

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ-SETOR LITORAL

GRACE KELLY ZANARDINE

LUCAS SANTOS DE SOUZA

**PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO E O MERCADO IMOBILIÁRIO NO BALNEÁRIO
DE MATINHOS: UMA ANÁLISE A PARTIR DOS CORRETORES**

MATINHOS

2019

GRACE KELLY ZANARDINE
LUCAS SANTOS DE SOUZA

**PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO E O MERCADO IMOBILIÁRIO NO BALNEÁRIO
DE MATINHOS: UMA ANÁLISE A PARTIR DOS CORRETORES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado aos
Cursos de Tecnologia em Gestão de Turismo e
Tecnologia em Gestão imobiliária da Universidade
Federal do Paraná-Setor Litoral como obtenção de
grau de Tecnólogo em Gestão de Turismo e
Gestão imobiliária.

Orientador: Prof. Dr. Marcelo Chemin

MATINHOS
2019

ATA FINAL DE AVALIAÇÃO DA DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos vinte e nove dias do mês novembro de 2019, às 13:30 horas na sala 23A da UFPR – Setor Litoral reuniu-se a banca examinadora do Trabalho de Conclusão de Curso, constituída pelos professores **Beatriz Leite Ferreira Cabral** e **Andréa Máximo Espinola** sob a presidência do professor **Marcelo Chemin** para a avaliação do Trabalho de Conclusão do Curso de Tecnologia em Gestão de Turismo da UFPR de autoria da estudante **Grace Kelly Zanardine**, sob o título: "PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO E O MERCADO IMOBILIÁRIO NO BALNEÁRIO DE MATINHOS: UMA ANÁLISE A PARTIR DOS CORRETORES." Após a apresentação do trabalho, a banca examinadora reuniu-se e decidiu pela sua Aprovação (aprovação/reprovação). A estudante deverá efetuar as correções solicitadas pela banca e entregar a versão final impressa em capa dura e digital em arquivo em PDF contendo a inserção da cópia da Ata nas duas versões, conforme normas ABNT, para a Assessoria da Câmara.

Matinhos, 29 de novembro de 2019.



Prof. Dr. Marcelo Chemin

Prof. Ms. Beatriz Leite Ferreira Cabral

Prof. Dr. Andréa Máximo Espinola

Grace Kelly Zanardine

PARECER DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Orientador, Professor Doutor MARCELO CHEMIN, realizaram em 29/11/2019 a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do estudante, **LUCAS SANTOS DE SOUZA**, sob o título "Plataforma de locação e o mercado imobiliário no balneário de Matinhos: Uma análise a partir dos corretores", como requisito parcial a obtenção do Título de Tecnólogo em Gestão Imobiliária pela Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, tendo o estudante recebido conceito " APL ".

Matinhos, 26 de novembro de 2019.



Prof. Dr. Ricardo Rodrigues Monteiro

Coordenador do Curso Superior de Tecnologia em Gestão Imobiliária
UFPR – Setor Litoral

Dedicamos esse trabalho primeiramente a Deus, segundo aos nossos familiares e todos aqueles que acreditam em nosso potencial.

AGRADECIMENTOS

Somos gratos a Deus por ter nos sustentado até aqui, porque sem Ele jamais teríamos conseguido algo, a Ele toda Honra e toda Glória.

Agradecemos a nossa Universidade Federal do Setor Litoral, a qual somos gratos e orgulhosos de termos feito parte de um Instituição Pública, que nos proporcionou hoje a obtermos um Ensino Superior com qualidade.

Agradecemos ao nosso professor e orientador Marcelo Chemin por ter acreditado em nosso trabalho e por todo apoio e dedicação que nos ofereceu.

As nossas professoras Andrea Máximo Espínola e Beatriz Leite Ferreira Cabral por aceitarem participar desse momento tão importante para nós.

A todos os professores que tivemos durante o curso, que de alguma forma contribuíram para nossa formação acadêmica.

As nossas famílias por acreditarem em nosso potencial e nos apoiar em todo o tempo e que sempre oraram por nós.

Aos nossos amigos e colegas que participaram conosco durante nossa graduação.

“Não temas, porque eu sou contigo; não te assombres, porque eu sou teu Deus; eu
te fortaleço, e te ajudo, e te sustento com a minha destra fiel”

A Bíblia (ISAÍAS 41:10)

RESUMO

O presente trabalho refere-se às plataformas de economia compartilhada e sua aplicação no setor de locação, com atenção aos impactos e efeitos que tais recursos têm provocado. A análise principal se dá a partir de relatos de corretores imobiliários que atuam no município de Matinhos com mais de dez anos de atuação. A metodologia da pesquisa caracteriza-se como abordagem qualitativa, estudo exploratório, que fez uso de entrevistas, além de pesquisa bibliográfica e documental. As entrevistas foram realizadas com oito profissionais a partir da técnica bola de neve. Com base no levantamento da oferta disponível em plataformas de locação no município, a plataforma que se destacou foi o AIRBNB totalizando 300 imóveis, número que representa 1,4% dos 21.411 domicílios de uso ocasional do município (IBGE, 2010). Na avaliação dos corretores entrevistados, as plataformas colaborativas têm causado impactos para o mercado, contudo, não são vistas como ameaças, uma vez que entendem que a intermediação entre o corretor e o locatário não serão substituídas por recursos digitais.

Palavras chaves: Balneário, Mercado imobiliário; Plataformas de locação, Segundas residências.

ABSTRACT

This paper refers to shared economy platforms and their application in the rental sector, with attention to the impacts and effects that such resources have had. The main analysis is based on reports of real estate brokers operating in the municipality of Matinhos with over ten years of experience. The research methodology is characterized as a qualitative approach, exploratory study, which made use of interviews, as well as bibliographic and documentary research. The interviews were conducted with eight professionals using the snowball technique. Based on the survey of the offer available on rental platforms in the municipality, the platform that stood out was the AIRBNB totaling 300 properties, a figure that represents 1.4% of the municipality's 21,411 occasional households (IBGE, 2010). In the assessment of the interviewed brokers, collaborative platforms have had impacts on the market, however, they are not seen as threats, since they understand that broker-tenant brokerage will not be replaced by digital resources.

Keywords: Health resort, Real estate market; Rental platforms, second residences.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - PLATAFORMAS CONHECIDAS E USADAS PELOS CORRETORES.....	43
---	----

LISTA DE TABELAS

TABELA 1- HOSPEDAGENS DISPONÍVEIS EM PLATAFORMAS COLABORATIVAS NO MUNICÍPIO DE MATINHOS PR, 2019.....	40
TABELA 2- HOSPEDAGENS DISPONÍVEIS EM PLATAFORMAS COLABORATIVAS NO BALNEÁRIO DE CAIOBÁ PR, 2019.....	41

LISTA DE SIGLAS

- C2C - Consumer to Consumer
- CRECI - Conselho Regional de Corretores de Imóveis
- FOHB - Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil
- PIB - Produto Interno Bruto
- TICs - Tecnologia de Informação e Comunicação
- VIPs - Very Important People

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM	20
2.2 CATEGORIZAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM	22
2.3 SEGUNDAS RESIDÊNCIAS COMO HOSPEDAGEM DE TEMPORADA	26
2.4 LOCAÇÃO E MERCADO IMOBILIÁRIO	30
2.5 ECONOMIA COMPARTILHADA: PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO	33
3 PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO E MERCADO IMOBILIÁRIO DE MATINHOS	40
3.1 A OFERTA EM PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO	40
3.2 A VISÃO DOS CORRETORES	41
3.2.2 A “ENTRADA” DAS PLATAFORMAS NO MERCADO	45
3.2.3 IMPACTOS DAS PLATAFORMAS NO MERCADO IMOBILIÁRIO	46
3.2.4 O PERFIL DOS LOCATÁRIOS	49
3.2.5 ATRIBUTOS E TIPOLOGIAS DOS IMÓVEIS	50
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
5 REFERÊNCIAS	57
APÊNDICES	62

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho visa compreender a relação que o corretor imobiliário tem atualmente com as plataformas de locação, visto que este tipo de recurso da economia compartilhada tem influenciado o mercado imobiliário. Isto mostra-se importante pois é uma forma de correlacionar mercado imobiliário e a dinâmica da locação em um município balneário, como Matinhos, cidade com significativo percentual de segundas residências e fluxo de visitantes e turistas nas temporadas de verão, finais de semana e feriados. Nesta localidade, o período de alta temporada do turismo ocorre nos meses de verão, de dezembro a março, período com grande volume de locações.

Como descrito, o presente trabalho foi realizado no Município de Matinhos, localizado a 110 km da capital do Estado do Paraná. Trata-se de um dos municípios do litoral paranaense. Inicialmente pertencente a cidade de Paranaguá, como distrito, teve sua emancipação em 12 de junho de 1967 (a qual ficou conhecido pelo cognome de “namoradinha do Paraná” por coincidir com o data de comemoração do dias dos namorados no Brasil) sendo instalado em 19 de dezembro de 1968 (IPARDES, 2019; BIGARELLA, 2009).

Bigarella (2009) comenta que por conta de suas belezas naturais, repletas de atrativos culturais e paisagísticos, o município concebeu um ambiente elevado de romantismo, recreação e lazer, atraindo cada vez mais pessoas para os seus balneários.

Segundo estudo de Chemin e Abrahão (2014) o processo de balnearização fez com esta porção litorânea ingressasse no mapa paranaense como recanto e lócus de lazer, de encontro e vida social. A partir do século XX, a atividade turística fez-se mais intensa e a balnearização acelerou.

Pierri *et al* (2006) afirmam que o uso balneário ocasiona dois grandes processos envolvendo populações diferentes, ritmos e até mesmo espaços. Um deles de construções de residências fixas, impulsionando a urbanização mais próxima do mar e os que apenas visitavam o litoral sem possuir casa própria.

Refere-se sobre o ganho de demanda no litoral nas temporadas de verão, feriados e em uma medida menor, nos finais de semana durante o restante do ano.

Sampaio (2006) complementa dizendo que “o uso balneário tem gerado assentamentos que se caracterizam sobretudo pela presença dominante das segundas residências de utilização temporária”.

Garcia (2016) comenta que estas habitações refletem às práticas do turismo dentro do território, sendo ele operante para o poder de consumo. Desse modo, tal crescimento tem relação com o avanço do mercado imobiliário como atividade central na produção do espaço urbano.

Matinhos possui uma população estimada para o ano de 2019 de 34.720 habitantes, tem o seu PIB (Produto Interno Bruto) per capita no entorno de R\$ 28.604,66 tendo 42,3% de suas receitas oriundas de fontes externas (IBGE, 2010). O estudo do IBGE (2010) demonstra o crescimento dos domicílios de segunda residência dentro do município, mostrando um aumento de 20% entre os anos 2000 e 2010. Demonstra que dentre as 33.165 domicílios que o município possui, 21.411 são residências secundárias, representando um total de 65%.

Garcia (2016) demonstra que estes tipos de moradias ofertam uma comercialização rentável aos investidores imobiliários, visto que, o local onde se situam tem características adequadas para sua expansão, tornando se emissores turísticos. A correlação existente entre os setores do mercado imobiliário com a atividade turística, leva a região ao crescimento, desenvolvendo diferentes possibilidades de uso do tempo e do espaço.

O Conselho Regional de Corretores de Imóveis (CRECI) de Matinhos relata que a Delegacia Sub-Regional do Litoral Paranaense, abrangendo os sete municípios, possui ao todo 89 imobiliárias ativas, sendo 31 no município de Matinhos, e 204 corretores entre os 659 que a região possui.

A rotina de trabalho dos corretores em imobiliárias envolve receber os clientes, ouvir a demanda e identificar os imóveis que correspondem às suas intenções. Contudo, tal contato entre cliente e corretor podem estar se distanciando em virtude das novas tecnologias.

O Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil - FOHB (2016) analisa que com o passar dos anos, a tecnologia tem tido avanços significativos, trazendo mudanças

no comportamento cotidiano, principalmente no modo de consumo, promovendo um viés colaborativo, no qual o conceito do compartilhamento tem se disseminado cada vez mais. E dentre os meios de hospedagens como segundas residências, não seria diferente. Atualmente às plataformas de vendas e locações tem se evidenciado com esta nova economia, com crescimento de adeptos.

Pinotti (2016) comenta que a economia compartilhada tem-se consolidado na maneira de se hospedar, sendo uma alternativa para o meios de hospedagens tradicionais, identificados como hospedagens alternativas.

