

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE GOIÁS
CAMPUS GOIÂNIA
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO DOS SERVIÇOS DE HOSPITALIDADE

ANA FLÁVIA COSTA MACHADO

ECONOMIA COMPARTILHADA: UM ESTUDO SOBRE OS MEIOS DE
HOSPEDAGEM COLABORATIVOS E SUA INFLUÊNCIA NA HOSPITALIDADE

GOIÂNIA, 2022

 INSTITUTO FEDERAL Goiás	MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO SISTEMA INTEGRADO DE BIBLIOTECAS
---	---

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAÇÃO NO REPOSITÓRIO DIGITAL DO IFG - ReDi IFG

Com base no disposto na Lei Federal nº 9.610/98, AUTORIZO o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás, a disponibilizar gratuitamente o documento no Repositório Digital (ReDi IFG), sem ressarcimento de direitos autorais, conforme permissão assinada abaixo, em formato digital para fins de leitura, download e impressão, a título de divulgação da produção técnico-científica no IFG.

Identificação da Produção Técnico-Científica

- | | |
|--|---|
| ☐ Tese | ☐ Artigo Científico |
| ☐ Dissertação | ☐ Capítulo de Livro |
| ☒ Monografia – Especialização | ☐ Livro |
| ☐ TCC - Graduação | ☐ Trabalho Apresentado em Evento |
| ☐ Produto Técnico e Educacional - Tipo: _____ | |

Nome Completo do Autor: Ana Flávia Costa Machado

Matrícula:

Título do Trabalho:

Autorização - Marque uma das opções

- ☒ Autorizo disponibilizar meu trabalho no Repositório Digital do IFG (acesso aberto);
- ☐ Autorizo disponibilizar meu trabalho no Repositório Digital do IFG somente após a data ____/____/____ (Embargo);
- ☐ Não autorizo disponibilizar meu trabalho no Repositório Digital do IFG (acesso restrito).

Ao indicar a opção **2 ou 3**, marque a justificativa:

- ☐ O documento está sujeito a registro de patente.
- ☐ O documento pode vir a ser publicado como livro, capítulo de livro ou artigo.
- ☐ Outra justificativa: _____

DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA

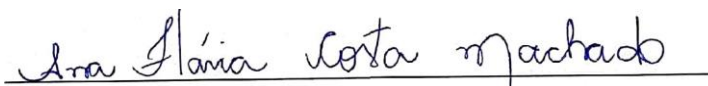
O/A referido/a autor/a declara que:

- i. o documento é seu trabalho original, detém os direitos autorais da produção técnico-científica e não infringe os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade;
- ii. obteve autorização de quaisquer materiais inclusos no documento do qual não detém os direitos de autor/a, para conceder ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás os direitos requeridos e que este material cujos direitos autorais são de terceiros, estão claramente identificados e reconhecidos no texto ou conteúdo do documento entregue;
- iii. cumpriu quaisquer obrigações exigidas por contrato ou acordo, caso o documento entregue seja baseado em trabalho financiado ou apoiado por outra instituição que não o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás.

Goiânia, 07 / 10 / 2022.

Local

Data



Assinatura do Autor e/ou Detentor dos Direitos Autorais

ANA FLÁVIA COSTA MACHADO

ECONOMIA COMPARTILHADA: UM ESTUDO SOBRE OS MEIOS DE
HOSPEDAGEM COLABORATIVOS E SUA INFLUÊNCIA NA HOSPITALIDADE

Trabalho de Conclusão de Curso, no formato de artigo científico, apresentado ao curso de Gestão dos Serviços de Hospitalidade, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás – Campus Goiânia/IFG, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão dos Serviços de Hospitalidade

Orientador: Prof. Me Alex Diniz Lopes

GOIÂNIA, 2022

Ana Flávia Costa Machado

ECONOMIA COMPARTILHADA:

Um estudo sobre os meios de hospedagem colaborativos e sua influência na hospitalidade

Trabalho de Conclusão de Curso, no formato de artigo científico, apresentado ao curso de Especialização dos serviços de hospitalidade, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás - Campus Goiânia/IFG, como requisito parcial à obtenção do título de Especialista em Gestão dos Serviços de Hospitalidade desenvolvido na linha de pesquisa Economia compartilhada – um estudo sobre os meios de hospedagem colaborativos e sua influência na hospitalidade sob orientação do Prof.M.e Alex Diniz Lopes.

Aprovado em 31/08/2022

BANCA EXAMINADORA

Prof. M.e Alex Diniz Lopes
(Presidente - orientador)

Prof. Dr. José Carlos Carvalho
(Membro interno)

Prof. Renata Fleury
(Membro interno)



TERMO DE APROVAÇÃO

ATA Nº 024/2022

ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE APRESENTAÇÃO E DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos trinta e um dias do mês de agosto de dois mil e vinte e dois, às dezenove horas, por via remota, plataforma Google Meet, com acesso pelo link: <https://meet.google.com/gsv-eixc-sxx>, teve lugar a defesa pública de Trabalho de Conclusão do Curso (TCC) como requisito obrigatório para conclusão do Curso de Especialização em Gestão dos Serviços de Hospitalidade, vinculado ao Departamento de Áreas Acadêmicas I do Câmpus Goiânia. A aluna Ana Flávia Costa Machado, matrícula Nº 20201011230185, submeteu o trabalho intitulado “ECONOMIA COMPARTILHADA: UM ESTUDO SOBRE OS MEIOS DE HOSPEDAGEM COLABORATIVOS E SUA INFLUÊNCIA NA HOSPITALIDADE” como exigência para obtenção do Título de Especialista em Gestão dos Serviços de Hospitalidade. A banca examinadora foi composta pelos seguintes membros: Prof. Me. Alex Diniz Lopes (Orientador - IFG); Prof. Dr. José Carlos de Carvalho (IFG); Profa. Dra. Renata Fleury Curado Roriz (IFG).

Em conformidade com o Art. 34 da Resolução do Conselho Superior do IFG, Nº 19 de 21 de maio de 2020 “o Trabalho de Conclusão de Curso deverá ser avaliado por uma Banca de Professores, sendo considerado aprovado, aprovado com ressalvas ou reprovado”.

Iniciada a sessão pelo presidente da banca examinadora, a discente expôs o assunto, dentro do tempo regulamentar de vinte minutos, sendo na sequência arguida pelos membros da banca e tendo dado os esclarecimentos necessários, obteve o parecer final:

- I. ☒ Aprovada.
- II. ☐ Aprovada com Ressalvas
- III. ☐ Reprovada

Goiânia, 31 de agosto de 2022.

