



A importância da gestão de qualidade na hospitalidade nos meios de hospedagem extra-hoteleira

The importance of the quality's administration in hospitality on extra-hotel management means of accommodation

Ana Paula da Costa Franco, Caroline Magdalena Troncoso Rojas

RESUMO: Este artigo busca divulgar a importância do fator de gestão de qualidade e da hospitalidade em um imóvel situado na zona sul, no município do Rio de Janeiro - RJ, o qual encontra-se disponível na plataforma *Airbnb*, como forma de hospedagem compartilhada. O objetivo é analisar a importância da gestão de qualidade e da hospitalidade nos anúncios “Conforto” e “Bem Estar”, pontuar as consequências para o trade turístico com o crescimento de hospedagem compartilhada, ilustrar como a internet facilita a difusão desse tipo de hospedagem e observar a relevância das experiências como agente propulsor para hóspedes e anfitriões aderirem às hospedagens compartilhadas. A pesquisa deu-se metodologicamente de maneira qualitativa de caráter exploratório-descritivo, a partir da opinião deixada nos 95 comentários públicos registrados pelos hóspedes na plataforma *Airbnb* e do levantamento bibliográfico sobre o tema de hospedagens compartilhadas. Desse modo, contribui-se com estudos acerca da relação entre hospedagens compartilhadas e gestão de qualidade na hospitalidade. Ao final, foi sugerida a implementação da gestão de qualidade na hospitalidade como item de avaliação dos clientes na plataforma *Airbnb*.

PALAVRAS CHAVE: Gestão de Qualidade; Hospitalidade; Meios de Hospedagem; *Airbnb*.

ABSTRACT: This article aims to divulge the importance of quality administration factor and hospitality in a property situated in south zone, in the city of Rio de Janeiro – RJ, which is available on *Airbnb* platform as a shared means of accommodation. The objective is to analyze the importance of quality administration and hospitality in “Comfort” and “Welfare” advertisements, to highlight the consequences for tourism trade with the growth of shared hosting, illustrate how the internet facilitates the diffusion of that kind of hosting and observe the experiences significance as a propelling agent for guest and hosts to join the shared hosting. The research was carried out methodologically in a qualitative exploratory-descriptive way, based on the opinion left on 95 public comments written by guests on *Airbnb* platform and bibliographic survey on the theme of shared hosting. Thus, it contributes to studies about the relationship between shared accommodations and quality management in hospitality. In the end, it was suggested the implementation of quality management in hospitality as a customer evaluation item in the *Airbnb* platform.

KEYWORDS: Quality's Management; Hospitality; Means of Accommodation; *Airbnb*.

Introdução

Em 2007, dois amigos que passaram a morar juntos na cidade estadunidense de San Francisco discutiam formas de aumentar sua renda para ajudar com o aluguel de seu apartamento. Simultaneamente, a cidade se preparava para receber milhares de designers em uma grande conferência, que havia saturado a malha hoteleira da região. Eles concluíram que poderiam alugar o quarto excedente de seu apartamento para algum destes conferencistas, sendo surpreendidos ao receberem não somente uma, mas três pessoas ao longo de uma semana de evento (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

Deste episódio surgiu o *Airbnb* (acrônimo de *air bed and breakfast*, em inglês), plataforma que vem colecionando grandes números no mercado de meios de hospedagem.

Atualmente, o *Airbnb*

é a mais conhecida plataforma, criada em agosto de 2008, com o intuito de facilitar o compartilhamento de serviços de hospitalidade entre pessoas de inúmeros países (*Airbnb*, 2020), moderando e criando uma relação entre anfitrião e hóspede baseada na confiabilidade e nos comentários recíprocos (RICCI-CAGNACCI; ROSSI, 2021, p. 254).

Além disso, é uma das formas de hospedagem compartilhada e de hospitalidade que podemos encontrar no trade turístico, atendendo ao público das mais diversas classes socioculturais e econômicas em diversas partes do mundo. Assim,

é, reconhecidamente pela sua abrangência, um exemplo bem sucedido de economia compartilhada, pois é por meio das negociações feitas de ‘pessoa a pessoa’, intermediada apenas pelo sistema da própria plataforma, através das trocas de mensagens entre hóspedes e anfitriões, que a viagem pode se tornar mais econômica, personalizada e humanizada. Uma relação idealizada no mais puro estilo fundamentado por Camargo (2004) em que as ‘pessoas que viajam necessitam de acolhimento e envolvimento’. Surgem assim novos paradigmas econômico-sociais, e que continuam em crescente expansão (RICCI-CAGNACCI; ROSSI, 2021, p. 254-255).

Inserido nesses paradigmas econômicos-sociais, reúne em sua plataforma on-line inúmeras e diferenciadas ofertas de diversos tipos de hospedagens, que vão desde um simples sofá/colchão no cômodo de uma casa até quartos inteiros, suítes, casas, apartamentos, *lofts*, chalés, casa na árvore, coberturas, mansões de luxo, sítios, entre tantas outras opções para locação.

Tendo em vista as variadas ofertas de hospedagem e experiências permitidas pelo *Airbnb*, pode-se dizer que diversos espaços estão aptos a tornarem-se um local de hospedagem se assim o hóspede e o anfitrião desejarem. A prova disso é que, mesmo com o impacto da pandemia, o número de imóveis disponíveis na plataforma chegou a superar algumas das maiores redes de hotéis do mundo. Desse modo, ao final de 2020, o *Airbnb* fez sua estreia na bolsa de valores e, mesmo durante a

Covid-19, conseguiu arrecadar US\$ 3,5 bilhões em investimentos no primeiro dia como companhia pública (MACIEL, 2020).