Diante dos aspectos mencionados, inserido em região turística, Matinhos é um município que recebe grande fluxo de visitantes e turistas durante a alta temporada, e estes necessitam pernoitar, precisando então de uma hospedagem, contudo, com o fácil acesso a internet e as plataformas de locação, pode-se pressupor que a procura por imobiliárias tenham diminuído, visto que, através de tais tecnologias a forma de locação simplificou. É viável alugar um imóvel sem sair de casa, dispensando intermediação, com informações antes reconhecidas como de competência dos serviços imobiliários.

Nesse contexto, o presente trabalho buscou entender como este processo tem ocorrido e se de fato tem impactado as imobiliárias locais, por meio dos corretores que possuem mais de 10 anos de atuação profissional. A pretensão é compreender se o quadro da locação tem mudado por conta da economia compartilhada no mercado imobiliário de Matinhos.

A questão que norteia o estudo é: **Como os corretores imobiliários avaliam as plataformas de economia compartilhada no mercado de locação?**

Subsequente à indagação central, às seguintes questões orientam o estudo:

- Como está distribuída a oferta de locação das plataformas?
- De que maneira as imobiliárias estão sendo afetadas diante das plataformas de economia compartilhada?
- Qual o perfil dos locatários que ainda demandam imobiliárias?
- Quais as tipologias de imóveis e atributos orientam a escolha do imóvel?

A presente pesquisa objetiva analisar como os corretores imobiliários que atuam há mais de 10 anos avaliam às plataformas de economia compartilhada no mercado de locação do balneário de Matinhos.

São objetivos específicos:

- Levantar a oferta disponível em plataformas de locação.
- Compreender a perspectiva dos corretores em relação à influência das plataformas no mercado imobiliário.
- Identificar como as imobiliárias estão sendo impactadas pela economia compartilhada e seus aplicativos.
- Identificar o perfil dos locatários de imóveis de temporada que demandam por imobiliárias.
- Compreender quais as tipologias e atributos de imóveis considerados de maior demanda.

A pesquisa foi delineada com abordagem qualitativa, que segundo Godoy (1995, p. 58).

[...] a pesquisa qualitativa não procura enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumental estatístico na análise dos dados. Parte de questões ou focos de interesse amplos, que vão se definindo à medida que o estudo se desenvolve. Envolve a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares, e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada procurando compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo.

A pesquisa ainda se define como exploratória, de acordo com Mattar (2012, p. 10)

A pesquisa exploratória utiliza métodos bastante amplos e versáteis. Os métodos empregados compreendem: levantamentos em fontes secundárias, levantamentos de experiências, estudo de casos selecionados e observação informal.

Fez-se uso de pesquisa bibliográfica: busca de informações bibliográficas em seleções de documentos como livros, artigos de revistas, trabalhos de congressos, teses e outros que relacionem com o problema da pesquisa (MACEDO, 1996).

Nesse processo de coleta de informações sucederam de buscas em leituras, artigos científicos, teses, observação e análise de documento. Além de entrevistas com profissionais da área. De modo geral as etapas foram:

- Primeira: Fundamentação de conceitos e teorias na área específica da pesquisa, divisão das referências bibliográficas usadas para uma fundamentação satisfatória.
- Segunda: Coleta de dados mediante levantamento quantitativo nas plataformas de locação sobre o município de Matinhos-PR e balneário Caiobá.
- Terceira: Entrevista semiestruturada com perguntas relacionadas ao tema da pesquisa, onde os entrevistados foram os corretores dos empreendimentos imobiliários da região, todos com mais de 10 anos de atuação. Os oito sujeitos foram reunidos através da técnica Bola de Neve em que os entrevistados foram ligados por indicações dos mesmos, como Oliveira (2011, p. 32) explica “selecionam respondentes adicionais a partir de referências de respondentes iniciais, com base de indicações de nomes”. Tendo em vista o requisito de no mínimo 10 anos de atuação na área e a técnica bola de neve, às entrevistas se concentraram no balneário Caiobá e centro de Matinhos. Dessa maneira, foram trabalhadas nove perguntas abertas ao tema, as entrevistas foram gravadas por audio e logo em seguida transcrevidas para o trabalho, mantendo a identidade de cada sujeito preservada, ainda sim, cada um recebeu uma folha de termo de aprovação mostrando que estavam cientes do uso das informações.

O estudo está estruturado em dois capítulos. O capítulo 2 apresenta o marco referencial e teórico do estudo. No subcapítulo 2.1 relata-se sobre os meios de hospedagens em seu conceito histórico e atual. O subcapítulo 2.2 descreve as tipologias existentes no mercado de hospedagem. No subcapítulo 2.3 aborda sobre as segundas residências como hospedagem de temporada. O subcapítulo 2.4

apresenta o mercado imobiliário e a locação e no subcapítulo 2.5 refere-se sobre a economia compartilhada junto às plataformas de locação.

No capítulo 3 é tratado sobre as plataformas de locação e o mercado imobiliário em Matinhos. O subcapítulo 3.1 apresenta às ofertas das plataformas dentro município e, o subcapítulo 3.2 trata sobre a visão do corretor em relação a entrada das plataformas no mercado e sobre os impactos que elas tem causado, buscando compreender também o perfil da demanda por imóveis de temporada e se existe alguma tipologia específica para esse tipo de mercado.

O presente trabalho visa compreender a relação entre o mercado imobiliário e as plataformas de locação através das análises dos corretores locais, tendo eles a atuação no ramo há mais de 10 anos, visto que Matinhos possui uma oferta de segundas residências pelo município ser constituído por balneários turísticos e tendo grande fluxo de turistas nos períodos de alta temporada.

2 FUNDAMENTAÇÃO CONCEITUAL E TEÓRICA

2.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM

Pode-se pressupor que o ato da hospedagem está ligado na ação de se deslocar e de se relacionar com pessoas, com a natureza ou até mesmo por motivos comerciais. Uma vez que seu vínculo surgiu em paralelo às viagens realizadas pelo homem, com o objetivo de atender suas necessidades como proteção, repouso, segurança, higiene e alimentação. Dessa maneira, é notória a importância das hospedagens para a sociedade, pois são elas a extensão das residências que os visitantes deixaram temporariamente e para onde pretendem retornar (RIBEIRO, 2011).

Aldrigui (2007) comenta sobre o início dos meios de hospedagens, diz que não é certo sua origem, contudo, alguns historiadores conseguem contemplar fundamentos da hospedagem em escritas romanas, gregas e até mesmo persas. Durante muito tempo a hospedagem foi tida mais como caridade do que como negócio, o indivíduo abria sua casa a um estranho, permitindo que o mesmo passasse a noite ali, tendo então, condições no dia seguinte para seguir viagem. “Na idade média, a hospedagem era feita em mosteiros e abadias. Nessa época, atender os viajantes era uma obrigação moral e espiritual” (ANDRADE; BRITO; JORGE, 2005, p. 18).

Para Aldrigui (2007) a hospedagem familiar (casa de parentes e amigos) é até o momento uma das maneiras de muitos terem a possibilidade de praticar o turismo, visto que, para alguns a escolha de um equipamento profissional ao invés de sua hospedagem pode lhe parecer como uma ofensa. No entanto, com o passar dos anos, as pessoas começaram a viajar mais, sendo uma das razões os negócios (trocas de mercadorias, aquisição de conhecimento, batalhas para conquista de territórios) e devido a isso, os envolvidos com a hospitalidade começaram a arrecadar por seus “serviços” de acordo com a classe social de cada viajante. Andrade, Brito e Jorge (2005, p. 18) afirmam que “o comércio é o responsável histórico pelas formas mais antigas de oferta hoteleira”.

Segundo Castelli (2005, p. 45) “As grandes conquistas romanas abriram caminhos que ligavam Roma a Atenas, Roma a Península Ibérica e outras localidades que faziam parte do Império Romano”. O autor destaca que ao longo desses caminhos, haviam sido construídos estabelecimentos que forneciam abrigo e alimento, em casas denominadas *mansiones*, os quais eram uma categoria de albergues.

Andrade, Brito e Jorge (2005, p. 18) complementam que “às rotas comerciais da antiguidade, na Ásia, na Europa e na África, geraram núcleos urbanos e centros de hospedagem para o atendimento aos viajantes”.

Com a chegada dos primeiros meios de transportes, como as carruagens puxadas por cavalos, houve maior facilidade na realização de viagens de curta e de longas distâncias, tornando as viagens menos cansativas e mais confortáveis. Já a invenção das estradas de ferro provocou ainda mais mudanças nos meios de hospedagem, pois o tempo das viagens que já haviam sido reduzido com as carruagens, após a construção das ferrovias, acarretou uma redução ainda maior na duração das jornadas (CHON E SPARROWE; 2003, ALDRIGUI, 2007).

As estações terminais passaram a ser então novo endereço de equipamentos de alojamentos. Após os trens, foram criados os automóveis, aviões e os navios de uso turístico, cidades hospedeiras de aeroportos e cidades portuárias (cidades com pontos de desembarque de visitantes) começaram a receber igualmente os equipamentos de hospedagens e assim por diante (CHON E SPARROWE; 2003, ALDRIGUI, 2007).

Siqueira (2018) acrescenta que a Segunda Guerra Mundial foi um ponto de partida para o setor de hospedagem, pois através deste acontecimento houve a expansão acelerada da economia mundial, que apresentou aumento nas rendas e melhorias nos sistemas de comunicação e transportes. Por meio do processo de desenvolvimento e globalização, o fluxo de viagens regionais e internacionais ampliaram fazendo com que setor de lazer e turismo expandisse o campo dos meios de hospedagens.

E de fato este campo aumentou: “a década de 2000 foi marcada pela criação de plataformas online que começaram a divulgar imóveis residenciais para aluguel como hospedagem” (SIQUEIRA, 2018, p. 18).

Nogueira e Kuhnem (2016, p. 11) comentam:

O avanço tecnológico possibilitou diversas maneiras alternativas de hospedagem oferecendo quartos e imóveis diretamente de pessoas físicas em todas as partes do mundo, de forma que as interações entre hóspedes e anfitriões são formidáveis transformando a experiência de hospedagem em um experimento intercultural, nesse sentido, gestores e empresários do setor hoteleiro precisam estar atentos a este novo movimento que configura novos players ao setor, são as chamadas hospedagens alternativas.

Continuam (p. 11):

Sem dúvida este novo tipo de oferta de hospedagem afeta o mercado e trouxe mudanças significativas [...] que precisa adaptar-se à nova realidade de um novo concorrente direto, principalmente dos estabelecimentos de categoria econômica e buscar desenvolver ferramentas que atraiam seu público alvo e satisfaçam suas novas necessidades. É preciso frisar que hospedagens alternativas não são uma opção para toda demanda, mas é importante observar o impacto que causa à empresa esse novo nicho de mercado que, sem dúvida, afeta suas vendas. O turismo é um dos muitos setores que vêm sofrendo transformações com o desenvolvimento da tecnologia e principalmente da internet.

Conforme os anos foram passando, os modelos de hospedagens foram se desenvolvendo de acordo com a época vivida e a tecnologia existente. Muitas ainda são ofertadas no mercado, cada uma com sua nomenclatura e tipologia, as quais podem estar tituladas como hospedagens tradicionais ou hospedagens alternativas. O setor tem crescido, acompanhando as tecnologias de informação e comunicação (TIC's), buscando viés sustentáveis, em virtude ao modelo de consumo existente juntamente com ofertas de experiências em que os hóspedes vêm buscando.

2.2 CATEGORIZAÇÃO DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

Os meios de hospedagens são diversificados, podendo atender demandas mais exigentes e segmentadas (RIBEIRO, 2011). E não são todos reconhecidos pelo mesmo nome, com o passar dos anos os alojamentos, as hospedarias, os resorts, os chalés, os hotéis, os centros de convenções, as tavernas tem oferecido acomodações as pessoas. Cada um com sua própria identidade, metas, administração e clientes. Contudo, estejam no hemisfério oriental ou ocidental, sendo luxuosos ou econômicos, há uma relação que têm em comum: todos

envolvem seus hóspedes com o espírito da hospitalidade (CHON E SPARROWE, 2003).

Aldrigui (2007, p. 29) afirma que:

Tradicionalmente, o hotel é o exemplo mais utilizado de meio de hospedagem. A literatura especializada sempre se refere a hotéis, e não necessariamente a outros equipamentos. Entretanto, já há suficientes dados disponíveis que comprovam que, nas viagens realizadas a lazer no Brasil, a grande maioria dos turistas não se hospeda em hotéis, preferindo casas de amigos e parentes, imóveis alugados ou equipamentos “alternativos”.

