TURISMO COMPARTILHADO: O NOVO MODELO ECONÔMICO E SEUS IMPACTOS NO MERCADO TURÍSTICO

Ariel Santos Carvalho, Fabrício Alves Martins, Fábio Luciano Violin

Universidade Estadual Paulista - UNESP, Turismo, Campus Experimental de Rosana, SP.

RESUMO

O novo modelo econômico remete à uma nova era tecnológica que impacta o mercado turístico tradicional. O seguinte trabalho buscou analisar os impactos das empresas que fazem parte da modelo economia compartilhada, e em específico às características da ascensão dessas empresas, pelos quais os clientes podem vir a preferir esse tipo de serviço em detrimento dos serviços providos pelo mercado tradicional. A pesquisa teve como foco a identificação e a classificação de empresas que atuam no modelo da economia compartilhada, utilizando como indicadores o porte dessas empresas, especificamente empresas que valem acima de 1 bilhão de dólares. Foi utilizado como critério também, dentro da análise, empresas ligadas direta ou indiretamente ao setor de Turismo.

Palavras-chave: Turismo; Economia Compartilhada

ABSTRACT

The new economic model refers to a new technological era that impacts the traditional tourism market. The following essay looked to analyze the impacts of the companies which belong to the sharing economy model, specifically the characteristics of the ascension of such companies, by which the clients may come to prefer this kind of service instead of the one provided by the traditional market. The research focused on the identification and classification of enterprises that act by the model of sharing economy, utilizing as the classifiers the size of these enterprises, specifically the ones which are worth at least 1 billion dollars. Another criteria utilized inside the analysis were companies related directly or indirectly to tourism.

KeyWords: Tourism; Sharing Economy.

INTRODUÇÃO

Compreende-se que essa nova forma de acesso a bens e serviços traga divergências na disputa pelos consumidores, especialmente em ramos estabelecidos e entendidos como pertencentes a tradicional forma de realizar transações, como é o caso dos meios de hospedagem, alimentação, transportes entre tantos outros. Observa-se que a economia compartilhada tem obtido sucesso na penetração de mercado em muitos países de modo excepcional, sendo esse também o caso brasileiro.

Se por um lado o consumidor ganhou mais e novas opções para consumo de produtos e serviços, por outro existe insatisfação por parte dos responsáveis ou donos de empreendimentos tradicionais postos no mercado, devido ao fato dos serviços da economia compartilhada em sua maioria não serem regulamentados pelos órgãos governamentais, (exemplo: UBER e AirBnB), e por ser uma atividade não-tributada (OLIVEIRA, 2017).

O turismo na atualidade vem alterando-se de modo consistente e substancial, especialmente devido aos avanços tecnológicos e no perfil dos consumidores. O objetivo da era da informação no que se diz respeito ao turismo é 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.

Contudo, essa nova onda não traz em seu cerne apenas as empresas tradicionais ou elevadas barreiras de acesso. Pessoas, profissionais e empresas que antes não existiam ou não tinham acesso a mercados passam a realizar transações com diferencial competitivo, especialmente focados em custo mais baixo e velocidade de transações com menos burocracia e intermediários.

Diante do exposto, observa-se que os prestadores de serviços ditos tradicionais no turismo, tais como hotéis, restaurantes e meios de transporte, encontram um dilema: ou adaptam-se e propõem novas modelagens de negócio ou correm o risco de não conseguirem atender aos anseios ditados pelo comportamento de consumo. O excesso de burocracia, rigidez, preços elevados e a precarização das informações são aspectos ou resultados indesejados fomentados ao longo dos anos e atrelados aos serviços de considerável parcela das empresas tradicionais, no contraponto, as empresas que participam da economia compartilhada trazem em seu bojo a ideia de serviços personalizados com menor custo e menor burocracia.

Muito ainda deve ocorrer para se entender qual a extensão e as alterações que essa nova onda de negócios irá provocar nos consumidores, concorrentes, empresas e profissionais, porém, é certo que o mercado dificilmente retornará a seu estado anterior.

Dessa forma, buscou-se analisar as principais empresas operantes dentro do sistema Economia compartilhada, com faturamento acima de 1 bilhão de dólares. Dentro das empresas elencadas pelo site, utilizamos outro indicador, analisar apenas empresas que têm ligações com o Turismo.