No Brasil, a cidade do Rio de Janeiro, segundo Fideles (2016), é considerada uma das portas de entrada, recebendo aproximadamente 34% de todos os turistas estrangeiros que chegam ao país. Sendo assim, muitos hóspedes buscam o *Airbnb* para fazer um intercâmbio cultural com um morador local, vivenciando sua rotina e hábitos, buscando mais que um meio de hospedagem, uma experiência. Outros buscam apenas um local para passar a noite ou se acomodar com conforto e segurança, evitando maiores interações, o que é facilitado pelas reservas on-line diretamente na plataforma. Há também aqueles que querem ter a sensação de estar em casa, em um ambiente que o faça lembrar do próprio lar.

Por sua vez, o anfitrião, que é o responsável pelo local da hospedagem, busca receber de forma hospitaliera este hóspede, com o objetivo de atendê-lo sempre de maneira satisfatória, dando suporte, sugestões e orientações para tornar sua estadia e experiência sempre inesquecíveis, superando expectativas e, assim, fidelizando o cliente através de um controle de gestão de qualidade da hospitalidade. Desse modo,

o ‘bem receber’ possui relação direta com a qualidade dos bens e serviços oferecidos, sendo capaz de influenciar diretamente no atendimento ao turista e, consequentemente, na sua percepção positiva ou negativa sobre a organização. Estas utilizam-se então de elementos, como cortesia, agilidade e cordialidade, no intuito de alcançar os índices de satisfação dos clientes através da hospitalidade (SILVA; ALVES, 2012). (VIEIRA; COELHO, 2021, p. 4-5).

Para atingir tais objetivos, a plataforma recomenda que o anfitrião “apresente sua cidade, ofício, causa ou cultura oferecendo uma experiência” (AIRBNB, 2021b). Dessa maneira,

Ser anfitrião exige comprometimento com a hospitalidade. Ser anfitrião em tempos de geração de renda com o compartilhamento de ambientes, em especial, quartos e espaços que podem abrigar turistas, a hospitalidade se torna uma questão de absoluta diferenciação pela concorrência. Ser um anfitrião hospitalero requer uma relação de ‘pessoa a pessoa’ com base em confiança e reciprocidade. (RICCI-CAGNACCI; ROSSI, 2021, p. 272).

Consequentemente, “segundo Thaichon, et al. (2020), quando há nos anfitriões o sentimento de serem donos de um empreendimento encantador, os hóspedes acabam encontrando atividades e interações sociais memoráveis, regadas de surpresas positivas” (VIEIRA; COELHO, 2021, p. 24).

Assim, após a estadia, o hóspede é convidado a avaliar com 1 a 5 estrelas, de forma voluntária e opcional, os itens: localização, comunicação (entre anfitrião e hóspede), exatidão do anúncio, *check-in*, limpeza e custo-benefício, e a fazer um comentário público – que pode ser visualizado e servir de referência para futuros possíveis hóspedes – ou privado – que apenas o anfitrião tem acesso à opinião exposta. Neste artigo, foram considerados apenas os comentários públicos.

Desse modo, tendo em vista a dinamização do setor hoteleiro, propiciada pelo ingresso de hospedagens compartilhadas, não convencionais no mercado turístico, o presente estudo pretende compreender a importância da gestão de qualidade e da hospitalidade como diferencial na tomada de decisão e fidelização dos usuários. Para isso, a metodologia utilizada foi uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório-descritivo, na qual um anúncio na plataforma de hospedagem *Airbnb* foi usado como referência para coleta dos dados, explorando, dessa forma, os dados de maneira descritiva, possibilitando verificar, por meio dos comentários disponibilizados de forma pública na plataforma, o nível de satisfação dos hóspedes durante sua estadia.

Metodologia

A pesquisa tem como objetivo saber de que maneira a hospitalidade influencia o aumento da procura por hospedagens compartilhadas, além de conhecer os motivos que levam o hóspede a optar por este meio, se é a acomodação, o preço, a experiência e que tipo de experiência especificamente está buscando; se essa busca está relacionada às temporadas (altas ou baixas) ou aos eventos específicos; e como essas questões afetam positiva ou negativamente os meios de hospedagem.

Para analisar tais fatores, fez-se um estudo de caso usando a experiência das autoras no mercado como fonte de pesquisa, uma vez que ambas trabalham como anfitriãs na plataforma do *Airbnb* desde 2017. Assim, optou-se por fazer uma pesquisa quali-quantitativa, exploratória e descritiva.

Para abordar o tema da presente pesquisa, adotou-se uma abordagem quali-quantitativa, já que esse tipo de pesquisa “*interpreta as informações quantitativas por meio de símbolos numéricos e dados qualitativos mediante a observação, a interação, participativa e a interpretação do discurso dos sujeitos*” (KNECHTEL, 2014, p. 106).

Além disso, utilizou-se como fonte de pesquisa para análise de dados e de verificação do estudo de caso a seção de comentários dos hóspedes presente em um anúncio no *Airbnb*, situado no bairro Leblon, na zona sul do município do Rio de Janeiro.

Quanto aos objetivos, escolheu-se o caráter exploratório por este ter “*como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses*” (GERHARDT; SILVEIRA, 2019, p. 35). Também optou-se pelo viés descritivo por ele ter “*como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis*” (GIL, 2002, p. 42).

Tanto o caráter exploratório quanto o viés descritivo são importantes para este estudo de caso para demonstrar não só como é importante a gestão de qualidade para a hospitalidade, mostrando que localização, estrutura física do ambiente e limpeza são importantes na visão dos hóspedes em seus comentários, mas também como que a hospitalidade é um fator de peso e um diferencial que eles percebem e valorizam.