Entendendo a diversidade de demanda e a concorrência nos dias atuais, o mercado foi se moldando e assim foram surgindo novas tipologias de meios de hospedagens, cada um com suas características (RIBEIRO, 2011).

Estudos de pesquisadores como Campos (2005), Andrade; Brito; Jorge (2005), Tulik (2001) e Walker (2002) apresentam algumas das tipologias existentes no mercado, sendo elas:

- a) Hotel super luxo: Categoria de hotel com instalações luxuosas, oferecendo serviços superiores aos demais hotéis, localizado em sua maioria em centros de cidades por conta de seus hóspedes que os procuram por motivos de negócios e lazer. Com instalações amplas, suas suítes costumam ter diversos cômodos.
- b) Hotel executivo: Estabelecimento que oferece acomodações confortáveis com um nível de luxo moderado. Especializado em atendimento de executivos, dispõem de serviços e estruturas para este tipo de cliente, possuindo salas de auditórios, business center, áreas *VIPs* e assim por diante.
- c) Resort: Situado em áreas com grandes extensões, este tipo de hotel costuma estar localizado fora das agitações das cidades, oferecendo aos hóspedes instalações para atividades recreativas, relaxamento, diversão e lazer; dispensando a necessidade de sair do hotel em busca de programações.
- d) Hotel fazenda: Habitualmente localizados em regiões rurais, com instalações de antigas fazendas, refere-se de empreendimentos que passaram suas

- atividades camponesas para atividades de hospedagem, oferecendo ao hóspede contato com a natureza e costumes do campo como ordenha de gado, passeios a cavalos, pesca, alimentação assim como outras atividades.
- e) Spas: Conhecidos como “hotéis da saúde” são procurados para tratamentos da saúde física, mental e cuidados com o corpo, relacionado com tratamentos “anti-estresse”.
 - f) Hotel cassino: Hotéis que envolvem a hospedagem juntamente com a exploração de jogos de azar.
 - g) Navios: Com a função primordial de transportar mercadorias e passageiros, incluía juntamente a hospedagem dos tripulantes. Hoje, com os transatlânticos, as viagens são feitas com maior comodidade, apesar de seus pequenos apartamentos. Suas estadias podem durar dias até semanas.
 - h) Hotel de aeroporto: Localizados nos próprios aeroportos ou perto do terminal dos passageiros, a instalação é usada por viajantes que farão voos noturnos, descanso ou conexões, o perfil de seus hóspedes são variados entre negócios, grupos ou turismo.
 - i) Hotelaria hospitalar: Como um estabelecimento de hospedagem, o hospital oferece leitos para pessoas que requerem de tratamentos para a saúde, suas instituições podem variar de setores públicos e privado.
 - j) Motel: Localizado próximo às saídas das auto-estradas e fronteiras de cidades, tem a finalidade de atender aos viajantes de longo percurso, corriqueiramente por conta de suas construções e custos operacionais ocorre um barateamento em suas diárias, às quais são cobradas por hora.
 - k) Pousadas: Ambiente aconchegante e com poucos apartamentos, não necessita área externa grande para a circulação do hóspede, hospedagem mais acessível. Pode ser situado em bairros históricos, fazendas ou beira mar.
 - l) Hotel econômico: Instalações simples, oferece um serviço básico, não costuma oferecer variedade de opções, às tarifas são reduzidas ao valor dos demais hotéis.
 - m) Colonia de férias: Hotéis destinados a pessoas que não podem consumir serviços de lazer em estabelecimentos do mercado. Este tipo de

empreendimento são geralmente mantidos por instituições e empresas para poder atender determinado público.

- n) *Bed and Breakfast* (cama e café): Hospedagem residencial, oferecendo (até três) unidades habitacionais com café da manhã e limpeza. O proprietário deve residir na hospedagem.
- o) Casas de temporada: Propriedades que podem diversificar entre moradores que alugam sua próprias casas para obter renda extra ou residências secundárias, podendo ser casas de praia, campo ou montanhas. Sendo utilizadas em períodos como temporada de férias, finais de semana e feriados estendidos. O custo é reduzido e habitualmente é dividido entre grupos de pessoas, contudo, o mesmo pode ser emprestado ou arrendada.

O ato de hospedar tem feito parte do processo de evolução do homem, independente da maneira que isso ocorre, principalmente nos dias atuais, segue-se o “padrão” convencional ou alternativo. O ato comercial, tem contribuído para o desenvolvimento de muitas regiões e rendas familiares.

Embora seus serviços ocorram em instalações físicas, a hospedagem é algo intangível, a aplicação de um ambiente hospitaleiro, cortes e com assistência necessária torna o lugar uma extensão da casa do hóspede, fazendo com que se sinta em casa e tenha vontade de voltar. Isso faz com que outras instalações tenham também uma procura, de forma direta e indireta, desenvolvendo então o cenário socioeconômico da região.

2.3 SEGUNDAS RESIDÊNCIAS COMO HOSPEDAGEM DE TEMPORADA

Segundo estudos de Tulik (2001) casa de temporada, de praia ou campo, chalés, cabanas são alguns dos termos habitualmente empregados às propriedades particulares usadas temporariamente. A busca pela questão conceitual é inevitável, tendo termos tão alternativos como residência turística, segunda residência, residência secundária, casa de temporada, casa de veraneio e assim como outros, são vocábulos utilizados para se referir a domicílios que não são de uso permanente.

Tulik (2001) comenta que alguns desses termos são limitados, o que restringe a aplicação, como por exemplo a casa de temporada. O qual se refere sobre uma residência que é utilizada em variações de períodos como finais de semana, feriados e temporada de férias; se diversificando entre casa de praia e campo. De acordo com Marjavaara (2008) residências secundárias seria o termo mais amplamente utilizado para tal atividade.

O turismo de segunda residência é aquele pelo qual às pessoas recorrem a um destino ou uma localidade que pode não ser propriamente turística, em que tem a posse por compra, aluguel ou empréstimo de um imóvel no qual pernoitam e realizam atividades de ócio e entretenimento (HIERNAUX, 2005).

Alguns autores constataam que o uso desses alojamentos podem ser repetidos, contudo, não devem ser superior a um ano, o que produz um vínculo territorial com o local, deixando de atuar como turista e, sim, residente (TULIK, 2001).

Outro aspecto de residência secundária que Nunes (2016) juntamente relata é sobre o seu uso ser particular e não coletivo, como acontecem em pousadas e hotéis, desse modo, não existem as prestações de serviços como alimentos & bebidas, recreação e atividades hoteleiras, alterando a experiência e imagem do destino.

Marjavaara (2008) explica que às motivações para aquisição dessas propriedades é para ter um escape da vida da cidade grande. Petterson (1999)

semelhantemente, caracteriza as motivações de natureza em três áreas, podendo ser elas como: emocional/psicológica, lazer/recreação ou comerciais.

Nunes (2016) complementa afirmando que as motivações para o uso das segundas residências não estão ligadas apenas ao lazer, que uma segunda habitação pode ser utilizada por motivos como saúde, tratamento médico ou trabalho.

Por conseguinte, Camargo (2006, p. 20) expõe que as pessoas têm recorrido a casas de familiares, amigos e/ou locações ao invés dos tradicionais hotéis, em que faz o seguinte comentário:

Temos, portanto, um turismo, que poderíamos chamar de predominante, que nasce da hospitalidade doméstica e que preenche um amplo leque de fatos — desde o indivíduo que convida amigos e parentes de outros lugares para sua residência principal ou secundária, o que é um exemplo clássico de hospitalidade, desde os modelos formais e informais de bed & breakfast, desde as populações mais tradicionais que se abrem à visitação turística por conta de seus atrativos ou de festas [...] até a locação de residências secundárias em sítios turísticos, caso já mergulhado quase inteiramente no turismo comercial.

O aumento das segundas residências acaba gerando, em alguns casos, duas cidades em uma só por conta da sazonalidade, uma cidade em baixa estação, com pouca receita e moradores e outra superpopulosa com muitos habitantes, demandando de água, saneamento, saúde entre outras questões (NUNES, 2016).

Referente a isso, Tulik (2011) comenta que ocorre em muitas situações de o morador alugar sua residência permanente para turistas, e se dirigir a domicílios de amigos ou parentes, para obter, uma renda adicional, tornando sua moradia em uma residência secundária por determinado período.

Nunes (2016) relata que o estímulo das segundas habitações, especialmente em regiões litorâneas, vem da facilidade de escoamento da produção imobiliária em sítios turísticos consolidados e destinos maduros. Garantindo a lucratividade do investimento, ocorrendo muitas vezes alterações, como de destino turístico para destino de investimentos imobiliários e comercialização de terras.

Marjavaara (2008) apresenta alguns dos impactos que o turismo de segunda residência pode causar nas três principais áreas de preocupação como: setor

econômico, ambiental e sociocultural, visto que, o desenvolvimento do turismo tornou-se força motora nas comunidades.

a) Referente à economia, o autor ressalta que este nicho do mercado pode desenvolver geração de renda nas comunidades, juntamente com as construções de imóveis e setores de finanças, contribuindo com empregos adicionais, contudo, pode ser descrito como impedimento ao desenvolvimento econômico, por conta da sazonalidade, limitando às rendas. Outra situação que se aplica, são as residências secundárias que poderiam estar sendo usadas como lares permanentes, retendo assim o desenvolvimento. Em contrapartida, as residências secundárias podem ser indutores da sazonalidade, produzindo movimentação a um cenário que tenderia a estar parado por tempo integral.

b) Sobre a questão ambiental, a alta densidade deste fenômeno pode acarretar impactos, como, por exemplo: competição por recursos locais, na utilização das zonas costeiras, gerando deterioração da qualidade das águas, erosões e diminuição de acesso, assim também como emissões locais de dióxido de carbono e outros, afetando a fauna e a flora, porém, seu uso temporal e sazonal, podem ser “benéfico” ao meio ambiente, por não terem contato com estes efeitos a todo momento.

c) E por fim, do ponto sociocultural, o autor ressalta que pode haver colisões entre os estilos de vida e valores entre os residentes de moradias permanentes e secundárias, ocasionando desavenças entre moradores e turistas.

Contudo, mesmo sendo notórias as mudanças, elas ainda são dependentes do ponto de partida e, portanto são relativos (MARJAVAARA, 2008).

Em seu conceito histórico, existem escrituras de que a prática de segunda residência se tratava de uma atividade antiga realizada pela burguesia. Colás (2003) é um dos autores que relata este acontecimento em um de seus estudos, atestando que o uso de residências secundárias começaram na Idade Antiga com os reis que possuíam habitações em montanhas, rios e lagoas onde poderiam praticar esportes como pesca e caça. Já na Era Moderna, os reis e nobres estabeleceram seus palácios longe das classes operárias, os motivos podiam variar entre obter um espaço mais reservados como também se afastarem das epidemias.

De acordo com Colás (2003) as acomodações temporárias existem muito antes de serem vistas como turismo. Apesar dessas viagens terem sido praticadas muitas vezes, apenas os ingleses foram o primeiros a gravar por escrito. O primeiro destino, a França, em que jovens aristocratas faziam viagens para completarem sua formação, oferecia dois roteiros: Petit Tour - Paris e Sudoeste da França ou Grand Tour - Interior e Sul da França e Borgonha.

Colás (2003) comenta que até então as residências secundárias eram apenas para uma minoria. Mas com as Revoluções Industrial e Francesa tais práticas se estenderam, mantendo o modelo casa de campo em suas funções como lazer e prestígio social. Outro fator importante foi as ampliações das ferrovias, impulsionando o deslocamento, que resultaram no aumento de clientes em spas, estações termais e banhos de mar, consolidando o turismo residencial. Mas é na metade do século XX que esta prática se estende em outras camadas sociais, atualmente não sendo mais um privilégio para apenas um pequeno grupo, embora ainda existam desigualdades. As segundas residências ganharam grande importância na Europa, Estados Unidos, e no mundo ocidental. Sendo desenvolvido em países como: México, Argentina e Brasil.

Assis (2003) relata em um dos seus estudo que no Brasil o crescimento das segundas residências deu-se a partir da década de 1950, quando o país teve seu desenvolvimento com a implantação da indústria automobilística, apogeu das rodovias e os novos estratos sociais médios e urbanos que pouco a pouco começou a usufruir das atividades de turismo e lazer.