Banca Examinadora

Prof. Me. Alex Diniz Lopes (Orientador - IFG)

Prof. Dr. José Carlos de Carvalho (IFG)

Profa. Dra. Renata Fleury Curado Roriz IFG)

Pós-Graduanda

Ana Flávia Costa Machado (Matrícula IFG Nº 20201011230185).

Documento assinado eletronicamente por:

Ana Flávia Costa Machado, 20201011230185 - Discente, em 06/10/2022 19:04:57.

Jose Carlos de Carvalho, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 06/10/2022

18:16:05. Renata Fleury Curado Roriz, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 05/10/2022

14:38:41. Alex Diniz Lopes, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 05/10/2022 13:08:01.



Economia compartilhada: Um estudo sobre os meios de hospedagem colaborativos e sua influência na hospitalidade

Ana Flávia Costa Machado

RESUMO

A Globalização, as inovações tecnológicas e as redes sociais mudaram o modo de viver da sociedade. Novas necessidades e oportunidades mercadológicas surgiram, com impactos diretos no Turismo e na Hospitalidade. O padrão de consumo foi alterado, e o conceito de posse de bens está sendo gradativamente substituído pelas experiências que os produtos ou hospedagens podem oferecer. Desse novo contexto mundial surgiu a economia compartilhada ou colaborativa, cuja proposta é partilhar bens, recursos e capitais entre múltiplas pessoas, além da preocupação com os impactos no meio ambiente e a sustentabilidade socioambiental. Na hotelaria essa mudança refletiu na criação de outros meios de hospedagem, com propostas inovadoras e focadas no melhor custo-benefício possível.

O objetivo desse trabalho é entender a influência da Hospitalidade no compartilhamento e nos novos meios de hospedagem que surgiram através desse emergente conceito econômico.

Através de pesquisa quantitativa descritiva este estudo levanta dados de consumo, fatores que levaram os entrevistados a optar por hospedagens compartilhadas e se a percepção da hospitalidade foi afetada. Para tanto foi aplicado questionário através da plataforma *Google forms* para diferentes perfis de público. Os resultados obtidos na pesquisa apontaram que a opção do público entrevistado por meios compartilhados foi motivada principalmente por fatores financeiros, além de enxergar um melhor custo-benefício envolvido nesse modelo. Também identificou-se que a percepção de hospitalidade recebida tampouco diferiu da receptividade e acolhimento usuais nos meios tradicionais de hospedagem.

Palavras-chave: Hospitalidade, economia compartilhada ou economia de compartilhamento, consumo colaborativo

ABSTRACT

A Globalização, as inovações tecnológicas e as redes sociais mudaram o modo de viver da sociedade. Novas necessidades e oportunidades mercadológicas surgiram, com impactos diretos no Turismo e na Hospitalidade. O padrão de consumo foi alterado, e o conceito de posse de bens está sendo gradativamente substituído pelas experiências que os produtos ou hospedagens podem oferecer. Desse novo contexto mundial surgiu a economia compartilhada ou colaborativa, cuja proposta é partilhar bens, recursos e capitais entre múltiplas pessoas, além da preocupação com os impactos no meio ambiente e a sustentabilidade socioambiental. Na hotelaria essa

mudança refletiu na criação de outros meios de hospedagem, com propostas inovadoras e focadas no melhor custo-benefício possível.

O objetivo desse trabalho é entender a influência da Hospitalidade no compartilhamento e nos novos meios de hospedagem que surgiram através desse emergente conceito econômico.

Através de pesquisa quantitativa descritiva este estudo levanta dados de consumo, fatores que levaram os entrevistados a optar por hospedagens compartilhadas e se a percepção da hospitalidade foi afetada. Para tanto foi aplicado questionário através da plataforma *Google forms* para diferentes perfis de público. Os resultados obtidos na pesquisa apontaram que a opção do público entrevistado por meios compartilhados foi motivada principalmente por fatores financeiros, além de enxergar um melhor custo-benefício envolvido nesse modelo. Também identificou-se que a percepção de hospitalidade recebida tampouco diferiu da receptividade e acolhimento usuais nos meios tradicionais de hospedagem.

Keywords: Hospitality, Sharing Economy, Collaborative Consumption

1 INTRODUÇÃO

A globalização e os crescentes avanços tecnológicos trouxeram oportunidades e necessidades que alteraram os padrões de consumo, as relações humanas e os valores contemporâneos. Os reflexos desse novo cenário afetaram diretamente o Turismo e a Hospitalidade. Para Wang apud Silva (2018):

A globalização e o consumo em massa, a padronização e as mudanças de significado do turismo, a mercantilização desta atividade e a evolução do conceito de viagem como escape do cotidiano são características que representam o consumo de turismo da pós-modernidade. (WANG APUD SILVA, 2018, p.10).

Segundo Dias, o surgimento das chamadas redes sociais também propagou novos comportamentos na sociedade. Pessoas são influenciadas pelas opiniões, notícias e tópicos disseminados nas redes diariamente. Fatores como sustentabilidade e causas sociais passaram a ocupar um novo grau de importância na escolha de um produto ou serviço. Essa transformação que o consumidor deseja, faz parte do conceito de responsabilidade social, que são estratégias pensadas em orientar as ações das empresas em consonância com as necessidades de modo que a empresa garanta, além do lucro e da satisfação do cliente, o bem-estar da sociedade. A empresa está inserida nela e seus negócios dependerão de seu

desenvolvimento e, portanto, esse envolvimento deverá ser duradouro. É um comprometimento (DIAS, 2011, p. 174).

Nas palavras de Shor (2014), é sabido que, nesse novo cenário desponta a economia compartilhada ou colaborativa, modelo que possibilita o compartilhamento de espaços, bens, produtos, serviços, capital financeiro, humano e intelectual. Economia Compartilhada surge como alternativa sustentável de modalidade de negócio, baseada na troca e no compartilhamento de bens e serviços entre pessoas desconhecidas.

Para os praticantes de Marketing e Negócios, o consumo colaborativo, a economia colaborativa, e o sharing ou compartilhamento, são apresentados como uma nova prática comercial e inovadora capaz de orientar a economia para um mundo melhor em termos de redistribuição de mercados, economia da abundância e centrada no social (Botsman & Rogers apud Matos, Barbosa, Matos, 2016, p. 222).

