



O fenômeno da *sharing economy* e a hotelaria

O que é *sharing economy*?

O avanço da tecnologia nos últimos anos vem promovendo revoluções no modo de se consumir em todo o planeta, desde o advento das plataformas de comércio virtual até a veiculação de mídias digitais em serviços de *streaming*. A mais recente mudança observada é o que os especialistas chamam de *sharing economy* ou economia compartilhada.

A economia compartilhada tem como base o consumo colaborativo e sua origem está muito associada ao comportamento dos *millennials*, que já têm o compartilhamento e a colaboração em ações e conteúdo como um hábito, por ser muito familiarizados com o meio virtual. Influenciadas por fatores externos, como a crise econômica em 2008/2009 e as mudanças climáticas, utilizando-se dessa matriz tecnológica e do conceito de compartilhamento já muito disseminado em meio virtual, começaram a surgir companhias nos últimos anos que propuseram novos modelos de negócios, baseados no consumo colaborativo e na estrutura do mercado de dois lados (M2L), com a criação de plataformas que permitem o encontro de dois grupos de consumidores, incentivando o encontro de ambos os grupos e criando condições para que realizem o maior número de transações entre si, possibilitado pela rede.

São três os pilares que definem o consumo colaborativo:

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

Essas iniciativas têm em seus principais expoentes marcas conhecidas do público, como Uber, Airbnb e eBay. Além dessas, outras companhias da *sharing economy* já atingiram valores de mercado estimados na casa dos bilhões de dólares.

A Sharing economy tem como base o consumo colaborativo, que utiliza plataformas virtuais para promover o compartilhamento de hábitos, bens e produtos entre seus adeptos

Apesar do rápido avanço dessas companhias, algumas vêm enfrentando problemas, como é o caso do Uber. Em diversos países do mundo, o serviço de transporte vem sofrendo pressões internas, protestos e até boicotes de outros setores, como os taxistas. A principal alegação é de que o serviço não segue as leis municipais, que sobre ele não incide nenhum tipo de regulamentação e que, por isso, acaba por oferecer uma concorrência desleal aos taxistas regulamentados.

Estudiosos do assunto também ampliam a polêmica e afirmam que a plataforma não pode ser considerada um empreendimento da *sharing economy* – na realidade, o motorista não está compartilhando uma viagem ou trajeto com o passageiro, mas sim realizando-o exclusivamente. O serviço não estaria disponível caso não fosse solicitado pelo passageiro, portanto é uma relação de compra e não de compartilhamento.

A polêmica também ronda a atuação de outras empresas da *sharing economy*, principalmente porque se utilizam de modelos de negócio inovadores e ainda pouco comuns, que geram discussões e interpretações variadas dos atores envolvidos, sejam eles consumidores, poder público ou trade setorial. Polêmicas à parte, o fato é que a *sharing economy* chegou para ficar.

Sharing economy e a hotelaria.

No caso da hotelaria, a *sharing economy* possibilitou o surgimento de uma oferta de hospitalidade alternativa,