2.4 LOCAÇÃO E MERCADO IMOBILIÁRIO

Inicialmente é necessário entender o que é o mercado em si e como ele funciona. Matos e Bartkiw (2003) descrevem que mercado pode ser entendido como um local no qual agentes econômicos realizam trocas de bens e serviços por uma unidade monetária ou por outros bens. Desta maneira, ele pode ser caracterizado como conjunto de pessoas com o mesmo objetivo de vender ou trocar seus produtos e serviços. O equilíbrio do mercado ocorre através da lei da oferta e da procura, que é relação entre a demanda de um produto ou serviço, a procura por ele e a quantidade que lhe é ofertada.

Arrais (2014) comenta que o mercado imobiliário, de forma precisa, representa a parcela do mercado que está diretamente ligada ao circuito fundiário (solo não edificado) e circuito imobiliário (solo edificado) os quais constituem um série de atividades que não giram somente no mercado habitacional, uma vez que buscam também a lucratividade (locação e compra), especialmente em ambientes metropolitanos.

Fanico (2009) observa que as atividades que compõem o mercado imobiliário exibem fundamentos próprios e específicos, o que o diferencia dos demais, sendo sua principal diferença, seu produto, que não pode ser movido ou deslocado de um lugar para o outro, provocando maior concorrência a nível local. Por conta de suas características, isso faz com que o investimento seja único. Suas diferentes formas de negociação e criação torna a atividade singular, pois, seus produtos podem ser vendidos, locados, construídos, leiloados e assim por diante.

Segundo os autores Mendonça *et al* (2011) comentam, ao contrário de outros bens em que as características não são diferentes, os imóveis são ímpares, pois nenhum imóvel é igual ao outro, seja a localização, posição, tamanho, distribuição dos cômodos e assim por diante, porque por mais semelhantes que sejam, vão sempre ter suas individualidades.

Matos e Bartkiw (2013) afirmam que o setor imobiliário é constituído pelos agentes como indústrias de construções civis, empreiteiras de mão de obra, empresas prestadoras de serviços e as imobiliárias, as quais são responsáveis pelas

atividades como compra, locação e loteamento. E essa esfera é um grande gerador de transformação do espaço urbano, o qual possibilita uma qualidade de vida melhor para o corpo social, visto que esta atividade permite um crescimento da economia local e regional, devido ao volume de ofertas de empregos gerados por seu serviços.

Damasso (2008) comenta sobre o quesito residencial, o mercado teve seu crescimento após a liberação do crédito imobiliário no país, momento em que muitas famílias puderam ter a oportunidade de ter uma casa própria. No entanto, apesar do financiamento ser o instrumento principal para a aquisição de uma residência, não é o único, a locação tem sido também uma maneira de muitas famílias terem acesso a moradia.

Segundo Freitas (2012, p. 134):

A locação imobiliária é uma atividade que tem como objetivo a cessão de posse direta do imóvel ao locatário, que irá remunerar o locador mediante o pagamento de aluguéis [...] com efeito, a locação de bens e imóveis é o contrato pelo qual o locador cede ao locatário o uso e o gozo do imóvel, por tempo determinado ou não, mediante o pagamento em retribuição.

Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos (residenciais, comerciais ou de temporada) a Lei do Inquilinato, Lei de número 8.245/91 de 18 de outubro de 1991, a qual cita os deveres do locador e do locatário.

De acordo com Brasil (1991) alguns dos deveres do locador são: entregar o imóvel alugado ao locatário em estado de uso para o que se destina, também como garantir o uso pacífico durante o período de locação. Como da mesma forma, no que confere a Lei do inquilinato, o locatário tem seus deveres também, como: pagar nos prazos estipulados o aluguel e os encargos de locação, devolver o imóvel como encontrou e informar todo tipo de dano durante o seu uso.

A mesma Lei ainda prevê as formas de locações residenciais. Estabelece no Art. 46 sobre locações que possuem o prazo de 30 meses até findo o período estipulado, podendo ser estendido se o locador não estiver de oposição, são mantidos às cláusulas do contrato. Relacionado o Art. 47 as locações com menos de 30 meses, que tiveram o fim do prazo, tem prorrogamento por tempo indeterminado, podendo retornar ao imóvel apenas em situações pautadas na lei. E referente ao Art. 48, sobre locação para temporada, o prazo não deve se estender por mais de 90

dias, o uso é destinado para práticas de lazer, cursos, tratamento de saúde ou outros fatores que determinem o prazo de estadia (BRASIL, 1991).

D'Amato e Alonso (2009, p 275) afirmam que “se a locação residencial pode trazer alguns transtornos para proprietários e inquilinos, as locações para temporada apresentam problemas infinitamente menores e também pode ser um bom negócio”. Os autores complementam dizendo que segundo especialistas proprietários que possuem casas de temporada tendem apenas a ganhar, pois ao juntar feriados e férias durante o ano todo, a casa fica locada em torno de 60 dias, desta maneira, o restante do ano o proprietário tem a residência para si, podendo usá-la quando e como bem entender (D'AMATO E ALONSO, 2009).

De acordo com D'Amato e Alonso (2009) tem se tornado hábito de muitos visitarem balneários durante a estação de verão, aumentando as locações nessa regiões. Uma vantagem para esta atividade, é poderem se estender em até 90 dias sem serem caracterizados como aluguel residencial, podendo então, o locador disponibilizar a moradia nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro (alta temporada). Mercado qual tem tido investimentos por parte de uns, ao possuírem mais de um imóvel para locação. Não somente a alta temporada, mas o período de férias escolares no meio ano tem obtido procura, pois nesta data os preços tendem a reduzir, o fluxo de carros diminuem e o clima fica mais ameno. Atrativo para alguns turistas que preferem privacidade.

2.5 ECONOMIA COMPARTILHADA: PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO

O consumo está ligado a prática de adquirir bens e serviços, e isto tem sido imposto no cotidiano do ser humano, devido às necessidades que atendem suas rotinas, como: hospedagem, alimentação e locomoção.

De acordo com os autores Dauvergne (2010), Bostman e Rogers (2010) a partir do século XX a população mundial obteve aumentos visíveis. A globalização tem promovido a integração do mercado, impactando diversos consumidores, fazendo com que consumam além do necessário sustentando desejos e vontades, com pensamentos de persuasão do hiperconsumo como “compre agora, pague depois” ou “apenas mais um”, e dessa forma, produzindo um impacto nos recursos, visto que, não está apenas no uso, mas também em fatores como produção, distribuição e descarte.

Estudo do WWF (2012) demonstra que este cenário tem causado preocupações, uma vez que, a crescente demanda por recursos tem afetado a biodiversidade, ameaçando a provisão dos serviços ecossistêmicos, atingindo juntamente a segurança, o bem estar da própria espécie, obtendo desde 1970 um declínio de 30% na saúde da biodiversidade.

Atualmente existe uma crescente consciência de que o consumo excessivo de recursos finitos não são uma combinação viável, e que, esta busca ininterrupta tem custado relacionamento com família, amigos e ao planeta. No entanto, tem provocado um ponto de inflexão do “eu” para “nós”, em pensamentos para o bem do coletivo (BOSTMAN E ROGERS, 2010).

Mediante isso, a preocupação com o ecossistema tem despertado interesse nas organizações do mercado de negócios, criando modelos de negócios baseados na economia compartilhada.

Silveira, Pretini e Santos (2016, p. 1) comentam que a propagação desse nicho de mercado é favorecida por uma crescente produção e consumo sustentável.

A economia compartilhada parece responder a essa necessidade por meio da produção de modelos de negócio que combinam o crescimento

econômico com sustentabilidade ambiental e social, dimensões-base do conceito de desenvolvimento sustentável. Tomados em conjunto, a economia compartilhada e o desenvolvimento sustentável aparentam ter o potencial de produzir novas formas de organização e concorrência, bem como alterar ou refinar os modelos já existentes.

Esta economia tem apontado mudanças para o cenário econômico global, ao se estabelecer como um novo paradigma por conviver com os modelos tradicionais de mercado. Se estruturando como um fenômeno dinâmico, inovador, disruptivo e heterogêneo (PARANÁ TURISMO, 2016).

De acordo com o FOHB (2016, p. 1) “sua origem está muito associada ao comportamento dos millennials, que já têm o compartilhamento e a colaboração em ações e conteúdo como um hábito, por ser muito familiarizados com o meio virtual”. Fatores como a crise de 2008 e às mudanças climáticas (como já mencionado) motivaram a criação de companhias que apresentassem novos modelos de negócios, baseados no consumo colaborativo, permitindo uma estrutura de mercado de dois lados onde dois grupos de consumidores se encontram e realizam transações entre si.

O FOHB (2016) define três pilares que determinam o consumo colaborativo que são: a) redistribuir bens que não são mais utilizados pelos proprietários por meio de plataformas digitais. b) compartilhamento entre pessoas que possuam os mesmos costumes/hábitos e c) *product-service system* (sistema de produto-serviço) quando o consumidor paga para usar um produto/serviço por um tempo determinado, devolvendo após o uso.

Botsman e Rogers (2010) comentam sobre as redes sociais terem uma grande importância neste tipo de consumo, pois através delas que bens usados ou semi usados podem ser redistribuídos a lugares ou pessoas, podendo ser essa interação entre pessoas conhecidas ou desconhecidas. Incentivando a reutilização ao invés do descarte, reduzindo o desperdício de recursos, sendo uma forma de mercado mais sustentável, desafiando a relação tradicional do produtor, varejista e consumidor, reduzindo doutrinas de “compre mais” ou “compre novo”.

O avanço das tecnologias da informação e comunicação (TIC's) têm transformado o caráter das relações humanas, intervindo no trabalho e até mesmo nos momentos de lazer. O fácil acesso para obter informações e o uso da internet,

torna cada vez mais descomplicado o processo de decisão de compra, podendo escolher datas, lugares ou produtos, tudo de forma autônoma (PARANÁ TURISMO, 2016).

Atualmente são diversas as plataformas que atendem este tipo de economia, podendo responder necessidades básicas e de uso cotidiano do consumidor, como lugares para alimentos & bebida, transportes, informações turísticas, pesquisas escolares e assim por diante. Exemplos de plataformas que correspondem ao novo modelo de economia, são: Dinner, iFood, Uber, Blablacar, Dubbi, TripAdvisor e Wikipedia.

Estas tendências têm também alcançado os meios de hospedagem, possibilitando propostas singulares, como por exemplo, o consumidor não precisar mais de um corretor para locar um apartamento, e fazer isto sem um intermediário.

A seguir, alguns exemplos de plataformas de meios de hospedagem:

Airbnb:

Segundo informa Airbnb (2017), fundada em 2008, a plataforma tem como propósito oferecer às pessoas maneiras de monetizar seus espaços e talentos para se transformarem em “empreendedores da hospitalidade”, fazendo com que qualquer pessoa se sinta parte em qualquer lugar, concedendo experiências únicas.

Idealizado pela idéia de encontrar uma maneira de pagar o aluguel em São Francisco, Califórnia, três amigos recém formados, estavam a procura de uma oportunidade. Com base nisso, a ideia partiu inicialmente de Joe Gebbia e Brian Chesky. Juntos pensaram que a conferência de designers que haveria na cidade poderia ser uma boa oportunidade. Por estarem em uma casa em que havia cômodos sem uso, pensaram que com a conferência acontecendo, os hotéis da região estariam em lotação, sendo assim, ponderaram a ideia de locar estes cômodos (sala, cozinha e quarto dos fundos) juntamente com colchões infláveis. Para isso, pediram ajuda a um ex colega de quarto, Nathan Blecharczyk, para criar a *startup* com eles. Após divulgação, os três amigos conseguiram encontrar pessoas dispostas a se hospedar com eles. Logo, entenderam que este modelo de hospedagem poderia dar certo, assim, continuaram a tentar o desenvolvimento da

startup, em que tiveram que passar por situações divergentes até chegarem a posição que ocupam hoje (GALLAGHER, 2018).

A plataforma Airbnb (2017) informa que atualmente ela atinge mais de 6 milhões de lugares podendo o cliente ficar em mais de 100.000 cidades e 191 países e regiões. A plataforma oferece além das moradias a opção *Experiences* em que além de contemplar os turistas favorece também a comunidade receptora, oferecendo mais de 40.000 atividades artesanais exclusivas realizada por hosts em mais de 1.000 mercados pelo mundo.

Home Away: no Brasil-Alugue Temporada

Criado em 2004 em Austin, Texas, HomeAway é uma plataforma de aluguel de temporada. Consolidou várias empresas, incluindo a VRBO, que oferecem classificados de aluguel de temporada. No Brasil, a Alugue Temporada é uma das associadas da plataforma. A plataforma oferece opções de imóveis para passar períodos de férias, finais de semanas e feriados (TRIVETT, 2013; ALUGUE TEMPORADA, 2005).