O objetivo deste estudo centrou-se na análise de empresas contemporâneas que fazem parte do recente sistema chamado Economia Compartilhada ou Economia Colaborativa. O objetivo foi o de apreender as relações de mercado dessas empresas que estão diretas ou indiretamente ligadas ao trade turístico, suas características procurando identificar os impactos provenientes dentro do setor Turístico.

METODOLOGIA

Para realizar a pesquisa foi necessário primeiro descrever os elementos introdutórios relativos a turismo, economia compartilhada e seus impactos. Tais materiais encontrados são oriundos de artigos científicos e livros especializados, porém, boa parte da literatura sobre economia compartilhada é discutida mais amplamente através de materiais, especialmente artigos internacionais.

Os dados foram analisados de acordo com as estatísticas de maneira quantitativa, contudo, elementos qualitativos emergiram dessa análise, o que permitiu descrever de modo, mesmo que embrionário, as características das empresas ligadas ao Turismo dentro do sistema de economia compartilhada.

O estudo que aqui se apresenta, tem sua natureza definida como qualitativa. Tal definição se dá pelo contexto do tipo de discussão. A definição qualitativa segue a prerrogativa da descrição dos dados e sua contextualização.

De modo sistematizado a análise se deu primordialmente através do site oficial das organizações que compõem o estudo.

A pesquisa teve como foco a identificação e a classificação de empresas que atuam no modelo da economia compartilhada, utilizando como indicadores, o porte dessas empresas, especificamente empresas que faturam acima de 1 bilhão de dólares.

De acordo com Koetsier (2015), até o momento do artigo, existiam 17 empresas de caráter colaborativo com valor igual ou superior a 1 bilhão de dólares.

Foi utilizado como critério também, dentro da análise, empresas ligadas direta ou indiretamente ao setor de Turismo. Desse modo, a pesquisa se deu por análise documental, considerando a forma de acesso ao material alvo. Tal escolha de forma de acesso ao universo de interesse se deu considerando a fidelidade das informações prestadas em sites especializados e a possibilidade de acesso direto a informações confiáveis, além da relativa falta de pesquisas acadêmicas sobre o assunto.

DISCUSSÃO TEÓRICA

Turismo

No decorrer da história, o turismo recebeu diversas definições, segundo Barreto (1995), o conceito surgiu no século XVII na Inglaterra, onde passou por diversas colocações, até chegar ao período moderno, sucedido após a Segunda Guerra Mundial. Nesse período, a internacionalização da economia possibilitou o incremento de uma série de atividades internacionais na Europa, e entre elas o turismo, que já na segunda metade do século se expandiu pelo mundo todo. No Brasil, o turismo se tornou popular a partir de 1920, que deu origem a Sociedade Brasileira de Turismo, em 1923, conforme diz Krippendorf (2001).

O turismo, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT, sd), é compreendido 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”. Por ser uma atividade bastante abrangente, ela pode ser subdividida em diversos segmentos de forma que não se esgotem as possibilidades de turismo.

Uma segunda definição, de De La Torre (1999) que auxilia a complementar o entendimento é a de que o turismo é um fenômeno social, que seria nada mais que o deslocamento voluntário e temporário de pessoas, que saem de seu local de residência para ir a outro local onde não irão realizar nenhum tipo de atividade remunerada.

Turismo está classificado dentro da economia global como parte do setor de serviços, cuja oferta é baseada nas prestações de serviços e experiências. O setor de turismo é, por natureza dinâmica e segmentada, e se apropria de meios de transporte, hospedagem, alimentação, etc. Sua atividade está segmentada em diversas faces: turismo de sol e praia, ecoturismo, turismo de eventos, turismo de negócios, turismo de experiência, entre outros.

Economia Compartilhada

A origem do modelo de economia compartilhada ocorreu na década de 1990 nos Estados Unidos graças ao surgimento de sites que tinham como princípio a recirculação de bens como o Craigslist e o eBay. Segundo Schor (2014): o custo das transações entre empresas e consumidores reduziu-se de modo substancial a partir desse período especialmente pela melhoria tecnológica, o que suscitou a exploração de mercados considerados secundários.

Schor (2015) destaca que o compartilhamento de bens e serviços não é uma prática recente, ocorre a um substancial período de tempo porém, em círculos mais restritos de pessoas ao passo a economia compartilhada permite - graças ao desenvolvimento dos mecanismos tecnológicos que aproximam pessoas - o acesso de pessoas que se encontram em locais distantes, por exemplo, é possível locar uma residência por uma semana em praticamente qualquer destino turístico em grande parte dos países do mundo.

