e hospedagem já possuem importantes plataformas voltadas para essa ideia.

Conforme Buhalis e Law (2008), se antes o viajante planejava sua viagem através de uma agência de turismo, com o advento da internet isso mudou. Os viajantes deixaram de atuar passivamente nesse processo para se tornarem protagonistas dos mínimos detalhes de seu pacote de viagem obtidos através da Internet.

A Internet viabiliza maior interatividade, pois as informações são visualizadas em forma de imagens, vídeos, textos e comentários. Para Liu (2006), o “boca-a-boca” online exerce um papel importante quando o consumidor necessita de informações para ajudá-lo a decidir pela compra de um produto ou serviço que ele ainda não conhece.

Estes viajantes estão cada vez mais empenhados em se aproximar da cultura local e economizar na estada. Percebe-se que parte significativa dos viajantes fazem a opção por aluguel de imóveis, programas de troca de residência, cama e café e outros meios alternativos de hospedagem.

Segundo o Ministério do Turismo (2014), os turistas estrangeiros quase sempre recorrem aos meios de hospedagem alternativos. Só em 2012, estimou-se que dos 5,67 milhões de visitantes, quase a metade optaram por este tipo de hospedagem, 4,9% ficaram em albergues e camping, 11,9% ficaram em casas alugadas e 27% ficaram em casa de amigos ou parentes.

Por essas razões os meios de hospedagem vêm assumindo grande representatividade no contexto econômico. Atualmente além dos sites das próprias empresas de meios de hospedagem, há sites em que é possível o viajante encontrar e comparar várias opções de hospedagens, além de sites que oferecem opções de estada, em residências de pessoas físicas, durante determinado período de tempo, por preços muito mais convidativos se comparados aos outros meios de hospedagem. O viajante poderá escolher de acordo com as suas preferências, necessidades e também baseado em avaliações de hóspedes anteriores.

Pensando nesse mundo de experimentação turística, no qual estamos inseridos e diante deste contexto de transformações, evidencia-se a seguinte pergunta de pesquisa: Qual é o cenário atual do mercado de Meios de Hospedagem Compartilhada - Airbnb, no município de Ponta Grossa?

Para responder esse questionamento, parte-se do objetivo geral que é analisar o cenário atual da Hospedagem Compartilhada - Airbnb no município de Ponta Grossa-PR.

Tendo, então, como objetivos específicos:

- Compreender o município de Ponta Grossa como destino turístico;
- Refletir sobre a empresa de Hospedagem Compartilhada - Airbnb no cenário mundial e nacional;
- Entender a distribuição espacial da Hospedagem Compartilhada - Airbnb, no município de Ponta Grossa;
- Verificar as avaliações da Hospedagem da Compartilhada - Airbnb no município de Ponta Grossa.

Para alcançar esses objetivos, este trabalho foi elaborado utilizando a pesquisa exploratória e descritiva, numa abordagem qualitativa e quantitativa. E está estruturado em cinco sessões, incluindo esta introdução. Nesta primeira sessão se descreve o fenômeno a ser investigado na pesquisa, a formulação do problema, o objetivo geral e os específicos. Na próxima será apresentado o marco teórico com a abordagem sobre meios de hospedagens, tendências na economia, hospedagem compartilhada e a plataforma Airbnb. A terceira sessão trata-se da metodologia. Na sequência, a quarta sessão apresenta a análise dos resultados da pesquisa. Por fim, são apresentadas as considerações finais e as referências utilizadas neste trabalho.

Desta forma, pretende-se através da análise de diferentes pontos de um tema ainda pouco estudado, contribuir para a evolução da discussão do tema hospedagem compartilhada no Município de Ponta Grossa-PR e assim fornecer novas bases para a produção de futuras pesquisas acadêmicas.

## 2 – MARCO TEÓRICO

### 2.1 – TURISMO E ECONOMIA

O turismo é reconhecido como um dos principais setores que contribuem para o crescimento da economia mundial. De acordo com Montanari e Giraldi (2013), às organizações que atuam neste setor possuem o mesmo objetivo em comum, o de elevar a competitividade de suas atividades através da adoção de novas estratégias visando se destacarem em um mercado que sofre constantes mudanças diárias.

Muitos países têm destinado esforços indispensáveis para a atração de parte dos 980 milhões de turistas que realizam viagens internacionais anualmente em todo o mundo, por ser o turismo internacional uma atividade altamente competitiva (UNWTO, 2012). Assim estão sendo desenvolvidas estratégias cada vez mais complexas para tentar suprir o crescimento da demanda e da competição entre países.

A contribuição ao Produto Interno Bruto (PIB), conforme os dados de pesquisa divulgados pelo Ministério do Turismo, “cresceu 3,1% em 2018, totalizando US\$ 152,5 bilhões (8,1%). Na medição anterior, de 2017, o turismo respondia por 7,9% das riquezas nacionais, apesar da injeção superior de divisas (US\$ 163 bilhões).” (EXAME, 2019).

Segundo o Ministério do Turismo, a previsão para este ano de 2019 é que o turismo mundial cresça de 3% a 4%. Conforme “o último levantamento da entidade, o setor registrou, em 2018, o segundo melhor resultado dos últimos 10 anos, atingindo a marca de 1,4 bilhão de chegadas internacionais no mundo todo, um aumento de 6% sobre 2017.” e para 2030 a expectativa é de 1,8 bilhão (MTUR, 2019.)

De acordo com o relatório do Fórum Econômico Mundial, divulgado em 2017, o Brasil foi considerado a 27ª economia do turismo mais competitiva no mundo e destaca-se em 1ª posição em recursos naturais e em 8º no ranking mundial de recursos culturais e viagens de negócios (MTUR, 2017).

Hoje a atividade turística no Brasil está em contínua expansão e o Brasil já se tornou um destino importante internacionalmente. Pois ocupa a 28ª posição no ranking dos principais países receptores de viajantes internacionais (MTUR, 2015).

Estes dados demonstram o crescimento do setor no mundo e a participação do Brasil, mostrando que há uma grande oportunidade para que o setor cresça ainda mais no país. Ou seja, não há dúvidas de que a atividade turística é importante para contribuir na melhoria da qualidade de vida da população e da economia brasileira.

O turismo constitui-se em uma atividade multifacetada que é repleta de vários setores da economia e seu entendimento requer dados de natureza econômica, social, ambiental e cultural. O turismo é visto como um grande fortalecedor econômico tanto para o país como para qualquer localidade que apresenta recursos turísticos que podem ser de ordem natural ou cultural. O produto turístico é constituído por três serviços básicos: o atrativo da viagem, que pode ser o lazer ou qualquer outra motivação, o transporte e a hospedagem (PETROCCHI, 2007).

O setor de hospedagem destaca-se neste sentido por sua importância tanto nos aspectos econômicos do setor, como por sua capacidade de geração de vantagem competitiva para uma localidade. Sob o aspecto econômico, é responsável por 12% do PIB do turismo brasileiro. Também possui grande peso na determinação da competitividade de um destino turístico (NEIT/UNICAMP, 2007). Por essas razões os meios de hospedagem vêm assumindo grande representatividade do contexto econômico mundial o que conseqüentemente acaba refletindo também no município de Ponta Grossa.

O uso da internet tem influenciado e modificado as dinâmicas socioculturais, políticas e mercadológicas. No turismo, ela também está promovendo grandes transformações ao longo dos anos no que diz respeito a como informações básicas são passadas ao viajante, bem como à maneira interessante como o próprio viajante tem acesso a elas. Por serem espaços virtuais que permitem a disponibilização, a troca e obtenção de informações, possibilitam interações sociais, troca de experiências e sobretudo é um mecanismo de comunicação entre os seus usuários. Utilizar estes recursos possibilita o estreitamento, não apenas físico, mas virtual de interação com o destino que se pretende. Essa interação, por sua vez, ressignifica a experiência do viajante desde o planejamento de sua viagem, até o seu retorno, seja pelas informações prévias ou pelo compartilhamento de momentos vividos.

Com a urgência em satisfazer os anseios materiais do ser humano, mas não ligado exclusivamente ao ato de possuir algo novo, com as novas tecnologias em especial a internet, e a partir da crise financeira iniciada em 2008, a economia colaborativa e a economia de partilha ganharam ainda mais força.



Tal termo já havia sido citado em 1978, em um artigo científico publicado nos Estados Unidos, pelo sociólogo americano Amos Hawley. Ambas as tendências se baseiam na associação coletiva com o objetivo de economizar, frear o uso de recursos naturais e aproveitar a conexão em massa seja ela online ou não (RACON, 2017). No entanto, a economia colaborativa assim como a economia de partilha tem como base o consumo colaborativo.

### 2.1.1 - Consumo Colaborativo, Economia Colaborativa e Economia de Partilha

Barbosa (2010) destaca a importância do consumo, mesmo constatando que o consumo presente na sociedade atual está meramente relacionado a satisfazer as necessidades materiais do homem e afirma que todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural.

Desde a sua ascensão, a internet se tornou o grande centro das novas tecnologias, oportunizando a interação de pessoas por intermédio das redes sociais, fator que no transcorrer do tempo, devido a troca de informações entre usuários, levou os consumidores a se tornarem formadores de opinião, gerando um novo perfil, os “consumidores colaborativos”. Em função deste novo perfil de consumidores, os profissionais de marketing já não possuem mais a total influência sob os consumidores, pois começaram a concorrer com estes, passando a buscar respostas e ideias nos mesmos.

No mundo dos consumidores colaborativos, são eles quem criam e mais utilizam as novas tecnologias. São os consumidores mais expressivos, mais colaborativos e também os que mais utilizam as mídias sociais. Devido ao seu estilo de vida e suas atitudes, acabam influenciando a sociedade de modo geral. Suas opiniões a respeito da incoerência da globalização e dos problemas da sociedade formam as opiniões dos outros. Como os membros mais avançados da sociedade, beneficiam as marcas colaborativas e culturais. Como pragmáticos, criticam marcas que têm impactos sociais, econômicos e ambientais negativos no cotidiano das pessoas.

Botsman e Rogers (2010) apud Lara (2018), consideram o consumo colaborativo um novo paradigma econômico. Observaram a propagação e o crescimento de novos tipos de mercados, empresas e comunidades, com o propósito

de ajudar as pessoas a terem acesso às coisas que necessitam de maneiras novas e diferentes, ao mesmo tempo em que também disponibilizavam as coisas que possuíam e não estavam sendo usadas, a outras pessoas.

O consumo colaborativo é um modelo econômico fundamentado na partilha, troca, comercialização ou aluguel de produtos e serviços, permitindo o acesso à propriedade. Ele está reinventando não apenas o que se consome, mas de que forma se consome.

Este modelo de consumo, é definido por três pilares segundo Botsman e Rogers (2010) apud Lara (2018, p. 83):

- a redistribuição de recursos subutilizados por proprietários aos consumidores por meio de plataformas virtuais e com baixa interferência do intermediário;
- o estilo de vida colaborativo, em que pessoas com mesmos hábitos e costumes compartilham recursos;
- o product-service system (sistema de produtos-serviço), modalidade em que o consumidor paga por um produto para utilizá-lo por um período de tempo e, em seguida, o recurso é devolvido ao proprietário após o uso.

O terceiro pilar é o que melhor explica a economia de partilha ligada à atividade turística e à hospedagem compartilhada. Pois no caso do product-service system, o consumidor paga para utilizar um “produto” por um período de tempo estabelecido, e em seguida o recurso volta ao proprietário, que se tratando da hospedagem compartilhada pode ser apenas um quarto ou uma residência completa.

Esse novo modo de consumo, contrariando a filosofia “american way of life”, traz com ele um consumo mais consciente, com valores voltados para a sustentabilidade. Essas necessidades nos levam ao surgimento de uma nova economia, estruturada pela colaboração, criatividade e informação. Assim, constitui-se o conceito do Consumo Colaborativo, como sendo uma nova forma comercial, que utiliza do compartilhamento, aluguel ou troca, para ter acesso à bens e serviços.

O consumo colaborativo é precisamente um reflexo das evoluções da sociedade. Traz com ele um novo olhar sobre o consumo e tem como um dos pilares a sustentabilidade. Cada vez mais as empresas estão percebendo que é uma tendência no meio corporativo, e que exigirá cada vez mais de atenção. Kotler (2010), afirma que a tendência mais forte no futuro para as corporações, especialmente no mercado de capital, é a questão da sustentabilidade. É necessário trazer uma solução para os problemas sociais e ambientais da atualidade, pois quando se estimula o

consumo consciente, é possível otimizar o uso de recursos naturais e do tempo, permitindo que as pessoas façam uso de recursos que, de outra forma, ficariam ociosos. Tendo em mente que a sustentabilidade envolve questões econômicas, sociais e ambientais, o comportamento do consumidor em relação a ela deve ter a devida atenção.

O termo “economia colaborativa” está cada vez mais em evidência. E o seu significado terá cada vez mais importância, pois é uma excelente maneira de pessoas e empresas reduzirem gastos. É uma economia em que bens e serviços são obtidos de forma compartilhada.

Um bom exemplo de economia colaborativa no mercado de trabalho é o coworking, ou seja, o compartilhamento de um mesmo escritório por várias empresas diferentes. Em muitos casos, existe uma empresa que paga o aluguel do espaço, normalmente a empresa que chegou primeiro e as outras que lá se instalam, ao invés de ratear o aluguel, “pagam” prestando serviços para essa primeira empresa.

Outro exemplo interessante é o Kickstarter, maior site de financiamento coletivo do mundo, que busca apoiar projetos inovadores. Facilita as iniciativas que precisam de financiamentos mais substanciais, aproximando empresas maiores, já consolidadas, de organizações menores com as quais compartilham interesses em comum.

O consumo colaborativo, da mesma forma, é igualmente alterável podendo abranger a compra, a venda ou a troca tanto de bens como de serviços através de grupos organizados. Quanto mais usuários adotarem a esses estilos de compras e aquisição de serviços, conseqüentemente menos recursos serão retirados do ambiente para a produção de mais mercadorias.

Uma das vantagens desse novo estilo é o social, porque com ele surgem diversas novas profissões e formas de vendas de mercadorias e serviços. São exemplos os professores de cursinhos online, especialistas de mídias sociais, analistas de marketing e programadores de software entre outros.

Os avanços recentes em Técnicas de Informação e Comunicação e as alterações do cenário socioeconômico, juntamente com as diferenças no comportamento dos consumidores, permitiu o surgimento de um movimento denominado de “Economia de Partilha” (“sharing economy”), também conhecida como economia compartilhada ou economia de compartilhamento, neste trabalho optou-se por usar o termo Economia de Partilha. É uma espécie de tendência nos hábitos dos

consumidores, de dividir o uso ou a compra de serviços e produtos. Em alguns casos pode-se falar mesmo em um novo modelo de consumo.

Botsman e Rogers (2010) apud Lara (2018), definem o termo economia de partilha como um modelo econômico impulsionado por tecnologias de rede e mercado *peer-to-peer*<sup>1</sup> que possibilitam que as coisas e as habilidades possam ser compartilhadas e ou trocadas de maneiras e em escala que não eram realizáveis anteriormente, alterando assim a forma tradicional de consumo. Desta forma a economia de partilha coloca os usuários no centro de tudo, através da mediação das plataformas digitais.

Nesta última década, o cenário principal dos negócios mundiais tem sofrido algumas alterações, pois aumentou os modelos de consumo que permitem o acesso através da partilha ou da comunhão de recursos, produtos e serviços redefinidos essencialmente pelos meios tecnológicos ou pelas comunidades em pares.

Alguns exemplos bem conhecidos deste tipo de atividades são os de partilha de carros ou bicicletas (Zipcar, Hubway, Bla bla car, Uber), partilha de embarcações (Boutbound), de pequenas tarefas em domicílio (TaskRabbit, Sorted), serviços de aluguel, sublocação e partilha de alojamento (CouchSurfing, Airbnb), assim como muitas outras atividades específicas de entrega de comida em domicílio ou partilha de cozinhas.

De acordo com a pesquisa realizada em 60 países e envolvendo mais de 30.000 consumidores, 68% dos indivíduos entrevistados estão dispostos a compartilhar ou alugar os seus bens pessoais em certas comunidades por um determinado valor. Como dispositivos eletrônicos, ferramentas elétricas, bicicletas, roupas, utensílios de cozinha, carros, equipamentos desportivos, móveis, casas ou até barcos. Porém, este tipo de comportamento não está restrito a objetos físicos. Pode-se incluir também capacidades decorrente de profundo conhecimento que alguém tem sobre um assunto, sendo que 26% dos entrevistados estariam dispostos a “alugar” aulas, aprendizado, entre outros (NIELSEN, 2014 apud TABORDA, 2016).

---

<sup>1</sup> Peer-to-peer: Vem do inglês par-a-par, também conhecido como P2P, “é um formato de rede de computadores em que a principal característica é descentralização das funções convencionais de rede, onde o computador de cada usuário conectado acaba por realizar funções de servidor e de cliente ao mesmo tempo” (TECMUNDO, 2008, n.g).

O período de aplicação destes princípios é realmente amplo e nos últimos anos algumas excelentes *start-ups*<sup>2</sup> que lançaram os serviços de partilha têm causado o que comumente chama-se de interrupção de certas indústrias, o que tem gerado um elevado número de discussões em torno do tema.

Hoje em dia, este fenômeno é veementemente citado como uma ideia que irá mudar o mundo e é tido como uma nova tendência que envolve centenas de *start-ups* numa corrida ao ouro que, apesar de nenhuma análise econômica exaustiva estar disponível, estima-se que tem o potencial para gerar um mercado de 26 bilhões de dólares (BOTSMAN e ROGERS, 2010 aput LARA, 2018).

No cenário da economia de partilha, as inovações se estabelecem como elemento básico para possibilitar o crescimento de diversos setores e, entre eles, destaca-se o setor de turismo. As plataformas de economias de partilha mudaram completamente o comportamento dos consumidores, principalmente dos viajantes que começaram a planejar suas viagens de outras maneiras. Muito além de opções de hospedagem, esse novo cenário modifica as formas de consumo e o próprio estilo de vida.

Conforme o relatório *Tourism Trends and Policies* (OECD, 2016) o rápido crescimento de empresas moldadas sob a perspectiva da economia de partilha no setor do turismo sucedeu em quatro subsetores: de transporte, refeições, experiências de viagem e principalmente em hospedagem.

Na atividade turística uma das áreas com bastante êxito da economia de partilha é o transporte, que inclui sistemas de compartilhamento de carros e bicicletas, e oferece um meio de transporte alternativo, como a empresa norte-americana Uber, atualmente a principal no mercado. No segmento de hospedagem, a economia de partilha vem se evidenciando, com as plataformas de compartilhamento como, o HomeAway, 9Flats, Onefinestay, Alugue temporada, Airbnb entre outras.

O futuro da economia de partilha segue incerta em alguns setores, contudo, o fenômeno é irreversível (BOTSMAN, 2013 aput LARA, 2018). Os serviços têm se profissionalizado cada vez mais, e, desta forma, têm logrado a confiança de um número cada vez maior de consumidores que passaram a conhecer as vantagens da

---

<sup>2</sup>Startup: “É a designação dada para empresas inovadoras com rápido crescimento e cujos modelos de negócios podem ser replicados. O modelo de negócios de um startup é baseado na inovação, sendo que um dos principais objetivos é crescer em ritmo rápido, conquistando o mercado através da criação de um produto ou serviço” (DICIONÁRIO FINANCEIRO [sd]).

utilização da economia de partilha no setor turístico, a qual continua a crescer em nível acelerado (SKIFT, 2013).

Confiar em pessoas que não se conhece, e o desejo de viajar como um local e não como um turista também está em alta (SKIFT, 2013). A confiança e a credibilidade online são essenciais para o sucesso do negócio na economia de partilha, e os comentários online influenciam diretamente a reputação do serviço ou do produto (BOTSMAN e ROGERS, 2010 apud LARA, 2018).

Botsman e Rogers (2010) apud Lara (2018), afirmam que os sites de economia de partilha têm proporcionado confiança entre desconhecidos, deixando de confiar apenas em empresas para confiar nos colegas. O crescimento rápido de compartilhamento de alojamento está sendo atribuído a uma grande variedade de preços e características das propriedades, e também a uma experiência mais diferenciada do que a de alojamento em meios de hospedagem convencionais.

Os sites de aluguel *peer-to-peer*, como HomeAway, HouseTrip, 9Flat, Roomorama, FlipKey, alugue temporada e Airbnb fornecem plataformas para viajantes e proprietários, com o intuito de compartilharem recursos e informações. É permitido que os proprietários divulguem informações sobre seus quartos disponíveis, apartamentos e casas, e, desta forma possam ganhar uma renda extra, enquanto eles oferecem aos viajantes um meio para selecionar alojamento atendível as necessidades da viagem.

No cenário de hospedagem compartilhada o Airbnb é a plataforma pioneira e líder de mercado, influenciando diretamente a governança, os meios de hospedagem convencional e o turismo global.

## 2.2 - TURISMO E MEIOS DE HOSPEDAGEM

O deslocamento das pessoas sempre foi um elemento importante no processo civilizatório. A conquista e a descoberta de novos espaços territoriais e povos com diversas culturas, fizeram o homem repensar seus valores e costumes, e perceber as diferenças, e as influências etno-culturais que ocorrem devido a esse processo que fizeram e fazem História.

Conhecer os primórdios deste “deslocamento”, que é chamado de Turismo e que está intimamente ligado à história dos meios de hospedagem no mundo e, conseqüentemente no município de Ponta Grossa, é seguir a trajetória do chamado “mundo civilizado” e desvendar elos comuns da sociedade humana. É descobrir como indivíduos tão diferentes culturalmente guardam entre si um sentimento comum de fraternidade, cortesia e hospitalidade.

A palavra hospedagem vem do latim *hospitium*, que significa hospitalidade, que por sua vez é uma palavra originária de *hospitalitas*, que significa o ato de oferecer um bom tratamento a quem se dá ou a quem recebe hospedagem (COUTINHO, PEREIRA, 2007).

De acordo com Belchior e Poyares (1987) apud Campos (2005), hospitalidade deriva da palavra latina “*hospitium*”, que servia para designar o lugar onde as pessoas conseguiam, durante as viagens, instalações para se alimentar e descansar, em caráter temporário.

O conceito original de hospitalidade, aquela do acolhimento de estranhos de forma desinteressada, genuína (GOTMAN, 2009), remonta a milênios, sendo reconhecido desde os primórdios de nossas civilizações, (CAMARGO, 2004; MONTANDON, 2011) e está diretamente ligado à gênese das hospedagens alternativas. Ao contrário do conceito de hospitalidade como um processo de gestão de infraestruturas e serviços turísticos voltados exclusivamente ao bem-estar do cliente, a hospitalidade genuína é uma via de aprendizado entre o ser acolhedor e o ser acolhido, onde ambos crescem mutuamente, pelos princípios de alteridade de Levinas, os quais propõem a superação da pedagogia do Eu, fechado, bem como de um Outro que se apresenta possessivo nos relacionamentos (SÍVERES & MELO, 2012).

A raiz da hospitalidade dá-se entre duas pessoas: aquela que recebe e aquela que é recebida, passando do estranhamento inicial ao relacionamento interpessoal e, posteriormente, à mudança de ideias que produz um novo significado.

O pagamento em retribuição a estes serviços prestados transformou a hospitalidade em uma questão comercial, os serviços de hospedagem. É talvez o elo mais característico da cadeia produtiva do turismo. Dele decorre a própria definição do que é considerado mundialmente prática de turismo.

O termo Meios de Hospedagem refere-se ao conjunto de empresas destinadas a prover acomodação em condições de segurança, higiene e satisfação às pessoas

que buscam por esses serviços, seja por períodos curtos ou até em longas temporadas (RIBEIRO, 2011).

Em qualquer parte do mundo para que aconteça o desenvolvimento do setor turístico existe um elemento fundamental que é a hospedagem, pois, para que o turismo ocorra, as pessoas precisam se hospedar, pernoitar na localidade de destino, conforme o próprio conceito do que a atividade apresenta.

Desta forma, o meio de hospedagem é visto como um instrumento de viabilização para que possa ocorrer a atividade turística. Portanto, o meio de hospedagem está diretamente inserido na atividade turística.

Os meios de hospedagem constituem um agente fundamental para compor a oferta turística de uma localidade e tem a importante função de hospedagem temporária para o visitante que se desloca do lugar de sua residência habitual para o destino turístico (SASTRE, 2015).

