

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

PAMELA AMABELLI SPINASSE BIANCONI
SUELLEN THAIS PEDROTTI

**TURISMO COLABORATIVO EM MATINHOS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO
DA PLATAFORMA AIRBNB**

MATINHOS
2017

PAMELA AMABELLI SPINASSE BIANCONI
SUELLEN THAIS PEDROTTI

**TURISMO COLABORATIVO EM MATINHOS: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO
DA PLATAFORMA AIRBNB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Tecnologia de Gestão de Turismo da Universidade Federal do Paraná como requisito à obtenção do título de obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Orientadora: Prof^a. Beatriz Leite Ferreira Cabral

MATINHOS
2017

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradecemos a nossa querida orientadora Beatriz Leite Ferreira Cabral, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube pelas suas correções e incentivos. A nossa família pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

A nossa banca examinadora, os professores Elizabete Sayuri Kushano e Marcelo Chemin pela disponibilidade, paciência e críticas construtivas que foram essenciais para a elaboração deste estudo.

Ao corpo docente desta universidade, que oportunizou a janela que hoje vislumbro um horizonte superior pelo aprimoramento e confiança no mérito e ética aqui presentes.

A nossas amigas Lunara Rieseberg e Michely F Mundel, pela disponibilidade em dedicar seu tempo e seu conhecimento em língua estrangeira para contribuir, sem pedir nada em troca.

Finalmente agradecemos a Deus e a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o nosso muito obrigado.

RESUMO

O presente trabalho tem o objetivo de compreender os aspectos gerais sobre o Airbnb, associado no turismo de Matinhos - Litoral do Paraná. Analisando a opinião dos usuários sobre o imóvel vinculado ao Airbnb e os aspectos que são mencionados com mais frequência por parte dos usuários que utilizam imóveis no local. A economia colaborativa vem afetando diretamente o setor do turismo, em consequência do alto uso das tecnologias da informação que a internet propicia como ferramenta para o acesso às plataformas. Desta forma, o presente trabalho classifica principais aspectos levados em consideração pelos usuários da plataforma Airbnb para locação de imóvel na cidade de Matinhos. São eles, hospitalidade, segurança e confiança. Neste contexto o estudo aborda como os usuários avaliam os imóveis disponíveis na plataforma. Para isso foi realizado um estudo exploratório baseado principalmente nos comentários dos usuários da plataforma Airbnb, pesquisas bibliográficas, e consultas em sites sobre o tema economia colaborativa e turismo. Devido ao Airbnb ser um aplicativo recente faltam estudos na área. As informações obtidas dão suporte inicial para novas pesquisas.

Palavras - chave: Airbnb; Turismo colaborativo; Economia compartilhada. Matinhos.

ABSTRACT

The present work has the objective to understand the general aspects of Airbnb, associated to the tourism of Matinhos – Coast of Paraná. Analyzing the users' opinion about the property linked to Airbnb and the aspects that are mentioned more often by the users who use the property in this local. The collaborative economy has been directly affecting the tourism sector, as a result of high use of information technologies that internet provides as a tool to access the digital platforms. Thus, the present work classifies criteria taken in consideration by Airbnb platform users to property lease in the city of Matinhos. They are hospitality, safety and trust. In this context the study approaches how users evaluate the properties available in the platform. For this, an exploratory study was realized based mainly in Airbnb platform user's comments, bibliography researches, articles, magazines and websites about collaborative economic and tourism. Due to Airbnb is a recent app, there is a lack of studies in this area. The obtained information gives initial support to new researches.

Key-words: Airbnb; Collaborative Economy; Shared economy, Matinhos.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – MODELOS DE TRANSAÇÕES B2C E P2P	12
FIGURA 2 – PIRÂMIDE DA TEORIA DAS NECESSIDADES DE MASLOW ..	14
FIGURA 3 – ALGUMAS PLATAFORMAS DA ECONOMIA COLABORATIVA	14
FIGURA 4 – SÍMBOLOS UNIDOS PARA CRIAÇÃO DA LOGO AIRBNB.....	14
FIGURA 5 – “BELO” LOGO AIRBNB	12
FIGURA 6 – PÁGINA PARA BUSCAS DE “PACOTES DE EXPERIÊNCIAS”	12
FIGURA 7 – FAIXA ETÁRIA ENTRE ANFITRIÕES CADASTRADOS.....	12
FIGURA 8 – NOITE DE HOSPEDAGEM POR ANÚNCIOS.....	12
FIGURA 8 – NOITE DE HOSPEDAGEM POR ANÚNCIOS.....	12
FIGURA 9 – PÁGINA AIRBNB “BIODIVERSIDADE”	12
FIGURA 10 – EMPRESAS PARCEIRAS DO AIRBNB NA BIODIVERSIDADE	12
FIGURA 11 – DESTINOS TENDÊNCIAS PARA 2018.....	12
FIGURA 12 – MODELOS DE PROPRIEDADES EM MATINHOS	12
FIGURA 13 – PORTAL AIRBNB “HOSPITALIDADE	12
FIGURA 14 – DOMÍNIOS DA HOSPITALIDADE	12

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – CATEGORIAS ANALISADAS NOS COMENTARIOS DOS USUÁRIOS DA PLATAFORMA	12
--	----

LISTA DE SIGLAS

APPS -	Aplicativos
B2C -	<i>business-to-business</i>
P2C -	<i>peer-to-peer</i>
PSS -	<i>product-service-system</i>
TIC'S -	Tecnologias da informação e comunicação

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
1.1 OBJETIVOS	12
1.2 METODOLOGIA.....	12
2 ECONOMIA COLABORATIVA TURISMO E AIRBNB	14
2.1 ECONOMIA COLABORATIVA	14
2.2 TURISMO COLABORATIVO	16
2.3 AIRBNBN	21
3 ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DOS USUÁRIOS SOBRE IMÓVEIS UTILIZADOS VIA AIRBNB – MATINHOS	28
3.1 SEGURANÇA	32
3.2 HOSPITALIDADE	33
3.3 CONFIANÇA	35
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	37
5 REFERÊNCIAS	39
APÊNDICE 1	
APÊNDICE 2	

1 INTRODUÇÃO

A economia e o modelo capitalista hoje estão em uma fase de transição crescente, devido à crise mundial e menor circulação do dinheiro, fazendo vários setores de mercado inovarem. Neste sentido, existe uma forte tendência a aumentar cada vez mais o comércio colaborativo e a economia compartilhada com consumo consciente, as pessoas estão cada vez mais com renda reduzida e despesas cada vez mais altas. As dificuldades financeiras, com as quais os consumidores se defrontaram, incitaram-nos a repensar os valores nas suas vidas, reforçando a importância de relacionamentos e comunidades. O crescimento populacional no mundo ocasionou a consciência de limitações de recursos naturais e, conseqüentemente, as preocupações com o futuro do planeta. Por último, o aumento de densidade urbana facilitou o desenvolvimento de negócios que envolvem compartilhamento de bens (GANSKY, 2010).

Botsman (2013) define que a economia colaborativa é um sistema de redes descentralizadas, que conecta indivíduos e comunidades, com o intuito de promover as mais diversas formas de compartilhamento por meio de plataforma *online*.

Neste contexto de economia colaborativa, o aplicativo Airbnb definido por Albertini (2017) como: plataforma que conecta indivíduos que oferecem acomodações e indivíduos que buscam locais para se hospedar, possibilita a comunicação entre turistas e donos dos imóveis do mundo inteiro. Encontra-se um vasto leque de opções que mesmo com pouco dinheiro o usuário pode encontrar um bom lugar para se hospedar. Entre as opções estão apartamentos, quartos e casas, que podem ser alugadas por diárias ou temporadas, com a presença de moradores ou não. com base na literatura consultada é possível comprovar a qualidade dos serviços prestados, segurança, conforto e praticidade para o aluguel local.

No caso da hotelaria, a *sharing economy*, definida como economia compartilhada, Botsman (2013), possibilitou o surgimento de uma oferta de hospitalidade alternativa, baseada em empresas detentoras de plataformas virtuais que possibilitam que viajantes possam locar quartos e imóveis para

pernoite ou temporada em propriedades particulares de outras pessoas, disponibilizadas por meio de websites e aplicativos. A autonomia dos consumidores e a baixa influência do intermediário, nesse caso a plataforma Airbnb, são as principais características dessa interação de consumo. Com base no site Airbnb, a plataforma não se responsabiliza pelos processos de *check in* ou *check out*, condições de uso e cancelamento, que são em sua maioria definidas pelos próprios anunciantes (locadores), e a avaliação da hospedagem são feitas virtualmente pelos hóspedes (locatários). O Airbnb oferece um serviço diferenciado por meio da economia colaborativa, o fator inovação atrai atenção, principalmente para os turistas.

Em Matinhos, o AIRBNB teve uma expansão significativa (AIRBNB, 2017). Com os efeitos da utilização das plataformas *online*, o mercado imobiliário teve que se adequar ao meio tecnológico das plataformas. Ao observar a dimensão do AIRBNB no município, foi realizada uma pesquisa introdutória sobre o assunto, a partir de entrevistas a 2 pessoas do meio imobiliário e 2 visitantes que utilizaram o AIRBNB (APÊNDICE 01; APÊNDICE 02).

Como resultado das entrevistas e comentários dos hóspedes, foi possível identificar a preferência de muitos visitantes, por utilizar a plataforma ao invés de procurar uma imobiliária local.

A escolha deste tema, portanto, surgiu a partir do resultado das entrevistas, em que eles mencionaram que a plataforma atende às necessidades procuradas para se hospedar e ofertar um imóvel sem ser necessária a procura por um serviço imobiliário. Neste contexto, o problema de pesquisa do estudo é: Como ocorre o turismo colaborativo em Matinhos- PR e como os usuários avaliam os imóveis disponíveis na plataforma Airbnb?