Para Gansky (2010) economia compartilhada tem ganho expressão em parte por conta do modelo de negócio subjacente especialmente focados nos custos, Shirky (2008) acrescenta que a expansão dos negócios online ponto a ponto (peer-to-peer), ou seja, a modelagem desse tipo de negócio se deu em maior volume considerando a maior facilidade e acesso à informação.

As atividades de economia compartilhada dividem-se em quatro grandes categorias: recirculação de bens, aumento da utilização de ativos duráveis, troca de serviços e compartilhamento de ativos produtivos (SCHOR, 2014).

Entre seus principais atrativos destaca-se preços geralmente menores do que os dos competidores tradicionais, flexibilidade na negociação, menos burocrática, contato via internet diretamente com responsável ou proprietário (a) além de maior velocidade para conclusão das transações comparativamente. Carvalho e Martins (2017), tiveram como foco de sua pesquisa o Airbnb, porém, seus resultados provavelmente serão parecidos ao analisar outros serviços de economia compartilhada que podem ser relacionados ao turismo, como o Uber.

Como forma de exemplificar tais transformações, chama-se atenção para a forma de concorrência entre hotéis e o Airbnb (Oliveira, 2017), e dos táxis em relação ao Uber (Figueredo, 2016).

Fornecedores

Pode-se notar que diversas áreas da economia tradicional receberam a entrada de organizações ou ofertas vinculadas a economia compartilhada, entre elas, os meios de hospedagem, alimentos e bebidas, logística entre outras. Muitos dos serviços emergentes, mesmo que não seja o foco principal, podem e são utilizados com fins turísticos. Dentro dos fornecedores de serviços de caráter compartilhado que podem ser relacionados ao turismo, estes são os que se destacam, levando em conta o caráter eliminatório de ter o valor de mercado igual ou superior a 1 bilhão de dólares.

Primeiramente, destaca-se o Airbnb, 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. O Airbnb e o mercado hoteleiro tradicional entram em conflito constantemente, devido à falta de regulamentação do Airbnb, enquanto os meios de hospedagem tradicionais estão sujeitos à tributação e à regulamentação.

Oferecendo serviços similares ao Airbnb, existe também o HomeAway, que funciona, de acordo com o próprio site (sd), como uma plataforma para listar residências temporárias voltadas para o lazer para aluguel. O HomeAway em seu propósito original talvez possa ser considerado mais “turístico” que o próprio Airbnb, justamente por focar especificamente no lazer, um dos pilares da definição tradicional de turismo.

Em seguida, Uber, que funciona, segundo a própria página virtual da Uber (sd), como uma plataforma para que motoristas se cadastrem e possam prestar o serviço de transporte de passageiros com seu próprio veículo, sem nenhuma necessidade de regulamentações externas, enquanto os passageiros, através da mesma plataforma, podem solicitar o serviço dos motoristas. O Uber vem sendo a fonte de muitos conflitos com os taxistas tradicionais, que se sentem desfavorecidos ao terem que compactuar com as tributações e regulamentações excessivas, enquanto o Uber segue desregulamentado (fora o próprio sistema de auto-regulamentação do aplicativo).

Dentro do segmento de transportes também há o Lyft, que funciona de maneira similar ao Uber, porém tem um caráter menos comercial, sendo voltado para o propósito de caronas para viagens. O serviço oferece até um setor para colocar o seu gosto musical, para o que isso sirva de assunto de conversa entre os passageiros e o motorista. Informações retiradas do site da Lyft (sd).

Por fim, destaca-se o Didi Kuaidi, situado na China, também relacionado ao setor de transporte de passageiros. Alvo de muita polêmica, envolvido em conflitos tanto com as autoridades chinesas quanto com motoristas de táxi do país. Segundo estatísticas apontadas por Chen (2015), movimentava 7 milhões de corridas por dia. Através das diferenças culturais com o

ocidente e da integração com o aplicativo WeChat (amplamente utilizado na China), o Didi Kuaidi conseguiu monopolizar o mercado chinês de transporte de passageiros, agregando um valor astronômico de 16 bilhões de dólares.

RESULTADOS

Conforme observado dentre todas as empresas citadas no artigo e levando em conta suas características em comum, pode-se observar que a ausência de plena regulamentação seja um dos principais indicadores de similaridade entre as organizações dessa natureza. Ao evitar o modelo tradicional de hospedagem e transporte, as empresas se inseriram em um mercado já consolidado sem muitas dificuldades, pois puderam desviar de regulamentações e taxações, permitindo que o foco ficasse inteiramente no cliente.