A necessidade de hospedagem acompanha a história dos deslocamentos do homem desde quando ele percebeu que existia em sua volta um espaço para descobrir, desvendar e que existia a possibilidade de se deslocar. Neste momento, foi plantada a semente que deu origem a um movimento chamado turismo.

Em função dos deslocamentos surgiram novas estruturas econômicas, sociais e também físicas para atender as necessidades daqueles viajantes como: as vias de acesso, os meios de transportes e os meios de hospedagem.

Nesta trajetória, cada cultura apresentava características próprias para receber, alimentar e propiciar segurança e repouso aqueles viajantes que, por sua vez, possuíam diferentes necessidades. Sendo assim, surgiram da necessidade que os viajantes tinham de procurar abrigo e alimentação durante as suas viagens. O marco inicial da hospedagem para a maioria dos historiadores, foi na Grécia Antiga. Visitantes de várias localidades iam à Olímpia assistir aos jogos Olímpicos, competições essas que duravam dias, que mobilizaram pessoas de diversos lugares e foram de imensurável importância para o desenvolvimento do Turismo Mundial.

Para aqueles eventos, foram construídos o estádio e o pódio, onde se homenageavam os vencedores e ficava a chama olímpica. Mais tarde foram acrescentados os balneários e segundo Campos e Gonçalves (1998), nesta ocasião foi construída uma hospedaria para receber os visitantes com cerca de 10 mil metros quadrados. Essa hospedaria teria sido o primeiro hotel de que se tem notícia.



Outros autores, identificam o deslocamento dos Povos Romanos como marco para o início da hospedagem. Segundo Duarte (1996), durante o Império Romano havia os *Hostellum*, estabelecimentos que abrigavam reis e nobres durante seus deslocamentos. É importante destacar que os romanos contribuíram fortemente na evolução dos meios de hospedagem, construindo estradas que possibilitaram a expansão das viagens.

No século IV a.C. Roma governava a Itália Central, o que trouxe a necessidade de construir caminhos para que os homens transitassem, para tanto o imperador romano Apio Cláudio ordenou a construção da via Ápia, que se estabeleceu como primeiro caminho romano. Caracterizou-se por ser um caminho com muitos locais que ofereciam hospedagem aos viajantes. Posteriormente, a rede de caminhos estendeu-se até o sul da Itália, de onde advém a frase "Todos os caminhos conduzem a Roma". Os meios de transportes utilizados naquela época eram bastante lentos, fazendo com que as viagens quase sempre durassem alguns dias levando a criação de hospedarias ao longo das estradas. Assim sendo, as estradas romanas foram o princípio da hospedagem com fins lucrativos, diferentemente das hospedagens para os jogos olímpicos. As pousadas romanas faziam parte do sistema econômico das cidades, gerando comércio entre os viajantes e moradores e até mesmo a troca de mercadorias entre cidades. O imperador Constantino, por volta de 324 d.C, após várias guerras civis, mais uma vez unifica o Império Romano, que estava dividido entre dois governantes, Galério e Constâncio. Foi a conversão de Constantino ao cristianismo que tornou essa a religião da unificação do Império (LOPES, 2015).

Desta forma, os preceitos de amor ao próximo do Cristianismo é que influenciaram as visões das pessoas quanto aos peregrinos. Segundo La Torre (1982), o cristianismo trouxe consigo os novos preceitos de amor ao próximo, fazendo com que os moradores de muitos lugares do mundo oferecessem melhor tratamento aos peregrinos, tornando-os hóspedes especiais ao dar-lhes pouso.

Para os meios de hospedagem, esse episódio da história é de extrema importância, pois gerou uma proximidade entre hóspedes e donos de hospedarias. A qualidade no atendimento começou a ser considerada de extrema importância, diferentemente de hoje, esse diferencial estava mais ligado à religião e suas pregações (RIBEIRO, 2011).

No século XVII a atividade era exercida juntamente com outros serviços, como barbearias, sapatarias e alfaiatarias, todos eram considerados vendedores de alimentos e hospedagem (DUARTE, 1996).

No século XVIII o visitante Charles Burton fez a primeira classificação das hospedarias da cidade de São Paulo. Segue a classificação de Burton segundo DUARTE (1996, p.16):

- 1ª Categoria Simples pouso de tropeiro
- 2ª Categoria Telheiro coberto ou rancho ao lado das pastagens
- 3ª Categoria Venda, correspondente a “pulperia” dos hispano-americanos, mistura de venda e hospedaria.
- 4ª Categoria Estalagens ou hospedarias
- 5ª Categoria hotéis

O artigo 23 da lei geral do Turismo do Brasil, Lei nº 11.771.17 de 09/ 2008, acompanhando a conceituação internacional, diz que meios de hospedagem são:

[...] empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2008).

Segundo Oliveira (2003), a área turística possui diferentes meios de hospedagem, que apresentaram critérios de classificação modificados ao longo do tempo. Cada uma dessas alternativas tem suas características próprias, responsáveis por mudar tanto os valores das diárias quanto o tipo de acomodação e serviços oferecidos.

Para Beni (2003), existem dois segmentos para os meios de hospedagem: os hoteleiros que são aqueles classificados pelo Ministério do Turismo-MTUR, e os extra hoteleiros, que são aqueles que podem existir sem possuir classificação própria, e sua oferta é calculada pela necessidade do hóspede.

Conforme o Ministério do Turismo (2015), os diferentes tipos de hospedagem regulamentadas são:

I - HOTEL: estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária;

- II - RESORT: hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento;
- III - HOTEL FAZENDA: localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo;
- IV - CAMA E CAFÉ: hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida;
- V - HOTEL HISTÓRICO: instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida; Entende-se como fatos histórico-culturais, citados no inciso V, aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos;
- VI - Pousada: empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs;
- VII - FLAT/APART-HOTEL: constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação em edifício com administração e comercialização integradas.

O Sistema Brasileiro de Classificação – SBClass, apresentado acima, mantém o uso de estrelas e adota a seguinte segmentação: Hotel - de uma a cinco estrelas; Resort - quatro ou cinco estrelas; Hotel Fazenda - de uma a cinco estrelas; *Bed & Breakfast* ou também conhecido como “cama e café” - de uma a quatro estrelas; Hotel Histórico - três a cinco estrelas; Pousada - de uma a cinco estrelas; e Flat / Apart-hotel - três a cinco estrelas (MTUR, 2017).

Qualquer outro tipo de meios de hospedagem não descritos e classificados pelo Ministério do Turismo pode ser considerado como meio de hospedagem alternativo.

Em relação aos meios de hospedagem extra hoteleiros, Beni (2003, p.301) os designa como:

- I - Pensão: ambiente simples ofertantes serviços de alojamento, geralmente de sistema familiar, alocando quartos individuais ou compartilhados, com banheiro coletivo, e refeições atreladas às diárias.
- II - Pensionato: semelhante a pensão, diferenciando-se pelo o tipo de usuário, que é geralmente classificado como estudante universitário, idosos, jovens profissionais, entre outros. Destaca-se que o pensionato é classificado pelo perfil do cliente;
- III - Colônia de férias: estabelecimento direcionado a associados de entidades públicas ou privadas, possuindo instalações, equipamentos e ofertando serviços de alojamento aos seus associados, geralmente em época de suas férias.
- IV - Hospedarias: também é um estabelecimento semelhante à pensão, oferta hospedagem com alguns serviços que podem conter alimentação, banheiros privativos ou coletivos, com condições mínimas de conforto e higiene;

V - Albergue de turismo (hostel): bastante difundido na Europa e Estados Unidos e em andamento de expansão na América do Sul é muito popular entre estudantes e usuários da atividade turística social. Oferece instalações e serviços básicos para atender a um público com poucos recursos financeiros. Suas instalações são unidades simples com quartos individuais ou dormitórios coletivos e com serviços parciais de alimentação, geralmente instalados nos grandes centros urbanos. Enquadra-se no meio de hospedagem alternativo tendo como órgão responsável no Brasil a rede internacional Hostelling International, que impõe as regras de padronização dos albergues;

VI - Parador: também semelhante às pousadas, diferenciando-se por sua localização que se dá somente em lugares e edificações de estrito valor histórico-arquitetônico como castelos, mansões, antigas estalagens e fortalezas, entre outros;

VII - Acampamento de férias: ofertado principalmente a crianças e jovens para a prática de atividades recreativas, desportivas e culturais. Geralmente localizados no campo ou na praia. São pavilhões com dormitórios e banheiros coletivos. Estão disponíveis, em feriados prolongados e férias escolares, porém pode ser a qualquer tempo, mediante pacotes para a realização de diversos tipos de eventos;

VIII - Camping: espaço com instalações para barracas ou trailers, com infraestrutura básica (iluminação, água, banheiros) e serviços de alimentação e higiene;

IX - Imóvel locado: casa ou apartamento particular cedido por determinado tempo para visitantes usufruir de férias ou feriados prolongados;

X - Segunda residência: locação de residência própria para desfrutar em férias, fins de semana e feriados prolongados, sob a forma de condomínio horizontal, condomínio; vertical (apartamentos), conjunto habitacional, casa isolada e outros;

XI - Quartos leitos (avulsos) em casas de família ou estabelecimentos não comerciais de alojamento: locação de quartos ou leitos, com ou sem fornecimento de refeições, normalmente encontrada em destinações turísticas que extrapolam-as vagas de alojamentos convencionais.

XII - Alojamento de turismo rural: alojamento e recreação em pequena escala, coordenada local e comercialmente, destinados a atividade do turismo rural.

O aluguel por temporada, é muito comum principalmente em cidades litorâneas ou em cidades turísticas, onde são realizados eventos que atraem um número muito grande de turistas. Essa é uma opção bastante prática e mais econômica para quem viaja em família ou em um grupo grande de amigos, onde assim é possível dividir as despesas com diárias e desfrutar dos benefícios de ficar hospedado em uma residência, com tudo o que ela pode oferecer.

Destaca-se que o conceito de aluguel por temporada não é classificado pelos órgãos oficiais do País, porém é uma prática muito comum no Brasil, no qual atualmente o processo de relacionamento entre o hóspede e o anfitrião ocorre por meio de sites, ou plataformas online. Quem trabalha com este tipo de hospedagem, principalmente sites como Tripadvisor, Booking, Homeaway, Flipkey, alugue temporada e Airbnb costuma fazer um contrato, onde constam informações como valor da diária, quantidade de camas, quantidade de quartos, roupas de cama e

talheres, internet, televisão, ar condicionado, estacionamento entre outras comodidades bem como a data de entrada e data de saída.

A aceleração e simultaneamente a interação entre tecnologia e turismo nos últimos anos têm causado mudanças estruturais no segmento. Assim o meio de hospedagem vem sendo muito influenciado pelo avanço das tecnologias de informação e comunicação - TICs.

Desta forma, devido aos avanços tecnológicos, desabrocham novas tendências para o turismo, e acordo com o SEBRAE as tendências para o ano de 2017 eram:

- Destinos locais: os turistas, principalmente os brasileiros, buscarão destinos mais próximos para realizar viagens, devido à instabilidade econômica do País.
- Compartilhamento: associado a ferramentas como Airbnb e Uber, o compartilhamento no turismo deve se desenvolver ainda mais em 2017, com o possível surgimento de novas ferramentas.
- Inovações tecnológicas: uso de ferramentas tecnológicas para a promoção do turismo, que pode envolver a implantação de lojas com realidade virtual, que permitem que o cliente vivencie o local antes do fechamento do pacote de viagem. Também é destaque o uso de inteligência artificial para auxiliar em pesquisas e na prestação do serviço (SEBRAE, 2017).

Assim, vai surgindo um perfil de viajante diferenciado, que não busca lugares somente pela cultura, ou somente para fugir do dia a dia, ele passa a procurar lugares que lhe proporcionem experiências autênticas.

Nessa nova era da experiencição, viajar é muito mais do que visitar uma localidade e seus principais atrativos turísticos. Imergir na cultura local é um dos principais interesses dos viajantes. Assim o consumo colaborativo tem feito parte das mudanças que estão ocorrendo nas sociedades contemporâneas.

Muitos setores e, principalmente, o turismo vem incorporando práticas colaborativas, em que muitas delas ganharam grandes dimensões devido às plataformas digitais e as redes sociais. Nesta circunstância, a economia de partilha tem alterado cenários da atividade turística nos últimos anos, principalmente no que diz respeito aos meios de hospedagem.

Os meios de hospedagens se encontram em um cenário cada vez mais competitivo, onde a oferta é abundante, porém os hóspedes estão cada vez mais seletivos em função de uma gama de informações, até mesmo o viajante menos exigente procura mais que apenas uma cama e um chuveiro

Existe uma grande procura somente em função do preço, mas existe aqueles que procuram hospedagem em função do preço associado a outros diferenciais como:

pelas rotinas e atitudes sustentáveis promovidas, ou pelo acesso gratuito à internet, pela possibilidade de serviços customizados e luxuosos, ou ainda pelos passeios a cavalo, de barco entre outros (MAPIE, s.d.).

Contudo ainda existem aqueles consumidores que buscam por status e exclusividade sem se importar em pagar valores altíssimos por experiências únicas. Existem vários meios de hospedagem com estruturas diferenciadas que estão prontos para atender esta necessidade e que investem em diferentes temáticas e conceitos inovadores, que na maioria das vezes são o único motivo da viagem, como por exemplo, se hospedar em uma casa da idade média, cabanas indígenas, castelos, hotéis submersos, hotéis de gelo entre outros.

Nos dias de hoje se compram ideias, não produtos. Neste sentido, a tendência é agregar conhecimento e maior percepção à marca, embutir conceitos e sentimentos aos produtos. Assim, o trabalho das empresas de hospedagem tende a se modificar, passando de meros distribuidores de produtos padrão, à finalizadores de produtos, de acordo com as demandas do mercado (LUDWIG,1999).

As redes hoteleiras estão enfrentando uma nova ameaça competitiva que a economia de compartilhamento de alojamento representa. A economia de partilha é um fenômeno econômico-tecnológico emergente e, cada vez mais, está preocupando o setor hoteleiro e desafiando os serviços tradicionais (BOTSMAN e ROGER, 2010; SALVIONI, 2016 aput LARA, 2018).

Uma forma alternativa de fornecer serviços de hospitalidade é a partilha de alojamento, uma tendência que está em crescimento explosivo. Inicialmente as cadeias hoteleiras não prestaram atenção a difusão da economia de partilha e somente após o rápido crescimento de plataformas, como o AIRBNB, eles reconheceram a importância da necessidade de outras alternativas no serviço de hospedagem convencional. Esta tendência tem afetado os hoteleiros, o que não significa que eles não possam agregar o melhor da economia de partilha sem perder sua importância (SALVIONI, 2016 aput LARA, 2018).

No contexto de hospedagem compartilhada, o Airbnb é a plataforma pioneira e é a líder no mercado, influenciando diretamente a governança das redes hoteleiras e o turismo global. Só em 2015, a plataforma Airbnb já tinha mais de um milhão de quartos disponíveis em todo o mundo, oferecendo mais leitos do que as grandes redes de hotelaria, tais como InterContinental, Marriott e Hilton. Em junho do mesmo ano, os investidores valoraram o Airbnb em US\$ 25,5 bilhões acima do Marriott

International, Starwood Hotels & Resorts, Wyndham Hotel Group e AccorHotels (SALVIONI, 2016 aput LARA, 2018). Assim se reconheceu que a maior cadeia hoteleira tem menos quartos, as taxas de crescimento são muito mais lentas e, muitas vezes, as avaliações de mercado são mais baixas em relação ao Airbnb.

### 2.2.1 - Hospedagem Compartilhada - Airbnb

Um modo não convencional e diferente daquele normalmente oferecido pelo mercado de meios de hospedagem convencional para o turismo é a hospedagem compartilhada.

De acordo com Cañigeral e Tunguz (2011) no contexto da tendência denominada “economia colaborativa” ou “sharing economy”, vem se desenvolvendo uma grande variedade de modelos de negócios em diferentes setores e atividades.

Para Fang, Ye e Law (2015) para a maioria das pessoas é impraticável adquirir um imóvel para aparentar a sensação de estar em casa ao viajar para um destino, assim plataformas online projetaram-se para permitir que aquelas pessoas que possuem suas residências ou cômodos que não estão em uso, os disponibilizem para aluguéis à curto prazo.

O Airbnb, particularmente, vem rompendo barreiras atuando como uma potente ferramenta no turismo. Zervas, Proserpio e Byers (2014) indicam que o Airbnb está tomando espaço dos pequenos estabelecimentos. A ideia principal é um anfitrião cadastrar um imóvel, quarto ou qualquer espaço que sirva para hospedar um viajante, onde esse por sua vez também através de seu cadastro pode alugar o espaço por uma temporada em suas viagens. Consiste em um estilo de vida colaborativa (BOTSMAN & ROGERS, 2010), onde as pessoas compartilham interesses e filosofia de vida, conectados, com o intuito de alugar apenas um quarto ou imóveis inteiros por um sistema de pesquisa e gestão social.

Essa prática segundo Fang, Ye e Law (2015) tem um duplo favorecimento, para o viajante que consegue uma hospedagem com um valor mais interessante e para o anfitrião que passa a ter uma renda extra com as locações.

Neste trabalho optou-se por descrever a plataforma online Airbnb, pois atualmente é a maior plataforma mundial de economia compartilhada que oferece hospedagem, sendo a pioneira e única no município de Ponta Grossa.

Airbnb é uma versão abreviada de seu nome original, AirBedandBreakfast.com. A plataforma Airbnb é um serviço online comunitário, foi um dos primeiros serviços *peer-to-peer* a se especializar em hospedagem.

Segundo o próprio site, “o Airbnb é um mercado comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo” e sua missão é “criar um mundo onde as pessoas possam pertencer quando viajam, conectando-se a culturas locais e tendo experiências de viagem únicas” (AIRBNB, 2017, n.p).

Além da plataforma ser disponibilizada num site, também está disponível em forma de aplicativo gratuito para aparelhos smartphones e tablets, funciona como qualquer rede de compartilhamento e oferta de serviços. O objetivo da ferramenta é ajudar os usuários a encontrarem o melhor lugar para se hospedar durante sua viagem ou anunciar seu imóvel para outros internautas. Para isso é necessário criar um perfil na rede, e depois basta o usuário escolher o destino e selecionar as datas.

Na plataforma é possível oferecer apenas um quarto ou a residência completa a outros usuários, como também alugar um espaço. Usado por todos os tipos de viajantes, o grande apelo do serviço está nos custos mais baixos e na facilidade de alugar um imóvel sem muita burocracia. A lista de aluguel no website vai desde quartos até mansões, motor home, barcos, ilhas, casas na árvore e até mesmo casa de pintores famosos. Tornou-se uma das mais bem-sucedidas startups do Vale do Silício em apenas cinco anos (FRANÇA, 2018).

O Airbnb afirma ter mais de 7 milhões de imóveis listados em sua plataforma em mais de 100.000 cidades no mundo e hospeda, em média, mais de 2 milhões de pessoas por dia. Um dos principais objetivos nos últimos meses vem sendo expandir seu serviço para além de grandes polos turísticos mundiais, como Londres, Paris e Nova York. Mais de 60 milhões de pessoas já se hospedaram através do Airbnb desde seu lançamento, que já fez promoções com quartos na Torre Eiffel, em um aquário de tubarões, além do quarto de Ariana Huffington e da casa da famosa cozinheira Julia Child (EXAME, 2019).

Criada em 2008 em São Francisco, nos Estados Unidos, o Airbnb vale cerca de 31 bilhões de dólares após mais de dez rodadas de investimentos. O Airbnb chegou a valor de mercado superior a 1 bilhão de dólares em apenas quatro anos depois de sua fundação, ganhando o rótulo de unicórnio (EXAME, 2019).



De acordo com o site Canaltech, em 2017 o Airbnb contava com 143 mil anúncios no Brasil, e que mais de um milhão de hóspedes utilizaram o serviço somente em 2016 (CANALTECH, 2017).

A história do Airbnb inicia da seguinte forma: Dois colegas de curso da Escola de Design de Rhode Island, recém-formados, resolveram virar empreendedores, largaram seus empregos e se mudaram para a cidade de San Francisco na Califórnia para realizar esse sonho. Porém, o tempo foi passando e o dinheiro acabando. A situação ainda piorou quando foram avisados que o valor do aluguel do apartamento em que moravam iria subir. Eles tinham apenas 14 dias para encontrar uma forma de pagar mais esta despesa.

Ao ver o espaço vazio na sala, eles pensaram: “Nós temos algo aqui! O que podemos fazer com isso? ”. Os jovens ficaram sabendo que em outubro daquele ano, haveria uma conferência sobre design que aconteceria na cidade e, em virtude disso, grande parte dos hotéis da região estavam com lotação completa (MUNDO DAS MARCAS, 2014, n.p).

Naquele momento, o espaço vazio que tinham na sala parecia uma oportunidade de conseguirem dinheiro, assim decidiram tirar três colchões de ar do armário, inflá-los e cobrar pelo espaço dentro do apartamento deles para as pessoas pernovernarem. Poderiam oferecer aos visitantes um colchão de ar para dormir, alguns espaços dentro do apartamento como a sala, cozinha e quarto dos fundos e preparar o café da manhã. Foi justamente o conceito desta ideia que originou o nome da empresa que eles iriam fundar pouco tempo depois, a airbnb, um acrônimo de Air Bed and Breakfast (AIRBNB, 2017).

Foi então que o empreendedorismo dos dois jovens falou mais alto. Já no dia seguinte, colocaram a ideia em prática, desenvolveram a primeira versão do site de hospedagens, com apenas uma opção, que no caso era o apartamento em que moravam e fizeram até camisetas (MUNDO DAS MARCAS, 2014).

“Eles chamaram o projeto de Air Bed & Breakfast, em homenagem aos colchões de ar e um café da manhã de torradas Pop Tarts” (EXAME, 2019, n.p). A princípio pensaram que só estudantes com pouco dinheiro iriam se hospedar. Era a única possibilidade que viam de alguém querer dormir em um colchão de ar no meio de uma sala, mas se enganaram. Eles conseguiram alugar os seus colchões para três pessoas, porém nenhuma delas se encaixando no perfil que o grupo imaginava que iria topa se hospedar daquela forma. Dentre seus primeiros clientes, havia uma

mulher de meia idade, um indiano e um senhor de 45 anos, casado e pai de cinco filhos. Como conversavam bastante e trocavam experiências com os hóspedes, a permanência deles no apartamento se tornou algo especial. "Inclusive, eles têm contato com essas pessoas até hoje e foram convidados para a festa de casamento do indiano" (MORALES, 2012, n.p).

E foi justamente essa relação que incentivou os jovens a fundar uma empresa. Isto porque os hóspedes perguntaram se poderiam viajar dessa forma para outras cidades nos Estados Unidos.

Naquele momento eles perceberam que esse tipo de serviço de hospedagem é muito interessante, e a ideia de um novo negócio foi despertada, o que era basicamente para pagar o aluguel, aquele site que eles fizeram em uma noite se transformou no Airbnb, "acabou virando a grande ideia" (MORALES, 2012, n.p).

Foi assim que Brian Chesky, e Joe Gebbia formados em design industrial, criaram o Airbnb. Como eles eram designers e não programadores, alguns meses depois, convidaram Nathan Blecharczyk, formado em ciência da computação pela Universidade de Harvard, e que já havia ocupado vários cargos de engenharia em empresas importantes como a Microsoft, para fazer parte do grupo e desenvolver a plataforma.

Desta maneira, a marca Airbnb começou a ser concebida, em virtude de uma necessidade, uma situação de dificuldade financeira, como acontece na vida da maioria dos empreendedores. Iniciou apenas com muita disposição e nenhum dinheiro no bolso, foram atrás de investidores e formas de financiar a startup. Por fim, o financiamento inicial foi obtido a partir da incubadora Y Combinator, em San Francisco.

Finalmente no dia 11 de agosto de 2008 o site do *Airbedandbreakfast.com* foi colocado no ar, permitindo assim que pessoas pudessem alugar toda ou parte de sua própria residência. O site fornecia uma plataforma de busca e reservas entre a pessoa que oferecia a acomodação e o viajante que buscava um espaço para locação. Ou seja, de um lado alguém que possuía um espaço que não ficava ocupado o tempo todo e do outro alguém querendo um espaço para alugar. E para ganhar dinheiro, a empresa começou a cobrar do proprietário uma taxa sobre o valor da estada no seu espaço.