1.1 OBJETIVOS

O objetivo central do trabalho é compreender aspectos gerais sobre o Airbnb associado ao turismo de Matinhos - Litoral do Paraná. Os objetivos específicos são:

- Analisar a opinião dos usuários de imóvel vinculado ao Airbnb - Matinhos, com base nas informações disponibilizadas na plataforma, entre o período de janeiro de 2017 á abril de 2017.
- Analisar os aspectos que são mencionados com mais frequência por parte dos usuários que utilizam imóveis no local.

1.2 METODOLOGIA

Foi realizada pesquisa bibliográfica, com buscas por artigos, revistas e sites que abordam o tema sobre a economia colaborativa, turismo colaborativo e a plataforma de turismo colaborativo Airbnb.. De acordo com o objetivo deste estudo, denominamos a pesquisa como exploratória que, segundo Gil (2008), são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato, proporcionar maior familiaridade com o problema.

Com isso, para compreender melhor esta dinâmica, o presente estudo consiste na análise dos comentários e avaliação dos usuários postados no site delimitando a pesquisa na região da cidade de Matinhos, durante o período de três meses, entre janeiro e abril de 2017. Foram utilizadas 03 categorias para classificar os comentários: (I) hospitalidade; (II) segurança; e (III) confiança, (QUADRO 01), estes foram selecionados a partir de que foram citados pelos usuários como forma de explicar sua experiência durante sua hospedagem.

QUADRO 1 – CATEGORIAS ANALISADAS NOS COMENTÁRIOS DOS USUÁRIOS DA PLATAFORMA

CATEGORIAS	DEFINIÇÃO
HOSPITALIDADE	Significa dar ajuda / abrigo aos viajantes. Walker (2002, p. 4)
CONFIANÇA	Segundo ZEITHAML & BITNER, (2003). Habilidade para

	executar o serviço prometido de modo seguro e preciso
SEGURANÇA	É o conhecimento dos funcionários aliado à simpatia e à habilidade para inspirar credibilidade e confiança. ZEITHAML; &BITNER (2003).

FONTE: AS AUTORAS (2017).

Primeiramente acessou-se o site Airbnb.com e na opção de busca colocou-se “Matinhos” para encontrar todos os anúncios de imóveis existentes na cidade. Depois foram escolhidos os 50 primeiros imóveis que haviam comentários dos usuários que relatam estas categorias. Não foram utilizadas as demais opções de filtro, tais como: faixa de preço, datas de estadia e tipos de acomodação.

O trabalho é dividido em 4 capítulos, no qual a introdução encontra-se no 1º capítulo junto a metodologia e os objetivos deste estudo, no 2º capítulo aborda-se a economia colaborativa turismo e Airbnb. A análise dos comentários dos usuários da plataforma Airbnb encontra-se no 3º capítulo junto as categorias identificadas nos comentários analisados em Matinhos Pr, segurança, hospitalidade e confiança. Por fim, no Capítulo 4 descrevemos as considerações finais.

2 ECONOMIA COLABORATIVA, TURISMO E AIRBNB

2.1 ECONOMIA COLABORATIVA

Economia colaborativa é uma atitude de mudança e uma tendência que vem se afirmando em diversos países, principalmente no continente europeu e nos Estados Unidos, após a crise econômica de 2008 (BOTSMANN; ROGERS, 2011)..

Segundo Botsman e Rogers (2011), existem três tipos distintos de negócios de consumo colaborativo, chamados de sistemas de serviços de produtos; mercados de redistribuição e estilos de vida colaborativos. O consumo colaborativo pode ser entendido como as práticas de troca, empréstimo, intercâmbio, compra e venda, aluguel e doação, reinventados pela tecnologia de rede (BOTSMANN; ROGERS, 2011).

Botsman e Rogers (2011) argumentam que o consumo colaborativo começou online, impulsionado pelo fenômeno do compartilhamento nas comunidades virtuais, porém o ato de compartilhar está cada vez mais presente também nos aspectos físicos da vida das pessoas. Segundo esses autores, massa crítica, capacidade ociosa, crença no bem comum e confiança entre estranhos são os quatro princípios essenciais que norteiam o consumo colaborativo. A massa crítica é compreendida como a existência de um impulso suficiente em um sistema para torná-lo autossustentável. Quanto mais pessoas dispuserem de itens que desejam trocar, por exemplo, mais opções estarão disponíveis e maiores serão as chances de que o par interessado encontrar o que procura. Dessa forma, a massa crítica será alcançada quando houver “mercadorias suficientes para que todos encontrem alguma coisa de que gostem e tenham a sensação de terem escolhido bem”. (BOTSMAN; ROGERS, 2010, p. 77). A capacidade ociosa diz respeito ao uso que é feito de determinado produto ao longo de sua vida útil e ao uso que poderia ser feito, caso a sua capacidade de uso fosse maximizada.

A crença nos bens comuns é a base para que pessoas se organizem para cuidar de recursos que a elas interessam (BOTSMAN; ROGERS, 2010). Os autores destacam também que o consumo passou a ser caracterizado por uma dinâmica de doação e colaboração para obtenção do que se deseja, e as

motivações para participar desse tipo de consumo incluem reunião de pessoas, economia de custo, conveniência e o fato de ser socialmente sustentável e consciente.

A Economia Colaborativa tem se configurado como um fenômeno inovador, dinâmico e heterogêneo, que tem características e manifestações em diferentes mercados, produtos e serviços, estabelecendo-se como um novo paradigma que convive com os modelos tradicionais e aponta para mudanças no cenário econômico global.

Para Ribeiro (2001) economia compartilhada procura definir as empresas que oferecem acomodação com higiene, segurança e satisfação para aqueles que necessitam estar fora de sua residência a lazer ou a trabalho, por períodos curtos ou longos.

A principal característica da economia colaborativa identificada no mercado turístico de Matinhos é relacionado ao turismo de sol e praia, onde ocorre a maior mudança de modelo de consumo, passando do modelo *business-to-consumer (B2C)* para *peer-to-peer (P2P)* (FIGURA 2), ou seja, a migração do modelo de aluguel entre empresa e consumidor (imobiliárias e locatários), para indivíduo para indivíduo (proprietário de imóveis e consumidor), um sistema direto sem intermediários físicos, possibilitando a redução o preço dos aluguéis para o consumidor final que se utilizam diretamente destas plataformas virtuais.

As *startups* segundo Cusumano (2015), surgiram na economia compartilhada, são plataformas online que reúnem indivíduos que possuem ativos subutilizados e pessoas interessadas em alugá-los por períodos curtos, segundo o autor constituem um novo grupo de concorrentes para as empresas tradicionais, menciona também que essas redes (*P2P*) podem crescer excepcionalmente, tornando-se uma ameaça às empresas estabelecidas (FIGURA 1).

Boesler (2013), por sua vez, destaca que a longo prazo, os efeitos dessa tendência podem ser catastróficos para as indústrias tradicionais, uma vez que esse novo padrão de consumo (em que o consumidor não necessariamente compra, mas aluga) exigiria mudanças nas vendas, produção e, até mesmo, na estrutura de emprego.

Molina (2005) relata que existem variados conceitos de turismo, uma parte das teorias existentes caracteriza-o do ponto de vista econômico e socioeconômico, enquanto outra parte o percebe como uma indústria ou fenômeno. Neste caso não se é possível enunciá-lo como uma ou outra coisa sem edificar as bases para compreendê-lo.

As atividades turísticas são praticadas durante períodos de tempo livre do trabalho, férias e lazer do turista. O setor do turismo teve de se organizar, fazendo das empresas de transporte, o setor de alimentação e os meios de hospedagem, serviços indispensáveis à existência do turismo, ou como afirma Oliveira (2005), o “tripé do turismo”. Sendo assim, empresas como agência de viagens, locadoras de veículos, lazer, eventos, atrações culturais completam o que alguns autores chamam de "Indústria do Turismo".

Devido ao aumento considerável da demanda turística ao longo dos tempos, a cadeia produtiva do turismo, em seus diferentes segmentos, teve de se adaptar aos diferentes tipos de consumidor. Swarbrooke e Horner (2002) nos mostra a importância da tomada de decisões individuais dos consumidores de turismo como fator decisivo para se escolher o seu destino, mostra quem são esses consumidores, suas motivações, como são influenciados e como agem. Os autores apresentam por definição que uma mercadoria de conveniência é todo tipo de artigo manufaturado que apresente preço baixo e alto índice de compra por parte dos consumidores. O consumidor de produtos e serviços turísticos objetiva uma fuga do seu ambiente de trabalho e da rotina cotidiana que a vida urbana ocasiona (SWARBROOKE; HORNER, 2002).

Swarbrooke e Horner (2002, p. 56) conceituam 4 elementos básicos do processo de decisão do consumidor do turismo:

1. Energizadores de demanda: O principal fator é a motivação, considerada fundamental para as análises do comportamento do consumidor, pois induz a sua tomada de decisão. Grande parte das teorias sobre demanda foi construída com base na pirâmide de Maslow. À medida que um nível de necessidade é atendido, o próximo torna-se dominante (FIGURA 3). Porém, o autor defende que esta abordagem está incompleta, segundo ele para se estudar a motivação em turismo deve-se considerar a economia.

2. Efetivadores de demanda: O consumidor terá desenvolvido ideias a respeito de uma destinação, um produto ou uma organização, através de um processo de aprendizagem, atitudes e associações, a partir de mensagens promocionais, informações. Isso irá afetar a imagem do consumidor e o conhecimento de um produtor

turístico. Servindo assim para elevar ou diminuir os vários energizadores que levam a ação do consumidor.