Além disso, todas essas empresas possuem um foco no marketing e na funcionalidade quase que completamente digitais, o que permite a elas economizarem na publicidade e atingirem um grande número de pessoas através da internet. Aproveitando também a grande rede de comunicações providenciada pela internet, a divulgação boca a boca, aliada ao marketing digital, às plataformas online de convite de clientes para conhecidos e avaliação dos serviços, permitem com que a empresa mantenha uma boa reputação e seja divulgada com pouco esforço.

Os fatores apontados acima talvez possam ser o motivo do enorme sucesso financeiro e publicitário dessas empresas, os resultados deixam a possibilidade de uma futura pesquisa mais aprofundada para descobrir o motivo de sucesso das mesmas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A economia compartilhada chegou no turismo de maneira contundente, revolucionando a maneira em que os serviços turísticos são prestados, adicionando uma certa acessibilidade a novos clientes e empreendedores. Essa acessibilidade não vem sem um preço, no entanto, pois abala as estruturas de um mercado tradicional e bem estabelecido no mercado, que se mostra insatisfeito em relação a essa nova concorrência emergente.

Cria-se então uma dicotomia, e surgem duas possibilidades de qual seria o melhor caminho para que o campo de jogo fique igualitário, regulamentar e tributar os novos jogadores do mercado para que os mesmos se adequem ao modelo tradicional, ou reduzir o nível de regulamentação e tributação no mercado tradicional, eliminando uma de suas desvantagens em relação aos novos fornecedores de serviço baseados na economia compartilhada.

Pelo que indicam os dados, as notícias e as pesquisas, esse novo modelo econômico não demonstra que irá ceder, o imediatismo moderno fruto, dos avanços na comunicação, contribui para isso. Outro fator, talvez o mais importante, diz questão ao caráter integrativo da atividade turística, essa troca direta de serviços entre o cliente e o fornecedor torna essa relação em um dos pilares do desenvolvimento turismo sustentável: a integração entre o turista e o local/povo/cultura.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AIRBNB. **About Us**. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/about/about-us>>. Acesso em: 10 ago. 2017.

CARVALHO, A.; MARTINS, F. **A Era Compartilhada: Os Impactos do Airbnb no Mercado Turístico Tradicional Brasileiro**. 28 mar. 2017.

CHEN, L. Meet Uber's Mortal Enemy: **How Didi Kuaidi Defends China's Home Turf**. Revista Forbes, edição Out. 2015. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/liyanchen/2015/09/23/meet->

[ubers-mortal-enemy-how-didi-kuaidi-defends-chinas-home-turf/#3ac1031b6dce](#)>. Acesso em 10 ago. 2017.

FIGUEREDO, L. B. **Uber: controvérsias e regulamentação**. Revista Jus Navigandi. Vol.2, nº 48, Set. de 2016. Disponível em: <<https://jus.com.br/artigos/52383>>. Acesso em: 2 maio 2017.

GANSKY, L. **The mesh: Why the future of business is sharing**. New York: Portfolio Penguin, 2010.

HAMARI, J.; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. Journal of the Association for Information Science and Technology, [s.l.], v. 67, n. 9, p.2047-2059, 2 jun. 2015.

JOHN KOETSIER, TUNE. The sharing economy has created 17 billion-dollar companies (and 10 unicorns) Disponível em: <<https://venturebeat.com/2015/06/04/the-sharing-economy-has-created-17-billion-dollar-companies-and-10-unicorns/>>. Acesso em 10 ago. 2017.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2001.

LYFT. **Help**. Disponível em: <<https://help.lyft.com/hc/en-us>>. Acesso em 10 ago. 2017.

OLIVEIRA, E. J. **Entidades da hotelaria exigem regulamentação do Airbnb no Brasil**. 2017. Disponível em: <<http://www.revistahoteis.com.br/entidades-da-hotelaria-exigem-regulamentacao-do-airbnb-no-brasil/>>. Acesso em: 23 fev. 2017.

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

SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. J. **Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy**. In: REISCH, L.A.; THØGERSEN, J. **Handbook of Research on Sustainable Consumption**. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing, 2015.

SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. GreatTransitionInitiative, 2014. Disponível em: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. Acesso em: 24 fev. 2017.

UBER. **Help**. Disponível em: <<https://help.uber.com/>>. Acesso em: 10 ago. 2017.