Na hospitalidade, esse novo modelo de economia estimula o compartilhamento e o consumo sustentável de unidades habitacionais (UH's), produtos e serviços. O maior valor da experiência de consumo tem mudado a forma de comercializar produtos e serviços.

O consumo colaborativo, muitas vezes chamado de economia compartilhada, contribui para a ruptura das formas tradicionais de transação dos serviços de hospedagem e, por meio de plataformas tecnológicas, promove novas formas de transações comerciais e de organização das relações humanas. (Molz apud Pinotti, Moretti, 2018, p.2).

Ainda sobre isso, Botsman e Rogers (2011) afirmam que a economia compartilhada promete apoiar propostas de valor há muito ignoradas pelo hiperconsumismo, resgatar o senso de participação ativa e responsabilidade coletiva que as comunidades tradicionais proporcionaram no passado e buscar reparar as muitas consequências deixadas pela administração de recursos ao longo do passado e das gerações.

As recentes crises econômicas e a pandemia da Covid 19¹ também afetaram drasticamente o desenvolvimento da hospitalidade no mundo e a manutenção econômica das redes hoteleiras. Desse novo contexto surgiram plataformas (sites que comercializam serviços ou produtos de forma online) inovadoras de compartilhamento, vendas e serviços como é o caso do Uber para deslocamentos,

¹ Covid 19 – doença infecciosa causada pelo vírus SARS-CoV-2 cuja pandemia foi de proporções catastróficas

startups (empresas inovadoras que utilizam tecnologia para prover serviços, produtos ou atender uma oportunidade de mercado) e novos meios de hospedagem que vem se destacando no mercado em relação ao modelo tradicional hoteleiro, como é o caso do *Airbnb*² e do *Couchsurfing*³.

O *Airbnb* administra a relação entre pessoas que desejam alugar espaços durante períodos variados, e usuários que desejam se hospedar com menores custos. O sucesso da plataforma de hospedagens e aluguéis de temporada pode ser explicado pelos valores mais agressivos, pela facilidade de interação feita totalmente (100%) online ou, ainda, pela grande variedade opções oferecidas que permitem novas experiências e atraem diferentes públicos no mundo todo.

Já o *Couchsurfing* tem sua estrutura pautada nas raízes da hospitalidade e no ato de dar e receber. Nas concepções de Botsman & Rogers, (2011), *CouchSurfing* é um site global gratuito que conecta viajantes com locais em mais de 235 países e é um dos "serviços hoteleiros" mais visitados na Internet. A atração se deve principalmente pela segurança que a plataforma de hospedagens propicia, norteador uma relação entre desconhecidos que não envolve valores monetários.

Outro modelo que tem forte relevância e movimentou milhões de reais nos últimos anos é a multipropriedade⁴, formato onde os clientes adquirem uma fração do empreendimento e podem utilizar por períodos anuais pré-determinados, de forma vitalícia. De acordo com a revista Valor Econômico (2022), (Revista voltada a economia) estima-se que o mercado de multipropriedade cresceu 30% nos últimos 5 anos, atingindo um Valor Geral de Vendas (VGV) de R\$ 28 bilhões de reais e 156 empreendimentos, distribuídos entre lançados, em construção ou já em operação.

Tendo como referência todos os desafios econômicos e sociais do mercado hoteleiro, o objetivo deste trabalho é avaliar a influência dos meios de hospedagem colaborativos na hospitalidade. Portanto é preciso avaliar e compreender se o hóspede de um meio compartilhado se sente tão acolhido e bem recebido quanto nos meios tradicionais; se o fator determinante para a escolha de um meio compartilhado é financeiro (melhores valores ou custo-benefício) e se esse grupo considera que a hospedagem seria melhor caso a estadia tivesse acontecido em um meio de hospedagem tradicional.

² *Airbnb* – plataforma de hospedagem comercial online

³ *Couchsurfing* – plataforma de hospedagem gratuita online

⁴ *Multipropriedade* – modelo fracionado de hospedagem

Para tanto fez se necessário a aplicação de pesquisa quantitativa de ordem descritiva para mapear entender a influência da hospitalidade em hospedagens realizadas através de meios colaborativos ou compartilhados.

2 METODOLOGIA

Para o presente estudo optou-se pela pesquisa descritiva com abordagem quantitativa. Manzato e Santos (2012), classificam a pesquisa descritiva como:

A pesquisa descritiva observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los. Procura descobrir, com precisão possível, a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características. Busca conhecer as diversas situações e relações que ocorrem na vida social, política, econômica e demais aspectos do comportamento humano, tanto do indivíduo tomado isoladamente como de grupos e comunidades mais complexas, e cujo registro não consta de documentos (MANZATO E SANTOS, 2012 p.4).

A pesquisa foi aplicada através de questionário (apêndice A) no portal Google Forms, com o objetivo de compreender o comportamento dos hóspedes relacionado às suas motivações para o uso de plataformas de economia compartilhada, bem como a sua percepção de acolhimento e hospitalidade recebidos em tais meios. No que diz respeito à natureza da pesquisa, para Ruiz (2002), ela pode ser considerada prática, pois caracteriza uma determinada população para responder questões encontradas por um departamento de pesquisa.

O universo da pesquisa foram pessoas de diferentes faixas etárias e cidades, que tenham se hospedado ou não em meios compartilhados. O formulário foi divulgado nas redes sociais e profissionais da própria autora que atua no segmento de Hospitalidade e possui contato com pessoas e publicações deste ramo, além de grupos no aplicativo de multiplataforma Whatsapp. Os dados coletados foram analisados para traçar perfis de consumo e avaliar as experiências de hospedagens em meios colaborativos e não colaborativos.

3 REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 HOSPITALIDADE

Desde os primórdios da humanidade a hospitalidade tem forte presença nas diferentes culturas e regiões. O ser humano é fruto do meio em que está inserido. As tradições, hábitos, histórias, crenças e educação moldam a forma de enxergar e se relacionar com o outro. Para Castelli (2010), a hospitalidade é uma qualidade intrínseca ao ser humano, refletida desde pequenos gestos até o comportamento de uma sociedade. Ela se manifesta de maneiras diferentes de acordo com os costumes e religiões de cada cultura, mas permanece enraizada nas relações entre povos.

A Bíblia retrata a hospitalidade como algo sagrado, praticado em várias passagens e que nos mostra a importância de acolher e amar o próximo como a si mesmo, sendo este um dos mandamentos: “Não se esqueçam da hospitalidade; foi praticando-a que, sem o saber, alguns acolheram anjos” (Romanos 13:12).