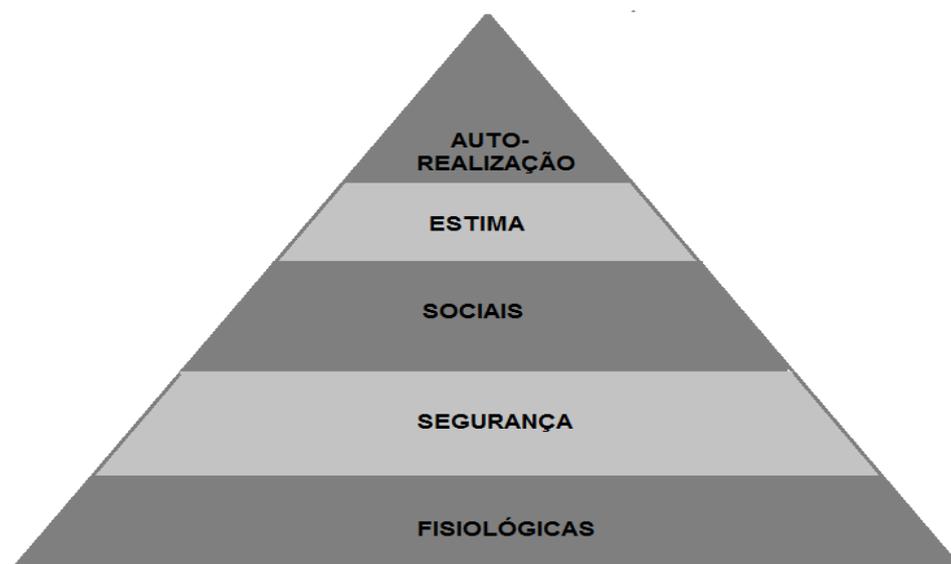
3. Os papéis e o processo de decisão: Os turistas podem ser definidos por apresentar papéis diferentes. Está ligada a necessidade de cada um.

4. Determinantes da demanda: O processo de tomada de decisão do consumidor de turismo é sustentado pelos determinantes da demanda. Ainda que possa haver motivação, a demanda é filtrada, limitada e canalizada devido a fatores econômicos, sociológicos, valores culturais ou psicológicos (SWARBROOKE; HORNER, 2002, p 56).

Robbins (2002, p.45) cita cada um dos níveis de necessidade humana, conforme teoria de Maslow (1962) da seguinte forma:

1. Fisiológicas: incluem fome, sede, abrigo sexo e outras necessidades corporais.
 2. Segurança: inclui segurança e proteção contra danos físicos e emocionais.
 3. Sociais: Incluem afeição, aceitação, amizade e sensação de pertencer a um grupo.
 4. Estima: Inclui fatores internos de estima, como respeito próprio, realização e autonomia; e fatores externos de estima, como status, reconhecimento e atenção.
- Auto realização: a intenção de tornar-se tudo aquilo que a pessoa é capaz de ser; inclui crescimento, autodesenvolvimento e alcance do próprio potencial. (ROBBINS, 2002 p. 45)

FIGURA 2: PIRÂMIDE DA TEORIA DAS NECESSIDADES DE MASLOW.



FONTE: ROBBINS (2002).

A busca por informações envolve o consumidor numa teia de decisões complexas, tornando o processo lento e num nível de comportamento mais elevado (SWARBROOKE; HORNER, 2002).

Com isso, estudiosos do turismo foram criando diferentes conceitos para turistas que buscam determinados destinos, havendo a necessidade em se segmentar o mercado, ou seja, dividir a demanda em grupos diferentes nos quais todos os clientes compartilham características relevantes que os distinguem de clientes de outros segmentos (LOVELOCK; WRIGHT, 2001).

Beni (2013) descreve os meios de hospedagem, distintos dos hotéis como: pensão, pensionato, colônia de férias, acampamento turístico, imóvel locado, segunda residência, leitos avulsos em casas de família e alojamentos de turismo rural. Aldrigui (2007) descreve como iniciativas de pequenos empreendedores, acrescentando os albergues da juventude, *bed and breakfast*, campings, acampamentos, residências estudantis, alojamentos esportivos e quartos em residências da população local.

Segundo Oliveira, (2005), a oferta de atrações no setor turístico aumenta a demanda e a busca por atrações turísticas que se alteram de acordo com cada região, o que faz com que o consumidor que procura atrações de lazer seja o setor que mais cresce no mundo.

Quando se identifica que se trata de um país de primeiro mundo onde o turista destina-se para um lugar com o poder aquisitivo, cultural parecidos com o seu lugar de origem estamos falando de desenvolvimento predominante positivo. Por outro lado, quando o turismo se faz em um país do terceiro mundo onde a população não pode participar livremente da gestão dos recursos do seu município, dificilmente corresponderá às suas expectativas. O desenvolvimento local está associado, normalmente, a iniciativas inovadoras e mobilizadoras da coletividade. Segundo Neef (1994), ao contrário da economia do ter, baseia-se na sociedade do ser, cujo desenvolvimento é centrado no homem e na cultura de cooperação e solidariedade.

Decorrente da saturação do turismo tradicional e de massa, Krippendorf (1989), caracteriza o papel desta prática social dentro do modelo existencial da sociedade industrial para reconstituir as energias e motivações produtivas reproduzindo-o dinamicamente. Assim o turismo é utilizado para que os turistas usufruam a paisagem, o ambiente natural, o território, o espaço, e com isso consumam os passeios, as fotos tiradas, a alimentação, as bebidas (ambulantes e comércio) e claro, a hospedagem.

Segundo Yáziği (2009), o turismo tem o potencial de facilitar o desenvolvimento socioeconômico de um local, mas para isso, antes de atender às necessidades dos turistas, a organização do território deve atender ao cotidiano da comunidade local e respeitar o direito a um ambiente público de lazer.

O turismo colaborativo está associado às teorias sobre Economia Compartilhada. O professor Lawrence Lessig da Universidade de Harvard, (2008) diz que o termo “economia compartilhada” se refere ao consumo colaborativo realizado nas atividades de compartilhamento, troca ou aluguel de bens sem que haja, necessariamente, a aquisição destes. Essa tendência se popularizou, nos últimos anos, devido ao compartilhamento de bens individuais ociosos. Vale lembrar que tanto bens tangíveis quanto intangíveis passaram a ser compartilhados, em negociações *peer-to-peer* (P2P) e *business-to consumer* (B2C) CHOI et al (2014).

No turismo as plataformas online estão presentes em todos os serviços que atendem aos visitantes dos destinos (FIGURA 3). No setor de hospedagem, destaca-se o aplicativo Airbnb; e no transporte ao Uber, transporte individual de passageiros, que assim como o Airbnb oferece um serviço diferenciado por meio da economia de compartilhamento, dentre outros.

FIGURA 3: ALGUMAS PLATAFORMAS DA ECONOMIA COLABORATIVA.

Algumas Plataformas da Economia Colaborativa (relacionadas ao turismo e em operação no Paraná)		
Setor	Plataforma	Descritivo
Hospedagem		conecta turistas do mundo inteiro a proprietários que alugam seus imóveis (inteiros ou compartilhados), presentes em mais de 190 países.
		conecta turistas que buscam hospedagem grátis durante uma viagem a pessoas que gostariam de hospedá-los, possui mais de 10 milhões de usuários em todo mundo.
		possibilita reservas online de quartos em hotéis por pacotes de 3, 6, 9 ou 12 horas.
Alimentação		conecta pessoas que buscam experiências gastronômicas a anfitriões que oferecem almoços e jantares exclusivos nas suas casas.
		conecta pessoas que buscam experiências gastronômicas a anfitriões que oferecem almoços e jantares exclusivos nas suas casas.
Mobiidade		aplicativo de transporte urbano, similar ao taxi.
		aplicativo de viagens compartilhadas que conecta condutores a passageiros viajando para o mesmo lugar.
		primeira rede de carros compartilhados do Brasil. Conecta pessoas que buscam alugar um carro a proprietários que oferecem seus veículos.
Guias e experiências		conecta turistas a moradores locais que oferecem atividades vivências em suas cidades.
		permite que viajantes criem comunidades e compartilhem suas dicas de viagem.

FONTE: SECRETARIA DO ESPORTE E DO TURISMO (2016, p. 22).

Enquanto na hotelaria tradicional há constante disponibilidade da recepção para a realização de *check in* e *check out*, flexibilidade e complexidade nas formas de reserva e pagamento, nas empresas da *sharing economy* essa flexibilidade é bastante restrita. Além disso, a oferta de unidades habitacionais na hotelaria tradicional abarca variadas categorias, que em geral seguem uma padronização, em especial na hotelaria de rede. Essa padronização não existe na economia colaborativa. A segurança dos hóspedes e proprietários é outro ponto de diferenciação, uma vez que os hotéis seguem normas, procedimentos e legislações que regulam suas atividades. Por sua vez, os empreendimentos da *sharing economy* alegam ofertar para seus clientes o diferencial de viver a perspectiva de moradores locais durante a visita a um destino, o que proporciona uma imersão na cultura local da região visitada.

2.3 AIRBNB

A plataforma Airbnb (Air, Bed and Breakfast) - colchão inflável e café da manhã -oi fundada em agosto de 2008 pelos então estudantes de design Nathan Blecharczyk, (cofundador, Diretor de Estratégia e presidente do Airbnb China. Nathan desempenha um papel de liderança na condução de iniciativas estratégicas fundamentais em todo o negócio global.) Brian Chesky (CEO e chefe de comunidade do Airbnb. Ele impulsiona a visão, a estratégia e o crescimento da empresa à medida que ela oferece maneiras exclusivas e únicas para as pessoas viajarem, além de representar os interesses dos milhões de anfitriões do Airbnb em todo o mundo) e Joe Gebbia (cofundador e CPO do Airbnb, atuando no conselho de administração e na equipe executiva ao mesmo tempo em que lidera a Samara, o estúdio interno de design e inovação do Airbnb.).