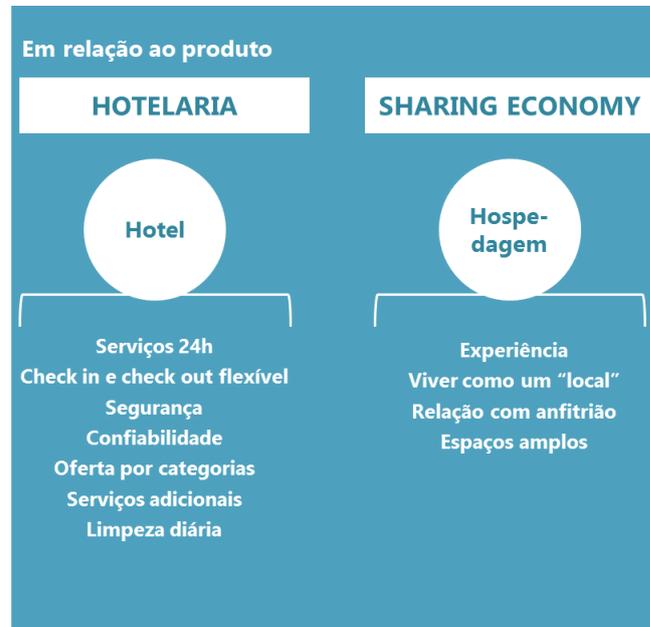
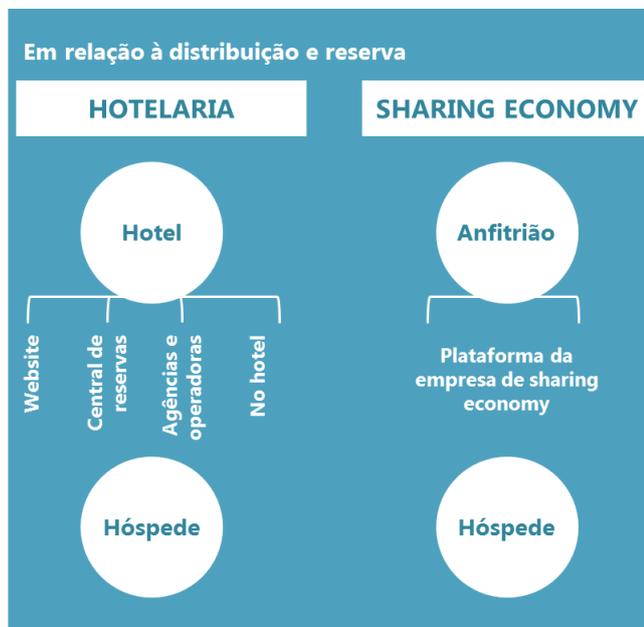
O fenômeno da *sharing economy* e a hotelaria

baseada em empresas detentoras de plataformas virtuais que possibilitam que viajantes loquem 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, são as principais características dessa interação de consumo. A plataforma não se responsabiliza pelos processos de *check in* ou *check out*, as 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). Além disso, apesar do crescimento da oferta de serviços adicionais, esta ainda é quase inexistente, restringindo as suas atividades basicamente à locação dos quartos e imóveis.

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, valiosa para os viajantes a negócios, não existe na *sharing economy*. 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.



O fenômeno da *sharing economy* e a hotelaria

As grandes da *sharing economy* no setor de hospedagem

A atuação das empresas enquadradas nesse novo modelo vem sendo destaque no setor de hospedagem. Entre os principais expoentes dessa alternativa à hospedagem tradicional estão o **Wimdu**, criado em 2011 com sede na Alemanha e foco no mercado europeu, que já atingiu mais de 1 milhão de *listing* (anúncios) desde sua criação; o **HomeAway**, criado em 2005, incorporou diversas plataformas concorrentes durante os últimos dez anos e hoje é uma das principais companhias desse mercado, no Brasil faz parte da família HomeAway o Alugue Temporada; e o **Airbnb**, a empresa de *sharing economy* de maior destaque no setor de acomodações.

Como algumas das outras companhias do mesmo segmento, o Airbnb surgiu em 2008, mas ganhou notoriedade de mercado a partir do ano de 2010. A companhia teve um crescimento rápido e hoje tem seu valor de mercado estimado em U\$30 bilhões, segundo o The Wall Street Journal, sendo, portanto, a segunda maior empresa de consumo colaborativo em valor de mercado, atrás apenas do Uber. O número de quartos disponíveis já chegou ao patamar de 2 milhões, distribuídos em cerca de 34.000 cidades em 191 países, e a expectativa da companhia é que sua receita cresça dos US\$900 milhões de 2015 para US\$10 bilhões em 2020, sendo necessário aumentar de 1% para 10% seu *share* no mercado global de hospedagem, de acordo com a PhoCusWright.



No Brasil, o Airbnb já ultrapassou 95 mil *listing*, quase metade deles na cidade do Rio de Janeiro. O país hoje representa o quarto maior mercado da empresa no mundo, o que a levou a abrir um escritório em São Paulo. Durante a Copa do Mundo, 6% das reservas foram efetuadas por brasileiros, diferente dos Jogos Olímpicos 2016, em que foi anunciada uma parceria entre a companhia e o Comitê Organizador dos jogos, atingindo 55% de brasileiros, de um total de mais de 80 mil hóspedes.

No setor hoteleiro, o impacto dessa atividade também já vem sendo sentido. Estudos da *Boston University* apontam que um aumento de 10% na atividade da empresa reflete em uma redução de 0,39% ao mês na receita dos hotéis. Os empreendimentos que mais perdem participação de mercado com os avanços da atividade são os hotéis de lazer e da categoria econômica. Segundo o documento, os hotéis independentes também seriam razoavelmente atingidos e os segmentos menos afetados por enquanto seriam o corporativo e de luxo das grandes redes hoteleiras, além dos hotéis boutique.