Por fim, o procedimento metodológico é um estudo de caso, uma vez que este, conforme Yin (2001 *apud* SOCAL; FIALHO; CERETTA, 2022, p. 183), “é uma

investigação de uma situação específica, na qual pretende-se conhecer em profundidade o como e o porquê” e “no estudo de caso não há intervenção do pesquisador no objeto a ser estudado” (SOCAL; FIALHO; CERETTA, 2022, p. 183).

Sendo assim, o estudo de caso proposto neste artigo procura explorar as opiniões dos hóspedes através dos comentários deixados na própria plataforma do Airbnb, no anúncio dos quartos “Conforto” e “Bem estar”, em que se pode observar a relevância das opiniões para a gestão da hospitalidade entre o anfitrião e o hóspede, haja vista que a plataforma não tem como quesito para a avaliação deste item a hospitalidade.

Referencial Teórico

A importância da gestão de qualidade e da hospitalidade nas hospedagens compartilhadas

A gestão de qualidade “está diretamente relacionada às oportunidades de fornecimento de serviços que visam a excelência da performance, a satisfação do cliente, a melhoria da produtividade e da eficiência” (BARBALHO; BARBOSA, 1997, p. 35). Além disso, ela é necessária para ter um bom desempenho no setor de hospedagens extra-hoteleiras, dado que a oferta de hospedagens atualmente no Airbnb é vasta e variada. Considerando que a “adoção de uma gestão pela qualidade implica antes de tudo a necessidade de antever estrategicamente o futuro” (BARBALHO; BARBOSA, 1997, p. 42), é preciso um cuidado com todos os itens usados para a opinião dos hóspedes na plataforma do Airbnb, já que são avaliados: localização, comunicação, exatidão do anúncio, limpeza, check-in e custo-benefício. Por conseguinte, é primordial um bom planejamento e uma boa organização logística, para manter a eficácia e a flexibilidade em prol do bom relacionamento com os hóspedes, visando como ponto forte a hospitalidade oferecida pelo anfitrião, uma vez que “o fator humano é uma das principais condicionantes para que uma experiência de hospedagem seja memorável” (GALVÃO, 2022, p. 30).

De acordo com a plataforma Airbnb (2020),

o hóspede é estimulado a contar sua experiência através de comentários no pós-hospedagem e produzir conteúdo visual nas redes sociais como um reflexo de satisfação. O apelo estético é um diferencial, tanto para hóspedes, quanto para anfitriões. No caso do anfitrião, na própria plataforma, ele é orientado a investir na renovação do design do seu imóvel como uma forma de impulsionar reservas, atraindo mais hóspedes. Com dicas de vídeos feitas pelos anfitriões considerados Superhosts, como são conhecidos os anfitriões [sic] mais experientes, eles ensinam a criar ambientes capazes de traduzir estas experiências criando microespaços ‘dignos do Instagram’. Segundo o depoimento do superhosts, ‘as pessoas adoram compartilhar suas experiências online, e é uma oportunidade para expor sua acomodação a um público mais amplo. Todo mundo gosta de coisas bonitas!’

Além disso, a palavra hospitalidade deriva de *hospice* (asilo, albergue), uma antiga palavra francesa que significa dar ajuda/abrigos aos viajantes (WALKER, 2002, p. 4). Tendo em vista que, de acordo com Vieira e Coelho (2021, p. 6),

a experiência turística busca prover uma espécie de encantamento do cliente, que ocasionaria não só a satisfação com um produto ou serviço, como um conjunto de emoções positivas no indivíduo: alegria, entusiasmo, entre outros, resultantes da surpresa de receber algo com um nível de valor além do esperado [,]

no caso de hospedagens extra-hoteleiras, como o *Airbnb*, essa premissa de saber ajudar/abrigar é um diferencial importante, visto que o anfitrião abre as portas da sua casa para um desconhecido, oferecendo o seu melhor, para que o hóspede se sinta acolhido e o mais à vontade possível, fatores que podem cativá-lo e fidelizá-lo. Desse modo, tal “*contexto acarreta maior busca por parte dos anfitriões para entregar experiências marcantes e diferenciadas dos concorrentes*” (VIEIRA; COELHO, 2021, p. 6) e “*a hospitalidade na relação anfitrião/visitante é de suma importância para se conseguir fornecer uma experiência memorável*” (VIEIRA; COELHO, 2021, p. 7), haja vista que “*uma hospedagem memorável é aquela que não está apenas focada em hospedar pessoas, mas preocupada genuinamente em tornar a viagem do hóspede memorável*” (GALVÃO, 2022, p. 134). Por esse motivo, conforme Galvão (2022), é importante que o anfitrião conheça o perfil, as necessidades, o comportamento e a expectativa daqueles que usufruem das hospedagens extra-hoteleiras.

As consequências para o trade turístico com o crescimento de hospedagem compartilhada

Segundo Christensen (2000), a inovação acontece quando alguma das tecnologias de uma organização muda e traz ao mercado algo muito diferente do que estava disponível até então. O *Airbnb* demonstra esse diferencial em inúmeros aspectos.

No início das hospedagens compartilhadas, como o *Airbnb*, percebia-se um público mais voltado para a economia que significava esse tipo de hospedagem, tendo muitos hóspedes mochileiros e com recursos mais limitados. Atualmente, percebe-se a evolução e a adesão de diversas classes econômicas e sociais que buscam por este modelo de hospedagem compartilhada, haja vista que há a possibilidade da troca de experiência e informação com o anfitrião, o qual, por muitas vezes, é um autóctone e conhece a localidade, gerando oportunidades e dicas, que pode gerar uma experiência mais personalizada ou positiva para o hóspede. Sendo assim, a plataforma fornece “*uma solução de acomodação acessível para o viajante*” e “*uma experiência local mais autêntica para a comunidade de lazer*” (OLIVEIRA; BOSCAROLI, 2019, p. 75).