Com sede em São Francisco, Califórnia, Airbnb é um site especializado em aluguel por temporada, baseia-se na intermediação entre anfitriões e hóspedes, hoje em dia, além de disponibilizado em site, está também disponível em aplicativos para uso seja de um de um computador, de um celular ou de uma *tablet*. Com um atendimento a nível internacional funciona em mais de 200.000.000 de hóspedes funciona em mais de 65.000 cidades e 191 países, uma comunidade para milhões de usuários dividirem suas experiências (AIRBNB, 2017). Um dos aspectos facilitadores para o crescimento acelerado do Airbnb é a ausência de legislação específica para as economias compartilhadas enquanto os meios de hospedagem como hotéis, pousadas e imobiliárias são sujeitos a uma severa regulamentação para garantir a segurança, a qualidade do serviço prestado, alvarás de funcionamento, sindicatos, consolidação das leis do trabalho e taxas de funcionamento. Alguns argumentos de defesa do Airbnb são:

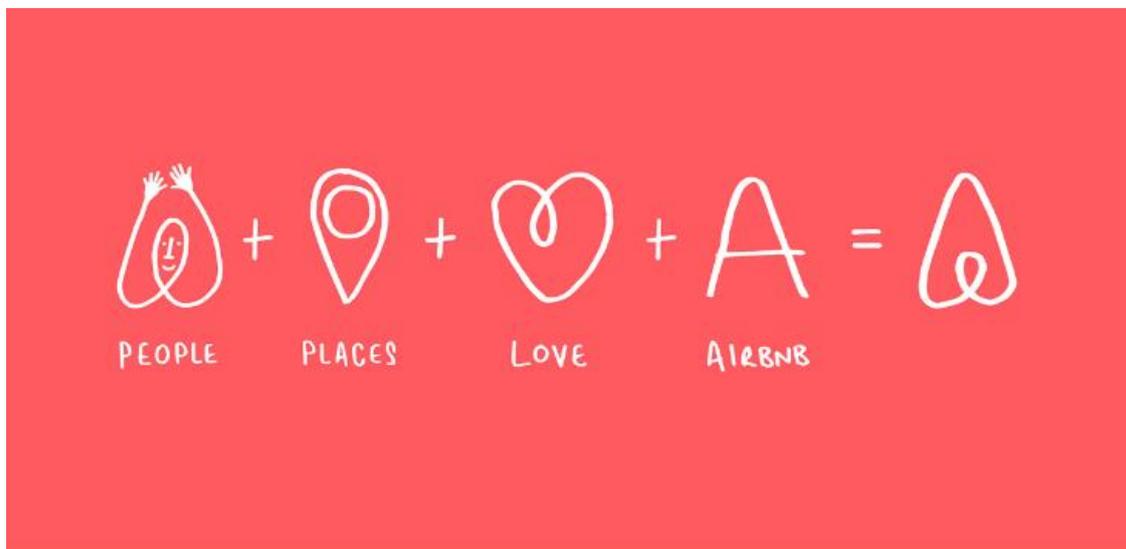
1. O Airbnb é uma mera plataforma, e não prestadora de serviços;
2. Por se tratar de um negócio *online*, o Airbnb está imune a qualquer regulação sobre suas transações comerciais (AIRBNB, 2017).

A Plataforma tem como slogan a frase “sinta-se em casa” e para sua logo, foi criado um símbolo nomeado de "Bélo", que pretende simbolizar um

mundo onde "As portas estão sempre abertas" esta foi elabora em 2014, a partir de quatro elementos, as pessoas, os lugares, o amor e o A (Airbnb). (AIRBNB, 2017) (FIGURA 4).

O Airbnb é uma plataforma que conecta pessoas que procuram um lugar para se hospedar, um site que possibilita a comunicação entre turistas e donos de imóveis do mundo inteiro. O Site oferece desde pequenos apartamentos, casas espaçosas com piscina e jardim, á castelos. (AIRBNB, 2017).

FIGURA 4 - SÍMBOLOS UNIDOS PARA CRIAÇÃO DA LOGO



FONTE: AIRBNB (2017).

FIGURA AIRBNB 5 - "BÉLO" LOGO.

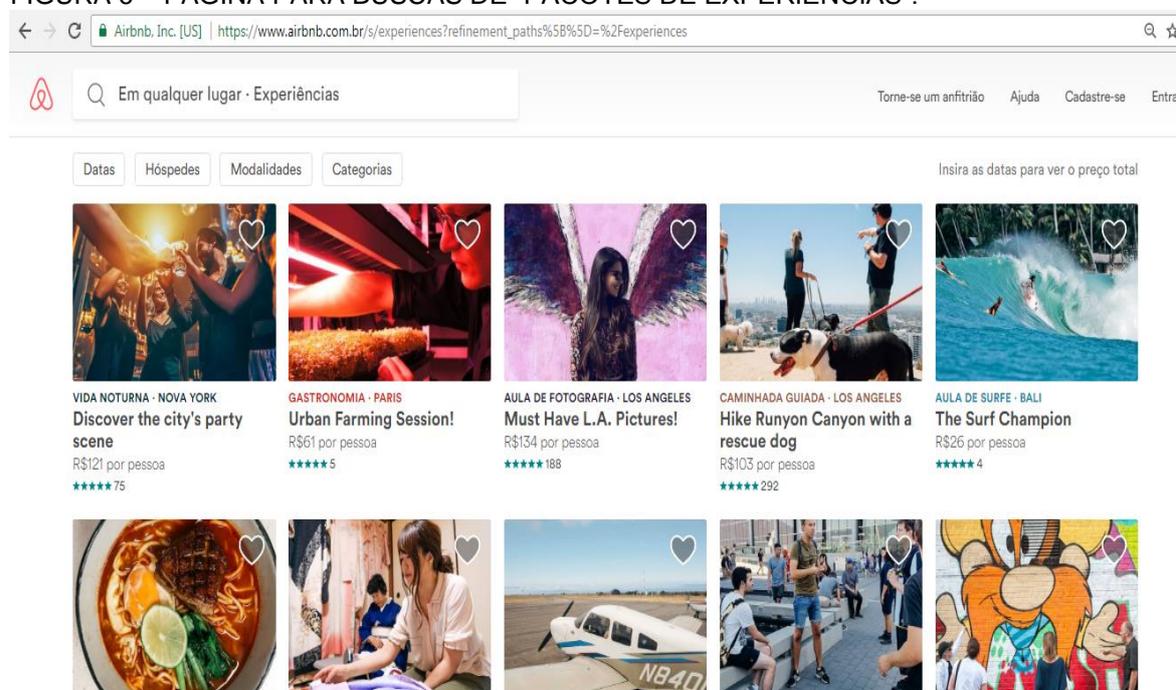


FONTE: AIRBNB (2017).

Para efetuar a locação de temporada, a plataforma Airbnb cobra uma taxa que varia de 3% a 5% dependendo do cadastro efetuado pelo anfitrião, este valor é descontado diretamente do anfitrião, ou seja o proprietário do imóvel coloca seu preço e no momento que fechar a reserva, porcentagem do valor pago vai para a plataforma (AIRBNB,2017).

Além do fator hospedagem a plataforma Airbnb oferece também, "pacotes de experiências", são diversas as categorias que se pode escolher para seu pacote, estas são, impacto social, artes, moda, entretenimento, esportes, bem-estar, natureza, gastronomia, tecnologia, estilo de vida, história, música, negócios, vida noturna (FIGURA 6).

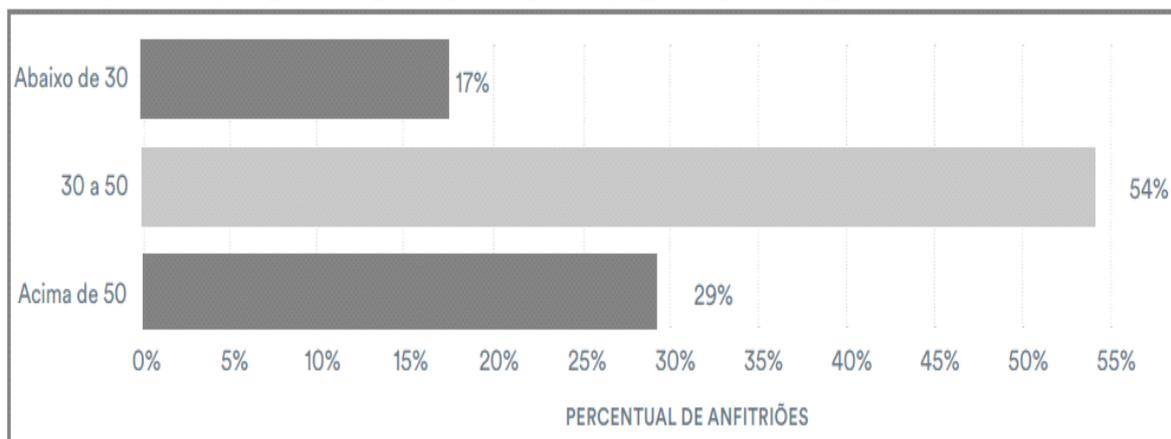
FIGURA 6 – PÁGINA PARA BUSCAS DE “PACOTES DE EXPERIÊNCIAS”.



FONTE: Airbnb.com.br

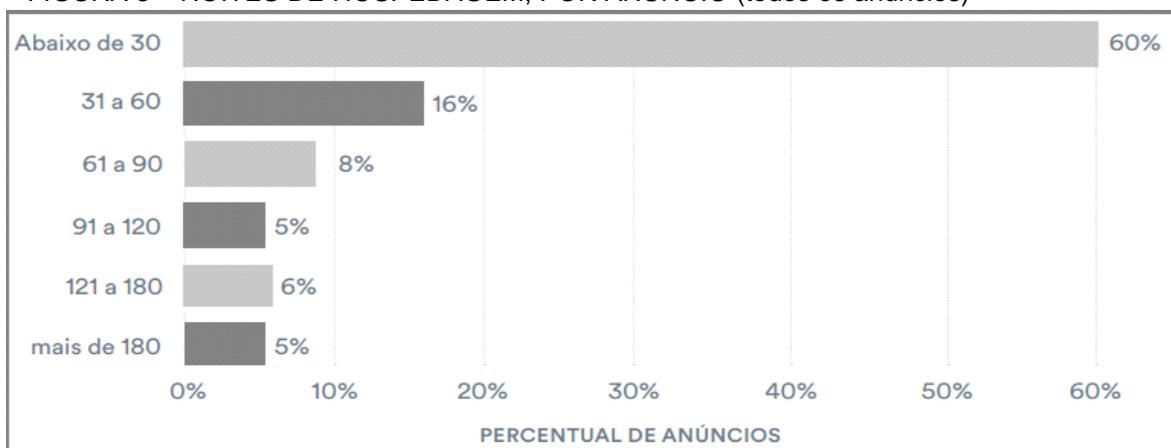
Com base nos dados coletados na plataforma Airbnb, 51% dos anfitriões cadastrados no aplicativo são do gênero feminino e a maior faixa etária varia entre 30 á 50 anos (FIGURA 7). Para divulgar uma vaga ou tentar fazer uma reserva é preciso ter um cadastro que pode ser feito utilizando informações de outras mídias sociais como o *Facebook*, ou por *e-mail*.