No entanto, com a nova solução *Airbnb for Business*, já são mais de 50mil empresas fazendo reservas em 172 países, totalizando 10% de todas as viagens reservadas por meio da plataforma.

No próximos anos, o Airbnb espera aumentar sua participação de mercado, expandindo suas atividades com a oferta de serviços complementares, como passeios guiados serviços de A&B, e o já lançado serviço de *Hosts* "LikeBr".

Os números impressionam e já preocupam as autoridades. A empresa tem enfrentado problemas jurídicos em cidades como Barcelona, Nova York e Berlim, em sua maioria relacionados à falta de regulamentação da atividade exercida pelos anfitriões. Na Catalunha, Espanha, o Airbnb foi multado por comercializar apartamentos turísticos ilegais, não inscritos no registro de turismo catalão.

O fenômeno da sharing economy e a hotelaria

Em decorrência da multa, estabeleceram um marco legal específico para regulamentar o Airbnb na região. No caso de Nova York, parte da polêmica está relacionada à sublocação de imóveis para curta temporada, o que é proibido pela legislação municipal. Outra polêmica está relacionada à segurança de hóspedes e anfitriões. São cada vez mais comuns casos de roubos e vandalismo praticados por hóspedes e grandes divergências entre as informações cadastradas no site por anfitriões e a realidade encontrada pelos hóspedes.

A profissionalização dos anfitriões também vem gerando críticas à empresa. Cresce o número de anúncios provenientes de anunciantes profissionais, anfitriões que não são os proprietários dos imóveis, mas sim espécies de “agentes” que possuem vários anúncios de imóveis de terceiros listados. Essa intermediação de hospedagem evidencia uma necessidade de regulamentação não apenas dessa oferta, mas também dos novos players que emergem a partir dela – como esses agenciadores.

What's next?

Apesar das polêmicas, as empresas de hospitalidade da chamada *sharing economy* já não são mais uma tendência, mas sim uma realidade, provocando mudanças no setor. É necessário estar atento a essas novas iniciativas e modelos de negócio e consumo para detectar nelas oportunidades e necessidades de adequação a um público de consumidores cada vez mais variado – tanto em relação a seus perfis, como à forma que consomem.

O fato é que essas empresas, que surgiram como *startups*, hoje são grandes companhias e representam uma parte significativa dos mercados em que atuam. Como toda e qualquer inovação, exigem regulamentação por parte das autoridades competentes para que possibilitem uma competição justa entre os modelos apresentados, gerando desenvolvimento para seus setores.

Para o futuro, outros mercados relacionados à hospitalidade devem ser explorados. Algumas ideias já são iniciativas de destaque:

Bla Bla Car

Blabla Car - Passageiros encontram condutores para uma viagem compartilhada.

TRAVELERCAR.com

Traveler Car - Chegando ao seu destino, passageiro localiza um carro estacionado em um aeroporto pelo seu dono e o aluga.

LikeBr

LikeBr – Comunidade de *hosts* com serviços de recepção, limpeza, manutenção, administração de imóvel e outros serviços para anfitriões de sites de aluguel de curta duração.

Você Sabia?

Atualmente vem ocorrendo uma interpenetração entre a hotelaria, as OTA's (*Online Travel Agencies*) e a *sharing economy*.

O Airbnb finalizou seu primeiro “hotel” no Japão, que recebeu o nome de Samara. Ele é uma propriedade comercial, comunitária, cuidada por moradores locais e alugada para turistas, para explorar novas atitudes relacionadas a confiança.

Existem hoteleiros investindo na economia compartilhada, a exemplo temos a *AccorHotels* que comprou a *OneFineStay* ofertando apartamentos e casas de alto padrão nos mesmos moldes do Airbnb, com anfitriões e visitantes.

As OTA's (*Online Travel Agencies*) também têm investido no setor. A *Expedia* comprou a *HomeAway* por US\$4 bilhões, acrescentando o inventário de aluguéis por temporada em sua plataforma.

Pergunta: O que a sharing economy significa para a hotelaria?