Como a internet facilita a difusão desse tipo de hospedagem

Com o desenvolvimento da tecnologia e maior acesso à Internet, percebe-se uma maior adesão dos usuários por compras no e-commerce. Consequentemente, nota-se uma procura/busca maior nos sites de plataformas digitais para reserva de hospedagens como *Airbnb*, *TripAdvisor*, *Booking*, *Expedia*, entre outros.

Conforme dados do relatório de acompanhamento do setor de telecomunicações, publicado pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel),

em dezembro de 2020, o Brasil registrou mais de 234 milhões de acessos móveis à internet. Acesso móvel é o nome dado, por exemplo, para os chips de celular ou tablet que podem ser usados para serviços de voz ou de conexão à internet, como a tecnologia 3G e 4G. Os números de 2020 representam um aumento de 7,39 milhões em relação a 2019, o equivalente a 3,26%.

Além disso, tendo em vista que o “Brasil é o 3º país que mais usa redes sociais no mundo, com uma média de 3 horas e 42 minutos por dia” e no país “são mais de 150 milhões de usuários de redes sociais” (LIMA, 2021, s.p.), a internet facilita a comunicação entre anfitriões e hóspedes, seja por meio das redes sociais, aplicativos de mensagens – como *Whatsapp*, *Telegram* – ou outros meios de comunicação tradicionais – como o uso do próprio telefone celular.

Sendo assim, percebe-se o quanto importante é a internet nos dias atuais para este segmento de hospedagem, uma vez que é uma ferramenta que se encontra na palma da mão do futuro hóspede, proporcionando diversas oportunidades de escolhas entre inúmeros tipos de hospedagens dentro de uma única plataforma de hospedagem, como é o caso do *Airbnb*.

Observar a relevância das experiências como agente propulsor para hóspedes e anfitriões aderirem às hospedagens compartilhadas

Observa-se que algumas pessoas se tornam anfitriões por terem um espaço no qual veem uma oportunidade de gerarem uma renda extra ou por gostarem de trabalhar no nicho de turismo e hospedagem. Dessa forma, buscam hospedar suas acomodações em plataformas de hospedagem compartilhadas, como é o caso do *Airbnb*.

As avaliações e comentários feitos pelos hóspedes de maneira pública nessas plataformas tornam a experiência de cada hóspede uma referência para a tomada de decisão sobre cada local de possível hospedagem.

Com as avaliações de localização, exatidão do anúncio, limpeza, *check-in*, comunicação e custo-benefício, o futuro hóspede consegue determinar se essa acomodação pode ser útil, prática e conveniente para sua necessidade ou não. Tais mecanismos, de acordo com Branco (2019), “*foram integrados às plataformas online, inclusive ao Airbnb, para conferir credibilidade aos seus produtos e serviços*”, uma vez que “*as avaliações online e o sistema de reputação eletrônica são mecanismos altamente populares entre os usuários da internet, que os utilizam para identificar a qualidade percebida da experiência com aquela marca por usuários anteriores*” (2019, p. 789).

Resultados e Discussões

Estudo de caso

Localizado no bairro do Leblon (Figuras 1), situado à Rua Gilberto Cardoso, em uma região conhecida como Selva de Pedra, o edifício fica em frente ao Clube de Regatas do Flamengo, estando a: 3 minutos da Lagoa Rodrigo de Freitas; 5 minutos da estação de metrô; 5 minutos de dois mercados (Zona Sul e Pão de Açúcar); 5 minutos do Hortifrutti; 5 minutos do Shopping Leblon e do Shopping Rio

Design Leblon; 5 minutos do Jockey Club Brasileiro; 20 a 30 minutos a pé do Jardim Botânico; 10 minutos a pé até PUC-Rio e Planetário; 15 a 20 minutos do Shopping da Gávea e Baixo Gávea; e menos de 10 minutos da Rua Dias Ferreira, cenário de novelas. Além disso, está a 4 quadras da praia e tem, em seus arredores, oferta de transportes tanto público quanto privado e de aplicativo, restaurantes, cinemas, teatros, os quais podem ser acessados a pé.

