

## **Economia Compartilhada em meios de hospedagem: novo modelo de negócios sob a perspectiva dos gestores de negócios tradicionais**

Fábio Luciano Violin

Ariel de Carvalho Silva

Patrícia Koerich Violin

**Resumo:** A hotelaria representa importante parcela da movimentação econômica mundial. O avanço das tecnologias de comunicação permitiu ao setor de turismo avançar e evoluir em diversos campos. Este estudo analisa a percepção do nível de concorrência de gestores de hotéis no município de Ribeirão Preto/SP em relação ao Airbnb. Entre os elementos metodológicos destaca-se a natureza qualitativa tendo como elementos centrais de levantamento de dados entrevistas com gestores de hotéis da cidade de Ribeirão Preto-SP. Os dados obtidos foram organizados e analisados em um contexto pertinente ao delineamento da pesquisa. Os resultados indicam que, pelo menos no município de Ribeirão Preto, o Airbnb não é percebido como uma ameaça pelos gestores de hotéis (potenciais concorrentes), indicando a formação de um nicho mercadológico, e a plataforma é elencada como a menor das preocupações comparada às OTAs (agências de viagem online) e outros hotéis concorrentes.

**Palavras-chave:** Modelo de Negócios, Economia de Compartilhamento, Turismo, Meios de Hospedagem.

**Abstract:** The hotel industry represents an important part of the world economic movement. The advancement of communication technologies has enabled the tourism industry to advance and evolve in various fields. This study analyzes the perception of competition level of hotel managers in Ribeirão Preto / SP in relation to Airbnb. Among the methodological elements stands out the qualitative nature having as central elements of data collection interviews with hotel managers of the city of Ribeirão Preto-SP. The data obtained were organized and analyzed in a context pertinent to the research design. The results indicate that, at least in Ribeirão Preto, Airbnb is not perceived as a threat by hotel managers (potential competitors), indicating the formation of a market niche, and the platform is listed as the least concern compared to OTAs (online travel agencies) and other competing hotels.

**Key-Words:** Business Model, Sharing Economy, Tourism, Lodging.

### **Introdução**

Turismo pode ser compreendido como, na perspectiva da Organização Mundial do Turismo (OMT, s/d) como “a soma de relações e de serviços resultantes de um câmbio de residência temporário e voluntário motivado por razões alheias a negócios ou profissionais”. Porém, tal definição talvez já não dê conta a miríade de possibilidades que abrandem esse campo de atuação de forma plena, especialmente considerando o advento da inserção de modo contundente da tecnologia e das formas de comunicação abraçadas pela maioria dos campos de conhecimento e das áreas de atuação.

Turismo classificando-se dentro da economia global como parte do setor de serviços, cuja oferta baseia-se em produtos, mas, sobretudo em serviços e experiências. O setor é, por natureza, dinâmico e segmentado, e se apropria de meios de transporte,

hospedagem, alimentação e bebidas, eventos, entre outros, o que o torna ao mesmo tempo coeso e abrangente, mas, também específico e diversificado.

Os meios de hospedagem representam importante setor de ligação direta entre a atividade turística e potenciais usuários considerando a necessidade de as pessoas alojarem-se ao longo do percurso de deslocamento ou mesmo no destino final.

O novo modelo de negócios baseado no compartilhamento tem ganho espaço mundialmente ao contrapor-se ao modelo tradicional de negócios, pode-se citar o exemplo do Airbnb que é uma plataforma de hospedagem direta que permite que possíveis anfitriões possam alugar sua propriedade para hóspedes que utilizem a plataforma. A junção dos meios de hospedagem com a economia compartilhada foi a ideia por trás desta plataforma inovadora, o prestador de serviços online que é o centro deste trabalho.

O turismo na atualidade vem alterando-se de modo consistente e substancial, especialmente devido aos avanços tecnológicos e no perfil dos consumidores. A era da informação, no que se diz respeito ao turismo, contribui para auxiliar no processo de tomada de decisão dos consumidores que buscam em uma ou mais atividades do setor os meios de fruição que desejam, fato esse comprovado pela busca incessante das organizações e profissionais focados nas novas demandas de mercado pela adequação considerando como pano de fundo os processos, as pessoas, os produtos e os resultados.

A proposta deste estudo teve como intuito central analisar a percepção de gestores de meios de hospedagens tradicionais frente o advento da Economia Compartilhada.