Patrick Mendes, VP de Estudos e Tendências do FOHB



Referencias

Business Insider : <http://uk.businessinsider.com/airbnb-builds-hotel-japan-community-samara-yoshino-2016-8>

El País. [Airbnb quiere que Barcelona sea como Amsterdam.](#)

El País. [Cataluña multa al portal Airbnb por comercializar pisos turísticos ilegales.](#)

Época Negócios. [O terror dos hotéis.](#)

Fast Coexist. [Stop Saying Uber Is Part Of The Sharing Economy.](#)

Final Times : <https://www.ft.com/content/5d552e26-fa76-11e5-8f41-df5bda8beb40>

Forbes. [As Airbnb, Snapchat Move Towards IPO's, Early Investor Sizes Up The Deal.](#)

Fox Business. [How Airbnb Became More Valuable Than Marriott & Hilton.](#)

G1. [Câmara aprova projeto de lei que proíbe Uber em SP.](#)

Georgios Zervas, Davide Proserpio e John W. Byers. The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry.

IstoÉ Dinheiro. [Quem tem medo de Uber, WhatsApp e Cia?](#)

NY daily News. [NYC Council to propose tough penalties for landlords who use sites like Airbnb, in effort to keep affordable housing.](#)

NY Times. [Airbnb Grows to a Million Rooms, and Hotel Rivals Are Quiet, for Now.](#)

NY Times: http://www.nytimes.com/2015/11/05/business/dealbook/expedia-to-acquire-homeaway-for-3-9-billion.html?_r=0

O Estado de São Paulo. [Airbnb amplia oferta de quartos na Copa e incomoda setor hoteleiro.](#)

O Estado de São Paulo. [Alugar quartos é apenas uma parte do nosso negócio, diz cofundador do Airbnb.](#)

Rachel Botsman e Roo Rogers. What's mine is yours: the rise of collaborative consumption.

Revista Hotéis. <http://www.revistahoteis.com.br/airbnb-desperta-polemica-no-setor-hoteleiro/>

The Economist. [Airbnb versus hotels - Room for all, for now.](#)

The Economist. [The rise of the sharing economy.](#)

The Guardian. [Airbnb's legal troubles: what are the issues?](#)

The Guardian. [Don't buy the 'sharing economy' hype: Airbnb and Uber are facilitating rip-offs.](#)

The Verge. [Airbnb comes under fire in New York City.](#)

The Washington Post. [Airbnb just beat New York in court, but the state isn't giving up yet.](#)

FOHB – Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil

Criado em 2002, o Fórum de Operadores Hoteleiros do Brasil é uma entidade que atua em prol do setor seguindo três eixos principais: Representação, Desenvolvimento e Informação. Suas ações contemplam parcerias com o setor público, iniciativa privada e demais entidades em projetos de capacitação e qualificação, reivindicações e produção de importantes pesquisas e estudos para o setor. Atualmente, o FOHB representa as 27 principais redes hoteleiras nacionais e internacionais que atuam no Brasil, totalizando 635 hotéis e 111 mil UHs (unidades habitacionais), presentes em 150 cidades, em 24 estados e no Distrito Federal, gerando atualmente R\$2,6 bilhões de impostos por ano e cerca de 182 mil empregos diretos e indiretos. Para mais informações acesse: www.fohb.com.br

Presidência Executiva e Conselho

Presidente: Manuel Gama

Vice-Presidente Administrativo Financeiro: Paulo Caputo

Vice-Presidente de Desenvolvimento de Talentos: Eduardo Campos

Vice-Presidente de Desenvolvimento Setorial: Rafael Guaspari

Vice-Presidente de Marketing e Distribuição: César Nunes

Vice-Presidente de Estudos & Tendências: Patrick Mendes

Presidente do Conselho: Roberto Rotter

Vice-Presidente do Conselho: Roland de Bonadona

Conselheiro: Alexandre Gehlen

Conselheiro: Alexandre Solleiro

Conselheiro: Guilherme Paulus

Conselheiro: Jayme Canet Neto

Equipe técnica

Diretor Executivo: Orlando de Souza

Assistente de Diretoria: Patrick de Almeida

Gerente de Marketing e Relações com Associados: Ana Paula Rodrigues

Gerente de Parcerias e Novos Negócios: Anelise Longo

Coordenadora de Eventos: Fabiana Ribeiro

Assistente Administrativo Financeiro: Débora Ferreira

Estagiária: Maria Luiza Chagas Diegues