A maior parte dos imóveis estão localizados em praias ou montanhas, sendo elas segundas residências, algumas delas são de proprietários que compraram para usar na aposentadoria, sendo esse o que diferencia de outras plataformas (TRIVETT, 2013).

No que diz respeito aos seus números o site Alugue Temporada (2005) declara que em sua criação disponibilizavam 60 mil imóveis em 90 países. Atualmente ultrapassa cerca de 1 milhão de imóveis e está distribuído por 190 países com 15 escritórios em todo o mundo. Os proprietários podem anunciar seus imóveis em que mais de 46 milhões de viajantes podem visualizar, sendo 2 milhões brasileiros.

Home Exchange:

Como um dos pioneiros com trocas de casa, o Home Exchange surgiu juntamente com a aparição da internet e computadores pessoais nos anos 1990.

Em 2006 foi quando a plataforma ganhou visibilidade e popularidade através de uma comédia romântica de Nancy Meyres, “*The Holiday*” também conhecida como “O amor não tira férias” colocando a página num sucesso de bilheteria (EXCHANGE, 2009).

A plataforma revela que após estarem firmados em fundamentos da “hospitalidade, autenticidade e segurança” a plataforma estava preparada para uma nova etapa. Emmanuel Arnaud e Charles-Edouard Girard fundadores do GuesttoGuest, tinham uma apreciação pelo Home Exchange, em que consideraram que no momento adequado poderiam oferecer uma proposta viável. Foi quando em 2017 tiveram aquisição do HomeExchange.com. Juntas, as equipes começaram a trabalhar, oferecendo aos seus usuários uma nova plataforma do Home Exchange (EXCHANGE, 2009).

Em sua maioria, são casas de residências permanentes que ocorrem as trocas de casas, com a ajuda de um sistema de troca indireta, como por exemplo: “A” vai para a casa de “B” e “B” vai para a casa de “C”, evitando a troca entre anfitrião e hóspede, concedendo maiores chances de encontrar uma casa disponível, contudo, a troca entre “A” e “B” podem ocorrer se assim desejarem. Dessa forma o cliente pode escolher a melhor maneira para pagamentos tendo dois pacotes com preços diferentes, sendo elas *Essencial* (paga somente às diárias que forem usadas) e *Optimum* (pagamento anual, podendo se hospedar quantas vezes optarem). Segundo a plataforma Home Exchange (2019), atualmente possuem 4000.000 casas cadastradas em 187 países.

Booking:

Criada inicialmente como uma startup por Geert-Jan Bruinsma a plataforma tornou-se uma das maiores empresas de e-commerce de viagens do mundo. A ideia surgiu em 1996 ao se perguntar como seria a experiência de poder fazer uma reserva em um hotel através da Internet. Dessa maneira, no mesmo ano fora criado e codificado. As primeiras iniciativas não obtiveram sucesso, dados foram perdidos, o sistema havia travado e assim por diante. Até o momento que um colega sugeriu que Geert-Jan Bruinsma usasse Linux, Apache e Perl para construção da mesma, o

qual o ajudou na construção, logo após alugou um escritório para trabalhar. No ano seguinte a plataforma foi ao ar ganhando seu primeiro cliente em 8 de fevereiro de 1997 (BRUINSMA, 2015).

Segundo Booking (2019) atualmente possuem mais de 17.000 funcionários em 198 escritórios em 70 países pelo mundo, disponíveis em mais de 40 idiomas. Oferecem no total 28.894.835 anúncios e cobrem 154.023 destinos em 228 países. Oferecendo variedades nas estadias como apartamentos, hotéis, cabanas, cama e café e casas de temporada, para viagens de negócios ou lazer.

OLX:

Elaborado em 2006 na Argentina por Fabrice Grinda e Alec Oxenford, quando juntos consideraram a ideia de criar um espaço online com fácil acesso e sem custos para aproximar pessoas que teriam interesse em vender um serviço ou produto. Os mesmos identificaram maneiras de se diferenciar entre outros sites de classificados, visto que não havia integração destes com as redes sociais e existiam falhas nas fotografias e descrições dos produtos. Desta maneira, buscaram se aprimorar e passaram a fornecer estratégias para criar maior interesse e visualizações (EUGÊNIO, 2018).

Desta forma a plataforma OLX (2019) se auto intitula como um dos maiores marketplaces do mundo C2C (*consumer to consumer*), estando atualmente presente em 45 países. Possui 100 milhões de buscas por mês, sendo 25% das vendas são realizadas em menos de 24 horas e 33% dos potenciais compradores de imóveis do Brasil estão no OLX.

Tais plataformas, assim como outras existentes no mercado, tem modificado a maneira de se hospedar, diminuindo a procura por imobiliárias e hotéis. De acordo com FOHB (2016, p. 2) “a autonomia dos consumidores e a baixa influência do intermediário, nesse caso a plataforma, são as principais características dessa interação de consumo.” O autor continua dizendo que “o diferencial de viver a perspectiva de moradores locais durante a visita a um destino” é outra característica que estas plataformas. Estudo do Paraná Turismo (2016, p. 13) relata que:

A experiência é o propósito essencial da viagem e o turista sente, cada vez mais, necessidade de experimentar um destino para otimizar a sua experiência. Esta tendência procura estabelecer e elevar a relação emocional entre o turista, os residentes dos destinos e as vivências que o mesmo pode gerar, estabelecendo vínculos por meio de experiências e sensações únicas.

Gansky (2010) afirma que esse novo modelo de negócio é uma tendência que tem se expandido, no entanto, FOHB (2016, p.4) comenta que já não são mais tendências, e sim uma realidade, e “que essas empresas, que surgiram como *startups*, são grandes companhias e representam uma parte significativa dos mercados em que atuam” (FOHB, 2016)

É certo afirmar que esta nova economia tem causado impactos, desafiando os modelos tradicionais de negócios. Com os números expressivos de cada plataforma, pode-se observar que o setor imobiliário e os meios de hospedagem tradicionais passam por adaptação, visto que, tem obtido a adesão da população, por gerar sustentabilidade, estímulo de concorrência gerando redução de despesas e desenvolvimento econômico, proporcionando novas formas de fonte de renda.

3 PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO E MERCADO IMOBILIÁRIO DE MATINHOS

3.1 A OFERTA EM PLATAFORMAS DE LOCAÇÃO

Neste momento, o presente trabalho buscou levantar nas plataformas de locação a oferta de imóveis no Município de Matinhos. Os dados estão organizados a partir de dois recortes. Uma primeira tabela buscou compreender a oferta dentro do Município de Matinhos como um todo, e a segunda tabela buscou pelo balneário Caiobá, balneário reconhecido pelo alto fluxo de visitantes. A escolha do recorte foi a partir da curiosidade dos autores em averiguar as ofertas destes imóveis buscando entender se haveria um aumento ou uma diminuição ao buscar somente pelo balneário turístico.

Para a coleta dos dados em ambas as tabelas foi necessário o acesso às plataformas para calcular os resultados encontrados, separando as casas de temporada das hospedagens convencionais (pousadas e hotéis). As plataformas foram selecionadas por uma pré seleção entre os autores, tendo a “popularidade” e a aparição de resultados no momento da busca, como fatores decisórios.

TABELA 1- HOSPEDAGENS DISPONÍVEIS EM PLATAFORMAS COLABORATIVAS NO MUNICÍPIO DE MATINHOS PR, 2019.

SITE	BUSCA POR	RESULTADO	CASAS DE TEMPORADA	OUTROS (POUSADAS/HOTÉIS)
Airbnb	Matinhos PR	300	175	125
Alugue Temporada	Matinhos PR	115	54	61
Booking	Matinhos PR	51	32	19
Home Exchange	Matinhos PR	22	22	-
Olx	Matinhos PR	270	152	118

FONTE: Elaborada pelos autores, 2019.

TABELA 2- HOSPEDAGENS DISPONÍVEIS EM PLATAFORMAS COLABORATIVAS NO BALNEÁRIO DE CAIOBÁ PR, 2019.

SITE	BUSCA POR	RESULTADO	CASAS DE TEMPORADA	OUTROS (POUSADAS/HOTÉIS)
Airbnb	Caiobá PR	72	72	0
Alugue Temporada	Caiobá PR	104	55	49
Booking	Caiobá PR	3	2	1
Home Exchange	Caiobá PR	-	-	-
Olx	Caiobá PR	134	121	13

FONTE: Elaborada pelos autores, 2019.

Após a apuração dos dados, o presente trabalho buscou entrevistar os corretores imobiliários de Matinhos-PR para compreender a relação dos mesmos com às plataformas de locação, tendo como requisito atuação profissional superior a 10 anos. As entrevistas foram realizadas no mês de novembro de 2019, tendo em vista o requisito de no mínimo 10 anos de atuação na área e a técnica bola de neve, às entrevistas se concentraram no balneário Caiobá e centro de Matinhos com um total de 8 sujeitos, os quais se propuseram de livre e espontânea vontade a contribuir com o estudo.

3.2 A VISÃO DOS CORRETORES

Os colaboradores das entrevistas tiveram sua identidade preservada, sendo identificados como Informante e um número. A seguir, o perfil individual de cada entrevistado:

Informante 1: Homem, nascido em Curitiba PR, com 38 anos de idade, reside em Matinhos há 25 anos, atua na área da corretagem a 11 anos e já atuou em 2 imobiliárias, antes de exercer a função de corretor trabalhou como gerente de

TI de Supermercado. Possui graduação superior em Ciências da Computação e Gestão Imobiliária.

Informante 2: Homem, nascido em União da Vitória PR, com 57 anos de idade, reside em Matinhos a 44 anos, atua na área da corretagem há 27 anos e já atuou em 3 imobiliárias, antes de exercer a função de corretor trabalhava como marceneiro. Possui ensino médio completo e Curso Técnico de Corretagem.

Informante 3: Homem, nascido em Borrazópolis PR, com 55 anos de idade, reside em Matinhos há 28 anos, atua na área da corretagem há 23 anos e já atuou em 3 imobiliárias, antes de exercer a função de corretor trabalhava como administrativo. Possui ensino médio completo e Curso Técnico de Corretagem.

Informante 4: Homem, nascido em Paranaguá PR, com 52 anos de idade, reside em Matinhos a 52 anos, atua na área da corretagem há 22 anos e já atuou em 5 imobiliárias, antes de exercer a função de corretor trabalhava como Marinheiro. Possui Curso Técnico em Corretagem.

Informante 5: Homem, nascido em Antonina PR, com 55 anos de idade, reside em Matinhos há 19 anos, atua na área da corretagem há 30 anos e já atuou em 3 imobiliárias, antes de exercer a função de corretor trabalhava como bancário. Possui graduação superior incompleta.

Informante 6: Homem, nascido em Cambará PR, com 30 anos de idade, reside em Matinhos a 30 anos, atua na área da corretagem a 12 anos e já atuou em 2 imobiliárias, sempre atuou como corretor. Atualmente possui Graduação Superior em Gestão Imobiliária.

Informante 7: Mulher, nascida em Ivaiporã PR, com 55 anos de idade, reside em Matinhos há 24 anos, atua na área da corretagem a 23 anos e já atuou em 8 imobiliárias, antes de exercer a função de corretora trabalhava com vendas. Possui Graduação Superior em Pedagogia e Gestão Imobiliária.

Informante 8: Mulher, nascida em Curitiba PR, com 45 anos de idade, reside em Matinhos há 40 anos, atua na área da corretagem há 27 anos e já atuou em 3 imobiliárias, antes de exercer a função de corretora trabalhava como babá e diarista. Possui Graduação Superior em Letras e Curso Técnico de Corretagem.

3.2.1 Conhecimento e uso das plataformas

Com o desenvolvimento das tecnologias impulsionando a comercialização dos imóveis através da economia compartilhada, a pesquisa indagou se os corretores teriam o conhecimento das mesmas, ponderando o uso e se existe alguma plataforma “forte” dentro do mercado de locação.