FIGURA 7 – FAIXA ETÁRIA ENTRE OS ANFITRIÕES CADASTRADOS



FONTE: AIRBNB (2016).

FIGURA 8 – NOITES DE HOSPEDAGEM, POR ANUNCIO (todos os anúncios)

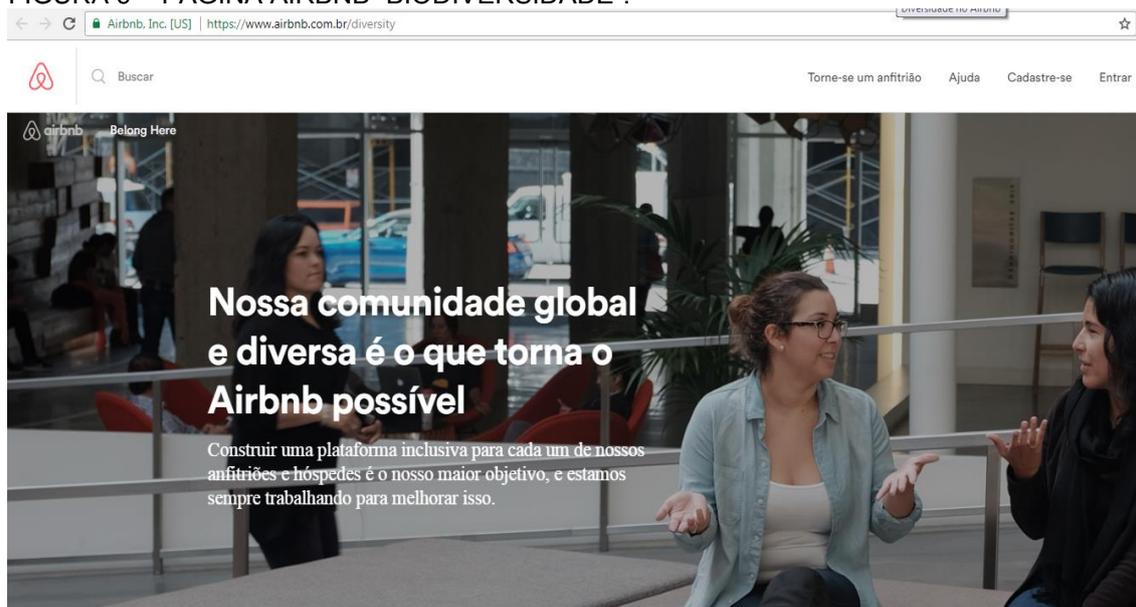


FONTE: AIRBNB (2016).

A Plataforma direciona uma seção exclusiva para ressaltar que são a favor do respeito entre as pessoas e são contra qualquer tipo de discriminação. Para isso foram feitas parcerias para trabalharem juntos com o propósito de promover discussões que elevam as vozes da biodiversidade á níveis locais e globais (FIGURA 10).

Nossa missão fundamenta-se na ideia de que as pessoas são essencialmente boas e que uma comunidade é um lugar onde você possa se sentir em casa. Não dizemos isso para parecermos bonzinhos. Eu acredito sinceramente que [a discriminação] é o maior desafio que enfrentamos como empresa. Ela dilacera o âmago do que somos e os valores que defendemos. Brian Chesky - CEO e cofundador do Airbnb (AIRBNB, 2017).

FIGURA 9 – PÁGINA AIRBNB “BIODIVERSIDADE”.



FONTE: Site Airbnb, acesso em 10 dez 2017- <https://www.airbnb.com.br/diversity>

FIGURA 10 – EMPRESAS PARCEIRAS DO AIRBNB NA BIODIVERSIDADE.

 <p>O Airbnb apoia a /dev/color, uma organização sem fins lucrativos dedicada ao avanço das carreiras de engenheiros de software negros através do apoio da comunidade.</p>	 <p>O Level Playing Field Institute é dedicada à construção de uma maior diversidade, melhorando a civilidade, a justiça e as oportunidades nos locais de trabalho.</p>
 <p>Em parceria com a Out for Undergrad, o Airbnb trabalha com estudantes universitários LGBTQ em preparação para suas carreiras em marketing, tecnologia, negócios e engenharia.</p>	 <p>A Arc faz parceria com empresas locais como o Airbnb para dar suporte a carreiras e oportunidades de emprego a pessoas com deficiências de desenvolvimento.</p>
 <p>Estamos trabalhando junto com o UNCF em apoio a estudantes universitários de grupos com baixa representatividade, porque todos os americanos merecem ter acesso igual à educação.</p>	 <p>Nossa parceria com a YearUp prepara jovens adultos de baixa renda para carreiras profissionais e uma educação de nível superior através de treinamentos, experiências e suporte.</p>

FONTE: Site Airbnb, acesso em 13 nov 2017.

O compartilhamento de informações propiciado pelas mídias digitais tem se revelado um importante meio no processo de tomada de decisão de compra, introduzindo e desenvolvendo novas ferramentas, tornando o tema cada vez mais importante para empresas do setor e gestores de destinos turísticos de forma que se dirijam diretamente ao consumidor final.

Contudo, esta tendência apresenta vantagens e também desvantagens associadas à ingerência da informação que é partilhada, cabendo aos envolvidos, desenvolver formas de atuar positivamente com estas informações. Com o Airbnb é possível ressaltar problemas e dificuldades das mais diversas procedências, que vão desde o pagamento de taxas á questões legais como regulamentações, até lidar com pessoas oportunistas que se aproveitam da confiança dos outros para causar danos e roubos, estes já registrados por proprietários de imóveis cadastrados no aplicativo Airbnb.

3. ANÁLISE DOS COMENTÁRIOS DOS USUÁRIOS SOBRE IMÓVEIS UTILIZADOS VIA AIRBNB- MATINHOS

Como afirma Bigarella (2009), a região de Matinhos esteve praticamente isolada antes do aparecimento do banhista, tendo uma evolução espontânea e sua população foi se adaptando às necessidades para suprir sua existência. O aumento relevante de fluxo de banhistas para o município no ano de 1945 exigiu a substituição das “diligências” por pequenos ônibus com a rota Curitiba - Matinhos – Caiobá. Nos anos seguintes surgiu a primeira agência de transportes de passageiros para as praias, administrada pela Sul-Americana (BIGARELLA, 2009). Para chegar na cidade utiliza-se por via da BR 277, em seguida pela PR 508 (Rodovia Alexandra/Matinhos) ou pela PR 407 (estrada velha) com a distância de 109 km de Curitiba.

Segundo Ministério do Turismo (2016), dos turistas que viajam ao litoral do Paraná 23% são motivados pelo turismo de sol e praia, 20% pela natureza, 20% a procura de descanso e 12% em busca de lazer. Este comportamento da demanda influencia diretamente a época de realização das viagens que acontecem frequentemente no período das férias de dezembro e janeiro. A localidade possui 26 balneários e 25km de praias

Em Dezembro de 2017, a cidade de Matinhos foi apontada pela plataforma Airbnb como um dos destaques de destino turístico para o primeiro semestre de 2018. Estas projeções foram baseadas em reservas feitas até o momento pela plataforma e comparadas com as reservas em relação ao mesmo período de 2017, houve o aumento de 209% (AIRBNB, 2017). (FIGURA 11)

FIGURA 11 - DESTINOS TENDÊNCIAS PARA 2018.



FONTE: Site Airbnb, acesso em 10 dez 2017 - https://press.airbnb.com/app/uploads/2017/12/airbnb_travelTrends2018-768x2287@2x.png

Na cidade de Matinhos concentra-se um grande número de imobiliárias nas quais oferta-se casas e apartamentos para locação diária, mensal e anual. Na plataforma Airbnb atualmente se tem cadastrado mais de 300 imóveis na cidade. Visto como um meio de hospedagem alternativa, que segundo Ferreira (2012) Estabelecimentos de hospedagem, com serviços parciais ou totais de alimentação, nos quais se alugam apenas quartos ou todo o imóvel, com banheiros privativos ou coletivos, asseguradas as condições de higiene e conforto.

Com a plataforma esses imóveis criaram mais visibilidade, pois as pessoas têm acesso a qualquer momento no decorrer do ano inteiro, e ainda, tem a opção de negociar com o proprietário para ficar dias, semanas ou meses, definindo o melhor custo benefício para sua viagem e hospedagem. Com a descrição do imóvel, e comentários de hóspedes que já passaram por ali, é possível identificar a qualidade dos serviços ofertados e a falta dela.

Foram analisados 50 imóveis ofertados na plataforma Airbnb no ano de 2017 na cidade de Matinhos, observam-se os relatos dos hóspedes sobre suas experiências com o imóvel escolhido. Destacamos dois comentários com opiniões positivas sobre suas hospedagens e dois comentários com opiniões negativas. Nestes relatos podemos verificar as categorias analisadas neste estudo.

Nos comentários positivos, os hóspedes citaram os pontos que mais lhes agradaram referentes às suas estadias, as comodidades a hospitalidade oferecidas pelos anfitriões foram destacados afirmando que as informações contidas nos anúncios condizem com a realidade e relatando ainda que se sentiram como se estivessem hospedado em um hotel. Mensagens agradecendo os anfitriões pela hospitalidade também foram bastante encontradas. Além de que, muitos comentaram que voltariam a se hospedar nas propriedades.