O principal empecilho era convencer as pessoas a disponibilizarem suas residências para desconhecidos. Com as dificuldades financeiras iniciais, os sócios

chegaram a vender mais de 3.000 caixas de cereais matinais, com as imagens do então candidato à presidência americana Barack Obama e seu concorrente John McCain, para conseguirem algum dinheiro no início para poder manter a empresa (EXAME, 2019).

Esta venda deu um grande resultado em uma época em que ninguém conhecia a plataforma Airbnb. Com isso, a empresa conseguiu chamar a atenção de grandes veículos de mídia do mercado americano, que fizeram matérias sobre essas caixas de cereais e também sobre a empresa.

Pouco tempo depois, aquela ideia que começou sem muita expectativa, começou a render frutos e evoluiu para um empreendimento próspero. Outros moradores de San Francisco começaram a disponibilizar suas residências aos visitantes, utilizando o site. Os hóspedes ficaram satisfeitos e iniciaram uma divulgação boca a boca, o que levou a ideia para outras cidades americanas.

No início os apartamentos de Nova York não estavam sendo alugados, o que foi difícil fazer o serviço crescer, ao investigar o porquê, os sócios perceberam que a qualidade das fotos não era boa. Então resolveram ir pessoalmente para a Nova York, e visitar cada um dos imóveis para fazerem fotografias mais bonitas e chamativas. Desta forma, dobraram o faturamento da cidade já na semana seguinte para US\$ 400 por semana (EXAME, 2019).

E isto começou a atrair grandes investidores, dando fôlego para a empresa. Mais tarde, Greylock Partners, Sequoia Capital e o ator Ashton Kutcher também investiram na empresa (AIRBNB, 2017).

Em março de 2009 o nome do site foi abreviado para *airbnb.com* e seu alcance foi ampliado significativamente. Isto devido a muitas pessoas começarem a utilizar o serviço de uma forma incomum até então, disponibilizando casas na árvore, barcos, cabanas, cavernas, castelos medievais, ilhas e até iglus. E o mais importante é que havia pessoas dispostas a pagar para dormir ou passar dias em lugares inusitados como esses. O Airbnb demorou mais de um ano para atingir 100 mil reservas (MUNDO DAS MARCAS, 2014).

Porém, os acessos aumentaram significativamente, nos anos seguintes, principalmente devido à grande crise econômica que arruinou a economia mundial, com isso as pessoas sem emprego estavam prestes a perder suas casas. Através do Airbnb viram uma oportunidade de mantê-las às tornando rentáveis. Consequentemente, os acessos em todo o resto do mundo foi só aumentando e, em

2011, a maior parte dos negócios já era do mercado internacional, principalmente na Alemanha e Reino Unido. Com isso, mais investidores resolveram apostar na empresa, possibilitando que ela comprasse alguns pequenos concorrente (AIRBNB, 2017).

Em 2012, a empresa que já era um verdadeiro sucesso, auxiliando na hospedagem de mais de 10 milhões de pessoas desde sua criação lançou um novo site, que conta com uma área de comunidade que apresenta histórias de anfitriões e hóspedes e uma seção chamada Discovery (Descobertas) que tem ideias de viagens para locais diferentes e onde os usuários podem publicar dicas e mapas para seus locais ofertados. Em 2015 a Casa branca nomeou Brian Chesky como o Embaixador Presidencial para o empreendedorismo global. Em 2017 lançou a sua marca chinesa Aibiyng e neste ano de 2019 assinou um acordo para adquirir o Hotel Tonight (AIRBNB, 2019).

No Brasil, o Airbnb está acumulando boas taxas de crescimento, a primeira reserva no País ocorreu em 2009 na cidade do Rio de Janeiro, em 2012 o site já contava com 3.500 anúncios. Em 2014 durante a Copa do Mundo realizada no Brasil o Airbnb acomodou 120 mil turistas. Sendo que em março de 2016 ultrapassaram os 70.000. A empresa registrou aumento de 67% de crescimento de anúncios, ano após ano e crescimento de hóspedes de 110%, ano após ano (AIRBNB, 2018).

Em 27 de março de 2015 “o Airbnb torna-se o fornecedor oficial de alojamento alternativo para os jogos Olímpicos do Rio 2016” (AIRBNB, 2019).

Os seguintes dados mostram que desde a chegada da empresa no Brasil ela só vem crescendo consideravelmente, pois, “O país é o maior mercado da empresa na América Latina e o quarto no mundo. Segundo o Wall Street Journal (2016) são agora 25.000 anúncios no Rio de Janeiro, contra 20.000 há um ano e apenas 900 em 2012.” (SOARES, 2016, p.34).

Segundo Resende (2018, n.p):

“Cinquenta por cento das pessoas que estão listando seus espaços no site compartilham a própria casa. Em compensação, existem os outros 50% que compartilham a casa inteira, ou seja, quando vai viajar, aluga sua casa ou apartamento inteiro”, afirmou Schimenes. “Isso já é extremamente normal na economia brasileira, é só a gente olhar para o período de Ano Novo onde um milhão de pessoas acabam visitando o litoral norte de São Paulo, e grande parte dessas pessoas alugam casas”.

O que era para ser uma forma de esticar o dinheiro para pagar o aluguel daquele mês, se tornou a sensação do Vale do Silício como a *start-up* símbolo de um

movimento bilionário, a economia de partilha. Atualmente o Airbnb é uma das principais plataformas de oferta de hospedagens do mundo, com mais de 7 milhões de anúncios em todo o mundo e o serviço está presente em mais de 100 mil cidades com casas anunciadas em mais de 191 países (AIRBNB, 2019).

Disponibilizando alojamentos em lugares bastante curiosos, oferecendo opções das mais convencionais até as mais inusitadas como: tonel de cerveja, suíte-avião na Holanda, casa na árvore na Itália, Iglu na Eslovênia, castelo na região da Toscana na Itália e no Brasil disponibiliza a casa que serviu de locação para um dos filmes da saga Crepúsculo em Paraty no Rio de Janeiro, quarto vagão de trem na cidade de Tiradentes em Minas Gerais, até chalé no meio da floresta Amazônica (MORALES, 2012). O grande diferencial da plataforma é a capacidade de buscar por hospedagens diferentes e que atendam também aos mais diferentes anseios dos consumidores. Hoje em seu portfólio há mais de 14.000 microcasas, mais de 4.000 castelos e mais de 2.400 casas em árvores anunciadas (AIRBNB, 2019).

Os países que mais se destacam em número de anúncios ofertados em 2017 foi: Estados Unidos com 660.000, a França com 485.000, a Itália com 340.000 anúncios, a Espanha com 245.000 e o Reino Unido com 175.000 anúncios na plataforma (AIRBNB, 2017).

“Entre 2016 e 2018, as chegadas de hóspedes através da plataforma do Airbnb dispararam em países como Moldavia (190%), Vanuatu (187%) e Nova Caledonia (175%)” (AIRBNB, 2019, n.p). Assim ajudou fomentar o turismo em alguns dos países menos visitados do mundo.

Em 2017 a plataforma registrou uma média de 4,1 dias de estada no destino e 43% dos hóspedes afirmaram que não teriam viajado ou não teriam ficado tanto tempo no destino se não fosse através do Airbnb, segundo pesquisa realizada pela própria empresa com os seus clientes. (AIRBNB, 2018). O dia 5 de agosto de 2017, foi a maior noite do Airbnb, com mais de 2,5 milhões de pessoas ficando hospedadas através da plataforma (AIRBNB, 2017).

Desde sua fundação em 2008 o Airbnb já acomodou mais 500 milhões de hóspedes. Por noite, mais de 2 milhões de pessoas ficam em casas de outras pessoas, em todo o mundo via Airbnb. Mais de 40 mil experiências estão disponíveis no mundo todo em mais de mil cidades (AIRBNB, 2019).

O Airbnb está no 19º lugar no ranking das cinquenta empresas mais inovadoras do mundo do site Fastcompany, por transformar quartos vagos em uma "cadeia

hoteleira" bem concorrida no mundo todo. Em 2014 a empresa teve um valor de mercado avaliado em US\$ 30 bilhões, segundo o The Wall Street Journal, o que faz a empresa mais rica que grandes empresas hoteleiras como Hyatt Hotels e Wyndham Worldwide (AIRBNB, 2017).

Assim como o Uber, o Airbnb também sofre resistência por setores que são contrários a chamada economia de partilha. Os estabelecimentos convencionais de hospedagem e as agências de viagens são afetados diretamente por esta nova forma de negócio, pois está mudando o comportamento dos consumidores. Juristas, políticos e empresários do ramo de hospedagem têm debatido os resultados desse novo modelo de negócio para o setor imobiliário e também para a economia das cidades em todo o mundo.

Porém, conforme a demanda desses serviços aumenta, é natural que a estrutura política os olhe de perto e verifique a necessidade ou não de regulamentações.

Nos Estados Unidos, por exemplo, o Airbnb teve que adaptar suas atividades nas cidades de São Francisco e Nova York, pois em ambas as cidades, sua atividade iria contra a legislação. Em São Francisco, a lei determinou que os anfitriões precisam se cadastrar junto à prefeitura e cada imóvel anunciado cujo proprietário não tenha se cadastrado, pode render uma multa diária de US\$ 1.000 ao Airbnb. Já em Nova York, uma lei já existente, proíbe a locação de temporada para períodos inferiores a 30 dias. Ou seja, não podem ser ofertados imóveis com períodos inferiores a 30 dias.

Cidades como Barcelona na Espanha e Berlim na Alemanha proibiram o aplicativo, sob alegações de que ele poderia desestabilizar setores já consolidados da economia, como a rede hoteleira. Porém, Fernando Medina, presidente da Câmara de Lisboa em Portugal, apenas não dificultou como estabeleceu políticas para flexibilizar o controle do aluguel e facilitar a permanência do Airbnb, como incentivo ao turismo local (GAZETA DO POVO, 2016).

A expansão do Airbnb no Brasil gerou grandes discussões, principalmente com o setor o hoteleiro. A principal discussão é sobre sua regulamentação, o Airbnb ainda não possui uma regulamentação específica no país e assim não são atingidos com as diversas taxas e não seguem as exigências dos meios de hospedagem convencionais, como alvará de funcionamento, verificações dos bombeiros, entre outras, o que isso para a hotelaria configura em uma competição injusta no mercado de hospedagem. O presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - ABIH, Dilson Jatagy

Fonseca Jr, em uma entrevista para Alana Gandra da EBC Agência Brasil, em 2017, afirma que os serviços oferecidos pela plataforma é uma “atividade ilegal” e destaca a importância da regulamentação da plataforma, pois os serviços oferecidos pelo Airbnb fazem uma concorrência acirrada e prejudica os meios de hospedagens convencionais, além disso, tira impostos das empresas regulares que recolheriam para os cofres públicos, gerando desemprego e fechando hotéis (FONSECA JR, 2017). Essa discussão foi levada para Câmara Federal e foi criada uma comissão de Economia Colaborativa, para debater sobre questões voltadas aos impactos dos novos serviços no mercado.

Um projeto de lei sendo apresentada no Senado, através da PL 2.474/2019 que altera a lei 8.245 de 1991, este quer incluir um termo na Lei de Locações que só permitiria aluguel de temporada de apartamentos caso os condôminos restantes concordassem também, isso pode afetar o Airbnb.

O movimento colaborativo desenvolvido pelo Airbnb, dada as peculiaridades, aumenta inseguranças jurídicas de ordem civil, urbanística, imobiliária, concorrencial e tributária, e, a princípio, não se equipara aos modelos econômicos convencionais. A economia compartilhada é uma realidade que está posta e só tende a expandir, conforme exposto, e é passível de regulamentação.

A regulação constitui um relevante desafio à economia colaborativa como um todo e, no que refere ao Airbnb, o fato de não se enquadrar em nenhum molde regulatório preexistente potencializa o desafio. Posto que a regulação deve ser compatível aos contornos dos serviços e relações jurídicas, afastadas comparações e adaptações, sob pena de gerar falta de eficiência, refletindo negativamente no desenvolvimento econômico (PAYÃO, 2018).

O modelo de negócios do Airbnb é relativamente simples, e consiste em três elementos: fornecedores de hospedagem que são os hosts ou anfitriões; listas de acomodações e pessoas que procuram por hospedagem os convidados ou futuros hóspedes. Sem um perfil de público determinado, atendendo assim todos os tipos de viajantes, o site permite que os proprietários anunciem suas residências sem custo algum. A cada dois segundos uma reserva é realizada na plataforma, conforme informações do Airbnb. Todo o processo de reserva de estadas, pagamento e trocas de mensagens acontece online dentro da plataforma, sendo que ela cobra do hóspede uma taxa que varia de 6% a 12% do valor total, somente se a reserva for efetuada.

Mais de 1,9 milhões de anúncios de acomodações são reservados instantaneamente do montante de 4 milhões. Isto é, os anfitriões disponibilizam seus espaços para serem reservados imediatamente sem uma aprovação prévia. Nenhuma rede de hotéis tem mais quartos do que a Airbnb tem disponível para serem reservados instantaneamente. A listagem de acomodações existente na plataforma é maior do que a combinação do número de apartamentos das cinco maiores redes hoteleiras mundiais (AIRBNB, 2017).

Atualmente o Airbnb é a maior plataforma de economia de partilha no mundo. Mesmo sem ter esta peculiaridade no site, as pessoas por conta própria começaram a anunciar carros, vagas de garagem, barcos e até aviões. Assim sendo, o Airbnb não é mais apenas um site de hospedagem é uma plataforma de economia de partilha.

A plataforma oferece todas as informações para os viajantes interessados e para os anfitriões que desejam disponibilizar sua residência. É também uma plataforma interativa pois proporciona oportunidade de interação entre os usuários. Na página inicial é possível observar que a empresa preza em oferecer experiências únicas.

A plataforma é considerada uma mídia social, pois seu funcionamento é fundamentado na interação social, entre os usuários. Para conseguir fazer uma reserva é preciso realizar um cadastro ou utilizar outras mídias, como Facebook ou e-mail. O Airbnb possui uma navegação muito fácil, o que ajuda o contato dos usuários. No perfil os usuários divulgam fotos, nome completo, cidade onde residem, uma breve descrição de si mesmo, escolaridade e trabalho. Também podem publicar vídeos, comentários sobre destinos e residências visitadas e solicitar que outras pessoas escrevam referências. De acordo com o Airbnb, as referências são uma boa forma de transmitir confiança e credibilidade aos demais usuários.

O Airbnb baseia-se em confiança e reputação. O usuário pode solicitar referências à sua rede de contatos pessoais. “As referências serão exibidas publicamente no seu perfil Airbnb para ajudar outros membros a te conhecer melhor” (AIRBNB, 2015, n.p).

A plataforma além de possuir uma navegação fácil é muito bem planejada, o que a torna atraente para aqueles que ainda não a conhecem. A página inicial apresenta em fotos uma seleção de opções a serem exploradas de experiências que são disponibilizadas dentro da plataforma. Percebe-se que o Airbnb tenta destacar as experiências como elemento chave para o seu negócio. As imagens mostram



momentos de diversão e alegria em diversos cenários, atraindo o usuário a conhecer a comunidade e viver uma experiência “local”. Também na página inicial são mostrados alguns ícones com o título “explore o Airbnb”. O primeiro ícone trata-se das acomodações disponibilizadas na plataforma, o segundo são as experiências e o terceiro são os restaurantes.

No ícone que trata das experiências, escolhe-se o lugar de interesse e assim é apresentado todas as experiências disponíveis, que vão desde uma aula de surf até oficina de chapelaria. Também neste ícone a escolha é através da data e da quantidade de interessados. O usuário poderá escolher entre duas modalidades, as experiências que duram vários dias as que duram algumas horas. Também é possível escolher pelas categorias de interesse, como história, esportes e negócios.

O Airbnb fez uma parceria com a Resy, onde os usuários podem reservar mesas em restaurantes disputados nos EUA, evitando filas. Os restaurantes disponíveis então no ícone “restaurantes”. Todas as opções de ícones e filtros disponibilizadas pela plataforma proporcionam ao usuário a possibilidade de fazer uma busca conforme seus interesses e necessidades, fazendo com que a experiência se torne única.

A identidade visual da marca da empresa, que também é utilizada na plataforma passou por algumas mudanças ao longo dos anos. Num primeiro momento o nome da empresa foi apenas abreviado para Airbnb, mantendo as cores originais, o azul e rosa e a tipografia da letra. Depois foi adotada uma nova tipografia de letra na cor azul clara. E em 2014 a marca apresentou sua nova e atual identidade visual. Além de uma nova tipografia de letra e mais flexibilidade na aplicação, tanto em cores como no posicionamento, também pode ser utilizada verticalmente ou horizontalmente. O novo logotipo apresentou um símbolo, que foi batizado pela empresa de “Bélo”. Esse símbolo é uma representação de quatro coisas: pessoas; lugares, pino indicador de geolocalização; amor, coração; e, é claro, a própria Airbnb através da letra A. Para a empresa o novo logotipo remete a amor, amizade e um lar para viajantes longe de casa (MUNDO DAS MARCAS, 2014).

Imagem 01 - Evolução do Logotipo da Empresa Airbnb



Fonte: Site Mundo das Marcas, 2014

O Airbnb está cada vez mais aprimorando suas ofertas. A ideia é disponibilizar mais do que uma simples hospedagem. Pois, já é possível agendar pela plataforma, uma aula de culinária com uma chef tailandesa por exemplo. A empresa também já lançou uma versão específica para viajantes de negócios. A iniciativa satisfaz ambos os lados: os funcionários que podem escolher um local mais caseiro para suas viagens e o Airbnb, que irá crescer no mercado mais ainda ao disponibilizar aos seus usuários mais uma alternativa interessante mesmo que os gastos sejam pagos pela empresa.

A plataforma já pode ser utilizada sem ser unicamente para o anúncio de quartos e residências. "O conceito da economia compartilhada do site é que tudo que você tem ocioso, um dia você vai conseguir anunciar na Airbnb. A gente já tem até aluguel de celular, ou seja, você vai viajar para a França, por exemplo, fica na casa de uma pessoa e pode alugar um celular - ambos pelo Airbnb. Com isso, você não precisa pagar um pacote de dados internacional para ver seus e-mails durante sua estadia" (RESENDE, 2018, n.p).

A plataforma não conquista apenas viajantes comuns, famosos como "o ator hollywoodiano Ashton Kutcher, um dos investidores-anjo do Airbnb, afirmou que utiliza o serviço há mais de um ano para se hospedar ao redor do mundo, e até o então presidente da república dos Estados Unidos e candidato à reeleição, Barack Obama, já utilizou o Airbnb para se hospedar no Havaí durante suas férias." (RESENDE, 2018, n.p).

Esses dados demonstram um crescimento considerável que passa a chamar a atenção no turismo. Assim, se faz necessário realizar estudos mediante esse

processo inovador que ocorre na atividade dada a escassez de conteúdo acadêmico sobre esse tema, inclusive no município de Ponta Grossa, sendo um campo recente a ser estudado para entender essa demanda existente e seus desdobramentos.

### 2.3 - DESTINO TURÍSTICO DE PONTA GROSSA

A cidade de Ponta Grossa, também conhecida como "Princesa dos Campos" e "Capital Cívica do Paraná", inicialmente era apenas um bairro de Castro. Teve sua formação a partir do pouso dos Tropeiros, nascendo assim às margens do "Caminho de Viamão", tradicional rota utilizada por criadores e comerciantes de gado, que ligava o Rio Grande do Sul a São Paulo. Caminho esse que atravessava os campos de Vacaria, Lages, Correia Pinto, Curitiba, Santa Cecília, Papanduva, Monte Castelo, Mafra, Rio Negro, Campo do Tenente, Lapa, Palmeira, Ponta Grossa, Castro, Piraí do Sul, Jaguariaíva, Sengés, Itararé, alcançando Sorocaba.

Por decreto de D. Pedro I, teve seu povoado elevado à condição de freguesia em 1823, depois passando à condição de vila e, em 1862 passou a condição de cidade. Seu crescimento e seu desenvolvimento deve-se em grande parte a chegada dos imigrantes vindos da Europa, que trouxeram consigo as sementes da revolução industrial. E, também, a chegada da ferrovia, no final do século XIX, o que veio a facilitar a ligação da cidade com os grandes centros do país e, conseqüentemente, estendeu seus horizontes e mudou conceitos de um povo que, até então, limitava-se a realizar atividades basicamente campeira (POSSATO, 2011).

Ponta Grossa situa-se no sudeste do Estado do Paraná, no segundo planalto paranaense ou Planalto de Ponta Grossa, o qual, dentro dos quadros morfo-estruturais do relevo da Região Sul, remonta suas origens na evolução paleogeografia do escudo austro-brasileiro. A altitude média do município é de 868,5m e a altitude média da cidade é de 952 m. O clima na região do Segundo Planalto Paranaense, apresenta estações termicamente bem definidas, sendo a média do mês mais quente (fevereiro) de 21,2°C e a do mês mais frio (julho) 13,3°C. O verão é longo, morno e de céu quase encoberto, o inverno é curto, ameno e de céu parcialmente encoberto. Ao longo do ano, em geral a temperatura varia de 10°C a 28°C e raramente é inferior a 5°C ou superior a 31°C (MAACK, 1981).

Está localizada cerca de 110 km a noroeste da capital Curitiba, no Estado do Paraná. É uma cidade de porte médio, com uma população, conforme estimativas do IBGE para 2018, em torno de 348 mil habitantes, é a quarta cidade mais populosa do Paraná sendo o núcleo dos Campos Gerais, que é uma das regiões mais populosas do estado.

Em pesquisa do IBGE, veiculada pelo jornal Diário dos Campos, indica que quase um quarto dos municípios brasileiros 24,7% tiveram redução populacional. No entanto, Ponta Grossa, registrou um aumento populacional de quase 1% entre 2016 e 2017 e em média geral, os Campos Gerais tiveram um crescimento de 0,75%, chegando em torno de 965 mil habitantes, com uma inclusão de aproximadamente 7.200 pessoas.

Por possuir uma posição geográfica estratégica favorece o comércio e a indústria. Principalmente por seu entroncamento rodoferroviário, que liga a cidade a quase todas as regiões do Paraná e, ainda, aos Estados de São Paulo e Mato Grosso do Sul. Ponta Grossa se tornou um dos mais importantes entroncamentos ferroviários do Sul do Brasil, passando pelo Município toda a produção agrícola destinada ao Porto de Paranaguá, para exportação, destacando-se pela facilidade de acesso a todas as regiões do Estado.

Pode-se salientar como as principais rodovias:

- Rodovia BR 376 - Rodovia do Café, liga o Porto de Paranaguá ao Norte e Noroeste paranaense, ligando também o Estado com São Paulo e Mato Grosso.

- Rodovia BR 376/277 - Trecho Ponta Grossa – Curitiba - Paranaguá, liga o Município com o Porto de Paranaguá.

- Rodovia BR 277 – liga ao Oeste e Sudoeste do Paraná, ligando assim ao Paraguai e à Argentina.

- Rodovia PR 151 - liga com o estado de São Paulo e com o Planalto Central, através do acesso à região Nordeste do Estado. Faz ligação Ponta Grossa - Itararé.

- Rodovia BR - Transbrasiliana – liga o Pará a fronteira com o Uruguai, passa próxima a Ponta Grossa no futuro será uma das mais importantes vias de escoamento da produção (PMPG, 2019).

Pela proximidade a Curitiba e São Paulo, principais mercados consumidores do país, é ponto de passagem para a exportação de produtos pelo Portos de Paranaguá, Itapoá, Santos e pelo Corredor do Mercosul, através da rodovia que liga o Sudeste do Brasil aos países do Mercosul, como Argentina e Paraguai.

Possui um sistema ferroviário que cerca totalmente a cidade e é formado por um perfeito anel, com suas linhas em direção ao Porto de Paranaguá, a Curitiba e ao sul do país; e ao Norte do Estado, ao Norte Pioneiro, com ramificação até Ourinhos e São Paulo.

O Aeroporto Santana, com condições de receber aviões de pequeno e médio porte, que fazem o transporte principalmente dos executivos de empresas aqui sediadas, operando também com linhas comerciais, está localizado a 10 km do centro da cidade e o Aeroporto Internacional Afonso Pena em São José dos Pinhais, fica apenas a cerca de 114km de distância.

Segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano do Brasil 2013, realizado pelo Programa das Nações Unidas para Desenvolvimento (Pnud), o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) de Ponta Grossa foi de 0,763 em 2010, ainda conforme o Atlas, o município está situado na faixa 'IDH Alto'.

Ponta Grossa possui o segundo maior polo industrial do estado, ficando atrás apenas da região de Curitiba. Sendo a quarta cidade paranaense em exportação e a décima do Sul do país, exportando principalmente para o Japão e a Europa. Nos últimos anos a cidade atraiu empresas como a fabricante de caminhões norte-americana DAF, a Ambev e a indústria de embalagens Tetra Pak. A expectativa é de que aumente cada vez mais o Produto Interno Bruto (PIB) de Ponta Grossa.

Assim, devido a sua posição geográfica, atualmente a cidade de Ponta Grossa, além de ser o principal entroncamento rodoferroviário do sul do país, se destaca como cidade de forte polo metal-mecânico e industrial, de comércio diversificado, de centro técnico-educacional de reconhecimento internacional, de forte agricultura pujante de altos índices de produtividade e também se destaca por oferecer uma grande variedade de matérias-primas, energia elétrica, gás natural e mão de obra local especializada.

Está projetado para os próximos anos o complexo do Aeroporto Internacional dos Campos Gerais, a uma distância de 20km da cidade de Ponta Grossa. A Companhia Aeroportuária Campos Gerais irá oferecer uma estrutura de um dos mais modernos condomínios industriais multimodais da América do Sul, facilitando a movimentação de produtos, bem de viajantes a todo território nacional e internacional.

Além da qualidade de sua rede hoteleira e gastronômica, Ponta Grossa oferece ainda uma noite agradável, cada vez mais com espaços variados que garantem a diversão para todos os gostos.

Devido ao posicionamento geográfico, clima, altitude, um grande polo universitário, comercial e industrial, facilidade de deslocamento aéreo, atrativos históricos, culturais e naturais, Ponta Grossa vem configurando-se como local ideal para a implantação e o desenvolvimento de diversas atividades econômicas e principalmente voltadas ao turismo. Isso demonstra que existe oferta de oportunidades em negócios e geração de empregos em toda a região.

Ponta Grossa vem destacando-se no cenário turístico do sul do Brasil, por congregar um complexo de atrativos naturais, históricos e culturais que se revelam em meio à paisagem ondulada dos Campos Gerais e proporcionam a seus visitantes oportunidades de lazer, diversão e aprendizado.

A cidade teve sua origem a partir do tropeirismo, estes tropeiros de passagem pela região, alojavam-se em barracões improvisados, ou em toscas construções junto com os animais. Alguns fazendeiros começaram a lhes servir, banho, comida e lugar para dormir, ainda em um processo rústico tentando suprir às necessidades destes viajantes. Assim a origem dos meios de hospedagem em Ponta Grossa, pouco difere do que aconteceu no Brasil, que se iniciou com oferta de pouso aos viajantes nas entidades religiosas, nas fazendas e, principalmente, nos ranchos à beira da estrada.

Posteriormente, a hospedagem passou a ser oferecida de forma “familiar”, quase amadora, com destaque para o serviço de alimentação, que na maioria das vezes eram preparadas pela esposa do proprietário do estabelecimento. Já com a chegada da ferrovia, por atrair um número significativo de viajantes, os meios de hospedagem tornaram-se fundamental para recebe-los. Contudo, o primeiro hotel de Ponta Grossa foi o Hotel Palermo, que se localizava em frente à Praça Marechal Floriano Peixoto, nº 45, ao lado do prédio onde hoje se encontra a PROEX – Pró Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (FONTOURA, 2003).

Com o desenvolvimento econômico crescente, a hospedagem tornou-se um negócio importante para os moradores locais, e com isto o sistema de hospedagem foi se intensificando cada vez mais. No ano de 1941 foi inaugurado o primeiro grande hotel em Ponta Grossa, Planalto Palace Hotel, que está em funcionamento até os dias de hoje (CONVENTION & VISITORS BUREAU, 2018).

A partir da década de 1970, os meios de hospedagem em Ponta Grossa passaram a apresentar uma nova configuração, com a profissionalização da atividade, aumento da concorrência entre os estabelecimentos e melhoria no oferecimento de

serviços. Desde a inauguração do Planalto Palace Hotel, constantemente nos anos posteriores mais hotéis foram inaugurados.

Atualmente o mercado de meios de hospedagem em Ponta Grossa encontra-se em fase de expansão, com crescimento significativo e grande diversidade de opções, conforme informação disponibilizada via e-mail pelo Convention & Visitors Bureau, mostrados na tabela abaixo.

Tabela 01 – Relação dos hotéis cadastrados no CADASTUR, no município de Ponta Grossa

Item	Inauguração	Hotel	UH's	Leitos
1	1941	Planalto Select Hotel Ponta Grossa (Planalto Palace Hotel)	66	138
2	1954	Hotel São Marcos	39	72
3	1966	Hotel Papai Cogo	45	70
4	1976	Premium Vila Velha Hotel	94	280
5	1976	Village Hotel	32	96
6	1980	Hotel Santa Fé	35	70
7	1981	Hotel Maciel	45	70
8	1982	Hotel Casimiro	35	60
9	1982	Artur Hotel		
10	1984	Hotel Paraná	84	130
11	1987	Hotel Dal Gobbo	18	40
12	1992	Genevieve Palace Hotel	40	70
13	2002	Hotel Pax	41	97
14	2005	Hotel Princess Express	53	74
15	2013	Barbur Center Hotel	85	188
16	2014	Hostel 10	83	133
17	2015	Ipê Hotel Express	36	70
18	2016	Hostel Ponta Grossa	3	19
19	2017	Luds Comfort Hotel	80	169
20	2017	Pousada Hostel	6	20
21	2017	Pousada La Vierro	10	48
22	2017	Astron Ponta Grossa Plaza Hotel	47	64
23	2017	Hostel Paraná	4	40
<b>Total</b>			<b>1.211</b>	<b>2.362</b>

Fonte: Ponta Grossa Campos Gerais, Convention & Visitors Bureau, 2019

Já o Portal de Ponta Grossa (2012), informa a existência naquele ano de outros meios de hospedagem extra hoteleiros, como mostra a tabela a seguir:

Tabela 02 – Relação dos meios de hospedagem extra hoteleiros, no município de Ponta Grossa

<b>TIPO</b>	<b>NOME</b>	<b>UH's</b>	<b>Leitos</b>
Pousada	Pousada do Lago	07	
	Pousada Urbana PG	15	
Pensões	Pensionato Femininos Datola		
	Pensionato feminino Dona Augusta	09	
	Pensionato Masculinos Airton Schimidt	06	
	Casa do Estudante Universitário	08	
	Pensionato Central	54	
	Pensionato Inah Vargas	15	
Motel	Pensionato Nova Canaã	07	
	Motel Aquárius	66	
	Motel Bughaville	28	
	Motel Lacqua	33	
	Opium Motel	16	
	Savanas Motel	15	
	Motel Symbol Suite	20	
Camping	Vison Motel	31	
	Cachoeira da Mariquinha		
	Cannyon do Rio São Jorge		
	Ponta Grossa Iate Clube		
	Cachoeiras Boa Sorte		
Outros Meios de Hospedagem	Recanto Botuquara		
	Centro Bíblico Regnum Dei		70
	Centro da Pastoral da Juventude		36
	Centro de Treinamento de Líderes-CTL	50	
	Ginásio de Esportes Oscar Pereira		
	Mosteiro da Ressureição		06
Noviciato Irmãs Franciscanas		76	

Fonte: Portal de Ponta Grossa, 2012



Além da localização estratégica, das tradições, da cultura, da história, Ponta Grossa tem uma dinâmica social e empresarial refletida também pelo seu entorno e que movimenta milhares de pessoas, como exemplo pode-se citar a Agroleite que acontece na cidade vizinha de Castro, considerada Capital Nacional do Leite. Onde são realizados debates a respeito de genética, alimentação, qualidade tanto do animal como do leite e principalmente tecnologias voltadas a este setor, são realizados concomitantemente painéis, fóruns e seminários de nível internacional. Contando também com espaço para importantes setores produtivos como agricultura, suinocultura e ovinocultura.

Este evento transformou-se em uma grande feira de negócios, no ano de 2018 o volume de negócios foi de R\$ 65 milhões e recebeu cerca de 73 mil pessoas nos cinco dias de evento (AGROLEITE, 2019). Estes viajantes acabam se hospedando em Ponta Grossa, pois a cidade anfitriã do evento não comporta em função de seu pequeno porte.

Segundo, Daniel Wagner presidente do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares dos Campos Gerais, em entrevista concedida especialmente para este trabalho disse:

Eu brinco assim que o natal dos hoteleiros é a agroleite, sabe a agroleite? A agroleite vai acontecer agora neste mês, ali na semana do dia 12 ao dia 17, então são quatro noites ali que a região vai estar lotada, a gente brinca que a fórmula 1 em São Paulo fazia isso, e aqui é a agroleite. Então tenho certeza que nestes dias as propriedades de economia compartilhada vão estar bem movimentadas por exemplo e acaba ajudando a região a absorver mais hóspedes né, do que seria (WAGNER, 2019).

Este é apenas um exemplo, que demonstram que a oferta de meios de hospedagem em Ponta Grossa apresenta tendências de crescimento, para poder atender a demanda dos que vem ao município de Ponta Grossa e também aos municípios vizinhos por motivos de lazer, negócios e participação de eventos realizados periodicamente, como congressos, vestibulares, feira de negócios entre outros, garantido boa taxa de ocupações principalmente durante a semana. Sendo assim, a hospedagem alternativa de compartilhamento pode ser considerada uma boa opção.

### 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Lakatos e Marconi (2000), os procedimentos metodológicos são as atividades racionais e sistemáticas que permitem às pessoas alcançarem seus objetivos, através de um caminho que é traçado e deve ser seguido.

Neste trabalho, será utilizada uma pesquisa de natureza aplicada, pois se pretende analisar o cenário atual da hospedagem compartilhada no município de Ponta Grossa-Pr. De acordo com Gil (2008), a classificação do estudo deve seguir algum critério. Baseado no objetivo proposto pelo estudo, esta pesquisa se classifica como exploratória e descritiva, numa abordagem qualitativa e quantitativa.

Para Sampieri, Collado e Lucio (2013), estudos exploratórios são realizados quando o objetivo é analisar um tema ou um problema de pesquisa pouco estudado, sobre o qual ainda se tem muitas dúvidas ou que não foi até então abordado.

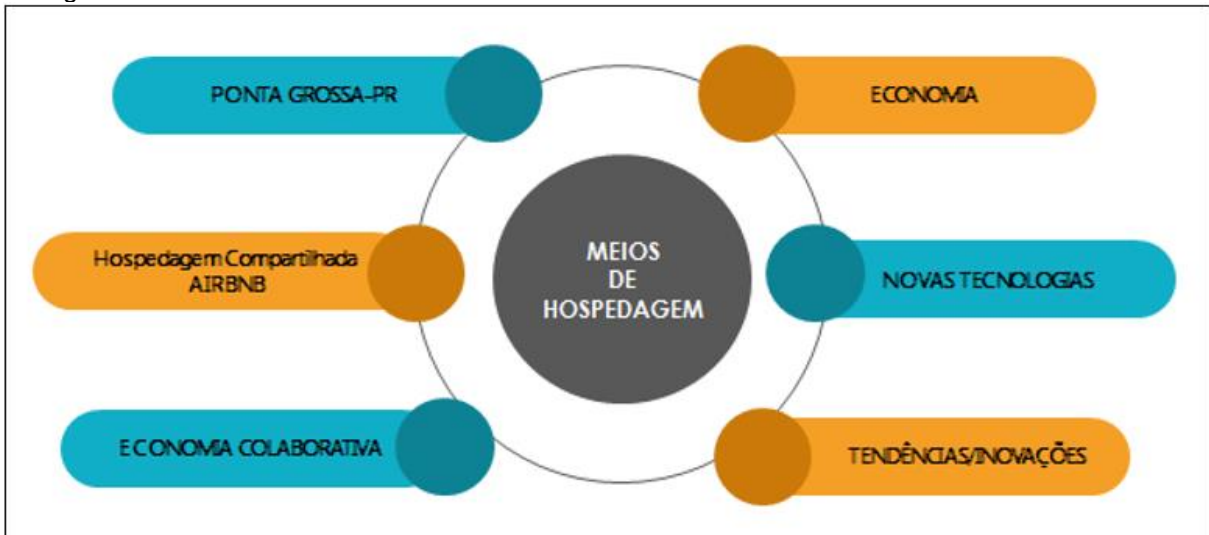
Todo trabalho científico tem início com uma pesquisa bibliográfica, que concede ao pesquisador identificar o que já se estudou sobre o assunto em questão. Neste trabalho foram feitas pesquisas para embasamento e entendimento dos conteúdos estudados, portanto, quanto às fontes de pesquisa, foi adotada como metodologia a pesquisa bibliográfica, que segundo Fonseca (2002), é feita a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites, foi realizada também uma entrevista com o Sr. Daniel Wagner presidente do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares dos Campos Gerais

O estudo se configura como exploratório, que segundo Severino (2014), “busca apenas levantar informações sobre um determinado objeto, delimitando assim um campo de trabalho, mapeando as condições de manifestação desse objeto”. O estudo exploratório é uma preparação para o estudo explicativo, “que além de registrar e analisar os fenômenos estudados, busca identificar suas causas, seja através da aplicação do método experimental/matemático, seja através da interpretação possibilitada pelos métodos qualitativos” (SEVERINO, 2014).

Portanto, a pesquisa é exploratória, pois levanta informações a respeito da economia colaborativa, consumo colaborativo e exemplos desses fenômenos, concentrando-se apenas na plataforma Airbnb e, também é explicativa, pois analisa o

fenômeno, seu desenvolvimento, identificando através da literatura e analisando qualitativamente os motivos pelos quais a forma de consumo mudou ao longo do tempo e os resultados dessa mudança.

Imagem 02 - Levantamento de Referências Teóricas



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

O fenômeno em questão, abordado neste trabalho, é o consumo colaborativo e sua manifestação através de exemplos de plataformas, dando maior foco ao Airbnb, por se tratar da única empresa atuante no mercado de hospedagem compartilhada no município de Ponta Grossa.

Quanto à abordagem, esta pesquisa é de ordem quantitativa, pois, tem o objetivo de traduzir opiniões, atitudes e preferências, que se pode quantificar para uma análise posterior dos dados obtidos (FONSECA, 2002). Tendo foco na objetividade, podendo ser entendida através de uma análise de dados brutos, por meio de instrumentos padronizados sem a parcialidade e interferência do pesquisador. Geralmente as amostras são grandes, para ser bem representativa, já que os resultados deverão ser considerados como uma verdade. Para poder relatar as causas de um fenômeno, as relações entre variáveis, entre outros é utilizada a linguagem matemática.

Os dados utilizados para o alcance dos objetivos, foram coletados diretamente do site do Airbnb após a consulta de cada dos anúncios disponibilizados para o município de Ponta Grossa-Pr.

O universo da pesquisa foram os anúncios de espaços para hospedagem disponibilizados no site Airbnb, empresa de hospedagem alternativa compartilhada, fundada em 2008 na cidade de São Francisco na Califórnia, segundo o próprio site. O

site caracteriza-se como um mercado comunitário de meios de hospedagem confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do mundo, seja, acessando por um computador, um celular ou um tablet via conexão à uma rede de internet (AIRBNB, 2019).

A pesquisa foi delimitada apenas ao município de Ponta Grossa-Pr. Assim, foi realizada uma análise de todos os espaços disponibilizados no site Airbnb para o município em estudo. Em função da constante atualização dos anúncios contidos na plataforma, foi decidido coletar os dados para análise do dia 23 a 30 de setembro de 2019. Foram encontradas um total de 71 anúncios de ofertas disponíveis para a região em estudo.

A coleta de dados contemplou todas as informações pertinentes às acomodações que estão estruturadas na plataforma e contidas no site, com foco nas seguintes variáveis: título, localização, tipo de espaço, tipo de propriedade, quantos quartos o hóspede pode usar, quantos hóspedes o espaço pode acomodar, quantas camas o hóspede pode usar, que comodidades oferece, atrativos, avaliações, conceito dos anfitriões, preço e inovações.

A partir destes dados e após terem sido tabulados e demonstrados graficamente, foi possível apresentar e analisar os resultados.

#### **4 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

De acordo com os dados coletados, inicia-se a apresentação das acomodações encontradas no site do Airbnb, no mês de setembro do ano de 2019, exclusivamente para a região de pesquisa, no caso o município de Ponta Grossa-Pr. Neste sentido, a amostra de 71 anúncios disponibilizados no site, equivale a 100% dos dados. Para a apresentação e análise destes dados será seguido o passo a passo da própria plataforma do Airbnb para a construção e posterior publicação de um anúncio.

#### 4.1 - COMPOSIÇÃO DA CENA

Os anúncios iniciam com uma breve descrição do espaço a ser compartilhado com fotos e um título, que deve ser o chamariz do anúncio. Foram encontrados os mais diversos títulos para os 71 anúncios, os quais seguem na tabela abaixo fielmente como encontrados no site.

Tabela 03 - Títulos dos Anúncios do Site Airbnb, para o Município de Ponta Grossa-Pr

Título do Anúncio
Quarto com Cama de Casal Em Casa de Condomínio
Apartamento - perto da UEPG - com garagem
Estúdio Standard
Apartamento Aconchegante e Familiar -S.Jose c/café
Catedral Plaza - Centro
Casa Ampla e Confortável
Quarto em Apt. próx. ao Palladium e UEPG centro
Casa Centro Histórico, 2 quadras Catedral,c/café (anúncio 1)
Casal Centro 2 quadras UEPG Centro-Caminho UTFPR
Quarto Triplo 2 quadras UEPG Centro Caminho UTFPR
Apartamento próximo rodoviária de Ponta Grossa
Quarto Solteiros, W.C. Externo.
Apartamento central confortável e seguro
Quarto confortável em ótima localização
APTO Central - UEPG
Suíte Individualizada
Apto Completo/garagem -Central
Individual 2 Quadras UEPG Centro Caminho UTFPR
Apartamento UEPG aconchegante - Térreo
3 Quartos 2 Quadras UEPG Centro - Caminho UTFPR
Ático, wc Ind. Externo.
Quarto inteiro 2 quadras UEPG Centro caminho UTFPR
Hostel Paraná
Casa Centro Histórico, 2 quadras Catedral, c/café (anúncio 2)
Quarto individual.
"Estúdio"bem localizado. Para uma pessoa ou casal.
Apartamento Centro - Ao lado UEPG c/ GARAGEM
TRIPLEX, sendo um andar individual para o hóspede
TRIPLEX, 2 andares exclusivos para os hóspedes! (anúncio 2)
Casa Represa de Alagados

Apto central, sala e cozinha conjugados c/ garagem
Apartamento completo com garagem no Centro de PG!
Quarto em apartamento amplo no Centro de PG.
Republica 644. Ambiente seguro. Exclusivo moças.
Excelente Casa em Condominio
Sobrado em Condominio Fechado Familiar
Apartamento da Sil
Estúdio excelente localização e tranquilidade
Quarto próximo ao CAMPUS - UEPG em Uvaranas
APTO TERREO -com área externa.
Quarto n. 1 guest house próximo à UTFPR
Cantinho da Thai
Apartamento da Ninê
Quarto n. 2 guest house próximo à UTFPR
Casa Uvaranas 5 minutos do centro
Quarto n. 3 guest house próximo à UTFPR
Quarto n. 4 próximo à UTFPR
Meu Quartinho
Condomínio fechado segurança 24hs
Casa Completa Bairro Neves
Sua casa em Ponta Grossa, conforto tranquilidade
Quarto super confortável, limpo e aconchegante
Quarto em oficinas px ao Cesumar
Apê Completo Uvaranas
Casa entre UEPG e UTFPR
Excelente acomodação em ponta grossa
Quarto 5min do centro, caminho para UTFPR/UEPG
Quarto em casa entre UEPG (Centro) e UTFPR
Casa alto padrão. Em condomínio fechado
Aludo quarto

Fonte: Airbnb, 23 a 30 set/2019

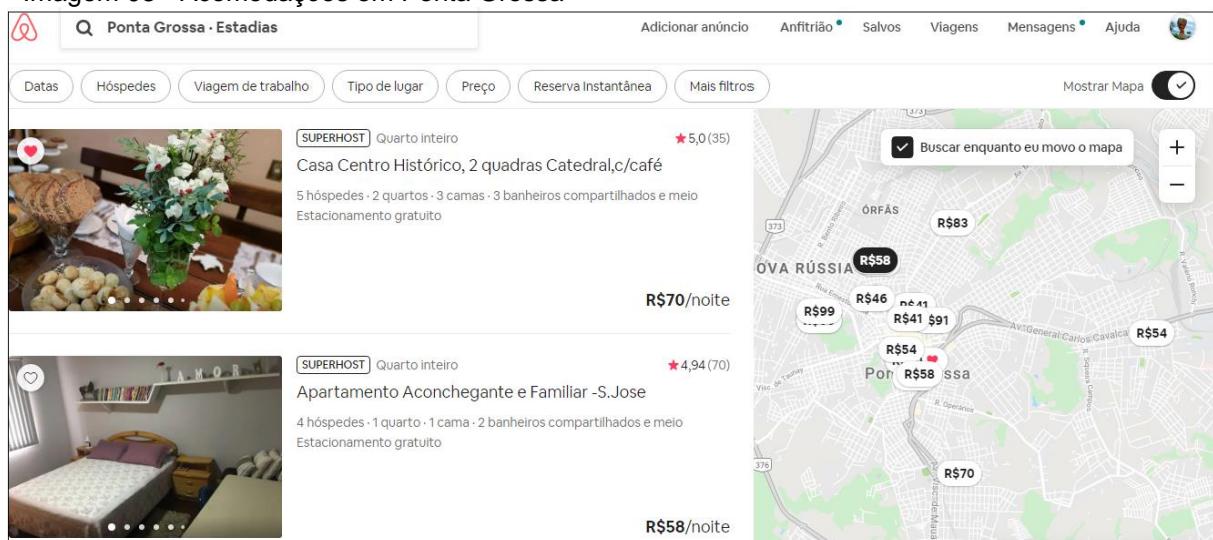
Os títulos dados pelos anfitriões às acomodações, também servem como um resumo daquilo que o usuário vai encontrar no local. Foi possível observar que as palavras mais usadas nos títulos dos anúncios dizem respeito a aspectos intangíveis da acomodação como “confortável”, “familiar” e “seguro”. Aspectos de localização e infraestrutura também são destaques nos anúncios como “centro” e “com garagem”.

## 4.2 - ONDE É O SEU LUGAR?

Na plataforma do Airbnb “Onde é o seu lugar? ”, diz respeito à localização das acomodações. É importante destacar que as acomodações disponibilizadas através da plataforma do Airbnb não possuem uma concentração geográfica. Aproximadamente três quartos de todas as hospedagens disponíveis na plataforma ficam fora das zonas hoteleiras tradicionais. Isso contribui para que os utilizadores<sup>3</sup> da plataforma busquem lugares diferentes, fazendo com que eles visitem e conheçam a cultura da cidade, isso favorece uma integração produtiva.

Quando acionado este ícone é mostrado um mapa da região selecionada e todas as acomodações disponíveis.