Para os cristãos a Bíblia é a referência de conduta que deve ser seguida pelos homens, e seus ensinamentos influenciam o comportamento da sociedade. O acolhimento do outro é, portanto, um dever sagrado, moral e social, presente não só entre os cristãos, mas muito visto entre as mais diversas culturas, desde a Antiguidade até os dias atuais.

Mauss (2003), traduz a hospitalidade como uma dádiva fundamentada na tríplice obrigação de dar, receber e retribuir. Tais obrigações permeiam a vida em sociedade, constituem vínculos e alianças, norteiam as atividades humanas e estão presentes nas definições de status sociais, tão apreciados no mundo atual:

O conceito de hospitalidade pode ser compreendido também por meio da análise das necessidades humanas. O convívio social, ou a vivência em grupo, é uma das necessidades fundamentais de todo ser humano. A hospitalidade, essência da vida em grupo, é uma necessidade natural, biológica e social [...]. (CASTELLI, 2010, pag.114).

Sobre essa temática, para Marches *[et al.]* (2008), a hospitalidade tem o poder de aproximar as pessoas, de despertar emoções e de ser a base para a construção de vínculos afetivos, sejam humanos, com o ambiente ou com um lugar. Se o propósito da hospitalidade é construir e manter relações sociais, então o contexto de uma pessoa torna-se significativo, criando a mesma identidade e memória

Posto isso, Hospitalidade é sinônimo de conforto, bem-estar e aconchego. A arte de receber e fazer com que o outro se sinta acolhido é, portanto, um desafio constante. Segundo Belchior e Poyares (1987):

Hospitalidade, sob qualquer de suas formas, compreende essencialmente a prestação, gratuita ou não, de serviços obtidos normalmente por uma pessoa em seu próprio lar, mas que por não possuí-lo, ou por estar dele ausente temporariamente, não os têm à disposição. Quando a hospitalidade proporciona acomodações para repouso ou deleite, caracteriza-se a hospedagem, acompanhada ou não de refeições. Se apenas as refeições são fornecidas, existirá hospitalidade, porém não hospedagem. (BELCHIOR e POYARES, 1987, p.16).

Desta forma, cabe ressaltar, o comércio da hospitalidade pode ser traduzido através da prestação de serviços de hospedagem e alimentação. Desse entendimento se deriva também o conceito de Hotel. Para Beni (2002):

O hotel é uma empresa de prestação de serviços e diferencia-se completamente de outros estabelecimentos industriais ou comerciais [...] O produto hoteleiro é estático. [...] A empresa hoteleira, quando comparada a outros tipos de empresa, é menos propensa a automação, pois o tratamento pessoal, calor humano fazem parte essência da prestação de serviços hoteleiros. Ela emprega pessoas para cobrir praticamente todas as atividades em todos os setores. (BENI, 2002, p. 196).

Os hotéis, pousadas e *resorts* são meios tradicionais de hospedagem. Entretanto, inúmeros meios inovadores têm surgido no mercado, como será apresentado neste artigo.

3.2 Economia compartilhada e tendências disruptivas

Os constantes avanços da tecnologia mudaram as relações humanas e determinaram novas possibilidades e padrões nos meios de consumo, mobilidade e hospedagem. Além disso a tecnologia amplia perspectivas e estreita o contato entre pessoas. O que antes demandava tempo e atenção, além de estar diretamente ligado a fatores econômicos, agora pode ser resolvido ou verificado com poucos minutos de acesso à internet.

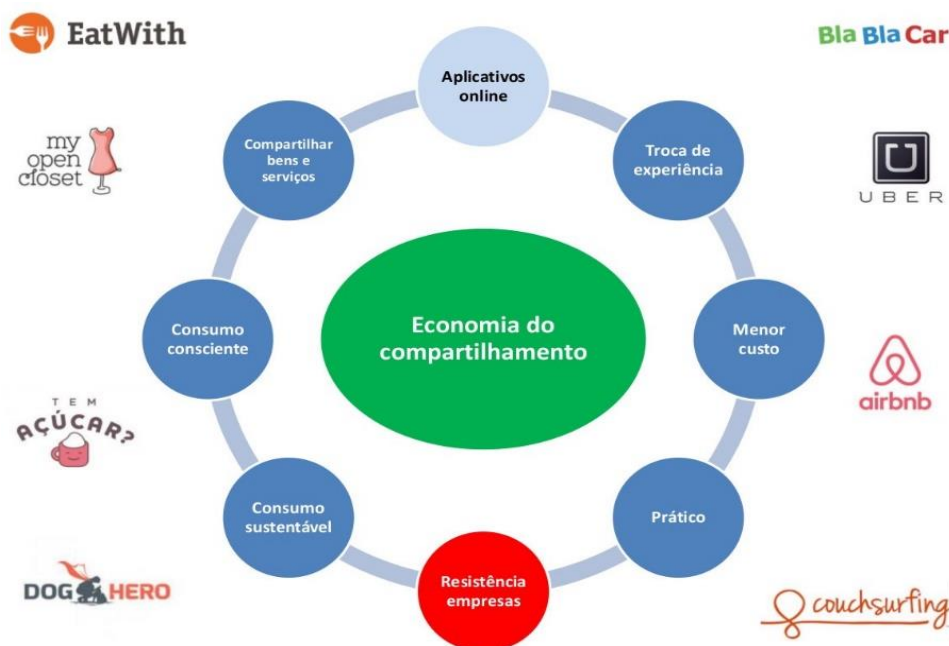
É possível se conectar com pessoas no mundo inteiro, explorar destinos e até mesmo visitar um museu utilizando apenas um aparelho celular. Nesse sentido, a necessidade econômica vem tornando as pessoas mais abertas a novas formas de ter acesso e de como podem obter coisas de que elas precisam. Essa transformação do modo de pensar começa então a ocorrer a partir dos próprios consumidores (BOTSMAN, ROGERS, 2011, p. 17)

A busca por outras opções tem se tornado crescente, em especial pelas gerações atuais cujos valores são cada vez menos pautados em aquisições materiais. Certo disso, Firat; Dholakia, (2006), ponderam que, guiada pela ideia de que os indivíduos devem buscar acumular riqueza e ser centrados no objeto, essa sociedade moderna vem abrindo espaço na pós-modernidade para consumidores que parecem menos preocupados com valores materiais, e, mais interessados nas experiências proporcionadas do que em produtos e serviços ofertados.