Os hóspedes que deixaram seus comentários negativos relataram sua insatisfação com a estadia, destacando principalmente a falta de higiene do imóvel locado.

O apartamento é incrível! Confesso que todas as avaliações mega positivas me fizeram desacreditar da existência desse local, mas cá estou eu para confirmar o já descrito nos outros comentários. O que chamou a atenção de início foi o pronto atendimento, a disponibilidade do anfitrião, e claro as avaliações. As fotos são muito boas, mas não fazem jus, é ainda mais aconchegante e confortável. A cozinha tem todos os utensílios necessários para todas as refeições, não faltou nada, realmente nos sentimos em casa. As camas/sofá são muito confortáveis e as janelas todas tem black out. Em resumo: confortável, bem organizada e equipada, ótima localização, tem garagem, próxima a padarias e supermercados assim como bons restaurantes. Obrigada, por dividir esse lugar com outras pessoas. Voltaremos na primeira oportunidade! (AIRBNB, fevereiro 2017).

Foi tudo perfeito, antes mesmo de chegarmos ao apartamento a anfitriã nos enviou recomendações para chegar ao apto e particularidades da região, tudo muito útil. Ao chegarmos fomos surpreendidos com o charme do apartamento, espaço e limpeza!! Lá tinha tudo que precisávamos para passar dias maravilhosos, infelizmente tínhamos apenas 1 dia. Os quartos são ótimos, lençóis novos, travesseiro diversos e toalhas de banhos brancas e limpinhas, me senti como se estive em um hotel mas com o benefício do convívio familiar, estávamos em 03 casais, minha mãe e meu sobrinho de 2 anos. O apto foi classificado como perfeito por toda família. Queremos voltar em breve!! Gratidão por tudo! (AIRBNB fevereiro, 2017).

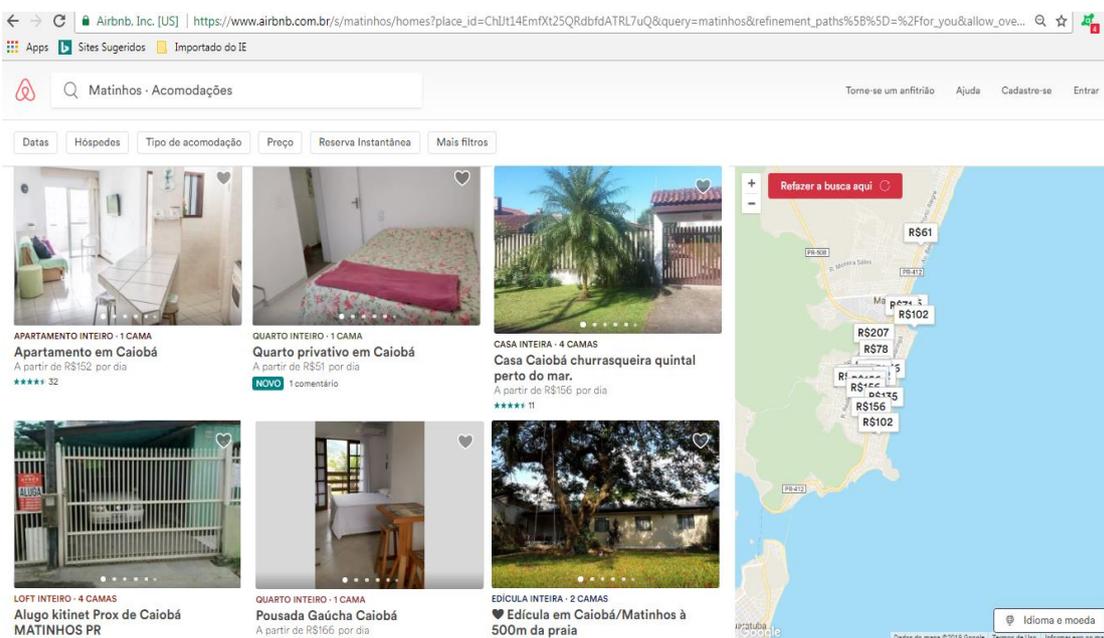
Simplemente decepcionante! Não ligo para lugares simples. Porém precisa estar limpo! Encontramos um lugar sujo, com roupa de cama usados, sem toalhas, ou seja, sem condições nenhuma de uso! Não deu para ficar no local. Não recomendo mesmo! (AIRBNB, março, 2017).

O lugar estava horrível. Havia baratas por todos os lados, no chão, em cima da pia, nas gavetas da pia. O lugar todo fedia a mofo, os colchões estavam velhos e fedendo, sem condições nenhuma. Eu e meus amigos não conseguimos dormir no lugar, fomos procurar outro lugar que fosse pelo menos limpo. Eu não me importo com a "beleza" do lugar, pode ser extremamente simples que está tudo bem. Mas tem que ser limpo, higiene básica (AIRBNB, janeiro, 2017).

Mesmo em um ambiente de crise econômica, a demanda por aluguel de temporada continua crescendo. Segundo dados do Airbnb a renda média mensal dos anunciantes brasileiros foi de R\$ 5 mil em 2015 (AIRBNB, 2017).

Neste contexto, essa modalidade de aluguel vem se consolidando no mercado, especialmente se as propriedades anunciadas estiverem localizadas em praias e cidades turísticas, que lotam de visitantes nos períodos de veraneio, como acontece em Matinhos. Diante da região em destaque, foram encontrados 6 tipos diferentes de propriedades disponíveis, são estas: casas, apartamentos, pousadas, edículas, kitnets e quartos (FIGURA 12).

FIGURA 12- MODELOS DE PROPRIEDADES EM DESTAQUE NA REGIÃO DE MATINHOS.



FONTE: Site Airbnb, acesso em 10 dez 2017. https://www.airbnb.com.br/s/Matinhos--PR/homes?adults=1&children=0&infants=0&source=hdr&place_id=ChIJ8SCG7y3u25QRVTkDb8dp8OE&s_tag=muV_U5I_&allow_override%5B%5D=

A revolução digital possibilitou o desenvolvimento de um novo modelo econômico a partir dos meios de comunicação, da horizontalização das relações e principalmente da descentralização do poder mediante o acesso à informação. Diante do intenso fluxo de comunicação virtual como as plataformas, pessoas comuns também passam a ser detentoras da informação e opinião, além disso, formam redes e comunidades virtuais.

3.1 SEGURANÇA

A fim de gerar segurança para os hóspedes o Airbnb utiliza algumas políticas de segurança com a conferência das informações sobre os hospedes e os anfitriões, são exigidas fotos nos perfis, confirmação do endereço de e-mail e número do telefone celular. Além disso oferece dicas de segurança e permite que os anfitriões e hóspedes sejam avaliados gerando um histórico que todos podem verificar.

Com relação a segurança no pagamento do aluguel, os hóspedes pagam através do Airbnb quando reservam uma acomodação. Os anfitriões recebem o pagamento 24 horas após o *check-in* do hóspede.

O site disponibiliza para o anfitrião a “A Garantia ao Anfitrião” no qual oferece uma proteção de até R\$3.000.000 em danos. Porém, a Garantia ao Anfitrião não deve ser considerada como substituta de maior importância que um seguro de imóvel.

Alguns tipos de propriedade como, por exemplo, jóias, coleções/itens de coleção e objetos de arte têm proteções mais limitadas. Os anfitriões devem guardar em segurança ou remover esses objetos de valor ao alugar o espaço e devem considerar a possibilidade de contratação de um seguro independente para cobrir estes itens. A Garantia ao Anfitrião não protege contra desgastes que podem acontecer naturalmente (AIRBNB, 2017)

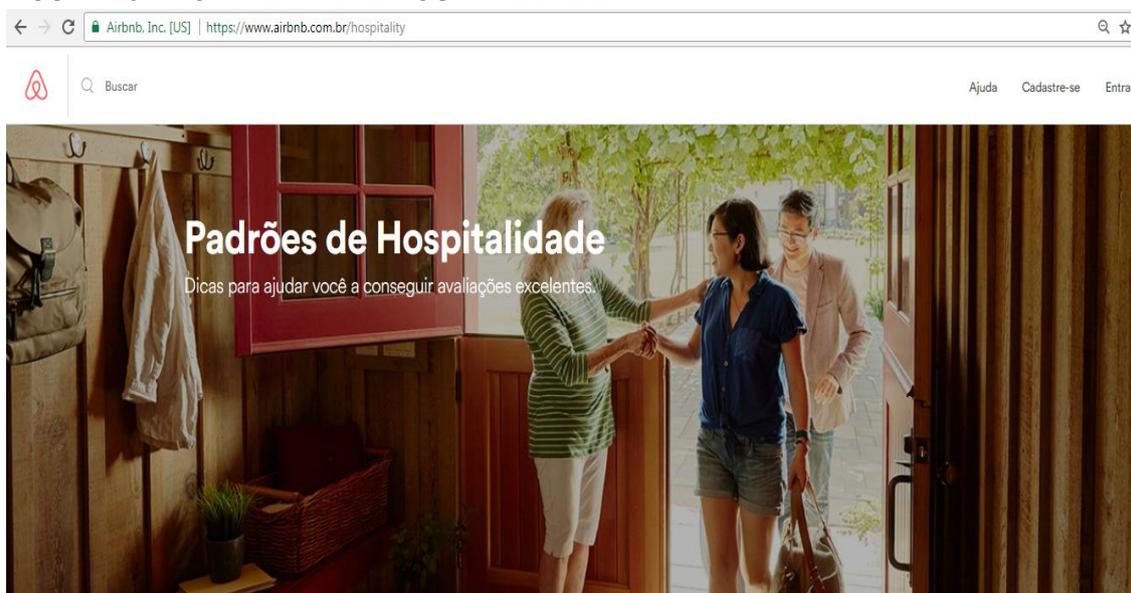
Na atividade turística a segurança é necessária para garantir a boa experiência e bons resultados. O turista pode sentir-se inseguro durante a viagem, isto porque, ele está fora do seu local de convívio habitual. Por este motivo é importante assegurar o turista durante a atividade para que ele consiga usufruir da melhor forma. Se o turista se sente inseguro e/ou em um

ambiente seguro ele não é capaz de conhecer o local e a experiência é interrompida (CABRAL, 2015).