Destaca-se como locus de pesquisa a cidade paulista de Ribeirão Preto, conhecido como a Capital do Agronegócio localizado a noroeste do estado, aproximadamente 315 quilômetros da capital, atualmente, segundo o censo IBGE (2010) consta com 604.682 habitantes. No município há presença de dois grandes grupos hoteleiros: Accor e Wyndham, que representam juntos os principais movimentadores da economia hoteleira local.

Diante desse cenário, destaca-se a importância de analisar a percepção do mercado hoteleiro tradicional frente ao novo modelo de hospedagem. Considerando a forte presença da indústria hoteleira em Ribeirão Preto e as grandes proporções tomadas pelos serviços do Airbnb, destaca-se a necessidade dessas empresas tradicionais se adaptarem

as novas tendências deste setor, o que torna este estudo relevante considerando sua possibilidade de contribuição tanto teórica quanto prática.

## **Fundamentação Teórica**

A economia compartilhada é um fenômeno mundial inserida no Brasil de modo mais robusto a partir dessa última década, de acordo com os dados coletados via uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL, 2017), 79% dos consumidores entrevistados acreditam que a economia compartilhada facilita suas vidas, e 68% se imagina participando do sistema de economia compartilhada de alguma maneira em dois anos.

Seguindo a linha de atuação desse novo modelo de negócios, o qual em se tratando de meios de hospedagem, insere proprietários(as) de residências no mercado de locação temporária de seus espaços a partir de uma plataforma online que conecta locadores e locatários.

Como exemplos de sua proliferação no país, seguem alguns trechos de reportagens que auxiliam a indicar como esse modelo de negócios tem permeado os locais em que se insere.

“A plataforma Airbnb vai firmar uma parceria com a Prefeitura de Campina Grande com o objetivo de ampliar a oferta de hospedagens para o São João 2017 na cidade. O acordo vai ser formalizado nesta quarta-feira (10). A empresa deve ajudar na promoção turística da festa junina e incentivar moradores da cidade de hospedar viajantes durante os festejos”. (GLOBO, 2017).

Como pode ser notado, o Airbnb foi utilizado como um meio alternativo para hospedar os participantes da festividade, mesmo que meios tradicionais estivessem lotados, o Airbnb forneceria uma oportunidade para os visitantes se alojarem. Isso beneficia diretamente a população, que terá uma renda extra, e a cidade, que receberá um número maior de turistas.

Outro caso a ser destacado é o das Olimpíadas do Rio de 2016, em que o Ministério do Turismo firmou parceria oficial com o Airbnb no sentido de dar vazão ao fluxo de turista ou usuários. Megaeventos trazem um fluxo enorme de turistas domésticos

e estrangeiros, então oferecer mais acomodações além das já existente é essencial, e a plataforma mostra sua importância nesses casos:

As Olimpíadas do Rio aumentaram em 22,7% as reservas de hóspedes no Brasil pelo sistema Airbnb – hospedagem de turistas em casas de residentes na cidade visitada. Segundo dados divulgados nesta quarta-feira (10) pelo Ministério do Turismo, o número de hóspedes que confirmaram suas reservas para o período entre 3 e 23 de agosto subiu de 66 mil para 81 mil. O Airbnb é parceiro oficial de acomodação alternativa do comitê organizador, informou o ministério. Entre os hóspedes com reservas para o período dos Jogos no Rio, 50% são estrangeiros e 50%, brasileiros de outros locais. (GLOBO, 2016).

Mostra-se notável também perceber que essa ascensão da plataforma durante os jogos não prejudicou os fornecedores de serviços da hotelaria tradicional, pois a taxa de ocupação dos hotéis neste período, de acordo com a revista Valor Econômico (2016), chegou a 90%, com os bairros principais tendo 98% de ocupação. Isso mostra que talvez o mercado hoteleiro não seja um jogo de soma zero, no qual para um meio de hospedagem lucrar o outro deve ser prejudicado, e que os meios alternativos sejam exatamente isso, uma alternativa.

Os meios de hospedagem tradicionais são aqueles que operam desde antes da ascensão da economia compartilhada, e são mais conhecidos como hotéis, hostels, resorts, pousadas, entre outros.