Todas essas razões somadas proporcionaram uma disruptura nos formatos tradicionais de consumo e relacionamento, permitindo que novos modelos de negócio despontassem no cenário econômico.

Cabe dizer que, conceito de economia compartilhada ou colaborativa nasceu nos Estados Unidos em meados nos anos 1990 e vem crescendo exponencialmente ano após ano. Trata-se de um modelo econômico onde é possível compartilhar bens, serviços e produtos entre diferentes pessoas, proporcionando economia de tempo, dinheiro e recursos naturais. A sustentabilidade é um pilar essencial da economia compartilhada, e desse conceito surgiram inúmeras empresas e startups que mudaram o formato de consumo global.

Figura 1 - Modelo da economia de compartilhamento



Fonte: médium.com\Economia do compartilhamento: uma revolução no consumo, 2022

Para Belk (2014 b), compartilhar é considerado um fenômeno tão antigo quanto à humanidade, embora a economia compartilhada e o consumo colaborativo sejam recentes e nascidos na era da internet.

3.3 Meios de hospedagem colaborativos: *Airbnb*, *Couchsurfing*, Hostels e multipropriedade hoteleira

Os meios de hospedagem colaborativos são opções inovadoras que nasceram em meio a necessidade do mercado. Conforme pontua Heo (2016), no turismo e na hospitalidade as novas startups da economia compartilhada despontaram e se fortalecem embasadas no crescimento e constante renovação do turismo, além dos diversos nichos que esse segmento oferece, como alimentação, serviços e hospedagens.

No Brasil e no mundo, esses novos modelos ganham força mercadológica e crescem ano após ano. É nesse momento em que também se percebe a razão de o mercado de hospitalidade ser uma oportunidade perfeita para a inovação disruptiva advinda do consumo colaborativo, pois o conceito de hospitalidade, por si só, já implica compartilhamento (CAMARGO apud BRANCO; TELES, 2020, p.102).

A *Airbnb* foi fundada em 2008 por dois amigos na cidade de São Francisco, nos Estados Unidos, trazendo ideias inovadoras para o conceito dos aluguéis de temporada. Desde hospedagens em locais simples até opções do mais alto padrão de luxo, a versatilidade atrai usuários no mundo todo.

Pessoas com espaços ociosos em suas residências ou que dispunham de algum bem/meio de hospedagem passaram a enxergar na plataforma uma opção rentável e uma nova forma de se conectar a outras pessoas. Para os usuários a possibilidade de hospedagem em hotéis, albergues, hostels, casas, apartamentos e até mesmo ilhas ou castelos pagando valores geralmente menores do que o de costume é um fator de grande atração no *Airbnb*, além da oportunidade de vivenciar experiências diferentes das encontradas nos meios de hospedagem tradicionais.

Gallagher (2020) reitera que O *Airbnb* oferece muito mais do que apenas preços baixos e muito espaço disponível. Proporciona uma experiência especial e diferente. Mesmo suas imperfeições alimentam um desejo crescente por uma experiência de viagem menos comprometida e mais "artesanal", do que as oferecidas

por hotéis tradicionais. Também abre o acesso a comunidades que são diferentes das áreas turísticas tradicionais, para que se tenha uma experiência diferenciada e local, uma vantagem que o *Airbnb* dá muita ênfase. Esses elementos são especialmente poderosos para os millennials⁵, que estão cada vez mais ressentidos com grandes marcas e se sentem mais aventureiros. Essa geração tão habituada com interações totalmente digitais se dispõe e se aventura a conhecer pessoas cuja interação só aconteceu de forma online. A proposta de integrar pessoas de diferentes locais através de uma comunidade vantajosa aos dois lados tem sido uma fórmula de sucesso com números expressivos. De acordo com a própria companhia, até 2021 o número de anfitriões ultrapassava 4 milhões e já havia cerca de 1 bilhão de hospedagens realizadas.

O *Couchsurfing* é uma plataforma digital para pessoas interessadas em oferecer hospedagens gratuitas em troca de novas conexões e experiências culturais com os hóspedes do mundo todo, criada em 2003 por Casey Fenton e Dan Hoffer, nos Estados Unidos. O *Couchsurfing*, cujo objetivo é fornecer alojamento gratuito uns aos outros, é um exemplo de plataforma de compartilhamento que facilita conexões significativas entre os seus membros, fazendo com que as pessoas se conectem de forma mais autêntica fora da rede corporativa da sociedade de consumo, ou seja, envolve maior hospitalidade de pessoa para pessoa (BELK, apud ZIQUINATTI, 2019, p.44)

Nesse sentido, o *Couchsurfing* é um modelo alternativo de hospedagem voltada para públicos que buscam interações humanas, e cuja atração se dá principalmente pela segurança que o site propicia, pois o anfitrião é submetido a um vasto e eficiente processo de cadastro.

Já os Hostels, também conhecidos como Albergues, surgiram frente ao mercado como alternativa de hospedagem para públicos diferentes e com menor poder aquisitivo. Para clarificar sobre os hostels, Chon e Maier (2010), definem como uma forma pioneira de hospedagem na economia compartilhada. Este serviço de alojamento caracteriza-se por alojamento estilo dormitório de grupo, proporcionando uma estrutura básica, partilhada e supervisionada. Atualmente atendem aos mais diversos públicos, possuindo propostas inovadoras e sustentáveis que muitos tem adotado, além de estarem em excelentes localizações, como é o caso do HI NYC

⁵ Millennials - Geração das pessoas que nasceram entre os anos 80 e início dos 90, sendo os primeiros a nascerem num mundo totalmente globalizado e com acesso à internet.

Hostel, localizado em Manhattan, a um quarteirão de distância da famosa Broadway e a poucos metros do central Park, no coração de Nova York. E para o público que prioriza a sustentabilidade o Hostel Container Cabo Frio, vizinho a área de proteção ambiental Pau Brasil, em Cabo Frio - Rio de Janeiro, foi construído reciclando containers e materiais de demolição que seriam descartados. A água das chuvas e também as águas cinzas são reaproveitadas, e o a estrutura possui um sistema de fossas BET que transforma resíduos de esgoto em nutrientes para o solo, evitando a poluição do lençol freático.