3.2 HOSPITALIDADE

A plataforma segue padrões de hospitalidade esses padrões ajudam o anfitrião a receber comentários por oferecer excelente hospitalidade. E o hospede também pode ver como foi sua estadia através das avaliações de seus anfitriões. (FIGURA 13).

FIGURA 13 – PORTAL AIRBNB HOSPITALIDADE



FONTE: Site Airbnb, acesso em 10 dez 2017 - <https://www.airbnb.com.br/hospitality>

A hospitalidade baseia-se no ato de acolher, hospedar, receber e retribuir, do ato de receber alguém em sua própria casa como se fosse um dos seus, interagir com as pessoas com o local e a comunidade. (CABRAL, 2015).

Segundo Camargo (2004), a hospitalidade está incorporada também no ambiente virtual. Partindo-se deste princípio, a economia compartilhada nos meios de hospedagem alternativos, motivados em grande parte pelo crescimento da tecnologia nos dias atuais, passa a ser incorporada como meio de hospedagem, no mesmo mercado que a hospedagem tradicional.

Nos estudos da hospitalidade, Camargo (2004) inclui a dimensão virtual como continuidade dos espaços sociais onde o processo da

hospitalidade se desenrola características próprias no qual emissor e receptor são respectivamente anfitrião e visitante e, também envolve ritos chamados de net-etiqueta ou net-hospitalidade.

FIGURA 14 - DOMÍNIOS DA HOSPITALIDADE.

Dimensões	Recepcionar	Hospedar	Alimentar	Entreter
Doméstica	Receber em casa	Oferecer pouso e abrigo em casa	Receber em casa para refeições	Receber em festas
Pública	Receber em espaços Públicos de livre acesso	Hospitalidade do lugar, na cidade, no país	Gastronomia local	Espaços públicos de lazer e eventos
Comercial	Receber profissionalmente	Hospitalidade profissional	Alimentação profissional	Eventos em espaços privados
Virtual	Net etiqueta	Hospedagem de sites	Gastronomia eletrônica	

FONTE: CAMARGO (2004)

Com base nestes significados retiramos alguns comentários que destacam o valor da hospitalidade para a avaliação dos hóspedes que utilizam a plataforma Airbnb. No primeiro ele destaca a hospitalidade do anfitrião que a fez se sentir em casa e os ajudaram rapidamente com muita gentileza, enquanto o segundo agradece e destaca o acolhimento da vizinhança e afirma que os anfitriões são atenciosos, no terceiro a hóspede afirma que sua anfitriã é muito atenciosa e receptiva.

Ótimo espaço, vizinhança super tranquila e sempre que precisamos da anfitriã ela nos respondeu e ajudou rapidamente e com muita gentileza, fazendo nos sentirmos em casa. Recomendo muito a todos.” (AIRBNB, janeiro, 2017).

A hospedagem ocorreu tudo bem, vizinhança calma e acolhedora, perto do local onde aconteceu minha formatura e pude acomodar meus convidados de fora super bem na casa, agradeço pela atenção.” (AIRBNB, março, 2017).

Este comentário refere-se ao imóvel cuja as especificações citadas pela Anfitriã o imóvel é localizado perto da praia e restaurantes. Segundo o comentário a casa é confortável, aconchegante, ampla e bem ventilada, acomoda sete pessoas em camas confortáveis e duas em colchão na sala, a

cozinha é mobiliada e atende as necessidades diárias, a casa ainda é equipada com churrasqueira e espaço para crianças brincarem.

A hospedagem ocorreu tudo bem, vizinhança calma e acolhedora, perto do local onde aconteceu minha formatura e pude acomodar meus convidados de fora super bem na casa, agradeço pela atenção. (AIRBNB, março, 2017).

Gostamos muito de nos hospedar na casa. O espaço é ótimo, muito bem cuidado e bonito. É uma ótima anfitriã, atenciosa e receptiva, viramos amigas. Ela respondeu todas as nossas perguntas e ainda conseguiu algumas coisas que pedimos para ela (panelas e grelhas). Seus pais, que nos receberam, também foram ótimos. A casa é em frente a praia, perto de mercados e com um bom sistema de segurança. Recomendo a estadia! (AIRBNB, março, 2017).

De acordo com Camargo (2008, p.19) hospitalidade é “um atributo de determinados encontros entre anfitriões e hóspedes, o chamado encontro hospitaleiro, mas não necessariamente de todos os encontros”. Sendo assim, nem todo anfitrião irá proporcionar hospitalidade.

No princípio a hospedagem era feita muito mais como um gesto de caridade do que como negócio, conforme relata Aldrigui (2007). O que nos leva a considerar a hospedagem familiar um retorno a forma de hospedagem básica, originária para os demais tipos conhecidos hoje. Mesmo nos dias atuais a hospedagem familiar é a melhor possibilidade para muitas pessoas de fazer turismo (ALDRIGUI, 2007).

Segundo Camargo (2015) a hospitalidade, em essência, traz à discussão a análise das relações interpessoais como o resgate, a troca do calor humano num ambiente social cada vez mais inóspito, quando não hostil, ressaltando as possibilidades que restam no mundo contemporâneo, de manifestação ou de recriação dos vínculos sociais.

3.3 CONFIANÇA

Conforme relata Botsman e Rogeres, (2011) às plataformas *peer-to-peer* incentivam a transparência para construir comunidades onde exista confiança entre pessoas que não se conhecem. Deve-se levar em consideração que, uma plataforma virtual conquista clientes à medida que a sua credibilidade aumenta.

A reputação on-line se mostra ainda mais relevante tanto para quem oferta bens e serviços quanto para quem consome relata (ALBERTINI 2017). Nos comentários a seguir identificamos como os usuários relatam como sua experiência com a confiança necessária para usufruir da plataforma. A confiança ganha visibilidade e que, ao ser concebida a partir de uma abordagem metrológica, ajusta-se ao modo privilegiado por nossas sociedades de conceber a realidade (CROSBY, 1999).

Diante dos comentários e a partir de entrevistas com usuários da plataforma Airbnb realizada por um dos autores, acredita-se na reputação do outro, suspende-se, pelo menos em parte, as incertezas. Confia-se no outro com a expectativa de que a experiência seja bem-sucedida. As descrições realizadas pelos próprios hóspedes e anfitriões no site, dão origem aos perfis divulgados, assim, possibilitam escolher com quem se relacionar, provocam sentimentos como reconhecimento, afinidade entre os usuários e, nesse sentido, produzem conexão e auxiliam no processo de construção da confiança.

Foi minha primeira experiência no airbnb e confesso que estava com um pouco de medo de como poderia ser. Mas, o tempo todo o Gustavo ficou em contato comigo e sendo bem receptivo. Quando cheguei no apartamento, ele estava me esperando para me apresentar o local e dar algumas dicas sobre o bairro. Isso foi muito bacana! (AIRBNB, março, 2017).

Quanto maior a quantidade positiva maior a credibilidade do anfitrião e do hóspede, tanto um quanto outro são avaliados a partir de suas experiências, conservar sua reputação. Por meio destes o hóspede avalia o local e o anfitrião escolhe se aceita você como hóspede ou não. Assim, quem está ofertando um quarto para aluguel tem todo o interesse em agradar, pra poder receber um bom comentário e conquistar novos hóspedes. Além disso, têm mecanismos extras como a checagem dos documentos, entrevistas e seguros para anfitriões.

Para Botsman e Rogers (2011) o consumo colaborativo elimina a necessidade dos intermediários nas transações, permitindo que as trocas diretas entre pares possam ocorrer, sendo baseadas na confiança.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo teve como objetivo central analisar o uso do Airbnb como serviço de hospedagem alternativa na região de Matinhos PR. Através dos resultados sobre a percepção dos usuários do aplicativo podemos identificar uma ferramenta no turismo colaborativo onde o turista aluga um espaço por temporadas e também pode-se contratar “pacotes de experiências” para sua estadia no local desejado. Verifica-se que os usuários cadastram seus imóveis disponíveis ou qualquer espaço que sirva para hospedar um viajante, onde esse, por sua vez, também através de seu cadastro pode adquirir espaço por temporadas. Nota-se um duplo favorecimento, para o turista um preço mais acessível e para o anfitrião uma renda extra com aluguel.

A Região Turística do Litoral do Paraná possui forte vocação para o desenvolvimento turístico, sendo este atualmente uma das principais atividades econômicas em todo o litoral. Destacando ainda, a cidade de Matinhos como um dos destinos turísticos mais procurados para o primeiro semestre de 2018, apontado pela plataforma Airbnb, referente ao aumento das reservas em relação ao mesmo período de 2017. Ainda assim, existe uma grande potencialidade a ser explorada. É possível identificar a plataforma Airbnb que se enquadra como uma plataforma *online* colaborativa e com colaboração que impulsiona a rede de consumo do turismo colaborativo em diversas partes do mundo. Diante de fatores como a crise ou o crescimento do empreendedorismo como uma forma de enfrentar o desemprego, as oportunidades oferecidas por esta plataforma tem sido uma alternativa mais atraente para o consumo do turismo. Procurando concluir sobre este potencial e tendo em vista o norteamento das ações deste estudo, ressalta-se que não há como evidenciar no litoral um único tipo de turismo, há uma diversa variedade de segmentos.

É possível dizer que o turismo colaborativo tem a ver com a era das redes sociais. A tecnologia trabalha para facilitar a vida na sociedade atual e é isso que as plataformas de turismo e hospedagem compartilhada fazem. É uma forma de viajar para quem quer e gosta de se relacionar e conversar com outras pessoas, sendo um modelo de turismo que agrada a diversos tipos de viajantes. Mesmo com o sucesso comprovado desta plataforma no setor do turismo como é o Airbnb é possível ressaltar problemas e dificuldades das mais

diversas procedências, que vão desde o pagamento de taxas á questões legais, como regulamentações, até lidar com pessoas oportunistas que se aproveitam da confiança dos outros para causar danos e roubos já registrados por proprietários de imóveis cadastrados no aplicativo Airbnb.