A economia compartilhada não está necessariamente relacionada ao turismo, existem serviços de crowdfunding, definidos por Thorpe (2015) como um meio de arrecadar fundos de pessoa por pessoa, utilizando as redes sociais para divulgação. Alguns exemplos são o Gofundme e o Kickstarter (no Brasil uma plataforma equivalente seria o Vakinha). Os próprios Ebay/Mercado Livre poderiam ser considerados plataformas de economia compartilhada, pois são pessoas negociando com pessoas via uma plataforma online intermediária. Porém, entre os maiores prestadores de serviço de economia compartilhada, o Airbnb é diretamente relacionado ao turismo, pois fornece um meio de hospedagem para viajantes, um pilar essencial do turismo. Outras grandes empresas que podem ser relacionadas diretamente ao turismo são as que operam no setor de transportes, como o Uber, Lyft ou Didi (o “Uber chinês”), pois o deslocamento, embora não exclusivo ao turismo, é um pilar essencial do mesmo.

Apenas o Airbnb, segundo O Globo (2017), movimentou 2,5 bilhões de reais do PIB brasileiro, tendo iniciado suas operações no país em 2012, na Copa do Mundo de futebol da Federação Internacional de Futebol (FIFA). Segundo IBGE (2018), o PIB brasileiro de 2017 fechou em 6,6 trilhões de reais, ou seja, o Airbnb sozinho foi responsável por aproximadamente 0,038% de todo o PIB do país, uma quantia significativa para apenas uma empresa de um setor, o que mostra o impacto da economia compartilhada no contexto econômico em geral.

Especificamente, o tradicional BnB ou Bed and Breakfast (cama e café da manhã) apresenta-se como oferta dentro de um lapso de tempo considerável, mas a ideia de ofertar tal serviço valendo-se dos meios virtuais é relativamente novo, nesse sentido destaca-se que o Airbnb foi fundado em agosto de 2008 por Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk, onde o atual CEO é Brian Chesky, e está sediado em São Francisco, na Califórnia.

O Airbnb é uma plataforma que conecta pessoas do mundo todo para que as mesmas anunciem, descubram e reservem espaços diferenciados pela Internet (via computador, tablet ou por celular), funciona 24 horas, todos os dias sem pausa em finais de semanas e feriados. Na plataforma constam desde casas familiares onde os residentes (chamados de anfitriões pela empresa) compartilham deste espaço em que habitam, alugando um quarto ou mais. Encontram-se também na plataforma divulgações de casas apartamentos ou até mesmo um castelo como citado pelo site oficial:

Não importa se você precisa de um apartamento por uma noite, um castelo por uma semana ou um condomínio por um mês: o Airbnb conecta as pessoas às experiências de viagem únicas, preços variados, em mais de 65.000 cidades e 191 países. Com um serviço de atendimento ao consumidor de nível internacional e uma comunidade de usuários em crescimento constante, o Airbnb é a maneira mais fácil de transformar seu espaço extra em dinheiro e mostrá-lo para milhões de pessoas. (AIRBNB, 2017).

Com serviços globais de atendimento o anfitrião pode ser o cliente e o cliente pode ser o anfitrião, comercializando seu próprio espaço particular, o que gera uma renda extra para os mesmos. O Airbnb é a oportunidade para as pessoas monetizarem seus espaços extras e mostrá-los para milhões de pessoas sejam elas turistas ou residentes locais.

De acordo com notícia publicada na página da FOLHA (2017):

[...] com mais opções e variedade de preços, o turismo cresceu. Entre os usuários do Airbnb, 31% afirmam que ou não viajariam ou ficariam menos tempo fora de casa se não fosse pela plataforma. Ganhou também a economia das cidades. Além do aumento da renda de quem oferece hospedagem, o maior fluxo de viajantes faz crescer o consumo em bares, restaurantes e mercados locais.

Outro ponto de destaque centra-se nas opções de aluguel para os viajantes são mais espalhadas geograficamente pelas cidades do que a rede hoteleira convencional, o comércio em um número maior de bairros também se beneficia. Um ponto que gerou interesse por esta pesquisa, foi o fato que, de acordo com Zervas *et al.*, 2015, no Airbnb 95% das avaliações das propriedades são extremamente positivas (4.5 estrelas ou mais em uma escala de 5 estrelas, enquanto que no Tripadvisor a média entre os hotéis listados é de 3.8 de 5 estrelas, com avaliações muito mais variadas.