Imagem 03 - Acomodações em Ponta Grossa



Fonte: Airbnb, 2019

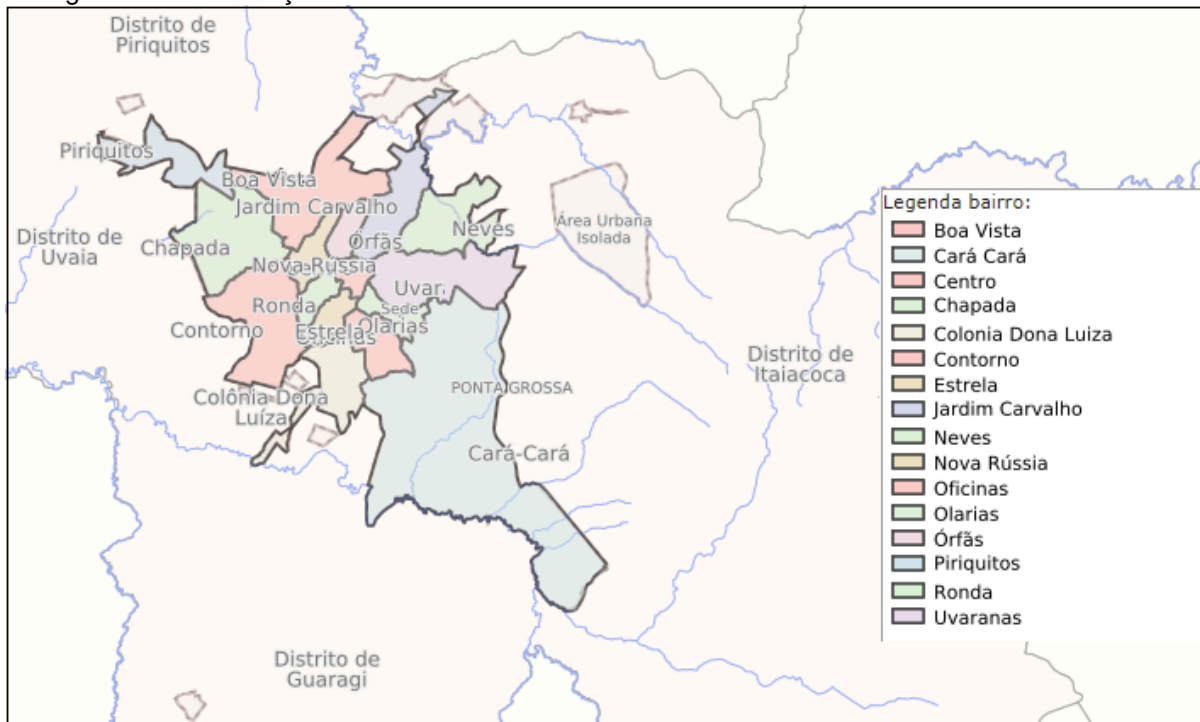
Para este estudo a localização das acomodações disponibilizadas na plataforma, foi classificada de acordo com bairros e distritos do município de Ponta Grossa, assim sendo: centro, bairro Nova Rússia, bairro Uvaranas, bairro Oficinas, bairro Boa Vista, bairro Cará Cará, bairro Chapada, bairro Colônia Dona Luíza, bairro Contorno, bairro Jardim Carvalho, bairro Neves, bairro Olarias, bairro Órfãs, bairro

<sup>3</sup> Utilizador – “A noção de utilizador é bastante popular no âmbito da informática. Neste sentido, um utilizador pode ser tanto uma pessoa como um computador ou um software, tendo em conta que o conceito está associado ao acesso a certos recursos ou dispositivos”.

Fonte: <https://conceito.de/utilizador>

Ronda, bairro Periquitos<sup>4</sup>, distrito de Itaiacoca, distrito de Guaragi, distrito de Uvaia e distrito de Piriquitos<sup>5</sup>.

Imagem 04 – Localização dos Bairros e Distritos



Fonte: geoweb.pontagrossa.pr.gov.br. 2019

Os anúncios publicados foram classificados dessa forma em virtude de corresponderem com o espaço geográfico da cidade. O centro é a área que representa o coração da cidade, onde há sempre um intenso fluxo de pessoas em função da aglomeração de empresas e escritórios que atuam no local; da existência de comércio intensivo como lojas, farmácias, bares e restaurantes; da concentração de arquitetura histórica e de grande parte do acervo cultural da cidade.

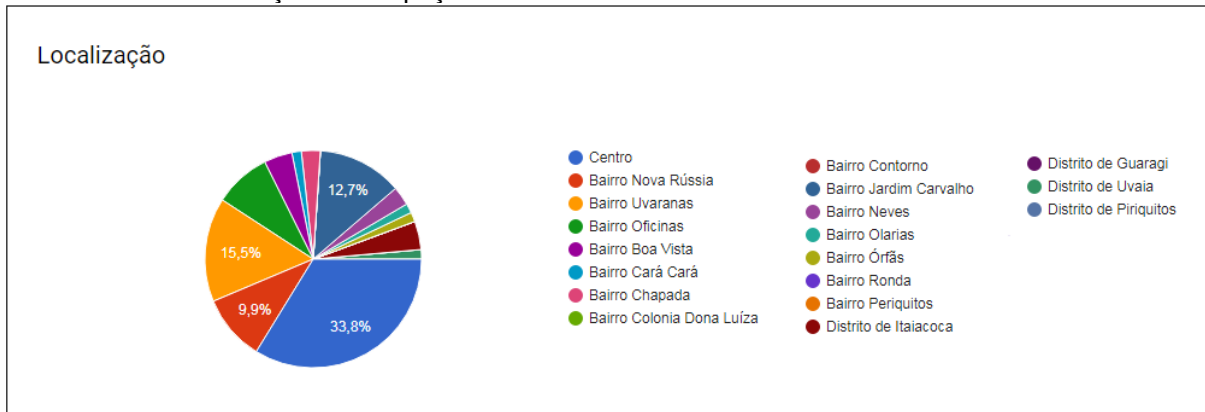
Os bairros normalmente são as áreas residenciais, alguns de natureza mais tranquila, ao mesmo tempo em que outros são mais movimentados e com comércio mais significativo. Por fim, os distritos caracterizam-se por serem regiões mais tranquilas, normalmente voltadas ao homem do campo, ao lazer, ao descanso e às atividades turísticas.

<sup>4</sup> Periquitos - é um dos quatorze bairros pertencentes a cidade de Ponta Grossa, no estado de Paraná. Bairro predominantemente residencial com 96,02% de seus endereços residenciais.

<sup>5</sup> Piriquitos - é um dos quatro distritos do município de Ponta Grossa, estado do Paraná. Fonte: Prefeitura Municipal de Ponta Grossa



Gráfico 01 – Localização dos Espaços Anunciados no Site Airbnb



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Quanto à localização, o gráfico 01 mostra que, 33,8% das acomodações analisadas situam-se no centro, 15,5% no bairro Uvaranas, 12,7% no bairro Jardim Carvalho, 9,9% no bairro Nova Rússia, 22,5% nos demais bairros, 4,2% no distrito de Itaiacoca e 1,4% no distrito de Uvaia.

A grande concentração de acomodações no centro justifica-se pela própria configuração da cidade, por apresentar melhor infraestrutura, comodidades diversas, abrigar o campus central da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), muitas faculdades particulares e também pelo fácil deslocamento para outros lugares. A procura de hospedagem na região central da cidade por sua vez é mais voltada às pessoas que vem a negócios, reuniões, eventos e afins.

No bairro Uvaranas está situado o Campus da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), que é alvo de pessoas que em geral possuem um perfil acadêmico, podendo ser estudantes, professores e outros. O bairro Jardim Carvalho também é justificável por este perfil acadêmico, em função da proximidade com campus central da Universidade Estadual de Ponta Grossa e com a Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Uma significativa concentração de acomodações no bairro Nova Rússia justifica-se por ser um bairro muito próximo ao centro e principalmente por ser a porta de entrada e saída da cidade. Próximo a este bairro passa a BR-376, que faz ligação da cidade com o Norte do Paraná e com Curitiba; a BR-277, caminho para Foz do Iguaçu e o Mercosul; a BR-153, Transbrasiliana, rodovia que leva ao Sul e ao Norte do País; e a PR-151, que liga Ponta Grossa com o Estado de São Paulo.

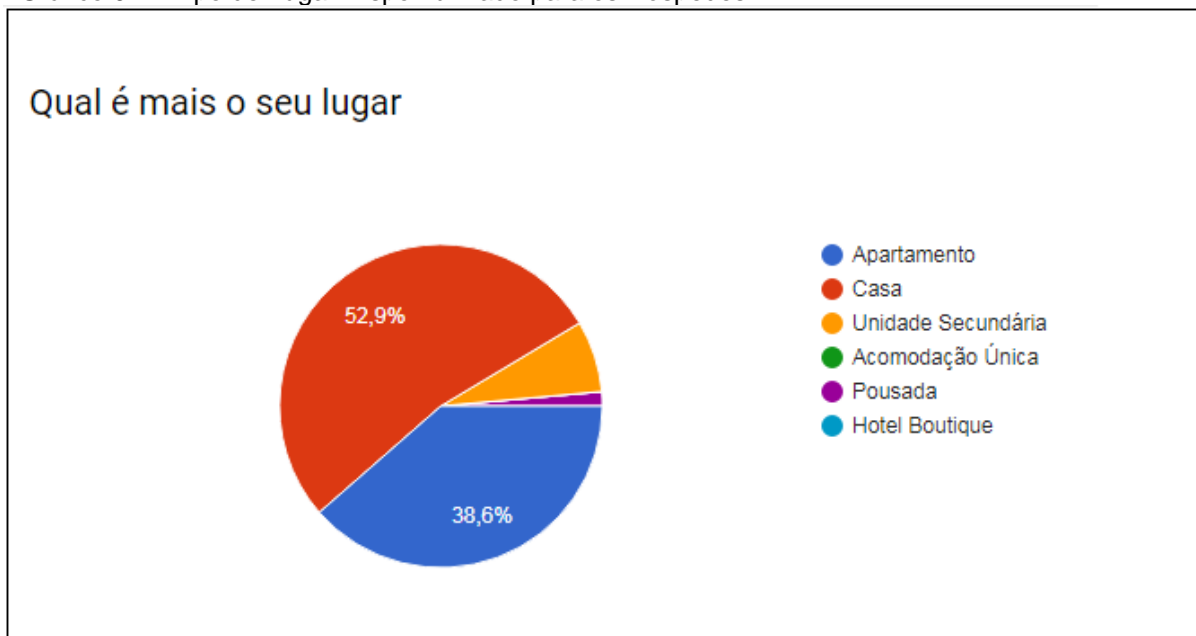
O distrito de Itaiacoca é procurado por famílias, grupos de amigos e amantes da natureza, por ficarem neste distrito a maioria dos atrativos turísticos naturais do município, como o Canyon e Cachoeira do Rio São Jorge, a Cachoeira da Mariquinhas, as Furnas Gêmeas e da cada vez mais procurada Furna Buraco do Padre.

Cada região da cidade apresenta características únicas que as diferenciam entre si, por consequência, viajantes que buscam por hospedagens alternativas compartilhadas têm a possibilidade de filtrar melhor seu local de permanência temporária de acordo com suas necessidades.

#### 4.3 - QUAL É O SEU LUGAR (tipo de espaço)

A plataforma Airbnb permite que seja disponibilizado seis tipos de “lugares” para hospedagem: apartamento, casa, unidade secundária, pousada e hotel boutique.

Gráfico 02 – Tipo de Lugar Disponibilizado para os Hóspedes



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Quanto aos resultados obtidos, 38,6% são apartamentos e 52,9% são casas, o que correspondem a um total de aproximadamente 92% dos tipos de “lugares” disponibilizados. Uma porcentagem muito significativa se comparado com a pequena

representatividade dos outros tipos disponíveis, 7,1% de unidades secundárias, 1,4% de pousadas e nenhum anúncio de hotel boutique.

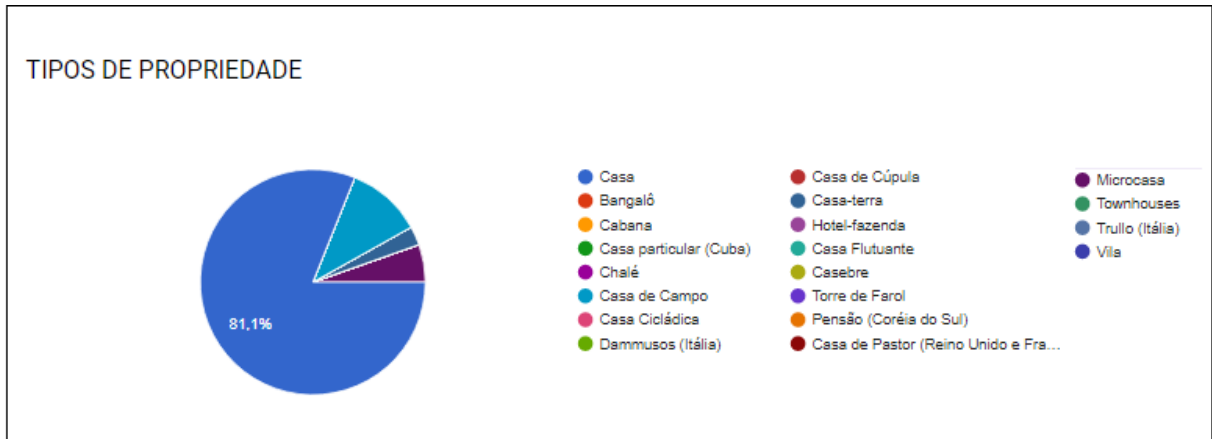
A arquitetura do município constitui-se basicamente de casas e apartamentos residenciais, atraindo assim viajantes que buscam um local agradável e que atenda suas expectativas de forma organizada, rápida, segura e na maioria das vezes mais em conta financeiramente que os meios de hospedagem convencional.

#### 4.4 - TIPOS DE PROPRIEDADES

Os “lugares” na plataforma Airbnb são divididos em tipos de propriedades como a seguir:

- Apartamento  
Apartamento, condomínio, casa particular (Cuba), loft e flat.
- Casa  
Casa, bangalô, cabana, casa particular (Cuba), chalé, casa de campo, casa cicládica, dammusos (Itália), casa de cúpula, casa-terra, hotel-fazenda, casa flutuante, casebre, torre de faro, pensão (Coréia do Sul), casa de pastor (Reino Unido e França), microcasa, Townhouses, Trullo (Itália) e vila.
- Unidade Secundária  
Casa de hóspedes, suítes de hóspedes e hotéis-fazenda.
- Acomodação Única  
Celeiros, barcos, ônibus, trailer, acampamento, castelo, gruta, casa de cúpula, casa-terra, hotel-fazenda, casa flutuante, casebre, iglu, ilha, torre de farol, pensão (Coréia do Sul), avião, casa de pastor (Reino Unido e França), tenda, microcasa, tenda tipi, trem, casa na árvore, moinho de vento e lurtas.
- Pousada  
Pousada, casa particular (Cuba), hotel-fazenda, minsu (Taiwan), alojamento ecológico e ryokans (Japão).
- Hotel Boutique  
Hotel boutique, apart-hotel, hotel patrimonial (Índia), albergue, hotel, alojamento ecológico, resort, flat e kezhans (China).  
(AIRBNB, 2019).

Diante da região estudada dos 38,6% “lugar” apartamento, todos os disponíveis, foram enquadrados como tipo de propriedade apartamento; dos 7,1% “lugar” unidades secundárias, todas as disponíveis, foram enquadradas como tipo de propriedade casa de hóspedes e do 1,4% “lugar” pousada, todas as disponíveis foram enquadradas como tipo de propriedade pousada.



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

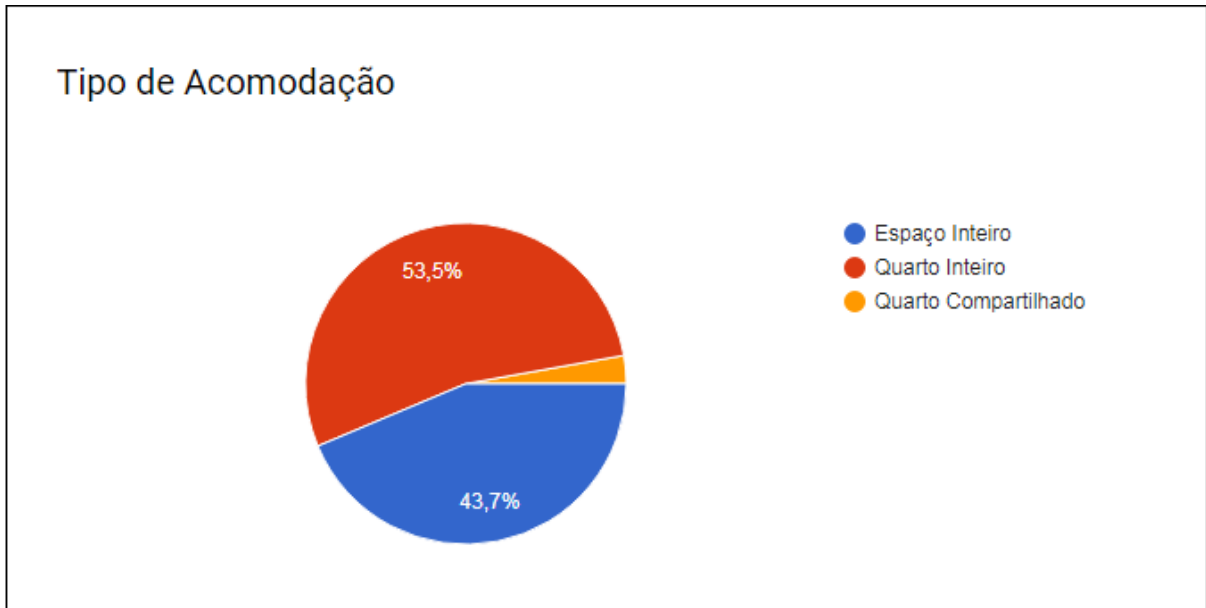
Já o “lugar” casa, 81,1% foi enquadrada como casa, 10,8% como casa de campo, 5,4% como microcasa e 2,7% como casa-terra.

Com toda a diversidade de tipos de propriedades que a plataforma permite disponibilizar, todavia, nenhuma oferta “exótica” foi encontrada no local abordado. Apenas uma acomodação um pouco diferente foi encontrada, a tipo casa-terra que são casas construídas na terra e feitas de materiais naturais, como o próprio terreno ou solo local.

#### 4.5 - TIPO DE ACOMODAÇÃO

A plataforma Airbnb disponibiliza a opção de escolha da acomodação desejada, pode-se escolher: “quarto inteiro”, “quarto compartilhado” ou “espaço inteiro”.

- Espaço inteiro  
Os hóspedes têm o espaço inteiro só para eles. Isso normalmente inclui quarto, banheiro e cozinha.
- Quarto inteiro  
Os hóspedes terão um quarto privativo para dormir. As áreas comuns podem ser compartilhadas.
- Quarto compartilhado  
Os hóspedes dormem em um quarto ou área comum que poderão ser compartilhados com outras pessoas.  
(AIRBNB, 2019).



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

De acordo com o que mostra o gráfico 04 a maioria dos anúncios, isto é 53,5% são para quarto inteiro, o que significa que o hóspede terá um quarto só para ele e poderá utilizar as demais dependências da residência, de forma compartilhada com os anfitriões e demais hóspedes se houverem. Já 43,7% dos anúncios são para espaço inteiro, isto quer dizer que o hóspede terá todas as dependências da residência para uso exclusivamente dele e do seu grupo e que o anfitrião não permanece na mesma. Foi encontrado apenas dois quartos compartilhados no site o que representa 2,8% das acomodações disponíveis.

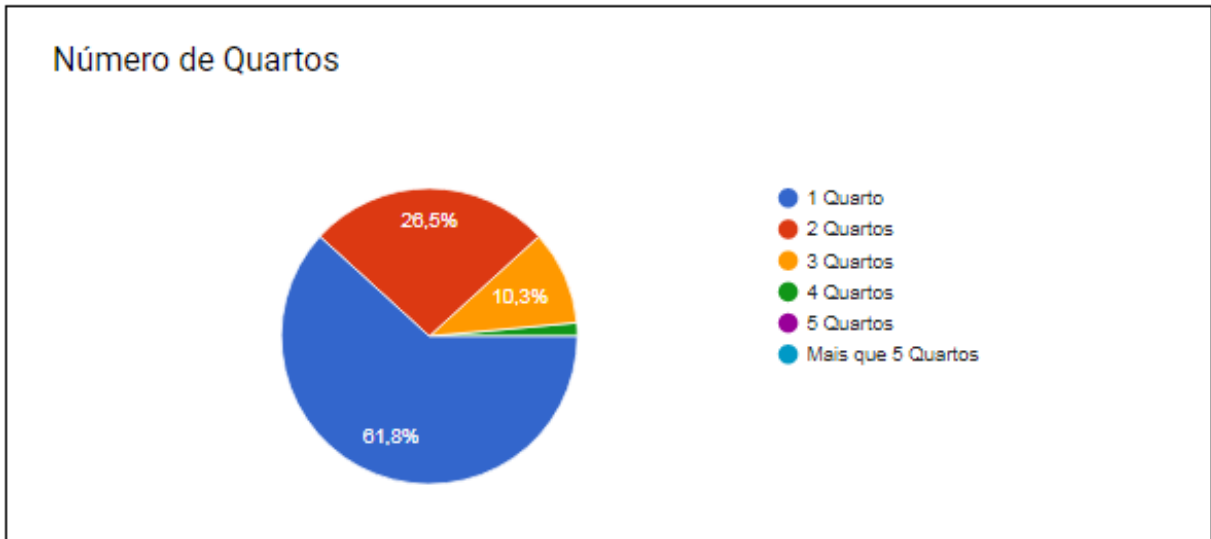
#### 4.6 - QUANTOS QUARTOS OS HÓSPEDES PODEM USAR

A plataforma Airbnb disponibiliza a opção de escolha “Quantos quartos os hóspedes podem usar”. Este item trata das unidades habitacionais, que de acordo com o Regulamento dos Meios de Hospedagem, da EMBRATUR, unidade habitacional (UH) é definida como o espaço destinado à utilização pelo hóspede, para seu bem-estar, higiene e repouso.

Que neste caso referem-se ao número de quartos ou espaços disponibilizados pelo anfitrião visando garantir de forma satisfatória o bem-estar de seus futuros hóspedes. Sendo assim, um anúncio pode contemplar apenas um espaço disponível, adequado para que os desejos dos hóspedes sejam atendidos conforme suas

expectativas ou mais, de acordo com a especificação de cada oferta anunciada na plataforma.

Gráfico 05 – Número de Quartos que os Hóspedes Podem Usar



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Na região em análise foram encontradas propriedades com até quatro unidades habitacionais disponibilizadas.

Porém diante do contexto apresentado, a maioria dos anúncios disponibiliza apenas um espaço para hospedagem, representando o equivalente a 61,8% do total analisado. Assim percebe-se que há um maior interesse por parte do anfitrião em disponibilizar, um espaço que no momento não está sendo utilizado e também por parte dos consumidores por espaços em residências particulares, visto que, o sistema de compartilhamento muitas vezes é mais vantajoso econômica e culturalmente do que se hospedar nos meios de hospedagem convencionais.

No total foram 103 unidades habitacionais disponibilizadas no mês de setembro/2019 pela plataforma para o município de Ponta Grossa, o que representa 8,5% das 1.211 unidades habitacionais ofertadas pelos meios de hospedagens convencionais cadastradas no CADASTUR, conforme a tabela 01.

Empiricamente o número de unidades habitacionais dos meios de hospedagem alternativo extra hoteleiro, conforme a tabela 02, já representam aproximadamente 30% do ofertado pela hospedagem convencional cadastradas no CADASTUR. Se somarmos o número de unidades habitacionais disponibilizadas pelos meios de hospedagem alternativos extra hoteleiros e o número unidades habitacionais disponibilizadas pela hospedagem alternativa compartilhada na

plataforma Airbnb, teremos aproximadamente 41% do total das unidades habitacionais disponibilizadas para os viajantes no município de Ponta Grossa.