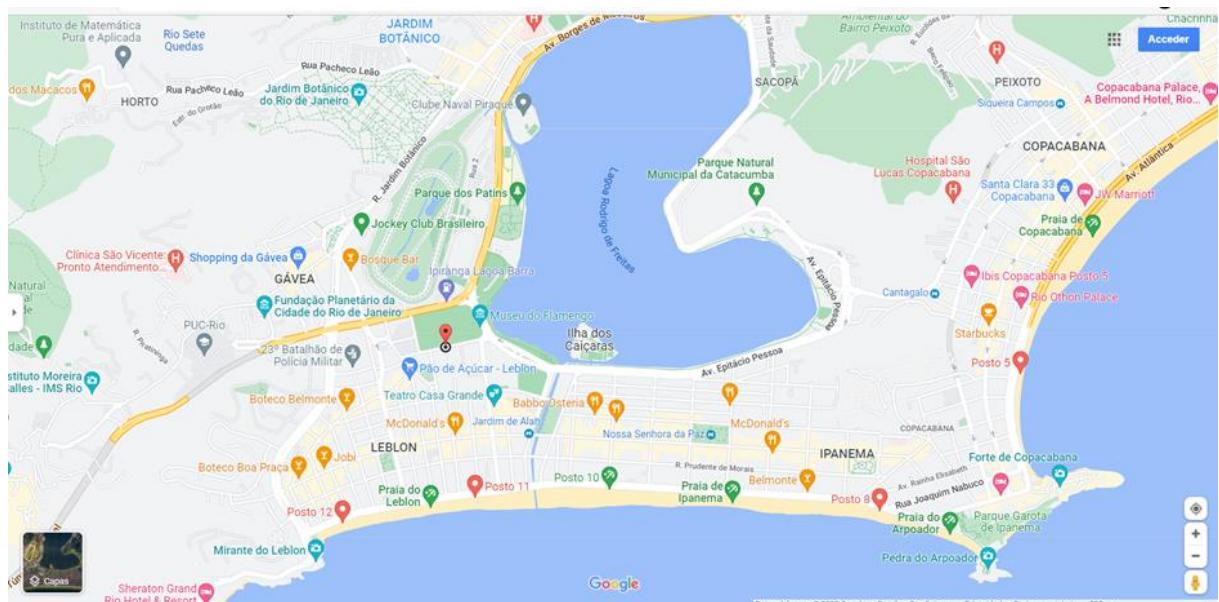


Figura 1: Mapa de localização.
Figure 1: Localization map.

Fonte: Google Maps.¹

Source: Google Maps.

O apartamento de 82 m² conta com 7 ambientes e é dividido em espaços compartilhados e espaços privativos.

Os espaços compartilhados são: sala de estar/jantar, um banheiro, cozinha e área de serviço, já os espaços privativos são: um banheiro social e três quartos, sendo um quarto menor nomeado “Bem Estar”, com capacidade para até 2 hóspedes; e um quarto maior com capacidade para até 4 hóspedes, nomeado “Conforto”, com direito a uso de um banheiro exclusivo. O terceiro quarto não está disponível para hóspedes, sendo o dormitório particular da anfitriã.

Os quartos disponibilizados para reserva envolvem um trabalho de gestão realizado por duas gestoras, as quais desempenham papéis distintos. A primeira é a anfitriã, responsável por gerir o calendário de reservas na plataforma Airbnb, fazer a comunicação com os hóspedes – tanto pela plataforma, quanto por WhatsApp e ligações telefônicas –, e disponibilizar orientações e informações aos hóspedes durante o processo de reserva dos quartos. A segunda é a co-anfitriã, responsável por realizar a parte administrativa de forma remota, isto é, assessorar na elaboração do perfil de hospedagem na plataforma – com a redação do texto e a captura das imagens para os anúncios –, além de auxiliar na aquisição de produtos do setor A&B, quando necessário, no *check-in* e *check-out* dos hóspedes.

A união do trabalho feito pelas gestoras visa garantir uma experiência positiva e acolhedora, tendo como base uma comunicação eficiente, disponibilidade de informações e suporte contínuo aos hóspedes.

Instrumento de pesquisa

Foi utilizada como instrumento de pesquisa a análise das opiniões deixadas nos comentários públicos e privados da plataforma de hospedagem compartilhada *Airbnb*, na qual os hóspedes realizam suas avaliações através de estrelas (1 a 5), para os itens de limpeza, comunicação, *check-in*, exatidão do anúncio, localização e custo-benefício. Além disso, foi feita uma pesquisa bibliográfica sobre o tema *Airbnb* e gestão de qualidade na hospitalidade.

Apresentação dos Dados

A base de dados utilizada neste estudo é disponibilizada publicamente na plataforma *Airbnb*, em anúncios com título/nome “Conforto” e “Bem Estar”, localizados na Rua Gilberto Cardoso, no bairro Leblon, na zona sul do Rio de Janeiro. Foram utilizados como fonte de dados os 95 comentários públicos dos hóspedes deixados na plataforma com suas avaliações sobre localização, atendimento, hospitalidade, áreas de lazer e limpeza, sendo 53 deles para o quarto “Conforto” e 42 para o quarto “Bem Estar” que contemplam avaliações do período de dezembro de 2017 até o mês de dezembro de 2021.

Tais comentários disponibilizados no perfil da anfitriã dos anúncios podem ser observados nas Figuras 2 e 3.



Fomos muito bem atendidas. Chegamos de madrugada e tinha alguém nos esperando. Quarto confortável e colchão muito bom. Banheiro compartilhado com chuveiro bom. Tinha até um mini kit de café da manhã para os hóspedes. A localização é perfeita. Deixávamos a chave na portaria e na volta pegávamos. Tudo perfeito. Parecia que estava na casa de alguém conhecido de muito tempo.

Figura 2: Comentário Marina (fevereiro de 2020). **Fonte:** Airbnb².

Figure 2: Marina's Evaluation (february, 2020). **Source:** Airbnb.

março 2019

O melhor lugar para ficar no Rio! A hospitalidade de Ana é incrível, ela e seu cachorro são adoráveis e Ana está fazendo tudo o que pode para ser uma anfitriã perfeita. Ela estava sempre pronta para conversar ou dar dicas. O apartamento fica em um bairro muito verde e seguro, mesmo à noite eu nunca tive um mau sentimento de andar pelo Leblon. A praia fica a poucos minutos de distância. Se eu chegasse ao Rio novamente, definitivamente ficaria na casa da Ana novamente! [menos comentários](#)

Traduzido do inglês



Figura 3: Comentário Timo (março 2019). **Fonte:** Airbnb³.

Figure 3: Timo's Evaluation (March, 2019). **Source:** Airbnb.

Na Figura 4, pode ser visualizado como as avaliações do quarto “Bem Estar” foram feitas.