Tais plataformas foram apontadas pelo conhecimento e uso dos corretores:

QUADRO 1 - PLATAFORMAS CONHECIDAS E USADAS PELOS CORRETORES

Informante	Plataformas conhecidas	Plataformas utilizadas
1	Airbnb, Alugue Temporada, Booking, ImovelWeb, Mercado Livre, OLX, Viva Real, Zap imóveis	ImovelWeb, Mercado Livre, OLX, Portal Imobiliário, Vivareal, Zap Imóveis,
2	Airbnb, Booking, Chaves na Mão, OLX	Chaves na mão, Portal Imobiliário, OLX
3	Temporada Livre, OLX	Portal Imobiliário, Temporada Livre
4	Chaves na mão, Imóvel Web, OLX	Chaves na mão, ImovelWeb, OLX, Portal Imobiliário
5	Airbnb, Booking, TripAdvisor	Portal Imobiliário
6	Airbnb, OLX	OLX, Portal Imobiliário
7	Chaves na mão, OLX, Viva Real, Zap Imóveis	Chaves na mão, OLX, Portal Imobiliário
8	Booking, Chaves na Mão, OLX, Viva Real, Zap Imóveis	Chaves na mão, OLX, Portal Imobiliário, Viva Real, Zap Imóveis

FONTE: Elaborada pelos autores, 2019.

A plataforma OLX foi a segunda mais apontada sendo em primeiro lugar os portais das imobiliárias. A plataforma tem gerado retorno por ser voltado para o “custo benefício”, em que o cliente pode alugar o imóvel por um preço mais baixo, semelhante a isso, a informante 7 faz a seguinte afirmação: “O imóvel de valor menor, a gente tem um retorno maior é na OLX”. Em contraponto, o informante 8 comenta igualmente sobre a procura pelo menor preço, contudo, diz que para eles o resultado é diferente.

Olx é bem difícil, assim, porque é muita gente, é muito barulho e pouco resultado sabe, porque eles querem muito, assim, eles procuram muito, em relação, eles querem muito preço, eles não focam muito na qualidade do produto, eles querem muito o menor valor, normal não é?

A mesma plataforma causa receio no seu uso, o Informante 3 conta sobre sua experiência e o que faz não utilizá-la ao ser perguntado se teria conhecimento sobre.

Tenho, mas não confio, principalmente na OLX, ta? tem muito [...] pessoal que usa de má fé, fotografam imóvel nosso e depois eles divulgam na olx e a gente pegou muita foto. E a gente atendeu aqui ano passado que fez até B.O, [...] eles capturam imagem do imóvel ou eles só tem a fachada né, só tem a placa ali, e anunciam.

Ao questioná-los sobre a demanda das outras plataformas o Informante 1 comenta que as utilizam mesmo tendo um retorno menor para ele hoje em dia: “Booking também tem uma certa demanda, muito pouca, AIRBNB teve uma demanda boa há uns dois anos atrás, esse ano já deu bem menos”. O Informante 2 as avalia de maneira contrária, não optando pelo o uso das mesmas: “As plataformas como AIRBNB, BOOKING, [...] QUINTO ANDAR, não usamos. São plataformas que elas são concorrentes dos corretores”.

Informante 1 faz uma observação a estas plataformas

Aqui na locação mensal, tanto a mensal quanto a diária, a procura se dá mais pessoalmente dentro do escritório, acredito que por ser imóveis de veraneio é uma dinâmica um pouco mais rápida, o pessoal chega na sexta e já quer o apartamento, então você não trabalha muito com reservas online.

Neste sentido, informante 6 comenta

AIRBNB é uma forma de intermediação e a gente é o intermediador [...] por exemplo, é, a gente tem público pelo site e fisicamente também, o AIRBNB, claro, seria uma forma de ter um pouco mais, mas não dependemos disso, entendeu?

Procurou-se indagar quais seriam as plataformas mais “fortes” do mercado de locação, podendo cada um escolher uma ou mais ou comentar livremente. Dessa forma, a plataforma AIRBNB obteve três indicações, OLX por dois corretores, e as

plataformas que receberam um voto: Alugue temporada; Booking, Temporada Livre, ImovelWeb e Vivareal.

O informante 2 afirma que:

Via de regra surgirão através dos tempos várias plataformas [...] e várias plataformas sumirão via de regra através dos tempos, por que? Porque o contato pessoal numa locação ou numa venda, é sempre através de corretores. As respostas pessoais que os corretores dão são profissionais e legais, as plataformas elas atinge com facilidade mas é, não tem a.. assim, o feedback com rapidez, porque às plataforma não são humanas, então, nós vivemos num país, numa terra de humanos e precisamos das respostas de humanos.

Nessa perspectiva, os entrevistados, apesar de aderirem às plataformas, possuem uma confiança nos métodos convencionais por terem uma familiaridade e por acreditarem no contato humano, contudo, não descartam a influência destas plataformas dentro do mercado.

3.2.2 A “entrada” das plataformas no mercado

Para entender o momento/ano que estes corretores notaram essa influência no mercado, realizou-se um momento para esta averiguação, as respostas não foram unânimes, porém, os períodos mencionados tiveram uma aproximação entre si.

Informante 2 inicia dizendo que “Ela veio gradativamente crescendo já faz alguns anos, estamos em 2019, acho que a partir lá de 2012/2013 que começou a surgir, é, esse interesse né”. Complementa dizendo “Por exemplo o AIRBNB, não me lembro nem quando começou mas eu me lembro que ele começou devagarinho”. De modo semelhante, o Informante 8 expõe da seguinte maneira: “Teve uma influência, verdade, agora ela já enfraqueceu [...] eu acredito que há mais ou menos uns 6/7 anos atrás elas eram mais eficaz”.

Neste sentido, com alguns anos de diferença, os seguintes entrevistados afirmam que a atuação das plataformas são mais recentes: “Não só no mercado imobiliário de Matinhos, mas acho que no mercado imobiliário num contexto geral, é, o pico mesmo dela foi em 2016 pra 2017, certo?” (INF. 1, 2019).

O Informante 5 comenta: “De uns três anos pra cá isso vem aumentando bastante”. O Informante 3 manifesta dizendo que é ainda mais recente tal atividade: “Nos últimos dois anos, acho que foi mais acentuado, foi nos últimos dois anos principalmente com a OLX”.

Dentre as informações colhidas, o Informante 7 comenta quando notou a influência fazendo um comparativo ao modo que trabalhava antigamente:

Ah, na verdade sempre influenciou né, divulgação hoje, o meio procurado é a internet. Sempre, desde que surgiu a tecnologia. Na época que eu comecei não existia, até esses dias estava comentando [...] a gente quando ia contactar os proprietários pra deixar os imóveis de locação, eram tudo feito via correio e telefone, hoje não, hoje ficou bem fácil.

3.2.3 Impactos das plataformas no mercado imobiliário

Os sujeitos foram indagados se a nova maneira de consumo da economia compartilhada teria causado impactos dentro do setor imobiliário em relação às locações de imóveis, o Informante 1 comenta mediante a atual situação: “É um impacto positivo, mas um impacto positivo praticamente neutro sabe, em torno de 10% a 15% do mercado que busca isso, a grande maioria ainda se dá no boca boca, no cara a cara, dentro da imobiliária mesmo ou pelos telefones”. Justifica: “Você tá falando numa cidade que não é tão grande, então dificulta, diferente do mercado de Santa Catarina que já tem um acesso muito maior por aí, por Booking e etc”.

Da mesma maneira o Informante 7 comenta que “por ser um meio mais fácil do pessoal pesquisar e abrir e a selecionar o que realmente eles querem, daí quando chega aqui já tá com o imóvel mais ou menos encaminhado pra ver o perfil do que eles querem”. Contudo, tal percepção muda para o Informante 5, o qual comenta que taxas encarecem os imóveis, fazendo com que os clientes diminuam às locações:

Impactaram bastante negativamente para as imobiliárias [...] quais são os motivos: às imobiliárias, elas tem toda uma burocracia pra fazer locação e o percentual que as imobiliárias cobram dos proprietários é maior do que às plataformas cobram, a forma que a plataforma aluga é muito mais fácil, pra você tá hoje na palma da tua mão, e muito menos burocracia você consegue fazer essas locações

Não somente se referindo ao locatário, mas podendo também afetar às imobiliárias através dos locadores, o Informante 6 diz:

Com certeza ela influencia das duas maneiras, positivamente porque facilita o anúncio, a divulgação, mas também dificulta pelo lado de muitos proprietários alugam por conta, entendeu? Ela influencia das duas maneiras. Vai do jeito, da forma que as pessoas trabalham, porque fica muito mais fácil, você tem um imóvel pra alugar [...] você era obrigado a colocar numa imobiliária ou deixar com um corretor agora [...] se você tem um tempo disponível pra poder mexer com isso você anuncia o teu imóvel e você aluga ele, conseqüentemente isso impacta, sim, nas imobiliárias, no número de imóveis para locação”

Desta maneira, o Informante 7 também relata sobre o espaço que pode haver entre locador e imobiliária: “talvez também por facilitar muitas vezes o próprio proprietário divulgar o imóvel dele, de repente cortar a intermediação da imobiliária e, ele mesmo poder divulgar por conta própria daí”.

O Informante 3 comenta sobre a mediação entre o imóvel e o corretor:

Olha o pessoal até tenta [...] eles acabam retornando para imobiliária depois, porque sabe, não, você não tem essa confiança, que tem no olho no olho, de confiar teu imóvel direto. Questão de segurança, você está dando a chave da tua casa, um cheque em branco, pra alguém que você não viu o rosto.

Outra percepção referente ao mau uso das plataformas é citado pelo informante 7:

Outro ponto também que às vezes é ruim, nessa parte é que para o cliente fazer a locação diretamente com o proprietário, ele pensa que tá levando vantagem quando muitas vezes ele pode tá sendo passado para trás, como a gente tem visto nos últimos tempos, há pessoas usando de má fé, divulgando imóvel que não é deles, aí o cliente chega aqui não tem imóvel.

Continua:

Eles pegam as fotos na internet e divulgam como fossem dono do imóvel, já aconteceu quando eu trabalhei em outra imobiliária, numa casa que a gente tinha na Praia Mansa, os clientes ligar e ver e falar que tinham visto com outra pessoa no valor muito menor que a gente tava divulgando, e o cliente às vezes naquela empolgação de pagar mais barato acaba caindo no golpe, achando que tá levando vantagem, quando ele tem que analisar e ver que

não existe milagre, ela tem que pesquisar mais, tem que procurar se informar, se realmente tá correto aquele imóvel, aquela pessoa realmente é proprietária ou ela tem autorização pra alugar um imóvel. Já na imobiliária ela tem essa segurança, então, o ponto positivo pra quem tá procurando imóvel é essa, segurança de tá fazendo numa empresa idônea né.

Para o Informante 1:

E você tem a situação reversa do proprietário da casa, ter locado para cinco pessoas [...] e chegar ter 25 pessoas na casa, pessoas acampando no quintal, destruírem a casa porque você não tem uma vistoria de entrada, você não tem uma vistoria de saída. Você ainda tem o ponto negativo, o zelo de quem entrega a chave, o zelador entregar, e o que seria um desvio de função dos zeladores, então você tem tudo isso.

Embora os impactos dessa atividade sejam vistos com alguns receios em situações específicas, elas não são consideradas como uma ameaça em si ao desempenho do ramo: “São inovações [...] vieram pra ficar, e fazem com que as imobiliárias também procurem [...] novas plataformas, novos softwares, para desenvolver seu atendimento e facilidade para o consumidor final” (INF. 5, 2019).

A informante 8 comenta que “É uma competição saudável para o mercado, mas ela dificulta bastante o nosso trabalho, dificulta bastante porque eles são bem eficientes”

Informante 6 fala que: “todo tipo de ramo acontecem coisas novas e às pessoas tem que se adaptar”. Informante 5 responde dizendo “o mercado imobiliário já tá se adequando a essas mudanças procurando oferecer um sistema que possa ser mais confortável para os consumidores”.

3.2.4 O perfil dos locatários

Os sujeitos entrevistados atuam na região de Caiobá e centro de Matinhos, e os mesmos relatam que não costumam trabalhar com jovens e grupos de amigos, sendo o maior público as famílias. Isso se dá a partir das seguintes explicações.

Para o Informante 1:

70/75% do público que procura locação aqui na temporada é família [...] de 5, de 4 a 5 pessoas, casal 3 filhos, 2 casais, este tipo de situação. Grupos de amigos é bem pouco [...] grupo de amigos você pega um respaldo bem pequeno, é, eu acredito que seja porque nossa vida noturna aqui não tem muito lazer, grupos de amigos vir e curtir igual tem em Guaratuba.

O Informante 5 comenta de modo semelhante:

Mais famílias, famílias que buscam mais descanso, mais tranquilidade [...] em vista que o nosso litoral, principalmente Caiobá [...] é uma cidade que não oferece vida noturna, não tem balada [...] então assim, é um lugar bem mais tranquilo, pras famílias descansarem.