Os serviços do Airbnb mostram um padrão alto de qualidade, mesmo sendo uma empresa nova no mercado, apresentando preços mais baixos que a concorrência e tendo um sistema de auto-regulamentação. Percebe-se então, o potencial do Airbnb como um grande segmento do mercado hoteleiro, sendo considerado, inclusive, uma ameaça aos meios de hospedagem tradicionais. Essa suposta ameaça pode dar apoio a teoria de que o Airbnb seria uma inovação disruptiva, um serviço tão inovador, bom e diferente que modifica toda a dinâmica de um setor de mercado específico.

De acordo com a própria página do Airbnb (2018), integrantes de quase todos os países do mundo são elegíveis a proverem hospedagem por meio da plataforma, com exceção de alguns países destacados por motivos legais e/ou políticos:

O Airbnb é obrigado a cumprir as regulamentações internacionais que limitam o uso do nosso site por residentes de determinados países. Em função disso, nossos serviços não estão disponíveis na Crimeia, Irã, Síria e Coreia do Norte.

Referente à legalidade do serviço, ela varia de acordo com o país, cidade ou região, na página web da plataforma são disponibilizados as informações e procedimentos necessários para os possíveis anfitriões. Dentro da seção de ajuda do site, há uma parte que fala sobre os possíveis impostos, permissões e restrições aplicáveis sobre o imóvel a

ser fornecido como meio de hospedagem. Já na parte sobre questões jurídicas em específico, encontra-se o seguinte trecho:

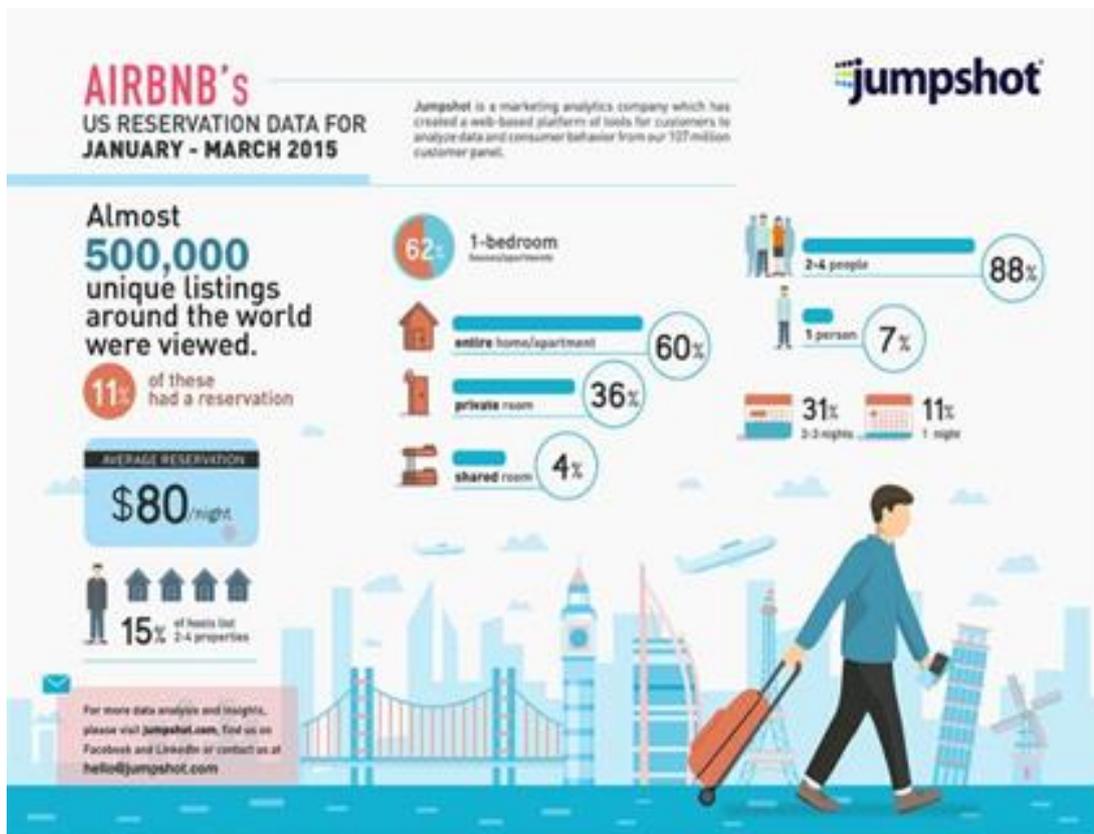
Algumas cidades possuem leis que restringem a possibilidade de se receber hóspedes pagantes em casa por curtos períodos de tempo. Muitas vezes, essas leis fazem parte do código de zoneamento ou administrativo da cidade. Em muitas cidades, por exemplo, você deve primeiro fazer sua inscrição no órgão público responsável, solicitar uma permissão ou obter uma licença antes de poder anunciar sua propriedade ou receber hóspedes. Em algumas cidades, porém, é possível que certos tipos de reservas de curta duração sejam completamente proibidas. O modo como cada governo local fiscaliza essas leis varia bastante, e as penalidades podem incluir, dentre outras coisas, multas (AIRBNB, 2018):