Figura 4: Avaliações e comentários feitos por hóspedes na plataforma Airbnb.

Figure 4: Evaluations and comments made by guests of Airbnb platform.

Fonte: Airbnb⁴.

Source: Airbnb.

Na Figura 5, é possível compreender que nos 42 comentários deixados de forma pública na plataforma, foram avaliados os quesitos: limpeza, com uma média de 4,5 estrelas; comunicação, com 4,9 estrelas; *check-in*, com 4,9 estrelas; exatidão do anúncio, com 4,8 estrelas; localização, com 5,0 de estrelas; e custo-benefício com 4,8 estrelas. Essa dinâmica de avaliação pode ser exemplificada através do Figura 5 abaixo:

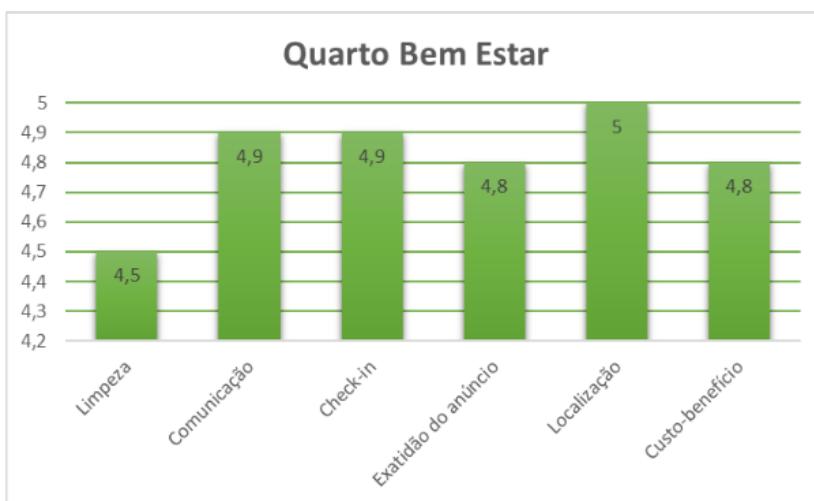


Figura 5: Quantidade da média de estrelas recebidas nas avaliações (dezembro 2017 – dezembro 2020).

Figure 5: Quantity of stars' average received in the evaluations (December 2017 – December 2020).

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

Source: elaborated by the Authors (2022).

Com relação aos comentários feitos de forma privada na plataforma, estes foram desconsiderados, uma vez que somente a anfitriã tem acesso a eles.

Conforme pode ser observado no Figura 6, houve um total de 75 reservas no quarto “Conforto” – totalizando 147 pernoites de 171 hóspedes – e 68 reservas no quarto “Bem Estar” – totalizando 146 pernoites de 120 hóspedes.

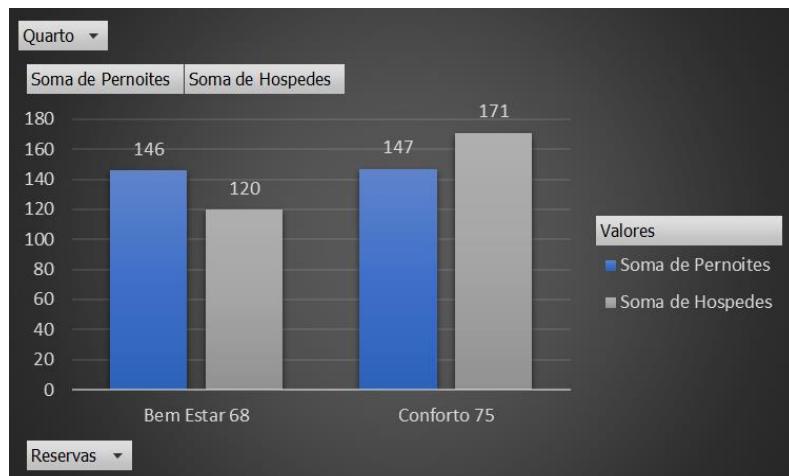


Figura 6: Soma de pernoites x hóspedes (dezembro 2017 – dezembro 2020).

Figure 6: Sum of overnight stay x guests (December 2017 – December 2020).

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

Source: elaborated by the Authors (2022).

Ainda de acordo com a pesquisa, ao observar as Figuras 7, 8 e 9 abaixo, nota-se que foram realizadas 151 consultas que não foram finalizadas, as quais correspondiam a 533 pernoites de 343 hóspedes. Diante deste contexto, é possível compreender que existem vários fatores externos à hospedagem que podem influenciar na decisão do cliente no momento de negociação, como preço e sazonalidade. Além disso, em alguns casos, as consultas são realizadas pensando numa viagem futura, como forma de planejamento orçamentário, de modo que pode ou não ser realizada. Por fim, durante a pandemia, devido à dificuldade de mobilidade e à quarentena, alguns hóspedes preferiram cancelar suas reservas.



Figura 7: Consultas não finalizadas x consultas finalizadas (dezembro 2017 – dezembro 2020).

Figure 7: Not concluded inquiries x Concluded inquiries (December 2017 – December 2020).

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

Source: elaborated by the Authors (2022).