Outro motivo apontado pelos corretores, é que os grupos de jovens costumam fazer mais bagunças, tendo os profissionais a se preocuparem mais com zelo do imóvel. O Informante 8 explica “a gente não trabalha com grupo de solteiros [...] sabe assim, porque é meio complicado você lidar com isso, não é discriminação mas é um problema realmente, a gente já teve problema sabe, então procura alugar pra família”. De acordo com isso, informante 4 comenta também “é o meu sistema sabe, eu atendo só mais a família mesmo, pra não me incomodar, se aluga pra jovem, é só pra incomodar.”

O informante 5 alerta sobre esse aspecto relacionando a demanda durante o carnaval:

Público do carnaval é um público mais jovem né, são pessoas que querem vir em grupos maiores e desfrutar realmente a folia do carnaval [...] muitas e muitas imobiliárias assim como a nossa, não loca para grupos de jovens, não loca pra solteiros e fazendo com que diminua muito a locação no carnaval, exatamente por esse impeditivo né, de locação para jovens e solteiros.

Informante 8 comenta outro aspecto dos locatários: “é um cliente classe [...] média pra alta, e busca conforto, busca qualidade e isso que eu falei pra você, assim, um atendimento mais personalizado, comodismo né”.

3.2.5 Atributos e tipologias dos imóveis

Visto que Matinhos é município em que seu território é configurado por balneários, utilizados para atividades turísticas, esse momento buscou compreender quais as tipologias de imóveis que tem tido procura pelos locatários e se os atributos existentes nos mesmos, interferem na decisão do fechamento do contrato.

O Informante 7 explica que “a procura maior é por casas, pra média de 10/12/15 pessoas [...] eles reúnem grupo de pessoas, de famílias ou de amigos, pra dividir daí o aluguel”.

O Informante 3 responde: “eles buscam mais casas, mas nós não temos muitas opções de casas, principalmente em Caiobá, é prédio, mais apartamentos e sobradinhos, as casas, as que tem, vai rápido”. Com tal característica, o Informante 1 comenta:

90% é apartamento, tá? Casas são muito poucas casas que entram pra locar [...] pessoal que tem casa não deixa muito pra locar não, a grande procura do pessoal família, é por apartamento, grupos de amigos normalmente procura casa, mas é como eu te falei casas são poucas.

Informante 8 explica porque o número de casas é reduzido em relação a oferta de apartamentos:

A gente tem uma predominância de apartamento, cobertura. Porque assim, você consegue perceber que Caioba ele tem uma.. Quase não tem área pra construir e as casas que tem a maioria são antigas porque é muito visado o terreno, a área, o metro quadrado pra aqui é caro, então assim, é quase uma escassez de terreno, então quase não tem casa.

Por se tratar de um município litorâneo, os entrevistados foram questionados sobre o uso de piscina, se existe uma demanda para imóveis que possuam. Informante 7 comenta: “A procura mais é localização, casa com piscina”.

O Informante 8 complementa:

Procuram por piscina mas não conseguimos atender a todos. Todo mundo quer piscina, todo mundo quer ar, todo mundo quer internet, internet é ok ar condicionado também, mas piscina nem sempre, vai precisar de espaço para isso, nem sempre dá e a gente tem o marzão também.

Informante 3 relata que a procura por piscina adiciona valor ao imóvel “piscina além de influenciar, agrega muito valor ao imóvel, agrega muito, imóvel que você

alugaria por R\$500,00 ele dobra”. Contudo, o Informante 7 faz uma ressalva “eles lógico vão olhar às opções e daí eles vão balancear ali pelo valor e pelo padrão do imóvel”.

A localização é outro fator importante na hora de alugar o imóvel. “Sempre perto da praia, nós temos uma orla aqui no litoral paranaense de Guaratuba até Pontal. Até duas ou três quadras assim são as mais alugadas, sabe?” (INF. 2, 2019).

De modo semelhante:

Todo mundo quer ficar com o pé na areia, a distância, e vai dependendo do orçamento, buscam aí de 4 a 5 quadras também. Mas no geral é a distância da praia, a primeira pergunta ‘quantas quadras dá do mar?’ (INF. 3, 2019).

Procura maior é proximidade do mar, todo mundo quer próximo, independente do tamanho, daí vai o tamanho de número de pessoas de família, mas a localização, perto da praia é o foco (INF. 6, 2019).

Informante 8 relata que “a localização é importante mas a qualidade do imóvel ela é imprescindível”. Continua afirmando que os clientes “vem pra descansar, então ela não pode vir pra um acampamento, não dá, aquela ideia de que tudo que você tinha trazer e armar ali, não funciona bem, não dá”.

Em conformidade o Informante 1 comenta “o pessoal quer conforto, ele quer ar condicionado, ele quer proximidade da praia, vaga de garagem, [...] muito importante ter internet no apartamento [...] a segurança é como meio um padrão”.

Os corretores entrevistados relatam que para obter o conforto não é necessário possuir luxo.

Nós não temos muita decoração assim sabe, nos imóveis da praia porque se você vem, você tem que ficar a vontade, então são imóveis com menos luxo, onde você fica a vontade, se o luxo existe tem que ser um luxo preparado pra você ter essa relação (INF. 2, 2019).

Não precisa ser um acabamento classe A, é mais focado assim por exemplo a qualidade da utilização ali que tem que estar em perfeito estado, e muito visado a questão de limpeza, apresentação e limpeza. Pode ser mais luxo, pode ser acabamento mais simples desde que ele esteja bem limpo, esteja é, bem, bom para usar, entendeu? Em perfeitas condições de uso é isso que vai visar (INF. 8, 2019).

Considerando o que os informantes relatam o principal fator é a localização, sempre o mais próximo da orla, já às tipologias variam, grandes grupos preferem casas com piscinas, porém o quesito localização deixa a desejar pois o balneário Caiobá sendo o lugar mais procurado não possui muitas casas. No entanto famílias procuram por apartamentos, com boa localização e conforto.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dos problemas ambientais e sociais que tem se agravado com o decorrer dos anos, surge como alternativa uma nova economia, a qual tem como objetivo mudar a maneira de consumo, baseando-se no colaborativismo, a conhecida economia compartilhada.

As tecnologias da informação e comunicação (TIC's) têm modificado o caráter das relações humanas e a facilidade em obter acesso às informações. O uso da internet tem simplificado o processo de decisão de compra, podendo escolher entre lugares, produtos ou serviços, de maneira autônoma (PARANÁ TURISMO, 2016).

Nogueira e Kuhnem (2016, p 11) comentam que “o avanço tecnológico possibilitou diversas maneiras alternativas de hospedagem oferecendo quartos e imóveis diretamente de pessoas físicas em todas as partes do mundo”.

Garcia (2016) relata que estes tipos de hospedagens refletem as práticas da atividade turística no uso do território. Em vista disso, o desenvolvimento do mercado imobiliário tem sido atividade central na produção do espaço urbano.

Diante disso, o presente estudo buscou analisar essa conjuntura, os objetivos que nortearam a pesquisa foram: a) analisar a distribuição das ofertas das plataforma de locação dentro do município de Matinhos PR; b) identificar através dos corretores em que momento às plataformas se inseriram no mercado de locação em Matinhos; c) identificar os impactos causados dentro do mercado imobiliário; d) descobrir qual o perfil do locatário dentro das imobiliárias e, e) apontar as tipologias que predominam no momento da locação. Dessa forma, os objetivos estabelecidos para a compreensão do estudo foram atingidos, visto que os entrevistados responderam conforme fora estabelecido.

Assim sendo, o estudo buscou analisar através dos corretores com mais de 10 anos de experiência, como o mercado imobiliário do município tem conduzido em relação às locações de temporada. Os resultados obtidos através deste estudo demonstram relevância ao centro de discussões acadêmicas e sociais, por se tratar de um município que dispõe de balneários turísticos, visto que a economia do mesmo se deve em alguns casos, pelos períodos de temporada. Uma vez que ao

optar por esses imóveis o turista está aplicando receita dentro do município, possibilitando assim um desenvolvimento socioeconômico.

O estudo do IBGE (2010) revelou que dos 33.165 domicílios que o município de Matinhos possui, 21.411 são residências secundárias, representando um total de 65%.

A pesquisa aqui apresentada procurou quantificar os imóveis ofertados para a locação diária através das plataformas de economia compartilhada, dentre estas, AIRBNB foi a que mostrou maior resultado, totalizando 300 imóveis, o qual em porcentagem representa 1,4% dos 21.411 existentes. Desta porcentagem apenas 0,9% representam casas de temporada, sendo o restante hospedagens tradicionais como pousadas e hotéis.

Este número revela que apesar das mudanças que este modelo de economia tem causado dentro do cenário econômico mundial, como aponta o estudo do Paraná Turismo (2016), Matinhos demonstra que tem se inserido aos poucos a este novo paradigma.

O estudo pressupõe que por conta destes números expressivos os corretores locais não sintam que tais plataformas possam lhe parecer como ameaça ao desempenho do setor imobiliário local, ainda que reconheçam a potencialidade que estas apresentam dentro da economia.

Ao perguntá-los sobre o momento em que notaram a influencia destas plataformas no mercado, as respostas variaram entre 6 a 3 anos, mostrando que a percepção tinha se dado há poucos anos. Porém relatam que os impactos já podem ser sentidos como na redução dos valores em que estes imóveis são ofertados, visto que a taxa paga às plataformas são menores às taxas pagas as imobiliárias, proporcionando esta diferença. Outro aspecto apontado ocorreu por conta destas alterações de valores, onde as pessoas tem optado por oferecer seus imóveis através das plataformas ocasionando na diminuição de imóveis para locação dentro das imobiliárias.

FOHB (2016, pg 2) afirma “a autonomia dos consumidores e a baixa influência do intermediário, nesse caso a plataforma, são as principais características dessa interação de consumo”.

Com base nas respostas obtidas foi notado um receio por parte dos entrevistados em relação a credibilidade que estas plataformas demonstram, por já terem presenciado ocasiões em que pessoas teriam anunciado imóveis, se passando por corretores das imobiliárias, efetivando cobrança das famílias como sinal e estas ao chegarem, não terem onde ficar.

O estudo entende que o atual cenário econômico tem mudado, apresentando mudanças significativas, e que o mercado imobiliário tem sido um dos tantos setores atingidos. Em relação a conjuntura do mercado em Matinhos, compreende que apesar destas plataformas atingirem número expressivo de adeptos, a partir da análise dos sujeitos da pesquisa, existe um apreço por parte dos mesmo entre o contato com as pessoas, ainda que reconheçam que tais plataformas possam contribuir com as locações, eles afirmam que a intermediação entre o corretor e o locatário não serão substituídas por plataformas digitais.

Em vista disso, ainda que em alguns casos tais plataformas sejam concorrentes de mercado, os sujeitos comentam que são inovações e que devem e podem ser desenvolvidas entre seus setores, sendo esta uma competição saudável.

O presente estudo concorda com a afirmação dos sujeitos, e que este cenário pode ser como um grande incentivador a elas, a buscarem maneiras de converter tal situação, pois ao comparar os imóveis de segunda residência que atualmente existem na região e as ofertas que as plataformas tem recebido é notório a diferença, contudo, em vista que o município é de pequeno porte e está se inserindo aos poucos neste mercado, este número pode mudar conforme os anos e ganhando força como acontece em cidades e países vizinhos.

Considerando a conjuntura, Nogueira e Kuhnem (2016) comentam que este novo tipo de hospedagem alternativo tem causados mudanças significativas, precisando o mercado a se adaptar. Contudo, esta oferta não atingirá a todo perfil de cliente, todavia é importante observar os impactos causados que influenciam nas vendas e locações.

Os resultados obtidos neste trabalho, poderão servir de norteadores para futuros trabalhos acadêmicos, pois Matinhos está inserido há pouco tempo no cenário de locação de temporada, ainda que a região tenha potencial para isso, as plataformas foram pouco utilizadas. Contudo, não sabemos como este cenário pode

estar daqui cinco ou dez anos, podendo então as plataformas serem a primeira opção ao falarmos de locação de temporada no município de Matinhos.

5 REFERÊNCIAS

ABRAHÃO, Cinthia Maria de Sena. **Turismo de Segundas Residências: análise dos conflitos territoriais no destino de Matinhos (Litoral do Paraná, Brasil).** v.6, n.1, p.143-162, jun. - abr. 2017.

AIRBNB. **Airbnb Newsroom.** c2017. Disponível em: <<https://press.airbnb.com/about-us/>> Acesso em: 26 ago 2019.