Ou seja, devido à enorme variação no que se trata às questões legais ao redor do mundo, é necessário que cada anfitrião que deseje disponibilizar seu espaço para aluguel através do serviço se informe de acordo com sua localidade.

Além disso, atividades são delineadas de acordo com que o sistema oferece, a principal, foco deste estudo, é a hospedagem por terceiros, que oferece desde mansões inteiras até quartos compartilhados como em um hostel. Além da hospedagem, foram adicionados recentemente (considerando o período de elaboração deste trabalho) os serviços de experiências, onde um hóspede contrata, por exemplo, uma acomodação junto de uma aula de Yoga, ministrada pelo próprio anfitrião. E por último e mais recente, foram adicionados serviços de restaurantes que podem ser adicionados ao itinerário. (AIRBNB, 2018)

Segundo pesquisa realizada nos Estados Unidos pela Jumpshot no primeiro quadrimestre de 2015, Shavit (2015) nota que entre 500 mil possibilidades de alojamentos, 11% foram reservados, e 88% das reservas foi feita para duas pessoas ou mais. Também há outros dados interessantes, conforme o gráfico a seguir feito na mesma pesquisa:

Figura 1: Visualização dos dados da pesquisa feita pela Jumpshot.



Fonte: Shavit (2015)

É interessante também notar a diferença nos serviços fornecidos em relação aos meios de hospedagem tradicionais, como 60% das estadas ocorrerem em apartamentos ou casas inteiras, com quartos privados, similares aos de hotéis, o qual em sua maioria são oferecidos quartos privados e uma área comum com outros hóspedes, sendo uma parcela menor.

### Metodologia

Vale informar que neste trabalho os conceitos metodológicos foram baseados de acordo com os autores Gerhardt e Silveira (2009).

A primeira etapa foi definir a abordagem da pesquisa, e nesse sentido observa-se que a pesquisa qualitativa é a que melhor retrata a natureza do estudo pois, não trata a representatividade numérica como prioridade, coloca-se em evidência o contexto de maneira aprofundada, procurando investigar com mais detalhes a compressão desse contexto social. A pesquisa qualitativa foi utilizada para analisar as nuances do cenário

competitivo dos meios de hospedagem de Ribeirão Preto/SP, não com isso caracterizando a essência qualitativa em amplitude.

Como garantia de exequibilidade deste trabalho, foi definido o público-alvo para facilitar na análise dos dados. Esta etapa também foi importante pois, seria difícil aplicar o questionário sem um afunilamento do objeto de estudo. Após algumas análises e sugestões, chegou-se a decisão de entrevistar os gestores de alguns hotéis no município de Ribeirão Preto. Para realizar foi utilizada uma amostra por conveniência, onde não foi estabelecido uma meta de respostas obtidas, e sim aquelas que puderam ser obtidas.

Para a aplicação do questionário, realizou-se entrevista tanto presencial quanto via, efetivando quinze gestores. As respostas foram agrupadas em categorias similares de modo a permitir a análise das mesmas de forma quantificada.

Após serem descritas as ferramentas metodológicas de pesquisa, pode-se dizer que o estudo que aqui se apresenta tem sua natureza definida como qualitativa, pois utiliza de uma entrevista contendo questões abertas, ao qual se concede um espaço para um diálogo. Tal definição se dá pelo contexto e volume de dados levantados bem como o tipo de discussão que se faz no que tange aos dados levantados, sendo necessário analisar os dados por um ponto de vista contextual.

### **Análise dos Resultados**

Ao fim da realização da pesquisa, foram um total de quinze gestores que responderam o questionário. Após isso, foi possível agrupar as respostas similares em quatro categorias.