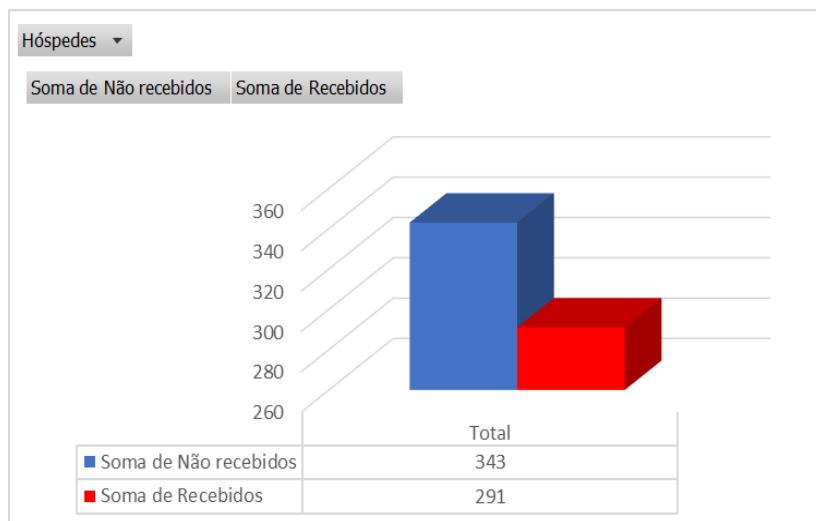


Figura 8: Hóspedes não recebidos x hóspedes recebidos (dezembro 2017 – dezembro 2020).

Figure 8: Not received guests x Received guests (December 2017 – December 2020).

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

Source: elaborated by the Authors (2022).



Figura 9: Pernoites não realizados x pernoites realizados (dezembro 2017 – dezembro 2020).

Figure 9: Not executed overnight stays x Executed overnight stays (December 2017 – December 2020).

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

Source: elaborated by the Authors (2022).

Na Figura 10 (próxima página), pode-se observar o local de origem e quantidade dos hóspedes que usufruíram dos quartos “Conforto” e “Bem Estar”.

No estudo em questão, entre o total de hospedagens realizadas, registrou-se um número total de 106 hóspedes brasileiros, além de 17 hóspedes europeus, dos quais 6 eram provenientes da Alemanha, 1 da Dinamarca, 2 da Espanha, 1 da França, 1 da Finlândia, 1 da Irlanda, 1 da Itália, 2 do Reino Unido, 1 da República Tcheca e 1 da Rússia. Também foram identificados 7 hóspedes norte-americanos, sendo 5 dos Estados Unidos e 2 do México, juntamente com 10 hóspedes sul-americanos, compostos por 5 argentinos, 3 chilenos, 1 colombiano e 1 peruano. Além disso, foi registrado 1 hóspede sul-africano.

Levando em consideração as conversas dos hóspedes com as anfitriãs durante as estadias, acredita-se que o motivo de a maioria dos hóspedes ser de

origem nacional está relacionado à maior facilidade de comunicação e ao maior conhecimento da localização do imóvel e suas facilidades de acesso aos transportes tanto públicos quanto privados, agilizando e otimizando os deslocamentos, uma vez que alguns vêm a trabalho, outros para a realização de provas de concurso, universidade/faculdade e, às vezes, provas de competições esportivas.

Sendo assim, ainda considerando as conversas entre os hóspedes e as anfitriãs, pode-se destacar que os hóspedes internacionais que se hospedaram nas acomodações “Conforto” e “Bem Estar”, na sua grande maioria, estiveram de férias buscando uma boa acomodação para a realização de práticas de lazer. Também foi possível observar que fatores sazonais – tanto climático (verão) quanto de eventos (Rock in Rio, Carnaval, entre outros) – fizeram com que a procura pela hospedagem nos quartos aumentasse.

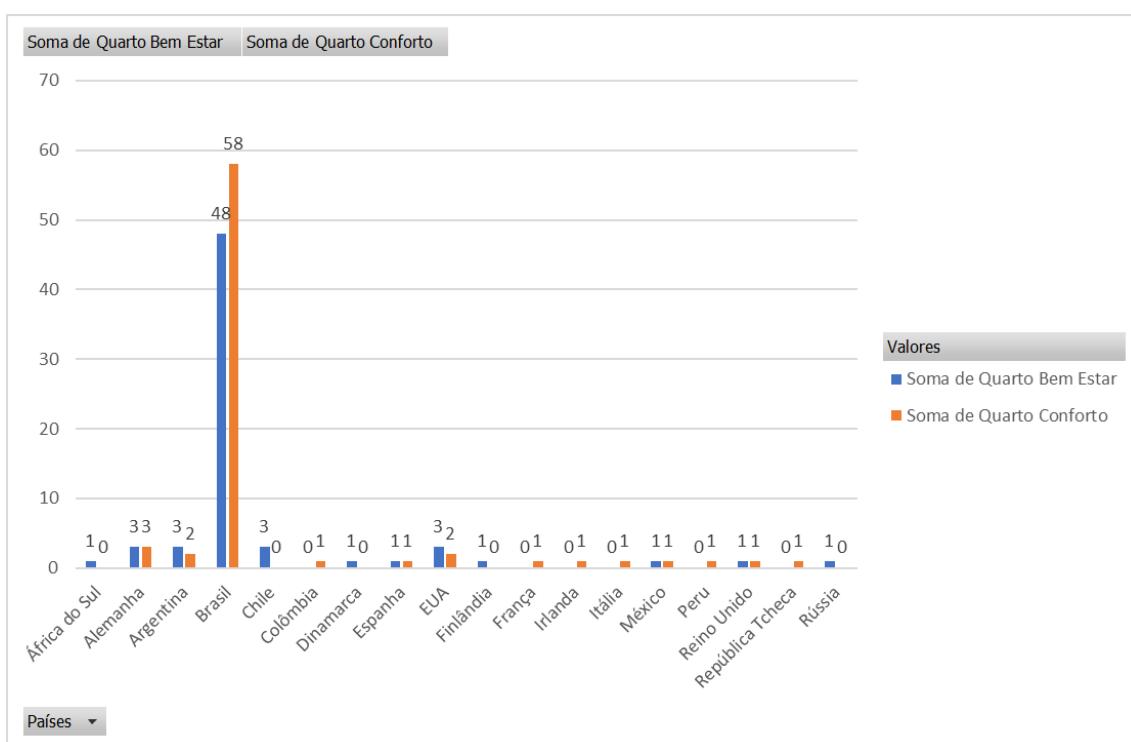


Figura 10: Quantitativo de reservas concluídas (dezembro 2017 – dezembro 2020).