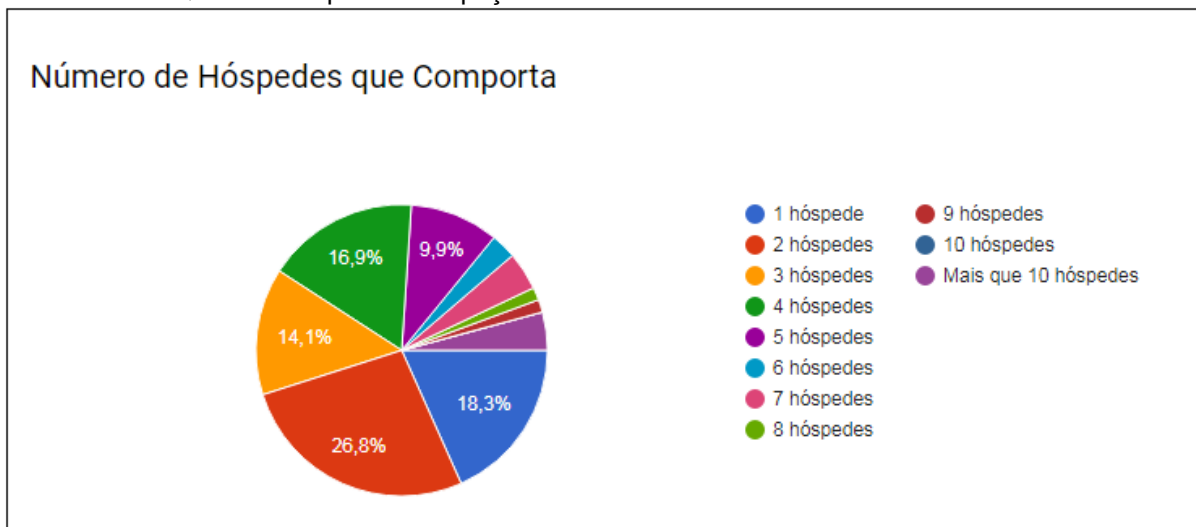
A plataforma Airbnb diferencia-se devido à praticidade que a empresa oferece, pois, o utilizador consegue negociar diretamente com o anfitrião de um espaço anunciado, evitando assim muito da burocracia que permeia empresas tradicionais desse setor, além de que, o preço de um espaço compartilhado pode sair até 50% mais barato em relação ao valor cobrado por um meio de hospedagem convencional.

#### 4.7 - QUANTOS HÓSPEDES O ESPAÇO PODE ACOMODAR

Este item trata do número de leitos, que para os meios de hospedagem é a quantidade de camas existentes nos estabelecimentos, sendo que a cama de casal é contada como sendo dois leitos.

Na plataforma do Airbnb o número de leitos está contemplado no tópico “Quantos Hóspedes o Espaço pode Acomodar”.

Gráfico 06 – Quantos Hóspedes o Espaço Pode Acomodar



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Na maioria dos anúncios os anfitriões disponibilizam dois leitos para a hospedagem compartilhada, isto é 26,8%; 18,3% disponibilizam um leito; 14,1% disponibilizam três leitos; 16,9% disponibilizam quatro leitos; 9,9% disponibilizam cinco leitos e apenas 5,6% disponibilizam mais que sete leitos. Dos 71 anúncios 8,4% deles não tinha esta informação.

Os anúncios com mais de sete leitos disponibilizados são referentes aos anfitriões que querem disponibilizar suas casas de campo para a hospedagem alternativa de compartilhamento.

No total foram 234 leitos disponibilizados no mês de setembro/2019 pela plataforma para o município de Ponta Grossa, o que representa 9,9% dos 2.362 leitos ofertados pelos meios de hospedagens convencionais cadastrados no CADASTUR, conforme a tabela 01.

Também empiricamente o número de leitos dos meios de hospedagem alternativo extra hoteleiro, conforme a tabela 02, já representam aproximadamente 25% do ofertado pela hospedagem convencional cadastradas no CADASTUR. Se somarmos o número de leitos disponibilizados pelos meios de hospedagem alternativos extra hoteleiros e o número de leitos disponibilizados pela hospedagem alternativa compartilhada na plataforma Airbnb, teremos aproximadamente 35% do total dos leitos disponibilizados para os viajantes no município de Ponta Grossa.

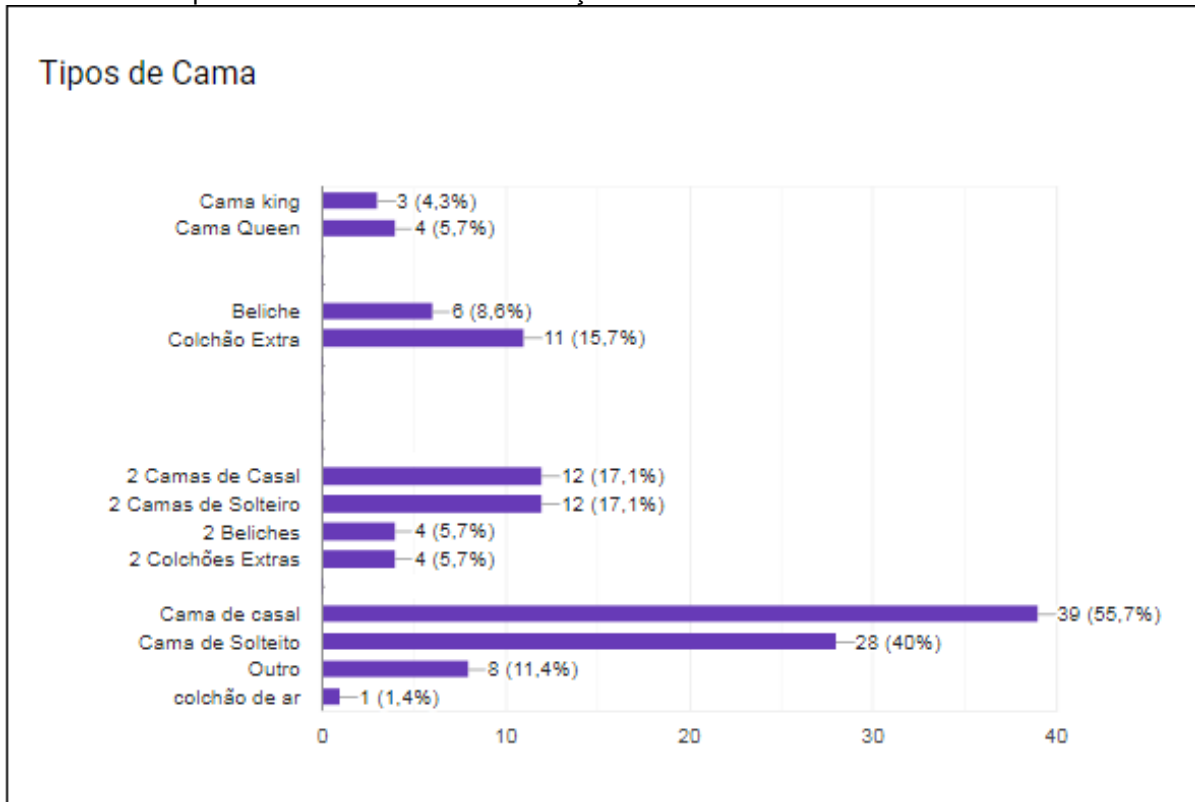
#### 4.8 – QUANTAS CAMAS O HÓSPEDE PODE USAR - Tipos de camas

Neste item a intenção da plataforma Airbnb é informar os “tipos” de camas de cada acomodação como: cama de solteiro, cama de casal, cama king, cama queen, beliche, colchão extra (colchão no chão), sofá cama ou até mesmo colchão de ar.

Assim, ajudará o utilizador e possível hóspede a saber das comodidades que irá encontrar no espaço e aos anfitriões a organizarem onde cada hóspede dormirá. Que na plataforma “é o número de camas suficientes para acomodar confortavelmente todos os hóspedes num mesmo espaço”.



Gráfico 07 – Tipos de Cama de cada Acomodação



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Foi verificado que a maioria das acomodações disponíveis possuem uma cama de casal, isto é 55,7% e 40,0% uma cama de solteiro. Também foi verificado a disponibilidade de camas king, camas queen, beliches, colchões extras e sofás cama.

Porém, o mais interessante é que um dos anúncios disponibiliza um espaço com apenas um colchão de ar, assim como o “tipo de cama” disponibilizado pela primeira vez pelo Airbnb em 2008, num momento de dificuldade de seus fundadores, o que hipoteticamente pode estar acontecendo com o anfitrião deste anúncio em especial.

#### 4.9 – QUE COMODIDADES VOCÊ OFERECE?

A plataforma permite colocar filtros para que a pesquisa fique mais adaptada às necessidades do futuro hóspede, como a seleção de comodidades oferecidas nas acomodações.

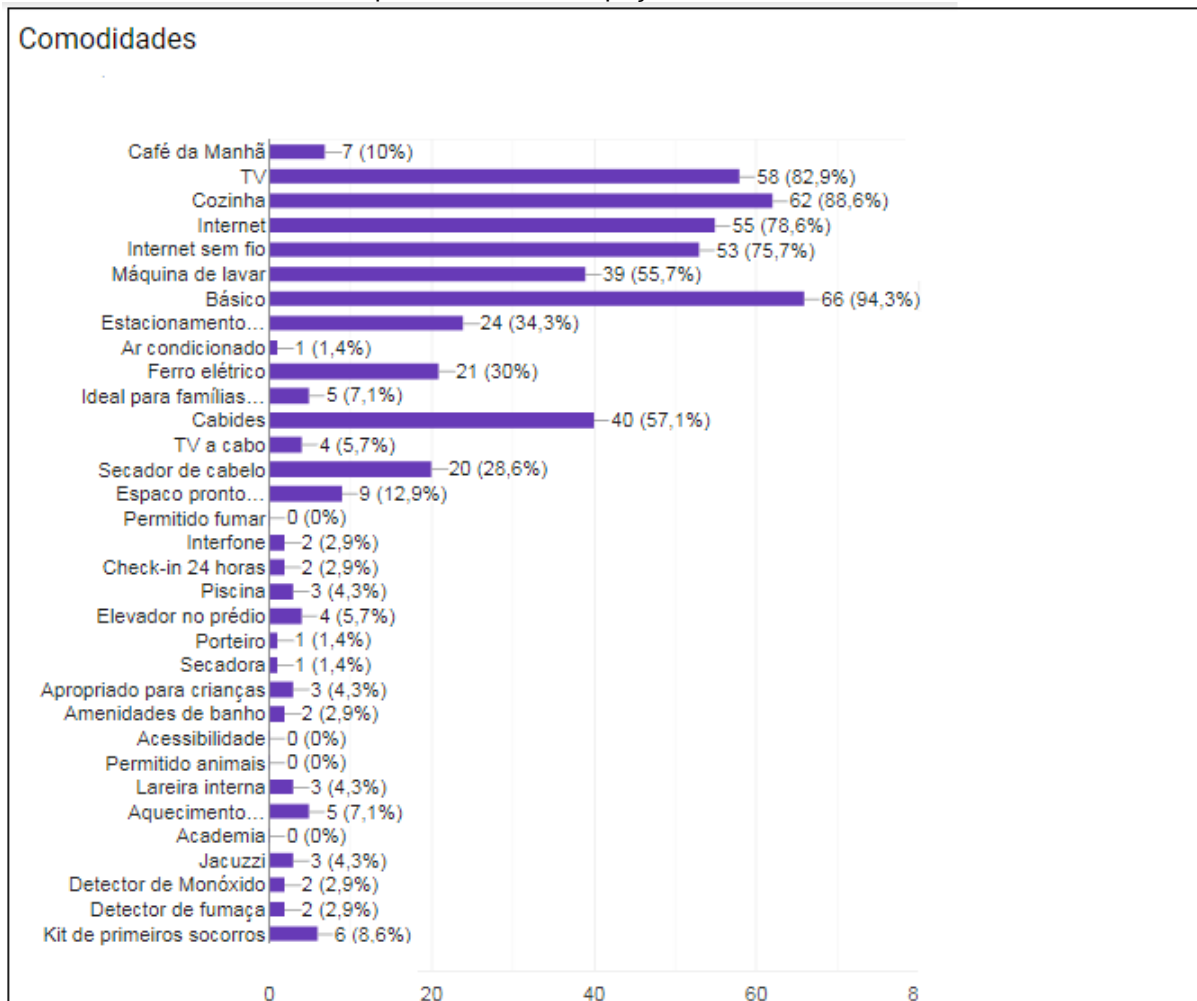
O significado de comodidade, de acordo com a definição do dicionário Michaelis é citado como: aquilo que contribui para o bem-estar físico; conforto. Sendo assim é a qualidade do que oferece conforto, do que agrada plenamente, do que se adequa, tem utilidade ou é conveniente.

Deste modo, as comodidades aqui tratadas têm o intuito de agregar valor a uma hospedagem, visto que, podem informar ao utilizador de maneira clara e objetiva o que a mesma tem a oferecer além do espaço físico.

A plataforma do Airbnb dispõe de um leque composto por vinte e nove opções de comodidades diferentes, que são: café da manhã, TV, cozinha, internet, internet sem fio, máquina de lavar, básico, estacionamento gratuito no local, ar condicionado, ferro elétrico, ideal para famílias e crianças, cabides, TV a cabo, secador de cabelo, espaço pronto para uso de notebook, permitido fumar, interfone, check-in 24 horas, piscina, elevador no prédio, porteiro, secadora, apropriado para eventos, acessível para cadeira de rodas, permitido animais, lareira interna, academia, aquecimento central e jacuzzi. Estas são apenas as comodidades que os hóspedes geralmente esperam encontrar, mas o anunciante poderá adicionar outras depois do anúncio publicado, se desejar.

Assim um anfitrião pode marcar as opções que correspondem com aquilo que poderá ser disponibilizado para o hóspede durante a sua permanência e também colocar outros elementos inovadores de comodidade além dos previamente listados. Conseqüentemente, as comodidades disponibilizadas podem ser o diferencial necessário para que um utilizador opte por um determinado espaço.

Gráfico 08 - Comodidades Disponibilizadas no Espaço



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Praticamente 100% dos anúncios disponibilizam o kit básico<sup>6</sup> e diante do exposto no gráfico 08, é possível verificar que as outras comodidades disponibilizadas na maioria dos anúncios são as mais comuns numa residência como: TV, cozinha e internet, que se destacaram diante das demais. Essas por sua vez, estão presentes em mais que 80% dos anúncios analisados, o que é justificável pois como mostra o gráfico 02, 91,5% dos tipos de espaços são compostos por casas e apartamentos.

As comodidades com um percentual pequeno, foram as encontradas nos anúncios apenas das propriedades com um padrão mais elevado, as quais são a minoria em Ponta Grossa, como: secadora, lareira interna, piscina e jacuzzi que estão

<sup>6</sup> Básico: toalhas, lençóis, sabonete e papel higiênico.

presentes em menos de 5% do total analisado. Além das comodidades não listadas, foi encontrado apenas kit amenidades de banho, em dois anúncios, porém referentes a mesma propriedade.

Quanto as comodidades Recurso de Segurança que na plataforma são: detector de monóxido de carbono, detector de fumaça e kit primeiros socorros, foi verificado um percentual muito pequeno nos anúncios analisados. Kit primeiro socorro foi encontrado em 8,8% dos anúncios, já os detectores de monóxido de carbono e fumaça foram encontrados em apenas dois anúncios que se referem a mesma propriedade.

#### 4.10 – ATRATIVOS

De acordo com a estrutura da plataforma, os atrativos são descritos pelos próprios anunciantes visando demonstrar melhor o que está sendo disponibilizado ao utilizador, isto é o que torna o espaço atrativo para o futuro hóspede.

Os atrativos são apresentados em forma de texto e não há exigências formais, ou seja, é um espaço onde o anunciante e anfitrião tem a liberdade de descrever seu espaço da forma que achar mais conveniente.

O preenchimento desse item não é obrigatório, no entanto, as informações publicadas ficam bem evidentes no início do anúncio, seguidas de um hiperlink que direciona o utilizador a tratar diretamente com o anfitrião correspondente ao anúncio, que por sua vez, recebe uma notificação de que um possível hóspede está entrando em contato, podendo em seguida negociar seu espaço.

Os atrativos sugeridos pela plataforma do Airbnb são:

- Descrição do anúncio - A descrição do seu anúncio deve ajudar os hóspedes a imaginarem como é ficar no seu espaço.
- O espaço, forneça mais informações em Português sobre o que torna o seu espaço único.
- Acesso do hóspede, conte aos hóspedes a quais áreas de seu espaço eles terão acesso.
- Interação com os hóspedes, Informe aos hóspedes se você estará disponível para ajudá-los durante a estadia.
- O bairro, Visão geral - Conte aos hóspedes em Português como é o seu bairro e o que torna seu ele único.
- Transporte - Você pode dizer aos seus hóspedes se a sua acomodação fica perto de transportes públicos (ou longe). Você também pode mencionar opções de estacionamento próximos”.
- Outras observações, Informe aos hóspedes sobre detalhes que possam afetar a estadia deles (AIRBNB, 2019).

Normalmente são citados nos anúncios de maneira resumida informações mais detalhadas das comodidades disponíveis, contudo na maioria dos anúncios os anfitriões procuram citar também o que está situado no entorno do seu espaço, visando agregar valor ao mesmo.

Todavia, em vários anúncios, as informações que foram apresentadas foram as próprias comodidades já listadas no anúncio, o que empobrece a qualidade das informações que seria para atrair o utilizador, infelizmente, o anunciante deixa de desfrutar dos recursos extras fornecidos pela plataforma.

Neste campo, houve uma diversidade grande a respeito dos atrativos oferecidos nos 71 espaços analisados. Em muitos anúncios existe uma carência de informações extras sobre os atrativos do espaço, entretanto, a maioria dos anunciantes conseguiu demonstrar de forma objetiva os atrativos contidos em seus respectivos espaços, em proveito de fornecer informações mais precisas e interessantes para o utilizador. É importante frisar que, em muitos anúncios existe a comodidade de check-in 24 horas, ou seja, a propriedade pode ser reservada a qualquer hora do dia, assim, alguém que necessite com urgência deste tipo de serviço pode se basear neste atrativo para fazer sua reserva.

O que tornou difícil a análise da qualidade dos atrativos descritos nos anúncios é justificada pelo fato de ser muito subjetivo, o que se torna um atrativo para um determinado utilizador nem sempre será para outro.

#### 4.11 - AVALIAÇÕES

Cada anúncio publicado na plataforma possui um local designado a avaliações e comentários que poderão ser utilizados por aqueles se se hospedaram naquele espaço. O Airbnb incentiva que seus hóspedes e anfitriões comentem sobre suas experiências após a hospedagem. As avaliações e comentários são instrumentos importantes dentro da plataforma, através deles é possível analisar a realidade das informações apresentadas pelos anfitriões. O anfitrião por sua vez tem um feedback sobre o seu espaço e sua hospitalidade.

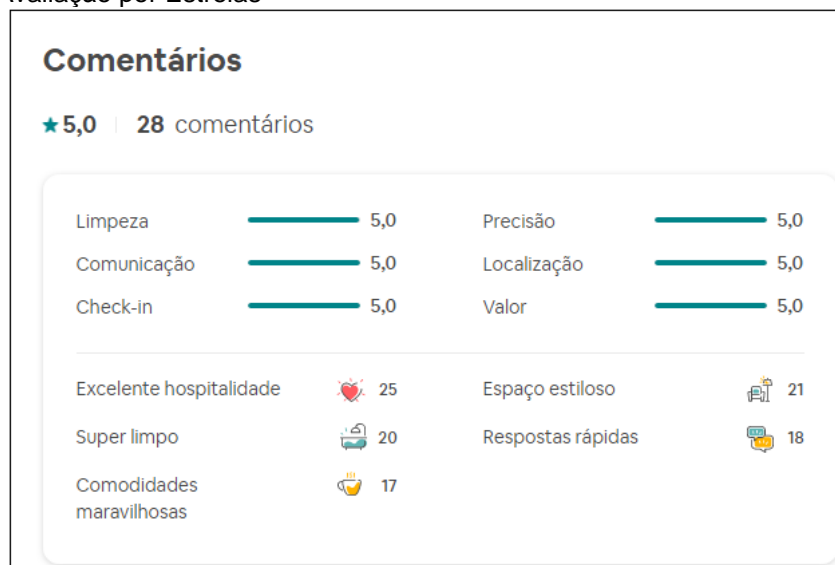
As avaliações publicadas podem ser um fator decisivo para que outros utilizadores escolham o local. Existe na plataforma duas formas de a hospedagem ser avaliada: através de estrelas e pelos Comentários de Viagem Online (CVO).

#### - Classificação

Em cada acomodação anunciada existem avaliações com base em estrelas, este tipo de avaliação é a forma mais comum de classificação, por ser uma forma mais rápida, simples e fácil para o hóspede avaliar a hospedagem, do mesmo modo que é de fácil compreensão para todos os demais utilizadores.

Seis itens podem ser avaliados por estrelas: limpeza, comunicação, limpeza, check-in, precisão, localização e valor. Após a avaliação é gerado um resultado que pode variar entre uma a cinco estrelas, onde uma estrela é a menor nota e cinco a maior.

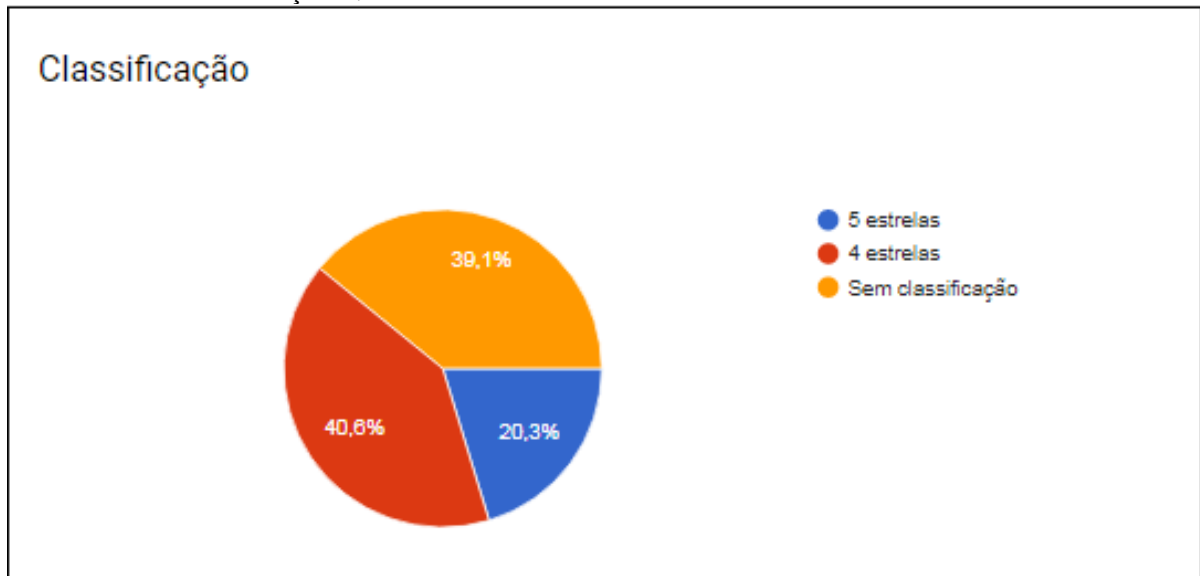
Imagem 05 - Avaliação por Estrelas



Fonte: Airbnb, 2019

Conforme o ilustrado no gráfico 09, 39,1% dos anúncios não estão classificados, porém 40,6% deles estão classificados com quatro estrelas e apenas 20,3% com cinco estrelas.

Gráfico 09 – Classificação Quanto ao Número de Estrelas



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

A evidente diferença dos resultados entre os anúncios sem classificação diante dos classificados, pode ser supostamente em virtude de um número mínimo de avaliações necessárias para serem lançados tais resultados.

A rotatividade dos anúncios também pode estar contribuindo significativamente para essa situação, uma vez que, os espaços anunciados mudam diariamente e também grande parte das acomodações ainda não havia recebido nenhum hóspede. Outro motivo é que nem todos os hóspedes avaliam o local em que se hospedam.

Os anúncios classificados com cinco estrelas representam apenas 20% do total, entretanto, receberam a devida classificação em razão de contemplarem fatores no que diz respeito a: preço acessível, informações claras e objetivas, bom relacionamento do anfitrião com os hóspedes, boa localização do seu espaço e principalmente por proporcionarem aos seus hóspedes uma experiência positiva, atendendo suas necessidades da melhor forma possível.