ALDRIGUI, Mariana. **Meios de hospedagem:** Coleção ABC do turismo. São Paulo: Aleph, 2007.

ALUGUE TEMPORADA. **Quem somos.** c2005. Disponível em: <https://www.aluguetemporada.com.br/info/quem-somos?icid=IL_O_Text_comp_any_footer> Acesso em: 26 ago 2019.

ANDRADE, N; BRITO, P. L. de; JORGE, W. E. **Hotel: planejamento e projeto.** 8ª edição. São Paulo: Senac, 2005.

ARRAIS, T. A. **Integração do mercado imobiliário e segunda residência - Brasil metropolitano.** Fortaleza. v. 13, n. 1, p. 49-62, jan./abr. 2014.

ASSIS, L. F. **Turismo de segunda residência:** a expressão espacial do fenômeno e as possibilidades de análise geográfica. Revista Território – Rio de Janeiro, Ano VII – nº 11, 12 e 13 – set/out. 2003.

BIGARELLA, J. J. **Matinho: homem e terra - reminiscências.** 3ª edição. Curitiba. Fundação Cultural Curitiba, 2009.

BOTSMAN, R; ROGERS R. **What's mine is yours.** The rise of collaborative consumption. New York. Harper Business. 2010. Disponível em: <<https://b-ok.cc/book/1253779/54a47d>> Acesso em: 30 ago. 2019.

BOOKING. **Sobre a Booking.com.** c2019. Disponível em: <<https://www.booking.com/content/about.pt-br.html>> Acesso em: 26 ago 2019.

BRASIL. **Lei n 8.425, de 18 de outubro de 1991. Dispõe sobre as locações dos imóveis urbanos e os procedimentos a elas pertinentes.** Casa Civil. República Federativa do Brasil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8245compilado.htm> Acesso em: 30 set 2019.

BRUINSMA, Geert Jan. **Booking Roots.** 2015. Disponível em: <<https://workingatbooking.com/blog/humblebeginnings/>> Acesso em: 26 ago 2019.

CAMARGO, L. O. de L. **Hospitalidade sem sacrifício? O caso do receptivo turístico.** Revista Hospitalidade, São Paulo, ano III, n. 2, p. 11-28, 2. sem. 2006.

CAMPOS, J. R. V. **Introdução ao universo da hospitalidade**. Campinas, SP: Papirus, 2005.

CASTELLI, G. **Hospitalidade na perspectiva da gastronomia e da hotelaria**. São Paulo: Saraiva, 2005.

CHEMIN, M; ABRAHÃO, C. M. de S. **Integração territorial do litoral do Estado do Paraná (Brasil):** transportes, balnearização e patrimonialização na formação dinâmica do espaço turístico. Ra'e Ga, Curitiba, v. 32, p.212-239, jun. 2014.

CHON, K; SPARROWE, R. T. **Hospitalidade conceitos e aplicações**. São Paulo: Thomson, 2003.

COLAS, J. L. **La residencia secundaria en España:** estudio territorial de su uso y tenencia. 2003. Dissertação (Doutorado em geografia) Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Filosofia i Lletres. Barcelona.

COSTA, A C A; LUNDBERG, E. V - **Direcionamento de crédito no Brasil: uma avaliação das aplicações obrigatórias em crédito rural e habitacional**. COUCHSURFING. **How it works**. c2019. Disponível em: <<https://www.couchsurfing.com/about/how-it-works/>> Acesso em: 26 ago 2019.

CRECI. Conselho Regional De Corretores de imóveis. 2019.

DAMASO, O. R. **O potencial do mercado de locação residencial no Brasil**. Conjuntura da construção: 2008. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cc/article/view/24547/23320>> Acesso em 30 set 2019.

D'AMATO, M; ALONSO, N. R. P.. **Imóveis urbanos:** avaliação de aluguéis. 2 ed. São Paulo SP. Liv. e Ed. Universitária de Direito, 2009.

DAUVERGNE, P. **The problem of consumption**. Massachusetts Institute of Technology. Global Environmental Politics 10:2, May 2010.

EUGENIO, M. **Você sabe como funciona o OLX? Confira!**. 2018. Disponível em: <<http://www.dlojavirtual.com/plataformas/voce-sabe-como-funciona-o-olx-confira/>> Acesso em: 26 ago 2019.

EXCHANGE, Home. **Como funciona**. c2019. Disponível em: <<https://www.homeexchange.com/pt/p/como-funciona-homeexchange>> Acesso em: 26 ago 2019.

FANICO, M. do C. L. **Mercado imobiliário português: Performance, ciclos e tendências**. 2009. Dissertação (Mestrado em finanças) Instituto Universitário de Lisboa. ISCTE Business School. Lisboa.

FARIAS, B. M. da C. **A evolução do mercado imobiliário brasileiro e o conceito de Home Equity**. Monografia de final de curso (Departamento de economia) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

FOHB. Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil. **O fenômeno da sharing economy e a hotelaria**. ed 01. Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil. 2016.

FREITAS, R. De. **Reconhecimento, mensuração e tributação da renda do setor imobiliário**. 2012. Dissertação (Mestrado em direito) Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo. São Paulo-SP.

GALLAGHER, L. **A história da Airbnb**. Buzz. 2018. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=qQFRDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=a+hist%C3%B3ria+da+airbnb&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwis_5fNh8jkAhUfHrkGHaM3Cw4Q6AEIKTAA#v=onepage&q=a%20hist%C3%B3ria%20da%20airbnb&f=false>.

GANSKY, L. **The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing**. 1º edição. England, London: Portfolio Penguin, 2010. Disponível em: <<https://b-ok.cc/book/1177542/56bf91>>.

GARCIA, E. **Turismo Residencial y espacio urbano: reflexiones teóricas**. *Revista Turydes: Turismo e Desarrollo*. N.21. 2016. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/turydes/21/urbanismo.html>>.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4º edição. São Paulo. Editora Atlas

GODOY, A. **Estudo de caso qualitativo**. In: GODOI, C. K.; BANDEIRA-DE-MELLO, R. ; SILVA, A. B. Pesquisa qualitativa em organizações. São Paulo: Saraiva, 2006.

HIERNAUX, D. N. **Identidades móviles o movilidad sin identidad**. El individuo moderno en transformación. Santiago, Chile. n 34, p. 5-17. dez. 2005.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. 2010. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/matinhos/panorama>> . Acesso em: 29 out 2019.

IPARDES. Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico. **Caderno estatístico município de matinhos**. 2019. Disponível em: <<http://www.ipardes.gov.br/cadernos/MontaCadPdf1.php?Municipio=83260>> Acesso em: 08 jul 2019.

IPARDES *et al.* **Cadeia produtiva do turismo no Paraná: estudo sobre as regiões turísticas do estado**. IPARDES, Curitiba. p 122. 2008.

MACEDO, N. D. de. **Iniciação a pesquisa bibliográfica**. 2º edição. São Paulo. Editora Unimarco. 1996

MARJAVAARA, R. **Second home tourism** – the root to displacement in Sweden? Doctoral Dissertation, (Department of Social and Economic Geography) UMEA University, Sweden. 2008

MATOS, D; BARTKIW, P. I. N. **Introdução ao mercado imobiliário**. Instituto Federal do Paraná, 2013.

MATOS, T. O. R. T. **A expansão do mercado imobiliário no Brasil**: Um paralelo entre a evolução dos preços no mercado brasileiro e a bolha imobiliária norte-americana. Monografia de final de curso, (Departamento de Ciências Econômicas) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing**. 5 ed. Rio de Janeiro. Elsevier, 2012.

MENDONÇA, M. J; MEDRANO, L. A; SACHSIDA, A. **Avaliando o efeito de um choque de política monetária sobre o mercado imobiliário**. Brasília. Instituto de pesquisa econômica aplicada. 2011.

NETTO, A. P; GAETA, C. **Turismo de experiência**. 1º edição. São Paulo. Editora Senac São Paulo. 2010.

NOGUEIRA, B. C; KUHNEN, M. H. **Inovação em serviços de hospedagem: uma análise do caso Airbnb**. 2016. Dissertação (Trabalho de conclusão de curso). Universidade Federal de Santa Catarina.

NUNES, M. R. O. **As consequências das segundas residências no mercado de hospedagem de Tibau do Sul - RN**. Natal. v 4, n 1, p 88-111. jan./jun. 2016.

OLIVEIRA, M.I F. de. **Metodologia científica**: um manual para realização de pesquisas em administração. Catalão: UFG, 2011. 72 p.: il.

OLX. **OLX em dados**. 2019. Disponível em:<<https://portalolx.olx.com.br/olx-em-dados/>> Acesso em: 26 ago 2019.

PARANÁ TURISMO. **Paraná Turístico 2026**: Pacto para um destino inteligente. 2016

PETTERSON, R. **Foreign Second Home Purchases** - The Case of Northern Sweden, 1990-96. Umea, Sweden. n 14:1999, august. 1999.

PIERRI, N. *et al.* **A ocupação e uso do solo no litoral paranaense**: condicionantes, conflitos e tendências. Desenvolvimento e Meio Ambiente, Curitiba PR, n. 13, p.137- 16, jan. 2006.

PINOTTI, R. de C. **Hospitalidade e a intenção de recompra no contexto da economia compartilhada**: um estudo em meios de hospedagem alternativos com equações estruturais. 2016. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade na área de concentração de serviços e organizações). Universidade Anhembi Morumbi.

RIBEIRO, K. C. C. **Meios de hospedagem**. Amazonas: Cetam, 2011.

SILVEIRA, L. M. da; PETRINI, M; SANTOS, A. C. M. Z. **Economia compartilhada e consumo colaborativo**: o que estamos pesquisando? Revista de Gestão 23 (2016) 298–305. São Paulo. 2016.

SIQUEIRA, G. P. de O. **Meios de hospedagem convencionais e alternativos**: uma releitura conceitual aplicada em Brasília. 2018. Dissertação (Conclusão de curso). Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo.

STERN, R. F. **Turismo e Pós modernidade**: uma análise do intercâmbio de hospitalidade – o caso do Couchsurfing. Revista Itinerarium. v.2. 2009.

TRIVETT, V. **What the Sharing Economy Means to the Future of Travel**. New York, EUA. Skift Report. 2013.

TULIK, O. **Turismo e meios de hospedagem**: casas de temporada. São Paulo: Roca, 2001.

WALKER, J. R. **Introdução a hospitalidade**. 2º edição. Barueri, SP: Manole, 2002.

WWF. **Living Planet Report 2012 Biodiversity**: biocapacity and better choices. Oakland California. Global Footprint Network. 2012.

APÊNDICES

APÊNDICE 1 ROTEIRO DE ENTREVISTA.....	61
---------------------------------------	----

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTA

- Nome, idade
 - Local de nascimento
 - Há quanto tempo reside em Matinhos?
 - Há quanto tempo trabalha como corretor?
 - Em quantas imobiliárias já atuou?
 - Antes de exercer a função de corretor trabalhava em qual área?
 - Possui alguma formação:
 - a) Ensino fundamental: () completo () incompleto
 - b) Ensino médio: () completo () incompleto
 - c) Graduação superior: () sim () não. Se sim, qual?
- 1) Em relação às plataformas de locações imobiliárias, considerando sua atuação como corretor, quais tem conhecimento de uso pelo mercado imobiliário local?
 - 2) Momento/ano em que notou a influência das plataformas no mercado de locação em matinhos.
 - 3) Como corretor, o senhor faz uso das plataformas? Quais?
 - 4) Plataforma que considera mais “forte” no mercado de locação
 - 5) Considerando sua atuação como corretor, de que forma estas plataformas impactaram o mercado de locação em matinhos?
 - 6) Ainda considerando sua atuação como corretor indique impactos positivos para o ramo imobiliário (locação) de matinhos
 - 7) Ainda considerando sua atuação como corretor indique impactos negativos para o ramo imobiliário (locação) de matinhos. Considera uma ameaça ao desempenho e sobrevivência do ramo imobiliário?
 - 8) Qual é o perfil dos clientes que buscam a locação mediante plataformas e apps. Em que medida isso difere ou tem convergência por quem busca nas imobiliárias.
 - 9) Considerando sua experiência no uso destas plataformas no mercado de locação em matinhos, comente:
 - a) Quais as tipologias (casa/apartamento) de imóveis com maior número de locações.

- b) Quais atributos (localização, decoração, planta, tamanho, características de lazer/conforto) dos imóveis são mais desejados e possibilitam maior satisfação dos clientes.