Dos gerentes entrevistados no município de Ribeirão Preto/SP, de cinco hotéis da mesma rede (33% da amostragem total do trabalho), foram obtidas respostas similares:

- O hotel sentiu o impacto, porém, foi maior em cidades como Rio de Janeiro, e o impacto diminuiu com o tempo.
- O Airbnb é visto como um concorrente direto, porém não representa uma grande parcela da concorrência.
- A rede adotou um programa de fidelidade, que permite que os hóspedes que se hospedam na rede acumulem pontos para serem trocados por benefícios, além da maior personalização de atendimento, para que o cliente se sinta diferenciado e exclusivo.
- Não é exatamente justo pois há menos fiscalização que os hotéis, porém, os meios de operação são diferentes.

- As maiores ameaças são consideradas as OTAs (agências de viagens online), pois são as que mais contribuem para perda de receita dos hotéis de rede. As crises econômicas recentes foram o fator que mais impactou a receita de hotéis da rede no Brasil.

Nesta categoria, percebe-se que existe uma percepção de concorrência, porém, não é a maior das preocupações. É interessante também notar as comparações com outras cidades, por ser uma rede hoteleira, que trazem uma perspectiva adicional ao trabalho, pois indica que o município de Ribeirão Preto não sofreu um impacto significativo do Airbnb, e as cidades maiores como capitais sentiram um impacto maior.

Em 2 hotéis de outra rede (15% da amostragem), foram obtidas as seguintes respostas dos gestores:

- O impacto foi sentido pela rede, porém, mais em outros países do que no Brasil.
- O Airbnb é visto como um concorrente direto, porém as outras redes hoteleiras são a maior preocupação.
- A rede comprou várias marcas e investiu pesadamente na área de informática de modo a captar parcela da clientela do Airbnb e das OTAs.
- Não é justo, a carga tributária aplicada em hotéis brasileiros deveria ser menor para igualar a operação.
- Não foi possível sentir o impacto do Airbnb na região de Ribeirão Preto, por não ser uma cidade turística e receber mais viajantes a negócios, que necessitam da formalidade de hotéis principalmente na questão de notas fiscais e prestação de contas.

Aqui é indicado um possível fator que poderia diferenciar os nichos, do viajante que utiliza hotéis a trabalho e o viajante que utiliza o Airbnb. A operação padronizada de hotéis de rede e a maior formalidade em questão à prestação de contas faz com que hotéis sejam preferidos por empresas para hospedar seus funcionários que viajam a trabalho, pois são emitidas notas fiscais, que permitem um controle maior e mais formal dos gastos da empresa.

Outro ponto interessante é o foco na informatização, mostrando que as redes hoteleiras sabem agir de acordo com as tendências do mercado, evoluindo com o tempo. Novamente, percebe-se que o combate às OTAs influencia muito na estratégia mercadológica de hotéis.

Já em 7 hotéis locais da cidade (46% da amostragem), foi possível perceber a diferença de percepção de ameaça dos hotéis de rede em comparação a estes hotéis:

- Não sentiram nenhum impacto significativo na clientela.

- O Airbnb não é visto como um concorrente direto, é visto como um nicho.
- Nenhuma ação diferente foi tomada.
- Não, pois os hotéis pagam mais impostos.
- Muitas das reservas são feitas por famílias, que preferem hotéis pois os percebem como mais seguros do que ficar no Airbnb.

Nesta categoria é possível reparar a diferença na percepção de concorrência entre os hotéis de rede e os hotéis locais, o Airbnb é colocado em segundo plano, não é criada nenhuma estratégia para lidar com esse possível concorrente, pois de acordo com suas experiências, os gestores não acreditam que o Airbnb seja interessante para seus clientes. A questão da segurança mostra-se como essencial para um dos gestores, que disse: “As famílias não confiam muito no Airbnb, os pais ficam preocupados com a segurança dos filhos, e preferem os hotéis porque são mais seguros”.

Um gestor de 1 hotel simples familiar (6% da amostragem) afirmou não conhecer muito sobre o Airbnb, e respondeu da seguinte forma:

- Não acredita que houve impacto devido ao Airbnb.
- Não acredita que seja um concorrente direto.
- Não foi elaborada nenhuma estratégia nova.
- Não acha justo hotéis terem que pagar mais impostos e o Airbnb operar de maneira mais livre.
- Nenhum comentário a parte.