Figura 2 - HI NYC Hostel, New York - EUA



Figura 3 - Hostel Container, Cabo Frio - RJ, BR



Fonte: <https://nilotrip.com/hostels-mais-legais>, 2022

Já para os interessados em aventuras diferentes o Hostel Jumbo Stay proporciona a experiência de se hospedar dentro de um Boeig 747 original, instalado nas dependências do aeroporto de Arlanda em Estocolmo, Suécia, oferecendo todos os serviços tradicionais de um hostel comum. Os proprietários adaptaram um avião que estava fora de operação e criaram dormitórios em todas as partes do Boeing, incluindo o cockpit ou os motores.

Figura 4 - Hostel Jumbo Stay, Stockholm, Estocolmo - Suécia



Fonte: <https://nilotrip.com/hostels-mais-legais>, 2022

A multipropriedade hoteleira surgiu no Brasil no final dos anos 80, nas cidades de Rio Quente e Caldas Novas acompanhando o sucesso que a modalidade já fazia nos Estados Unidos desde os anos 70. Na multipropriedade cada UH de um empreendimento é dividida em frações, com períodos de uso anuais pré-determinados de acordo com cada produto (um hotel, pousada ou resort). Cada fração é vendida a pessoas diferentes e as despesas de manutenção são rateadas através do condomínio responsável por administrar o empreendimento. Uma única UH pode pertencer a até 52 proprietários, que podem também locar o seu período ou trocar por outros destinos no Brasil e no mundo, através de intercambiadoras de férias como a líder de mercado RCI.⁶ De acordo com a ADIT⁷ já existem 128 empreendimentos dessa modalidade no país, e projeção de expansão para 156 ainda no ano de 2022.

O modelo tem se tornado uma excelente estratégia para resgatar empreendimentos que estavam condenados a encerrar suas atividades devido à baixa performance financeira ou para regiões com potencial turístico restrito por fatores regionais. O artigo apresentará 3 exemplos de Hotéis com propostas diferentes, todos parte do modelo de multipropriedade.

O Hotel Nacional, um dos mais famosos e imponentes hotéis do Rio de Janeiro, havia fechado as portas após uma significativa restauração que pretendia modernizá-lo, devolver o antigo glamour e colocá-lo novamente no circuito dos melhores hotéis cariocas. Projetado pelo grandioso arquiteto Oscar Niemeyer, com jardins e paisagismo concebidos por Burle Marx, o hotel conta com uma estrutura única e inúmeras obras de arte espalhadas por todos os cantos, que não foram suficientes para atrair o público necessário e prover o retorno esperado aos investidores. Em 2019 o hotel foi reaberto pelo grupo Goiano WAM Group, pioneiro no modelo de multipropriedade imobiliária, e desde então permanece obtendo resultados que não seriam possíveis nos modelos tradicionais hoteleiros. Para o público tem sido a chance de pessoas comuns realizarem o sonho de serem “proprietárias” de um empreendimento milionário, ainda que seja apenas uma fração.

⁶ RCI – Maior fornecedor mundial de troca de férias para o produto Timeshare (produto de pontos que são convertidos em diárias)

⁷ ADIT - Associação para o Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Brasil

Figura 5 - Hotel Nacional, Rio de Janeiro - RJ, BR



Fonte: <https://www.hotelnacionalriodejaneiro.com>, 2022

Outro grande exemplo a ser considerado, o Dom Pedro Laguna Beach Resort & Golf é um resort de luxo localizado a cerca de 40 km da capital Fortaleza que possui infraestrutura digna dos padrões de primeiro mundo. Eleito como o melhor resort de praia da América do Sul pela World Travel Awards 25ª edição e acumulando diversos outros prêmios, oferece bangalôs com piscina privativa a beira mar, campos de golfe e uma enorme lagoa artificial que permite a navegação de pequenos barcos para se deslocar até as áreas comuns. O resort aderiu ao modelo de multipropriedade a partir de 2021, e vem se destacando nessa modalidade por oferecer o sonho da propriedade de férias de luxo para turistas de todos os estados do país.

Figura 6 - Hotel Dom Pedro Laguna Beach Resort & Golf, Aquiraz – CE, BR



Fonte: <https://laguna.dompedro.com/pt>, 2022

Existem várias outras cidades que vêm recebendo novos projetos e empreendimentos de multipropriedade hoteleira, o que deixa evidente a crescente expansão desse modelo no país.

3.4 Meios de hospedagem colaborativos e hospitalidade

A economia compartilhada é um fenômeno recente e o seu futuro ainda é incerto; entretanto, muitas empresas da economia compartilhada já se tornaram modelos de negócio bem-sucedidos e sustentáveis, evidenciando o grande potencial de desenvolvimento econômico existente em torno das atividades de compartilhamento (SCHOR, 2014).

Uma simples pesquisa de valores seria suficiente para evidenciar que se tem uma melhor relação custo-benefício nos modelos colaborativos do que nos tradicionais, pois os custos operacionais são potencialmente reduzidos quando compartilhados. Entretanto a qualidade de qualquer hospedagem não será pautada exclusivamente por melhores preços, mas também na capacidade do bem-receber, e fazer com que o hóspede se sinta acolhido e confortável, pois a hospitalidade é uma necessidade e uma qualidade intrínseca ao ser humano.

O conceito de hospitalidade pode ser compreendido também por meio da análise das necessidades humanas. O convívio social, ou a vivência em grupo, é uma das necessidades fundamentais de todo ser humano. A hospitalidade, essência da vida em grupo, é uma necessidade natural, biológica e social [...]. (CASTELLI, 2010, pag.114).

É sabido que, hospitalidade genuína, desprovida de interesses ou retornos, onde o acolhimento e a satisfação do próximo sobrepõem as daquele que oferece, fica cada dia mais rara e quase impossível de ser encontrada no mundo globalizado. Nesse sentido o modelo do *Couchsurfing* quebra os paradigmas das relações comerciais, e se propõe a oferecer hospedagens sem retorno financeiro, mas que devem agregar conexões e experiências culturais a quem recebe.