Destaca-se ainda que o aplicativo Airbnb afeta diretamente as imobiliárias locais pois os anfitriões estão as substituindo pelo aplicativo afirmando que o Airbnb proporciona tais vantagens tanto quanto as imobiliárias. Os baixos preços aplicados pelos proprietários cadastrados no Airbnb são atrativos aos clientes que buscam uma viagem mais econômica.

O desenvolvimento da economia compartilhada desafia os serviços tradicionais existentes nos quais as transações são conduzidas entre a companhia e o cliente, ou seria entre as Imobiliárias e os clientes, ou os hotéis e os clientes. Ao invés de alugar uma casa, um espaço ou um quarto por meio de uma agência o consumidor pode fazê-lo sozinho direto com o proprietário do imóvel. Com isto, o mercado imobiliário de Matinhos passa por um aumento na concorrência do mercado de locações tradicional.

As principais dificuldades que encontramos para a elaboração deste estudo foi em uma primeira etapa o envio de um questionário para usuários do aplicativo e imobiliárias locais, o qual não obtivemos retornos.

Devido o Airbnb ser um aplicativo recente faltam estudos na área. As informações obtidas a partir da análise dos comentários dos usuários do site Airbnb, dão suporte inicial para novas pesquisas.

REFERÊNCIAS

AIRBNB. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/>. Acesso em: 28/08/2017.

AIRBNB 2017, **The U.S. Midwest, Ryokans and Brazilian Beaches: Airbnb's 2018 Travel Trends**. Disponível em: <https://press.atairbnb.com/the-u-s-midwest-ryokans-and-brazilian-beaches-airbnbs-2018-travel-trends> aceso em: 06 Dez de 2017.

ALBERTINI, G. S. G. G. **Turismo e Economia Colaborativa: Uma avaliação das plataformas online de serviços vinculados ao Turismo**. 82P. Trabalho de Graduação (Bacharel em Turismo), Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2017.

ALDRIGUI, M. **Meios de hospedagem**. Coleção ABC do Turismo. Editora Aleph, São Paulo, 2007

BENI, M. C. (2003). **Análise estrutural do turismo**. Senac.

BOESLER, M. **The rise of the renting and sharing economy could have catastrophic ripple effects**. Business Insider, 12 ago. 2013. Disponível em: <http://www.businessinsider.com/rise-of-the-renting-and-sharing-economy-2013-8?op=1>. Acesso em: ago. 2017

BIGARELLA, J. J. **Matinho: Homem e Terra – reminiscências**.- 3.Ed. ampliada - Fundação Cultural de Curitiba, 2009.

BOTSMAN, R; ROGERS, R. **What's mine is yours: the rise of collaborative consumption**. New York: HarperCollins, 2010.

BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Secretaria do Esporte e do Turismo. **Paraná Turístico 2026: Pacto para um destino inteligente**. Brasília: 2016. 119 p.

CABRAL, C. **O aluguel de temporada: um estudo exploratório do site Airbnb e a qualidade em serviços**. 76p. Trabalho de Graduação (Bacharel em Turismo), Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2015.

CAMARGO, L. O. D. L. (2004). **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CAMARGO, L. O. de L.. **A pesquisa em hospitalidade**. Revista Hospitalidade, v. 5, n. 2, p. 15-51, 2008.

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

CHOI, H. R.; CHO, M. J.; LEE, K.; HONG, S. G.; WOO, C. R.. **The business model for the sharing economy between SMEs**. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 2014. Disponível em: <http://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2014/a125707-287.pdf>.

CUSUMANO, M. A. **Technology strategy and management: how traditional firms must compete in the sharing economy**. *Communications of the ACM*, vol. 58, n. 1, jan. 2015.

EXAME. **Airbnb ultrapassa marca de 4 milhões de imóveis**. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/negocios/airbnb-ultrapassa-marca-de-4-milhoes-de-imoveis/>. acesso em: 29/09/2017.

FERREIRA, D F. **O contributo das redes sociais para a experiência em turismo**. Monografia (Graduação em Ciências Sociais e Humanas) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. 2012.

GANSKY, L. **The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing**. Portfolio, 2010. E-Book.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HOTEIS. **Airbnb desperta polêmica no setor hoteleiro**. Disponível em: <http://www.revistahoteis.com.br/airbnb-desperta-polemica-no-setor-hoteleiro/>. Acesso em: 03 out. 2017.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo**. 3. Ed. São Paulo: Aleph, 2009. 272 p.

LOVELOCK, C; WRIGHT, L. **Serviços: Marketing e Gestão**. São Paulo: Saraiva 2001.

MASLOW, A. **Introdução à psicologia do ser**. Rio de Janeiro: Eldorado, 1962.

MOLINA, S. **Turismo Metodologia e Planejamento**. Bauru SP Edusc, 2005.

MITCHELL, J. C. **The concept and use of social networks**, in Mitchell, J.C. (Ed.), **Social Networks in Urban Situations: Analyses of Personal Relationships in Central African Towns**, Manchester University Press, Manchester, 1969, p. 1-50.

NEEF M, MANFRED. A. **Desarrollo a escala humana**. Barcelona: Icaria Editorial. 1994.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização** – 5ed rev. Ampl. – São Paulo Atlas 2005.

REUTERS. **Número de usuários do Airbnb no Brasil chega a 1 milhão em 2016. 2017**. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/negocios/numero-de-usuarios-do-airbnb-nobrasil-chega-a-1-milhao-em-2016/>> Acesso em: 12 de Mai 2017.

RIBEIRO, K. C. C. (2001). **Meios de Hospedagem**. Manaus-AM: CETAM.

RODRIGUES, A. B. (2002) **Turismo e Ambiente: Reflexões e Propostas**. Hucitec – 3º Ed. São Paulo/SP 9-13.

.ROBBINS, S.P. **Comportamento organizacional**. Tradução: Reynaldo Marcodes. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

SETUR. PDTIS - Planos de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável: Polo Turístico do Litoral Paranaense, Curitiba. 2010.

SWARBROOKE, J.; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo**. Trad. Saulo Krieger. São Paulo: Aleph, 2002.

VICENTIN, I; HOPPEN, N. **A internet no negócio de turismo no Brasil: utilização e perspectiva**. Revista Eletrônica de Administração da UFRG, Rio Grande do Sul, v.9, n.1, p.2, jan/fev 2003.

WALKER, J R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri: Manole, 2002.

YÁZIGI, E. **Saudades do futuro: por uma teoria do planejamento territorial do turismo.** São Paulo: Plêiade, 2009. 573 p.

ZEITHAML, V A.; BITNER, M J. **Marketing de Serviços: A Empresa com Foco no Cliente.** 2.ed. Porto Alegre: Bookman., 2003.

APÊNDICES

Entrevistas realizadas com hospedes que utilizam a plataforma a Airbnb em suas locações de imóveis e com corretores de imobiliárias locais.

APÊNDICE 01 - ENTREVISTA COM HÓSPEDES

HOSPEDE 1	“Escolhi o site Airbnb com indicação de um amigo. A experiência foi ótima. Voltaria a usá-lo com certeza, o site é bem explicativo, tive receio no início mas após pesquisas e conversas com outros usuários fiquei tranquilo quando a confiabilidade, as acomodações estavam condizente com o ofertado no site. O site tinha uma vasta opção de imóveis em diferente bairros da cidade, porém a maior parte na região do Balneário de Caioba, assim optei por esta região. Os anfitriões superaram as expectativas e quando solicitados compareceram aos imóveis para explicarem o funcionamento dos aparelhos que o mobiliavam. Entre os meios de hospedagem hoje considero o melhor nos quesitos preço e reserva, índico e certamente irei utilizar novamente dessa plataforma.”
HOSPEDE 2	“Utilizo a plataforma Airbnb como hóspede e como anfitrião a mais de um ano, nos dois quesitos tudo é muito prático, já utilizei como hóspede em vários lugares no Brasil e fora também, não tive problemas fui muito bem recebido, me senti acolhido e em casa, e pagando um preço justo. Como anfitrião aqui em Matinhos também, oferto meu apartamento deixo tudo equipado, organizado e o retorno é fantástico, conhecemos pessoas, trocamos experiências e isso depois cria um vínculo bem legal, acaba sendo realmente uma troca pois alugo o meu imóvel aqui para alguém e isso conseqüentemente se reverte em que eu o alugue de alguém em outro lugar.”

FONTE: OS AUTORES (2017).

APÊNDICE 02 – ENTREVISTA COM CORRETORES DE IMÓVEIS

CORRETOR 1	<p>“Hoje o mercado de locação de temporada na imobiliária tem um déficit de mais de 50% comparado com dois anos atrás, isso devido as tecnologias como as plataformas Airbnb, OLX, Zap Imóveis, depois que as pessoas começaram a utilizar estes meios, o mercado de locação que era aquecido hoje se encontra defasado, não há mais tanta procura dos clientes para contratar as imobiliárias para prestar este serviço , se há dois anos atrás trabalhávamos com mais de 100 imóveis de locação hoje temos uma faixa de 30 imóveis. Deste modo a Imobiliária tem procurado acompanhar as tecnologias para tentar minimizar o máximo possível esta queda, as ferramentas mais utilizadas pelos corretores são o Facebook e o WhatsApp, além da imobiliária manter cadastros em sites de anúncios online.”</p>
CORRETOR 2	<p>“Nós como corretores de imóveis estamos utilizando as mesmas plataformas além do site da imobiliária, compartilhando imóveis em sites como Airbnb, OLX, e até nas redes sociais como o Facebook onde a visibilidade é maior, tentando assim fazer com que as pessoas nos procurem e desta forma poderemos continuar trabalhando neste meio, onde se encontra cada vez mais concorrido, principalmente em uma cidade turística como a nossa, que em alta temporada são super utilizados os imóveis de segunda residência para locações.”</p>

FONTE: OS AUTORES (2017)