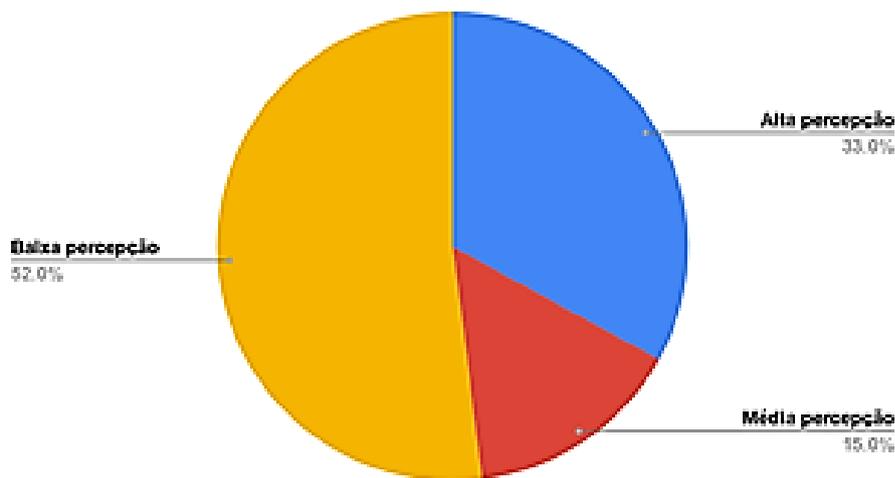
Esta categoria é composta por apenas um gestor de um hotel simples de pequeno porte, que demonstrou não conhecer muito sobre o Airbnb, e se mostrou incomodado apenas com a questão da legislação, do Airbnb ser menos fiscalizado e regulado que hotéis. Fora isso, o gestor não ofereceu mais nenhum comentário adicional sobre o tema.

Talvez o mais interessante a ser observado nesta pesquisa foi o fato das OTAs serem o foco da atenção dos hotéis no que diz respeito à concorrência. Nas palavras de um dos gestores entrevistados, as OTAs têm um impacto mensurável, pois todo mês é paga a comissão dessas empresas, essa comissão representa uma perda direta de receita do hotel. O Airbnb, por ser um serviço paralelo, não possui dados tão objetivos para representar o possível impacto nos hotéis. Citando um dos gestores: “O Airbnb a gente ainda não sabe o impacto, não temos como saber, já as OTAs a gente sabe, porque temos que pagar uma comissão todos os meses, então tá ali o valor exato que a gente precisa pagar para eles todo mês, uma receita que perdemos.”

Dentro destes resultados, podemos dividi-los em 3 categorias: alta, média, e baixa percepção de concorrência dos hotéis pelo Airbnb.

Gráfico 1: Percepção de concorrência

Níveis de percepção de concorrência



Fonte: Elaborado pelos autores

Nesses dados, a alta percepção de ameaça vem de hotéis de uma mesma rede; a média percepção de hotéis de outra grande rede; e a baixa percepção vem dos hotéis locais, tanto de maior quanto menor porte.

Pode-se observar que a maior preocupação vem dos hotéis de rede, talvez por terem grandes redes de distribuição online, e estarem mais a par do surgimento de novos atores no mercado. Mesmo assim, esse impacto não percebido como sendo tão grande, já que o Airbnb não é a prioridade em questão de estratégia, os hotéis concorrentes e as OTAs ocupam esse posto. Já os hotéis menores, não elencam o Airbnb como sendo um concorrente direto, acreditam que tenha sido formado um nicho para viajantes que usam o Airbnb.

Agora, referente a legislação, todos os gestores entrevistados apontaram que não acreditam ser justa a legislação quando comparada entre os hotéis e o Airbnb, porém, não demonstraram grande incômodo com isso, não é algo que possibilita formar um paralelo entre os Táxis e o Uber por exemplo. Esse incômodo com a legislação, conforme

analisado na fundamentação teórica em grande escala, não foi tão visível na cidade de Ribeirão Preto pelo menos.

## **Conclusão**

Ao analisar a história e o contexto do Airbnb em contraste com os resultados obtidos, pode-se concluir que na cidade de Ribeirão Preto, o Airbnb não tem uma presença significativa a ponto de representar concorrência na visão de gestores de hotéis da cidade. A operação da plataforma pode ser considerada diferente o suficiente da operação hoteleira para distinguir os dois modelos em categorias separadas, dividindo os nichos de viajantes.