Existem inúmeros estabelecimentos que por característica oferecem o que há de melhor e mais luxuoso. Cada detalhe é pensado para satisfazer os desejos e anseios dos clientes, desde que o hóspede esteja disposto a arcar com os custos elevados. O mesmo padrão se torna inviável para em Hostels ou plataformas de hospedagens como o *Airbnb*, o que não impede atitudes hospitaleiras por parte dos anfitriões e funcionários. Uma cama bem-feita, uma lembrança simples, como uma caneta, a atenção dada às necessidades dos que se hospedam ali também são itens

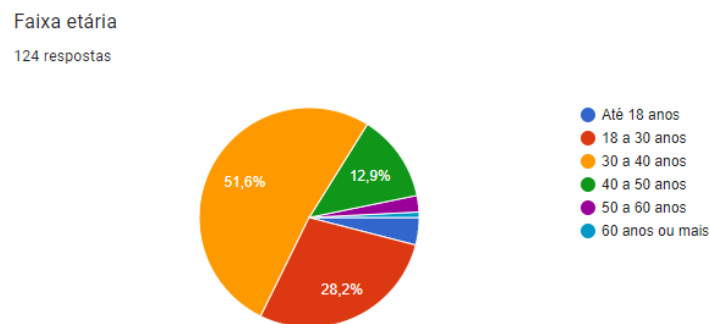
que não oneram a margem de lucro. São ações que podem garantir a fidelidade e agradar diversos públicos.

Já a multipropriedade, por se tratar de um modelo compartilhado que oferece serviços como recepção, restaurantes e lavanderia, uma vez que as hospedagens ocorrem em hotéis, resorts ou pousadas, a percepção da hospitalidade será semelhante ao de um meio tradicional.

4 RESULTADO DA PESQUISA

Pela análise dos dados coletados entende-se que apesar dos entrevistados possuírem faixas etárias diversas, o maior público da pesquisa está concentrado entre 30 e 40 anos (51,06%) e cerca de 50% desse público possui Pós-graduação ou especialização, constituindo um perfil que possui grande contato com a internet. O formulário foi divulgado em redes sociais e profissionais da autora, tendo recebido 124 respostas.

Gráfico 1: Faixa etária dos entrevistados

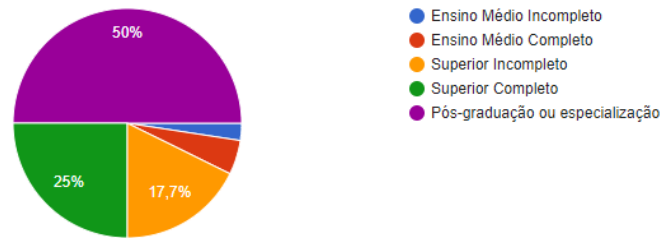


Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Gráfico 2: Escolaridade dos entrevistados

Escolaridade

124 respostas



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Destas, 82 são pessoas que residem em Goiânia e 42 pessoas residem em diferentes cidades e estados do país, que diversifica o resultado da amostra.

Gráfico 3: Cidades onde o público pesquisado reside

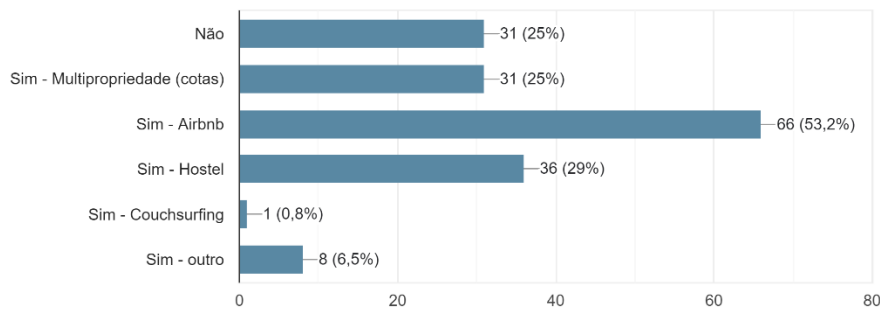


Fonte: Elaborado pela autora, 2022

A partir dos dados quantitativos da pesquisa pode-se descrever que 25% (31 pessoas) nunca se hospedaram em nenhum meio compartilhado listado no questionário, e por esse motivo foram descartados da análise. A figura 7 traduz esse comportamento:

Gráfico 4: Identificação das hospedagens realizadas pelo público

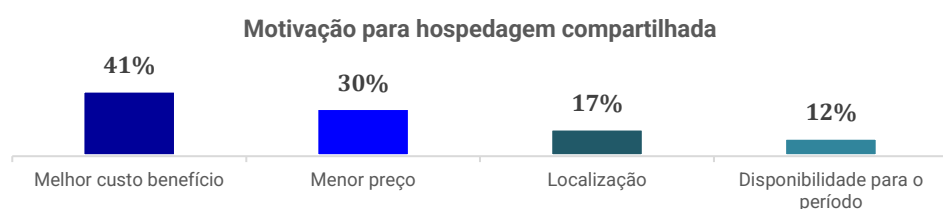
Já se hospedou em meios de hospedagem compartilhada (Airbnb, Multipropriedade - cotas, Hostel, etc)?
124 respostas



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

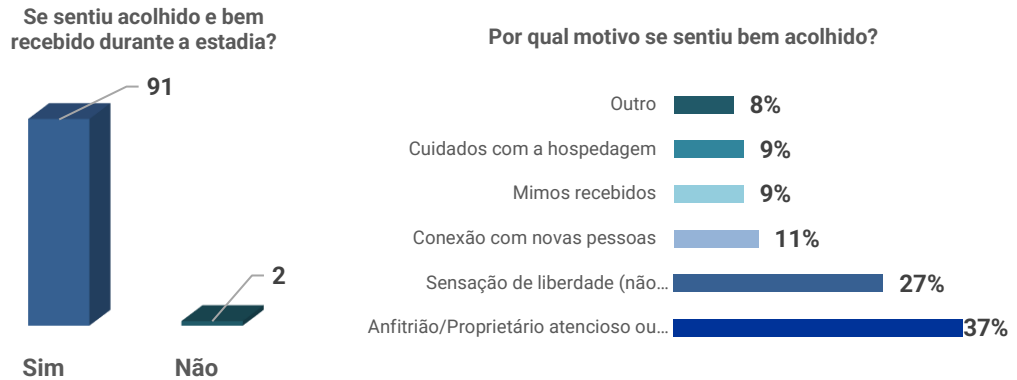
Após essa extração restaram 93 entrevistados, cuja maioria (49%) teve a última hospedagem realizada no período de até um ano atrás ou mais. Com o perfil social traçado, foram aplicadas perguntas objetivas com opção de múltipla escolha e que irão nortear a conclusão desse estudo. Quando arguidos sobre os motivos de terem escolhido uma hospedagem compartilhada, as principais respostas foram por estes meios oferecerem melhor custo-benefício (41%) e por possuírem menores preços (30%), indo ao encontro da proposta dos meios colaborativos.