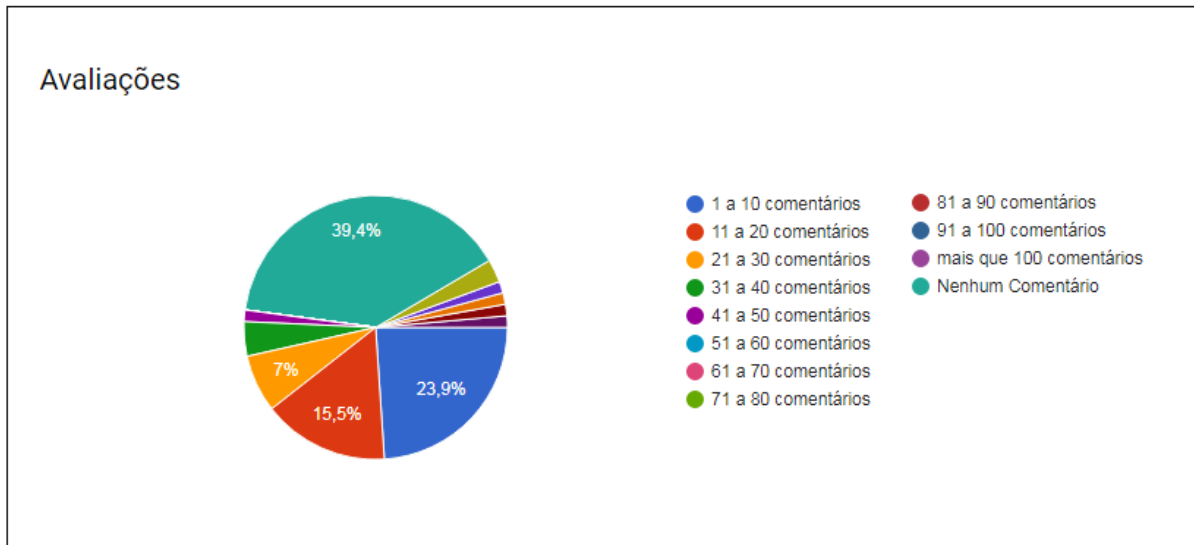
Junto com as avaliações são publicados também os comentários sobre aquela acomodação.

Cada vez mais os utilizadores estão lendo e compartilhando comentários relacionados a hospedagem na internet ao invés de consultarem informações dos próprios prestadores de serviços de hospedagem.

O CVO é uma das formas mais importantes de mídia gerada pelo consumidor sobre experiência de viagens, uma vez que mostra as opiniões dos viajantes sobre os lugares visitados e os serviços por eles utilizados (MENDES-FILHO, L., TAN, F., &

MILLS, A., 2012). Acredita-se que CVO é muito significativo para as decisões a respeito de acomodação, sendo esta a decisão mais importante relacionada a viagens. Visto que os CVO permitem que os viajantes compartilhem suas experiências de viagens, tanto positivas quanto negativas que vivenciou em sua estada, com outros utilizadores.

Gráfico 10 - Quantidade de Comentários




Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Os CVO analisados, de maneira sucinta, foram todos positivos, os hóspedes disseram os pontos que mais agradaram em relação a estada. Assim como, os atrativos e comodidades disponibilizados foram salientadas e as informações contidas nos anúncios foram reafirmadas condizentes com a realidade. Mensagens de agradecimento aos anfitriões pela hospitalidade também foram bastante encontradas, principalmente nos casos de o espaço não ser inteiro para o hóspede.

Analisando os comentários dos anúncios é possível observar que os hóspedes também levam em consideração os aspectos menos tangíveis e mais qualitativos para fazerem uma boa avaliação. Os comentários também servem para proporcionar um espaço de interação entre hospede e anfitrião, esse tipo de relação contribui para desenvolver uma relação de segurança e colabora para uma possível fidelização do hóspede.




Imagem 06 - Interação entre Hóspede e Anfitrião



**Jonathan**  
Setembro de 2019

Casa super aconchegante numa localização perfeita, perto de tudo. A host foi muito atenciosa desde o início. Detalhe: no jardim da casa tem uma casinha na árvore super fofa, ótima para tomar um chá e relaxar. Café da manhã sensacional também, bem saudável e com bastantes opções. Tudo ótimo!




**Resposta de Casa 1944:**  
Oh querido, nós que agradecemos por confiar na gente e ter escolhido a nossa casa... vamos remodelar a casinha na árvore para vc poder tomar seu chá árabe... vamos esperar vocês sempre. Um grande abraço.

Setembro de 2019


Fonte: Airbnb 2019

Imagem 07 - Interação entre Hóspede e Anfitriã



**Alex**  
Maio de 2019

A casa está passando por reformas, mas mesmo assim a experiência é incrível. Lugar calmo e silencioso, limpo e agradável. Fomos muito bem recebidos, as comodidades são diferentes, passa a impressão de ter voltado alguns anos no tempo, por algum portal. Os quartos são confortáveis e acolhedores e o ambiente familiar é muito agradável. O café da manhã é um diferencial incrível, realmente foi como se eu tivesse almoçado logo cedo, rs... [REDACTED] é uma anfitriã de uma gentileza incrível, muito atenciosa. Só tenho a agradecer. Recomendo muito!



**Resposta de Casa 1944:**  
Fico feliz por terem gostado da experiência e principalmente por terem gostado da casa, mesmo estando passando por reformas, a ideia é deixa-la cada dia melhor. Fiquei até constrangida com tantos elogios, mas hospeda-los foi muito fácil, pois vcs são uns amores, sem falar no alto astral. Obrigada pelo carinho e nós que agradecemos por confiarem na gente. As portas estarão sempre abertas, ficaremos aguardando por mais uma visita. Um grande abraço a vc e ao Thiago.

Maio de 2019

Fonte: Airbnb 2019

De maneira geral, os hóspedes que deixaram seus feedbacks em forma de texto nos anúncios, expuseram uma boa experiência e o mais importante é que muitos mencionaram que voltariam a se hospedar nos espaços em questão.

Dos anúncios analisados que foram classificados com estrelas, nenhum obteve uma classificação inferior a quatro estrelas. Assim, conclui-se que os anúncios que obtiveram classificação, independente da nota atribuída, são os mais procurados e conseqüentemente os que melhor satisfazem as necessidades dos seus hóspedes são os classificados com cinco estrelas.

#### 4.12 - CONCEITO DOS ANFITRIÕES - SUPERHOST

“Segundo o conceito tradicional das relações entre as pessoas - diz Abdelwahab Bouhdiba - o código da hospitalidade é sagrado. Beber da mesma água e comer do mesmo sal cria um vínculo místico e a hospitalidade é uma comunhão que cria laços duradouros” (BELCHIOR e POYARES, 1987 apud CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, p. 09).

Portanto, a hospitalidade consiste numa relação social simbiótica entre o hóspede e o anfitrião, tendo como base o agrupamento de costumes e simbologias culturais que compõem o ato ou prática de ser hospitaleiro, bem como a recepção e o entretenimento dos hóspedes, visitantes ou estranhos, nos âmbitos sociais, rituais e éticos, passados de geração a geração (CAMARGO, 2008).

Além dos hóspedes recebem auxílio na plataforma, o Airbnb também disponibiliza uma espécie de manual de padrões de hospitalidade, onde apresentam dicas para ajudar o anfitrião a receber bem e conseqüentemente obter bons comentários e avaliações. Estes padrões estão divididos em tópicos: sobre o Airbnb, disponibilidade, comunicação, compromisso, check-in precisão, limpeza e experiência geral. Essas informações ajudam não só a criar um padrão de serviços nas acomodações como também manter uma plataforma segura e de confiança.

Os anfitriões mais bem avaliados pelos hóspedes no Airbnb são chamados de Superhosts. Para o Airbnb “os Superhosts são anfitriões experientes e muito bem avaliados que se empenham ao máximo para proporcionar estadias excelentes para

os hóspedes”. Além de experientes, são um excelente exemplo para outros anfitriões por oferecerem experiências extraordinárias para seus hóspedes (Airbnb, 2019).

O programa de Superhosts do Airbnb, “Super Anfitrião”, em português, iniciou em 2009, e estes eram criteriosamente selecionados no mundo todo. Porém, o anfitrião que se achava merecedor tinha que solicitar a empresa para que ela o avaliasse e somente assim poderia tornar-se um Superhost e, após uma longa avaliação da equipe da plataforma, era concedido ou negado o título. Recentemente, houve uma reformulação desse programa para regras automáticas e menos rígidas.

Um Superhost é aquele que traz uma experiência ímpar para seu hóspede, tornando a sua permanência no seu espaço memoráveis. A atenção especial durante a estada do hóspede, o espaço disponibilizado aconchegante, a limpeza impecável do local e o “mimosear”, tornam o anfitrião um Super Anfitrião. Com essa busca pela excelência em hospitalidade, os Superhosts ganham incentivos e benefícios.

A empresa premia os melhores anfitriões, assim que atinja o status de Superhost, adicionando automaticamente um selo em seu anúncio e perfil, para que se destaque dos demais anunciantes. Assim, são facilmente identificados através do símbolo de uma medalha junto a sua foto de perfil.

Imagem 08 - Exemplo de Anúncio de Anfitrião com Status de Superhost



Fonte: Airbnb, 2019

A avaliação de todos os perfis de anfitriões do Airbnb e também dos Superhosts são realizadas uma vez a cada trimestre. Sendo, no primeiro dia dos meses de janeiro, abril, julho e outubro, para garantir que o programa destaque os anfitriões mais

dedicados a oferecer uma excelente hospitalidade. Por consequência, os anúncios com este selo, provocam maior interesse pelos utilizadores do site que buscam por uma hospedagem de alta qualidade. No entanto, não é uma empreitada fácil alcançar tal título, uma vez que, de acordo com o próprio site, 80% dos comentários publicados no anúncio precisam ter uma avaliação geral maior que 4,8 com base nos comentários de seus hóspedes nos últimos doze meses. Desta forma os hóspedes sabem que podem esperar uma hospitalidade excepcional e poderão se sentir confiantes em ficar com um anfitrião experiente.

Mas também para se tornar um Superhost, o anfitrião precisa ter uma conta com bom conceito e atender aos requisitos abaixo:

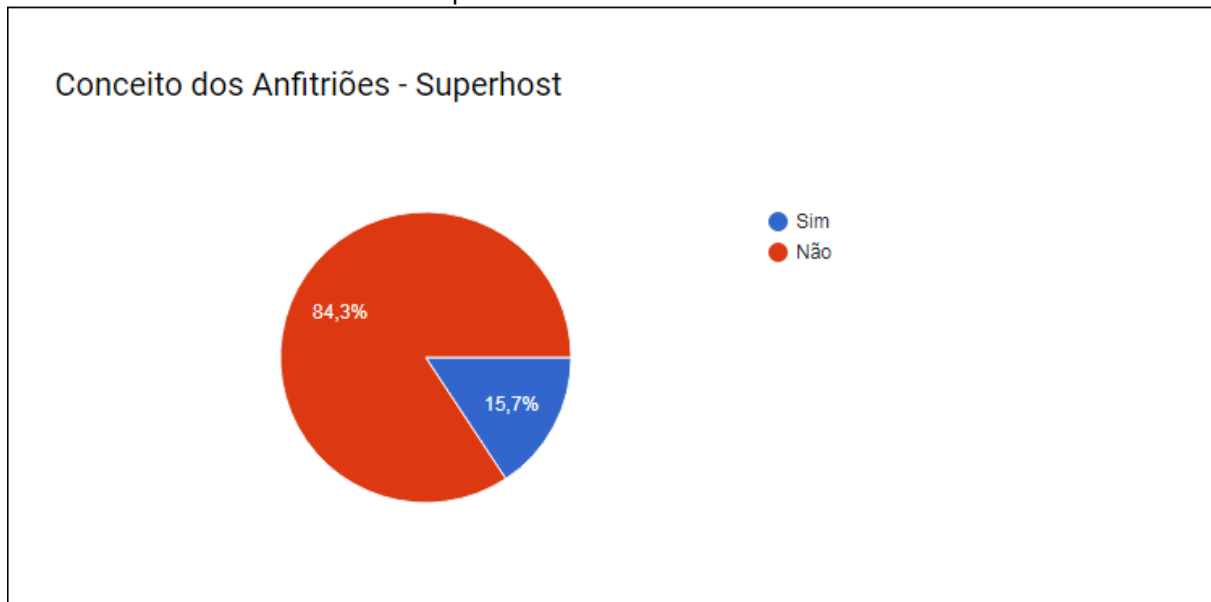
- Concluir com sucesso no mínimo dez hospedagens ou três hospedagens que totalizem pelo menos cem noites;
- Manter uma taxa de resposta rápida, responder a 90% das novas mensagens em até vinte e quatro horas;
- Manter uma taxa de cancelamento de 1%, isto significa nenhum cancelamento para anfitriões com menos de cem reservas por ano, com exceções feitas para os casos que se enquadrem como causas de força maior. Justificável porque se cancelamentos raramente ocorrerem, os hóspedes ficam mais tranquilos.

Como forma de agradecimento e incentivo ao anfitrião por esta hospitalidade excepcional como Superhost, a plataforma o beneficia com uma maior visibilidade dos seus anúncios, gerando um potencial maior de ganhos e alguns incentivos exclusivos.

O anfitrião com este título ficará sempre em destaque para os utilizadores, nos resultados de busca, e-mails, entre outros. A plataforma tem um filtro de busca para encontrar anúncios dos Superhosts. Desta forma, por ter mais visibilidade e confiança dos hóspedes, os Superhosts se beneficiam com um aumento significativo nos rendimentos, pois conseguem angariar mais reservas.

Estes anfitriões também poderão receber 20% extra além do bônus usual quando indicarem novos anfitriões. E, após cada ano como Superhost, ganhará um cupom de viagem no valor de US\$ 100.

Gráfico 11 - Número de Anfitriões Superhost

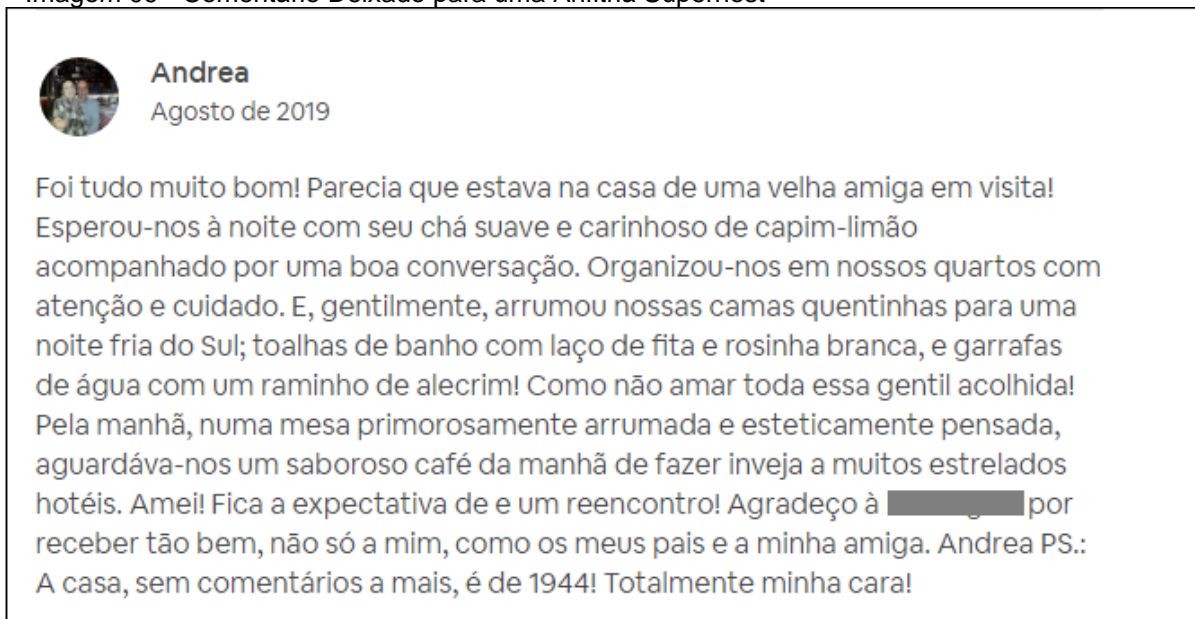


Fonte: Elaborado pela autora, 2019

Através do gráfico 11, verifica-se que apenas 15,7% dos anfitriões foram agraciados com o título de Superhost. Em resumo, verifica-se que a maioria dos anfitriões ainda não conseguiram atingir as metas e exigências para o recebimento do título e os benefícios inerentes a ele.

Nesse contexto, o não atingimento deste selo não deixa de ser um feedback real e atual, no qual os anfitriões podem saber como caminha sua hospedagem, e assim podem aprimorar os pontos positivos e corrigir ou minorar os pontos negativos. De acordo com Ye, Law e Gu (2009), os CVO positivos podem aumentar significativamente o número de reservas em um hotel.

Imagem 09 - Comentário Deixado para uma Anfitriã Superhost



Fonte: Airbnb, 2019

Portanto, anfitriões de hospedagem alternativa compartilhada, também podem se beneficiar dos CVO e se prepararem para enfrentar o mercado, melhorar a qualidade da sua hospedagem, além de ajudar na busca do seu objetivo de conseguir a titulação e assim a obtenção de mais lucros, redução de custos e por consequência satisfação pessoal.

Para isto o anfitrião deve gostar verdadeiramente de receber pessoas, gostar muito do que faz e também gostar de partilhar experiências que enriquecem a todos, essas são algumas virtudes e condutas mais correta e sem dúvida o principal caminho para este feito.

#### 4.13 - PREÇO

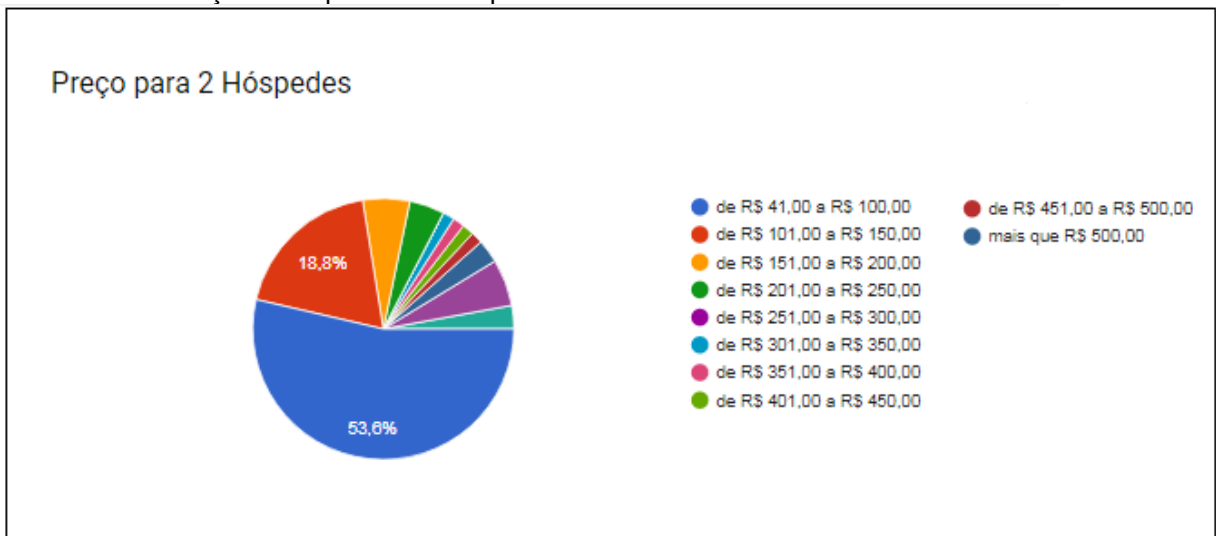
As fotografias de um espaço no Airbnb e o preço são os fatores mais determinantes na escolha por uma determinada acomodação, porque os futuros hóspedes estão também à procura de algo mais para as suas viagens. Os utilizadores deste site buscam verdadeiras experiências, algo que saia da sua rotina e que seja verdadeiramente singular.

O preço é um dos fatores bem analisado pelos utilizadores, por isso, a informação com maior destaque nos anúncios é o preço da diária. Um anúncio pode conter todos os atrativos e comodidades que um utilizador esteja procurando, porém,

o preço tem que ser condizente com o que ele pode ou está disposto a pagar. Diante disso, a plataforma disponibiliza uma faixa de preço referente à região pesquisada pelos utilizadores, com a finalidade de facilitar a sua busca. A faixa de preço é composta pelo preço mais baixo, a média dos preços e o preço mais alto dos anúncios listados em uma determinada região. Desta forma, é possível os utilizadores filtrarem o valor conforme o que estiverem dispostos a pagar por uma diária, assim só será exposto os anúncios com o preço igual ou inferior ao especificado na busca.

Os sites de economia de partilha geralmente têm custos mais baixos do que as alternativas de mercado e maior flexibilidade operacional. A economia de partilha também permite eliminar intermediações ineficientes, redesenhando os mercados, identificando custos evitáveis no modelo de negócios dos operadores históricos, isto é, certos custos fixos e adaptar rapidamente a oferta à demanda sem nenhum custo adicional (SALVIONI, 2016 Aput LARA, 2018).

Gráfico 12 – Preço Médio para dois Hóspedes



Fonte: Elaborado pela autora, 2019

No município de Ponta Grossa, região analisada, foi constatado que há uma grande diferença em relação ao preço da diária dos espaços, em virtude dos atrativos e das comodidades existentes.

Para chegar a uma média de preços mais compatível com a realidade, a pesquisa realizada no site foi para dois hóspedes. Desta maneira, a média de preço encontrada na região de estudo foi de R\$ 150,00, sendo o maior valor R\$ 850,00 e o menor valor R\$ 41,00 por diária para dois hóspedes. Salientado que foi encontrado um único valor abaixo de R\$ 80,00 para dois hóspedes, no caso o valor de R\$ 41,00

o qual na acomodação é disponibilizado apenas uma cama de solteiro e um colchão extra para ser colocado no chão.

Imagem 10 - Menor Valor de Diária Encontrado para dois Hóspedes



**Condomínio fechado segurança 24hs**  
Boa Vista

Quarto inteiro em casa  
2 hóspedes Estúdio 1 cama 1 banheiro compartilhado

R\$41 por noite

Adicione datas para ver os preços exatos

Datas  
Check-in → Checkout

Hóspedes  
2 hóspedes

casa em condomínio fechado, segurança 24h, próximo a UTFPR, e farmácias,

Fonte: Airbnb, 2019

O valor encontrado de R\$ 850,00 para duas pessoas é uma casa de campo alto padrão que comporta até 12 pessoas.

Imagem 11 - Maior Valor de Diária Encontrado para dois Hóspedes



**Recanto Sol Azul**  
Distrito de Itaiacoca

12 hóspedes 3 quartos 8 camas 3 banheiros

Casa inteira  
Você terá a acomodação do tipo casa de campo só para você.

R\$850 por noite

Adicione datas para ver os preços exatos

Datas  
Check-in → Checkout

Hóspedes  
2 hóspedes

Fonte: Airbnb, 2019

Em função dos resultados obtidos foi possível constatar que independente dos atrativos e comodidades oferecidos em um determinado espaço, o preço da diária pode ser realmente o fator decisivo para a realização da reserva. Talvez seja uma



casualidade, mas nenhum anúncio com o valor da diária superior à média geral da região foi classificado através de estrelas, conforme anteriormente explicado, entrando nos anúncios sem classificação.

De acordo com os 71 anúncios analisados, 53,6% deles tem o preço da diária entre R\$ 41,00 a R\$ 100,00. Os espaços com as melhores classificações também têm o valor de sua diária dentro do mesmo intervalo. Conclui-se então que a maioria dos utilizadores à procura da hospedagem alternativa de compartilhamento na região abordada estão dispostos a pagar um valor de até R\$ 100,00 por diária.

Em resumo, os anfitriões não devem querer igualar seus preços com os meios de hospedagem convencionais, então devem oferecer um tratamento simpático e personalizado, que é uma das formas de competir com eles, uma vez que os futuros hóspedes que recorrem a sites como o Airbnb procuram preços mais baixos, um tratamento personalizado e um lugar único e autêntico, com as características da região em que procuram acomodações.

#### 4.14 - INOVAÇÕES

Diante de toda análise dos dados coletados obteve-se um resultado inesperado e surpreendente em relação às inovações oferecidas no município de Ponta Grossa. Com uma amostra de 71 anúncios disponibilizados na plataforma Airbnb do dia 23 a 30 de setembro de 2019, analisados individualmente nenhum deles trouxe alguma inovação.

A inovação com foco no cliente tem a finalidade de encontrar novas maneiras de exceder a expectativa do mesmo diante de um produto ou serviço oferecido (VERMA ET AL., 2008).

Porém, o único diferencial que foi encontrado em sete anúncios, mas que não pode ser considerado inovação uma vez que a plataforma já contempla no item comodidades, foi o oferecimento de café da manhã, para bem acolher o hóspede.