Mensurando o grau de concorrência percebido pelos hotéis, é possível observar que representa uma porcentagem muito baixa da amostragem, o Airbnb é a menor das preocupações na lista dos gestores. Mostrou-se interessante também a ênfase dada pelos hotéis de rede às OTAs, que para eles representa um concorrente mais significativo e mensurável.

Sobre a legislação, nota-se que a indignação por parte da hotelaria tradicional referente à falta de regulamentação do Airbnb não é tão perceptível quanto antes, por acreditarem que foi formado um nicho para viajantes que usam a plataforma, os gestores não expressaram fortes opiniões contrárias referente à legislação vigente que concerne o Airbnb. Porém, reparou-se que ainda não acham as leis de regulamentação justas quando comparadas à hotelaria.

Destarte, é interessante também aumentar a escala deste trabalho em uma pesquisa futura, de modo a analisar se o Airbnb realmente faz parte de um nicho a parte da hotelaria tradicional em todo o território brasileiro, ou se várias localizações podem oferecer perspectivas diferentes sobre o tema.

## **Referências**

### **Referências**

AIRBNB. **About Us**. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/about/about-us>>. Acesso em: 02 maio 2017.

**AIRBNB. Reserve espaços para ficar e coisas para fazer, aonde quer que você vá.**

Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/?logo=1>> Acesso em: 16 jun 2018.

**CNDL, Economia Compartilhada deixa 89% de seus usuários satisfeitos, revela estudo da CNDL/SPC Brasil, 2017.** Disponível em < <http://site.cndl.org.br/economia-compartilhada-deixa-89-de-seus-usuarios-satisfeitos-revela-estudo-da-cndlspc-brasil-2/>>. Acesso em 13 de junho de 2019.

**FOLHA, Oportunidades da nova economia.** 2017. Disponível em: < <http://estudio.folha.uol.com.br/airbnb/2017/04/1876008-geracao-milenio-e-a-nova-economia-compartilhada-tem-transformado-a-forma-de-viajar.shtml>>. Acesso em 17 de junho de 2019.

**GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (organizadoras). Métodos de Pesquisa.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

**GLOBO. Airbnb firma parceria para ampliar hospedagem no São João de Campina Grande, 2017.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/pb/paraiba/noticia/airbnb-firma-parceria-com-campina-grande-para-ampliar-hospedagem-no-sao-joao-2017.ghtml>> Acesso em: 05 dez 2018.

**O GLOBO. Compartilhamento deverá ser 30% do PIB de serviços, 2017.** Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2017/10/compartilhamento-devera-ser-30-do-pib-de-servicos.html>> Acesso em: 23 out 2018.

**GLOBO. Reservas de Airbnb crescem 22% durante Olimpíadas do Rio, 2016.** Disponível em: <<http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/reservas-de-airbnb-crescem-22-durante-olimpiadas-do-rio.html>> Acesso em: 05 dez 2018.

**IBGE. Ribeirão Preto, 2010.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sp/ribeirao-preto/panorama>. Acesso em 10 de maio de 2019.

**OMT Organização Mundial do Turismo. Turismo.** S/d. Disponível em: <http://www2.unwto.org/>. Acesso em 18 de Fev de 2017.

**SHAVIT, N. Who Uses Airbnb and Why? Airbnb's 2015 Reservation, 2016.** Disponível em: <<https://www.dailyinfographic.com/who-uses-airbnb-and-why-airbnbs-2015-reservation-data>>. Acesso em 02 de maio de 2017.

THORPE, Devin. **What is Crowdfunding?**, 2018. Disponível em: < <https://www.forbes.com/sites/devinthorpe/2018/06/25/what-is-crowdfunding/#6471ec2865c5>> Acesso em: 16 jun 2018.

VALOR ECONÔMICO. **Airbnb prevê movimentar 247 milhões durante olimpíada**, 2016. Disponível em: < [.https://www.valor.com.br/empresas/4654531/airbnb-preve-movimentar-r-247-milhoes-durante-olimpiada](https://www.valor.com.br/empresas/4654531/airbnb-preve-movimentar-r-247-milhoes-durante-olimpiada) >. Acesso em 11 de junho de 2019.

ZERVAS, G.; PROSERPIO, D.; BYERS, J. A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay is Above Average. **eBusiness & eCommerce eJournal**, 2015. Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2554500>. Acesso em: 28 de Fev. de 2017.