Gráfico 5: Motivação para hospedagem compartilhada



Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Como principal fator desta análise foi questionado se os entrevistados se sentiram acolhidos e bem-recebidos, e quais seriam as motivações que levaram a essa conclusão. Desta forma, conforme figura 9 apresentada, é possível identificar que a percepção de hospitalidade recebida na hospedagem não é afetada nos meios compartilhados. Já o fator humano, ou personalização consolida-se como o grande diferencial uma vez que 37% dos participantes consideram que o Anfitrião/Proprietário atencioso ou acolhedor foi o responsável pela qualidade da hospedagem.

Gráfico 6: Acolhimento e motivações de hospedagem em meios compartilhados

Fonte: Elaborado pela autora, 2022

Como análise complementar, 96% desse público se hospedaria em meios compartilhados de uma próxima vez, e apenas 12% acreditam que a estadia seria melhor em um meio tradicional. Fatores como café-da manhã e serviços agregados foram as principais motivações levantadas para que os entrevistados considerem uma experiência de hospedagem em meios tradicionais melhor do que nos meios compartilhados.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo empenhou-se em analisar a percepção dos hóspedes em relação a hospitalidade oferecida pelos meios de hospedagem compartilhada, bem como as motivações de escolha para esse perfil de hospedagem. Após análise dos dados conclui-se que existe maior adesão à plataforma *Airbnb* e que a escolha de um meio compartilhado se deve principalmente pelos menores valores de diárias/tarifas cobrados, além da visão coletiva de maior custo-benefício agregado. Contudo, a ausência de serviços e oferta de Alimentos e Bebidas (A&B) é considerada pelo grupo entrevistado como um fator negativo e que potencialmente contribuiria para uma hospedagem melhor se tivesse acontecido nos meios tradicionais de hospedagem. Entretanto, a percepção de Hospitalidade na hospedagem não foi afetada.

A economia compartilhada no Turismo e na Hotelaria é uma realidade crescente e embora já seja um fator de predominância no mercado, não existem muitas literaturas e autores que discorrem sobre o foco deste trabalho. Vivemos uma

realidade capitalista onde o lucro predomina sobre qualquer outro fator. Encontrar o ponto de equilíbrio para prover serviços com qualidade dentro dos parâmetros da hospitalidade e manter o retorno financeiro esperado é um desafio constante. Isso se torna especialmente relevante devido ao poder cultural das redes sociais, que moldam de forma cada vez mais ubíqua a sociedade, seus valores e prioridades, afetando assim diretamente os retornos de qualquer serviço oferecido comercialmente.

Importante ressaltar também que os trabalhos já realizados foram voltados ao estudo dos modelos propostos pela economia compartilhada ou análise dos meios de hospedagem mais abrangentes, como *Airbnb* e *Couchsurfing* como modelo de negócio. Dito isso, inúmeros estudos podem ser realizados a respeito desse tema, com análises de maior profundidade. Tais estudos poderão contribuir mercadologicamente com o futuro da hospitalidade comercial.

REFERENCIAS:

ABIH. **Associação Brasileira da Indústria de Hotéis**. Disponível em: <http://www.abih.com.br/Inst_ABIH.php>. Acesso em: 15. jul 2022.

ADIT. **Associação para o Desenvolvimento Imobiliário e Turístico do Brasil** Disponível em < <https://adit.com.br/a-historia-por-tras-da-multipropriedade-do-timshare-e-do-fractional>>. Acesso em 02. Ago 2022.

ALMEIDA, João F. **Bíblia: de estudo**. Barueri – SP: Sociedade Bíblica do Brasil, 2006. Atlas, 2002.

BELCHIOR, E.O.; POYARES, R. **Pioneiros da Hotelaria no Rio de Janeiro**. São Paulo: Ed. Senac, 1987

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2002.

BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu: Como o consumo colaborativo vai mudar nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

CAMARGO, L. O. L. **Os interstícios da hospitalidade**. Revista Hospitalidade, São Paulo, v. XII, n. especial, p. 42-69, mai. 2015.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade: A Inovação na Gestão das Organizações Prestadoras de Serviços**. São Paulo: Saraiva, 2010.

CHON, K.; MAIER, T. A. **Welcome to hospitality: an introduction**. Clifton Park (USA): Cengage Learning, 2010.

CONRAD LASHLEY E ALISON MORRISON. **Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas Para um Mundo Globalizado**. Barueri, Sp. Manole, 2004.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2ed. São Paulo: Atlas, 2011.

Hostel Container. Disponível em: <https://www.hostelcontainer.com/ohostel..> Acesso em 05. Jul 2022.

MANZATO, Antonio José, SANTOS, Adriana Barbosa. **A elaboração de questionários de pesquisa quantitativa**. Ciência: da filosofia à publicação. 2. ed. Jaboticabal: Funep, 2000

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MATOS, B.G; BARBOSA, M.L.A.; MATOS, M.B.A. **Consumo Colaborativo e Relacional No Contexto do Turismo**. Revista Hospitalidade. São Paulo, volume 13, n.01, p. 218-241, agosto de 2016.

MAUSS, Marcel. (1968-1969 [1931a]), **Essais de sociologie Paris, Éditions de Minuit** (Tomos 1 e 2 de Oeuvres).

Orla Rio. Disponível em: <https://orlario.com.vc/2021/09/02/tbt-relembre-a-historia-do-hotel-nacional>. Acesso em 05. Jul 2022.

Resorts Brasil. Disponível em: <https://www.resortsbrasil.com.br/dom-pedro-laguna-e-eleito-melhor-resort-de-praia-da-america-do-sul>. Acesso em 05. Jul 2022.

Revista eletrônica Valor Econômico. **Mercado de multipropriedade imobiliária cresce 30% nos últimos cinco anos**. Disponível em: <https://valor.globo.com/patrocinado/dino/noticia/2022/07/13/mercado-de-multipropriedade-imobiliaria-cresce-30-nos-ultimos-cinco-anos.ghtml>>. Acesso em 16. ago 2022.

RUIZ, J. Á. **Metodologia Científica: guia para eficiência nos estudos**. 5. ed. São Paulo.

SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative, 2014. Disponível em: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. Acesso em: 01. Jul 2022.

SERSON, Fernando Mirdlin. **Hotelaria: a busca da excelência**. São Paulo: Roca, p.69-93. 1999.

ZIQUINATTI, Franciele Marques. **Economia compartilhada e compartilhamento do conhecimento: um estudo sobre as plataformas Airbnb e Couchsurfing**. Porto Alegre, 2019.