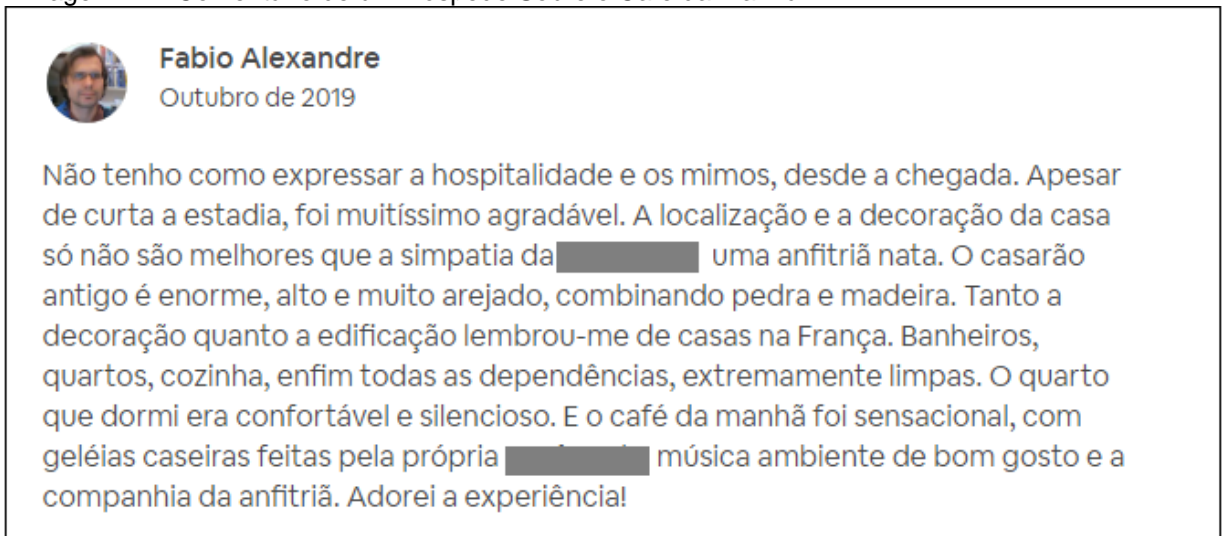
De acordo com Paula (2004), “hospitalidade e serviços de alimentação são dois termos que encerram o mesmo significado: ambos representam o ato de acolher e prestar serviços a alguém que esteja fora de seu lar”.

Neste caso, além do resultado encontrado ter uma representatividade baixíssima em relação à amostra analisada, não se sabe se os utilizadores as perceberam, visto que, em apenas três anúncios que trouxeram tal comodidade como diferencial, ela já estava explícita no título.

Os outros quatro anúncios estão contidos nas estatísticas das propriedades sem classificação, portanto, não há como saber de fato se alguma delas já foi reservada por algum hóspede, em função deste diferencial, pois não deixaram nenhum tipo de comentário referente a esta comodidade.

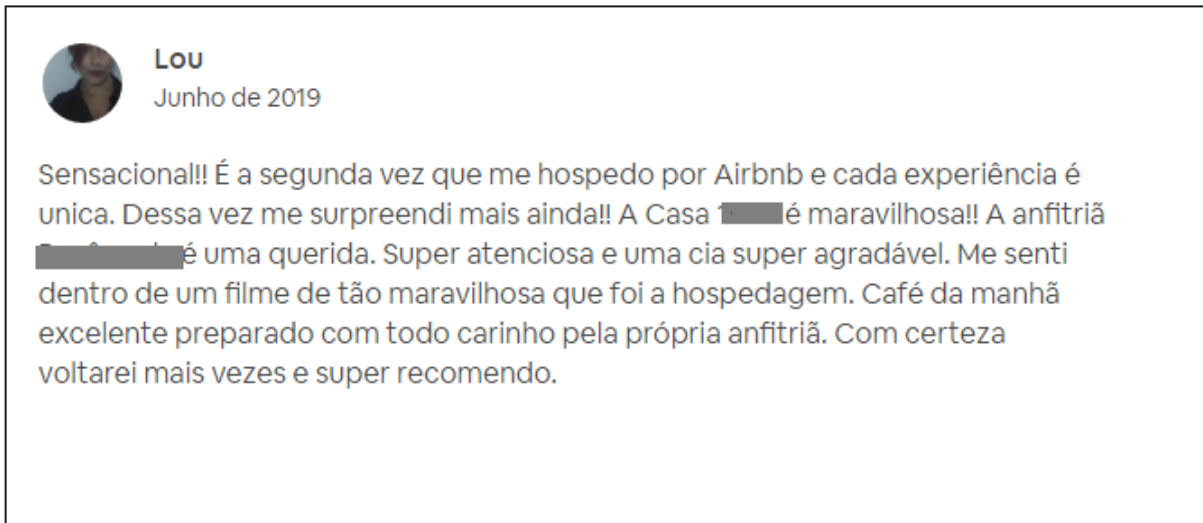
Já dos três anúncios que trouxeram esta comodidade logo no título, dois deles que são da mesma propriedade e conseqüentemente da mesma anfitriã, além de estarem classificados com cinco estrelas, na maioria dos comentários do anúncio foi mencionado o café da manhã e com elogios inclusive. Podemos constatar através dos prints de alguns dos comentários, mostrados a seguir.

Imagem 12 - Comentário de um Hóspede Sobre o Café da Manhã



Fonte: Airbnb, 2019

Imagem 13 - Comentário de um Hóspede Sobre o Café da Manhã



Fonte: Airbnb, 2019

A partir destes dados, nota-se a grande importância do café da manhã não só para os meios de hospedagem convencional, bem como para as hospedagens compartilhadas. Ou seja, a hospedagem não depende apenas de uma boa acomodação, mas sim de um conjunto de “mimos” para bem atender aos hóspedes.

Os dados da pesquisa trouxeram informações significativas quanto a percepção dos hóspedes através da plataforma Airbnb, reafirmando os conceitos e as expectativas que podem ser geradas neste tipo de negócio. Pode-se assegurar que as relações comerciais estão em desenvolvimento constate e cada vez mais as transações deverão ocorrer em plataformas virtuais como o Airbnb.

Portanto, pode-se afirmar que a economia de partilha, através da plataforma de compartilhamento de hospedagem alternativa-Airbnb, já faz parte da economia colaborativa no município de Ponta Grossa-PR, e seu desenvolvimento está aumentando ano após ano.

À luz dos dados encontrados e mostrados neste trabalho apontou que a sensação de segurança, acolhimento e benefício econômico são fatores importantes na percepção dos hóspedes utilizadores da plataforma virtual Airbnb Observando os comentários estes se sentem acolhidos e seguros quando são hospedados através do site, assim é possível afirmar que significativamente, o Airbnb entrega a promessa de “viver a experiência”, conforme seu slogan de divulgação “Viva Lá!”.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A interação entre tecnologia e turismo nos últimos tempos têm provocado mudanças estruturais no segmento, principalmente em virtude do avanço das TICs. Entre essas novas tecnologias, destacam-se as plataformas baseadas no modelo econômico de partilha, uma inovação que trouxe praticidade que jamais imaginávamos ter a nossa disposição nas décadas passadas. O iFood permite que qualquer prato chegue na casa do cliente em poucos minutos, o Uber permite chamar um carro particular e com o Airbnb é possível reservar uma hospedagem direto pelo celular.

Milhares de viajantes todas as noites optam por não permanecerem em um meio de hospedagem convencional, em contrapartida, pagam para se hospedar na residência de um desconhecido, fazendo suas reservas através de plataformas online de economia de partilha. A ocorrência de viajantes que ficam em espaços alugados informalmente pelos moradores locais existe há séculos, porém, a internet inovou essa prática permitindo que ela se expandisse aos níveis previamente impenetráveis, facilitando mercados virtuais em que a comunicação e a confiança possam ser estabelecidas entre hosts e seus respectivos convidados (GUTTENTAG; SMITH, 2017).

Este trabalho teve como objetivo “Analisar o Cenário Atual da Hospedagem Compartilhada - Airbnb, no Município de Ponta Grossa - PR”. E em função da metodologia adotada foi possível conhecer e analisar a estrutura de cada uma das acomodações disponíveis na plataforma aos viajantes que desejarem nelas se hospedar.

Para isso foi utilizado um referencial teórico que possibilitou entender o que é consumo colaborativo e que existe um novo consumidor no mercado, com características e necessidades diferentes das gerações anteriores. Estas mudanças contribuem para o surgimento de novos “jeitos” de compreender o local onde vivemos, fundamentadas na necessidade humana de relacionamento e contato com outras pessoas.

O crescimento do consumo colaborativo, através da hospedagem alternativa de compartilhamento não se aplica apenas aos viajantes com pouco dinheiro e que procuram uma opção menos luxuosa, na verdade, está crescendo em popularidade para consumidores de alto nível.

Mesmo a hospedagem compartilhada inicialmente ter sido percebida com incompreensão, o setor busca regulamentações para sua operação no País.

O município de Ponta Grossa que teve sua formação a partir do “Pouso dos Tropeiros”, vem configurando-se como local ideal para a implantação e desenvolvimento de diversas atividades econômicas e tem grande potencial de crescimento em relação aos meios de hospedagem convencionais e também de compartilhamento.

Em relação as acomodações disponibilizadas pela plataforma Airbnb, algumas delas ainda precisam melhorar quando se trata de comodidades, deve-se entender que o viajante sai da sua residência desejando encontrar algo pelo menos parecido com o que tem em casa ou até melhor.

Faz se necessário ressaltar a importância da qualidade da acomodação e da hospitalidade, para a satisfação do hóspede, pois todos querem uma experiência positiva, principalmente se for feito um comentário online a respeito dela. Pode-se perceber muitos comentários positivos a respeito da hospitalidade dos anfitriões pontagrossenses, contrariando a fama de serem fechados.

A hospedagem alternativa de compartilhamento tem promovido mudanças no cenário dos meios de hospedagem também em Ponta Grossa.

Porém, “Mesmo que mais pessoas compartilhem suas casas, os meios de hospedagem convencionais continuarão a receber lucros robustos. Sendo que o compartilhamento doméstico ajuda mais pessoas a viajar e essas devem ser boas notícias para todos” (AIRBNB, 2017, n.p).

É importante que os profissionais do turismo estejam preparados para encarar as mudanças originárias do desenvolvimento tecnológico, pois o consumo colaborativo e a hospedagem alternativa de compartilhamento, já é um caminho sem volta.

Assim, pode-se afirmar que o objetivo deste trabalho foi atingido e espera-se que os resultados apresentados provenientes do presente estudo tenham importância para contribuições futuras em pesquisa na área, no sentido de fornecer um olhar para as relações comerciais não convencionais, que farão parte de um futuro muito próximo podendo mudar definitivamente os encontros e trocas de experiências.

## REFERÊNCIA

AGROLEITE. **Com um novo olhar, Agroleite 2019 é aberto oficialmente.** Disponível em: <<https://www.agroleitecastrolanda.com.br/pt-br/noticias/com-um-novo-olhar-agroleite-2019-e-aberto-oficialmente--162>>. Acesso em: 22 set. de 2019.

AIRBNB **2019. Airbnb Newsroom.** Disponível em: <<https://press.airbnb.com/pt/airbnb-gerou-um-impacto-economico-direto-a-nivel-global-de-86-000-milhoes/>>. Acesso em: 14 set. de 2019.

AIRBNB 2015. **Dados Gerais.** Disponível em: < <https://press.airbnb.com/br/fast-facts/> >. Acesso em: 23 set. de 2019.

AIRBNB 2017. **Dados Gerais.** Disponível em: < <https://press.airbnb.com/br/fast-facts/> >. Acesso em: 23 set. de 2019.

AIRBNB 2019. **Dados Gerais.** Disponível em: < <https://press.airbnb.com/br/fast-facts/> >. Acesso em: 24 set. de 2019.

AIRBNB. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/about/about-us>>. Acesso em: 28 de ago. de 2019.

AIRBNB. **Explorar Ponta Grossa.** Disponível em: < [https://www.airbnb.com.br/s/Ponta-Grossa---PR/all?refinement\\_paths%5B%5D=%2Ffor\\_you&query=Ponta%20Grossa%20-%20PR&place\\_id=ChIJISMQX8Ya6JQR8blpRub0sKw&search\\_type=autocomplete\\_click](https://www.airbnb.com.br/s/Ponta-Grossa---PR/all?refinement_paths%5B%5D=%2Ffor_you&query=Ponta%20Grossa%20-%20PR&place_id=ChIJISMQX8Ya6JQR8blpRub0sKw&search_type=autocomplete_click) >. Acesso em: 23 a 30 set. de 2019.

ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO DO BRASIL. **Índice de Desenvolvimento Humano Municipal.** Disponível em: < <http://atlasbrasil.org.br/2013/pt/consulta/> >. Acesso em: 02 abril 2019.

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo.** Rio de Janeiro. Zahar. 2010.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo.** 8ª ed. São Paulo. SENAC. 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Estatísticas Básicas de Turismo. 2015.** Disponível em: <[www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas\\_indicadores/estatisticas\\_basicas\\_turismo/](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/estatisticas_indicadores/estatisticas_basicas_turismo/) >. Acesso em: 04 jun. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mais turismo, mais desenvolvimento: indicadores. 2013.** Disponível em: <[www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas\\_noticias/Noticias\\_download/Cartilha\\_Mais\\_Turismo\\_mais\\_desenvolvimento\\_2013.pdf](http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/Cartilha_Mais_Turismo_mais_desenvolvimento_2013.pdf) > Acesso em: 10 jun. 2019.

CACHO, Andréa do Nascimento Barbosa; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de. **O turismo no contexto da sociedade informacional.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v.4, n.2. 2010.

CAMARGO, Luiz. O. **Hospitalidade**. São Paulo. Editora Aleph. 2004.

CAMARGO, Luiz O. **A pesquisa em hospitalidade**. Revista Hospitalidade, São Paulo, ano V, n.2. 2008.

CAMPOS, L. C. de A. M. & GONÇALVES, M. H. **Introdução ao Turismo e hotelaria**. São Paulo. SENAC 1998.

CAMPOS, J. R. V. **Introdução ao Universo da Hospitalidade**. Campinas. Papyrus. 2005.

CANALTECH. **Airbnb injetou R\$ 2,5 bilhões na economia brasileira em 2016, aponta pesquisa**. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/mercado/airbnb-injetou-r-25-bilhoes-na-economia-brasileira-em-2016-aponta-pesquisa-101794/>>. Acesso em: 23 set de 2019.

CANIGERAL, A. **Innovación en modelos socioeconómicos. Introducción al Consumo Colaborativo**. Disponível em: <[https://www.scribd.com/fullscreen/58880914?access\\_key=key-2fi003avv1spqak6f6pv](https://www.scribd.com/fullscreen/58880914?access_key=key-2fi003avv1spqak6f6pv)>. Acesso em: 13 de ago. de 2019.

CASTELLI, G. **Administração Hoteleira**. Educs. 2008.

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Breve história do Turismo e da Hotelaria**. Coselho do Turismo da CNT. Rio de Janeiro. 2005.

COUTINHO, H. R M.; PEREIRA, F. **Hotelaria da era antiga aos dias atuais**. Revista eletrônica Aboré. Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo. Universidade do Estado de Amazonas. Edição 03/2007.

DIÁRIO DOS CAMPOS. **População dos Campos Gerais registra crescimento de 0,75%**. Disponível em: <<https://www.diariodoscamos.com.br/noticia/populacao-dos-camos-gerais-registra-crescimento-de-075>>. Acesso em: 01 abril 2019.

DUARTE, V. V. **Administração de sistemas hoteleiros: panorama histórico da hotelaria**. São Paulo. SENAC. 1996.

EXAME. **Airbnb vai abrir capital em 2020. A empresa irá melhor que Uber e WeWork?** Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/airbnb-vai-abrir-capital-em-2020-a-empresa-ira-melhor-que-uber-e-wework/>>. Acesso em: 01 de out. de 2019.

FAN, B.; Ye, Q.; LAW, R. **Effect of sharing economy on tourism industry employment**. Annals of Tourism Research. 2015.

FRANÇA, R. **Os 10 maiores investidores de startups no Vale do Silício**. Disponível em: <<http://blog.eqseed.com/majores-investidores-de-startups-no-vale-do-silicio/>>. Acesso em: 23 set. de 2019.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia de pesquisa científica**. UEC. Fortaleza. 2002.

FONTOURA, C.C. **A História da Hotelaria no Município de Ponta Grossa-Paraná. Do início do Seculo XX ao início do século XXI.** UEPG. Ponta Grossa. 2003.

Gil, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** Atlas. 5a ed. São Paulo. 2008.

GOTMAN, A. **O Comércio da Hospitalidade é Possível?** Tradução Luiz Octávio de Lima Camargo. Revista Hospitalidade. São Paulo. 2009.

IBGE. **População.** Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br>>. Acesso em: 01 abril 2019.

JAMESON, Frederic. **A estética da singularidade.** Disponível em: <[https://choldrabortra.blogspot.com/2015/04/a-estetica-da-singularidade\\_4.html](https://choldrabortra.blogspot.com/2015/04/a-estetica-da-singularidade_4.html)>. Acesso em: 10 jun. 2019.

LAKATOS, E. M. & MARCONI, M. A. **Metodologia Científica.** 3ªed. Atlas. São Paulo. 2000.

LA TORRE, O. **El Turismo: fenómeno social.** México: Fondo de Cultura Económica, 1997.

LARA, L. M. M. **A Capacidade de Adaptação do Setor Hoteleiro Convencional Frente à Hospedagem Compartilhada no Brasil.** Tese Doutorado. Universidade positivo. Curitiba. 2018.

LOPES, R. B. G. **Administração nos Meios de Hospedagem.** Instituto Federal do Norte de Minas Gerais. Montes Claros. 2015.

LUDWIG, W. **O investimento em Diferencial é Essencial.** Panrotas, Suplemento Panrotas, nº 4 – Congresso Abav. 2 out. 2000.

MAACK, R. **Geografia Física do estado do Paraná.** 2ª ed. Rio de Janeiro. José Olímpio, 1981.

MAPIE. **Conceitos inovadores nos meios de hospedagem.** Disponível em <[www.mapie.com.br/pt-br/artigos-e-pesquisas/detalhes/37/conceitos-inovadores-nos-meios-de-hospedagem](http://www.mapie.com.br/pt-br/artigos-e-pesquisas/detalhes/37/conceitos-inovadores-nos-meios-de-hospedagem)> Acesso em: 06 jun. 2019.

MENDES Filho, L., TAN, F., & MILLS, A. **User-generated content and travel planning: An application of the theory of planned behavior.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas - FIPE. **Estudo de Demanda Doméstica.** Disponível em: <<https://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 16 jul. 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Copa: hospedagem alternativa atrai estrangeiros.** Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/2724-copa--hospedagem-alternativa-atrai-estrangeiros.html>>. Acesso em: 10 mar. 2019.



MINISTÉRIO DO TURISMO. Crescimento do turismo mundial pode chegar a 4% em 2019. Disponível em: <

<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12306-crescimento-do-turismo-mundial-pode-chegar-a-4-em-2019.html>>. Acesso em: 23 set. 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem** (SBClass). 2015. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-acoes-e-programas/5021-sistema-brasileiro-de-classificacao-de-meios-de-hospedagem-sbclass.html> > Acesso em: 06 mar. 2019.

MONTANARI, M. G.; GIRALDI, J. M. E. **Competitividade no turismo: Uma comparação entre Brasil e Suíça**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v.7, n.1. 2013.

MONTANDON, A. **O Livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: SENAC. 2011.

MORALES, F. **Airbnb: a história da startup que, hoje, vale 1 bilhão de dólares**. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/curiosidades/Airbnb-Plataforma-de-de-hospedagens-traz-opcoes-para-todo-o-tipo-de-turista/>>. Acesso em: 21 set. de 2019.

MUNDO DAS MARCAS. **AIRBNB**. Disponível em: <<https://mundodasmarcas.blogspot.com/2014/11/airbnb.html>>. Acesso em: 23 set de 2019.

NEIT / UNICAMP. **Estudos da Competitividade do Turismo Brasileiro. Serviços de Hospedagem**. Universidade de Campinas, Ministério do Turismo. Brasília, 2007.

OECD. 2016. **OECD Tourism Trends and Policies 2016**. OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2016-en>.

OLIVEIRA, F. V. **Capacidade de carga nas cidades históricas**. São Paulo: Papyrus. 2003.

PAULA, A. H. B. **Cadeia Produtiva do Turismo**. São Paulo. Senac. 2008.

PAULA, N. M. de. **Planejamento e gestão da hospitalidade em restaurantes**. In DENCKER, Ada de Freitas Maneti (coord.). Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

PAYÃO, V. J. **Desafios regulatórios do Caso Airbnb: a intervenção do Estado no modelo econômico colaborativo**. Justiça do Direito. V. 32, n. 1. 2018.

PETROCCHI, M. **Hotelaria: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2002.

PLANALTO DO GOVERNO. **Lei n 11.771.17** de setembro de 2008.

PONTA GROSSA (2012). **Meios de hospedagem**. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/hospedagem>>. Acesso em 25 jul. 2019.

PONTA GROSSA (2017). **Ponta Grossa**. Convention & Visitors Bureau. Cidade de Ponta Grossa. Disponível em: <[www.thecities.com.br/artigo/Brasil/Paraná/Ponta-Grossa/38/](http://www.thecities.com.br/artigo/Brasil/Paraná/Ponta-Grossa/38/)>. Acesso em: 10 jun. 2019.

POSSATO, M. **História da Cidade de Ponta Grossa**. Disponível em: <[https://marpogo.blogspot.com/2011/07/historia-da-cidade-de-ponta-grossa\\_5558.html](https://marpogo.blogspot.com/2011/07/historia-da-cidade-de-ponta-grossa_5558.html)>. Acesso em: 22 jul. de 2019.

PREFEITURA MUNICIPAL DE PONTA GROSSA. Disponível em: <<http://www.pontagrossa.pr.gov.br/>>. Acesso em: 24 de jul. 2019.

RACON. **Economia compartilhada x colaborativa: afinal, qual é a diferença?** Disponível em: <<https://blog.racon.com.br/sustentabilidade/economia-compartilhada-x-colaborativa-afinal-qual-e-a-diferenca/>>. Acesso em 30 de ago. de 2019.

RESENDE, N. **Inspiração, Airbnb mais um monstro que domina seu mercado**. Disponível em: <<https://bloginovacao.com.br/inspiracao-airbnb-mais-um-monstro-que-domina-seu-mercado/>>. Acesso em: 13 set. de 2019.

RIBEIRO, K. C. C. **Meios de Hospedagem**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas. 2011.

SAMPIERI, R. H., COLLADO, C. F. & LUCIO, P. B. **Metodología de la investigación**. McGraw-Hill. 4ª edição. México. 2006.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, socialismo, democracia**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1961.

SEBRAE. Como o turismo tem impactado na economia? Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/como-o-turismo-tem-impactado-na-economia/>>. Acesso em: 22 ago. 2019.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. Cortez. São Paulo. 2014.

SÍVERES, L., & MELO, P. G. **A pedagogia da hospitalidade a partir da filosofia da alteridade em Levinas**. Conjectura. 2012.

SMITH, K. **Innovation as a system phenomno: rethinking the role of policy**. In: **Innovation Management Studies**, v. 1, n. 1. 2000.

SOARES, A. L. V. Turismo e Hospedagem Compartilhada: O uso do airbnb por turistas em Natal/RN. **CULTUR**, ano 10 - nº 02. 2016.

TABORDA, R. F. C. R. **Economia de Partilha e os Casos de Referência Airbnb, Uber e Boatbound**. Instituto Universitário de Lisboa. 2016.

UNWTO. **World Tourism Barometer**. Madrid: UNWTO, 2012.

VERMA, R. et al. Key. **Elements in service innovation: Insights for the hospitality industry**. **Cornell University Roundtable Proceedings**, Ithaca, n.1, nov. 2008.

YE, Q., LAN, R., GU, B., & Chen, W.. **The influence of user-generated content on traveler behavior: An empirical investigation on the effects of e-word-of-mouth to hotel online bookings**. *Computers in Human Behavior*, 27(2), 634-639. 2011.

WAGNER, Daniel. Entrevista concedida a Rosangela Grigol. Ponta Grossa. 13 agos. 2019.

ZERVA, G.; PROSERPIO, D.; BYERS, J. **The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry**. Boston U. School of Management Research Paper, n. 2013-16. 2014.