Figure 10: Quantity of concluded bookings (December 2017 – December 2020).

Fonte: elaborado pelas autoras (2022).

Source: elaborated by the Authors (2022).

De um modo geral, os resultados obtidos levam a refletir sobre a importância de uma possibilidade de aumentar os quesitos de avaliação dos hóspedes, para tornar-se possível um *feedback* mais fiel à experiência realizada durante suas hospedagens compartilhadas, haja vista que a grande maioria busca refinar suas buscas por quantidade de estrelas que cada acomodação exibe no seu perfil e por mensagens deixadas de forma pública na plataforma.

Assim, é necessário inserir nas avaliações um *feedback* sobre a hospitalidade recebida desde o primeiro contato até o *check-out*, principalmente para que os anfitriões possam verificar em que pontos devem melhorar sua gestão de qualidade, tendo em vista que

A opinião dos antigos turistas se faz importante também por influenciar no olhar que o turista atual virá a possuir do destino, visto que a interação desses três atores principais, turistas, anfitriões e outros turistas, formará olhares diferentes de uma dada experiência ou destino, por meio de um processo de cocriação (...). (VIEIRA; COELHO, 2021, p. 22).

Dessa forma, além de influenciar o olhar dos novos hóspedes, tal *feedback* serviria como mais uma ferramenta para o anfitrião se aprimorar como gestor de hospedagem compartilhada.

Considerações Finais

O presente estudo de caso foi realizado por meio de levantamento bibliográfico e de coleta de dados feitos na plataforma *Airbnb*, no período de dezembro de 2017 a dezembro de 2021. Devido às orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS), as anfitriãs tomaram a decisão de suspender o anúncio no *Airbnb* durante todo o período pandêmico e, como estratégia de trabalho, o imóvel foi alugado de forma fixa por meio de um administrador de imóveis.

A partir deste estudo, infere-se que a gestão de qualidade se mostra um fator importante para o desenvolvimento de um bom serviço de atendimento junto ao hóspede, tendo em vista que ela “*conduz a organização como um todo a um processo de melhoria contínua e integrada*” (BARBALHO; BARBOSA, 1997, p. 36) e é por meio dela que se tornam possíveis tanto a organização – desde os princípios básicos de hospedagem e limpeza até a logística de *check-in* e *check-out* – quanto a orientação ao hóspede, sempre que esta for solicitada, seja sobre transportes, lazer ou qualquer outra informação desejada por ele. Ademais, entende-se que “*a hospitalidade pode ser primordial para promover uma experiência turística satisfatória para os visitantes de um destino*” (VIEIRA; COELHO, 2021, p. 6).

Sendo assim, considerando-se que “*a fidelidade ocorre como consequência da alta qualidade percebida do serviço de hospedagem*” (GALVÃO, 2022, p. 29), pode-se concluir que a boa gestão de qualidade e de hospitalidade no setor de hospedagem extra-hoteleiras proporcionou um bom desempenho nas avaliações dos clientes hospedados, fazendo, assim, que eles retornassem e indicassem o anúncio na plataforma para outras pessoas devido ao bom atendimento recebido pelas anfitriãs.

Além disso, tendo em vista o impacto da hospitalidade na escolha da hospedagem compartilhada, as plataformas poderiam inserir o quesito “hospitalidade” como forma de avaliação após a estadia, uma vez que futuros hóspedes recorrem às avaliações postadas na plataforma no momento de decisão de onde se hospedar, gerando, dessa maneira, mais uma informação relevante.

Sugere-se, assim, a realização de novos estudos, nos quais sejam avaliados de maneira mais profunda a questão da gestão de qualidade e hospitalidade, visto que, durante a pesquisa, sentiu-se dificuldade em encontrar material teórico sobre estudo de casos de hospedagens compartilhadas do *Airbnb* no Estado e no município do Rio de Janeiro com foco na hospitalidade⁵.

Referências

- ABREU, L. M.; SALLES, M. R. R. O Ensino Superior Tecnológico em Gastronomia em São Paulo: Um Estudo sobre Formação, Perfil do Egresso e Áreas de Atuação. **Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 7, n. 1, p. 4-19, Jan-Mar 2015.
- AIRBNB. Deseja hospedar pessoas que estão combatendo a COVID-19? Saiba como. **Airbnb**. 26 de março de 2020 [Atualizado em 23 abr. 2021]. Central de Recursos. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/want-to-house-covid-19-responders-heres-how-164>>. Acesso em: 26 maio. 2021.
- BARBALHO, C. R. S.; BARBOSA, P. R. S. Turismo & Qualidade: Referenciais Teóricos para uma Prática. **Turismo em Análise**. São Paulo, v.8, n.2, p. 34-43, nov. 1997.
- BRANCO, R. P. C. O Futuro da Hospitalidade: Impactos dos Modelos Disruptivos de Hospedagem no Mercado Tradicional. **Rosa dos Ventos**, v. 11, n. 4, 2019.
- BRASIL registrou mais de 234 milhões de acessos móveis em 2020**. Disponível em: <<https://www.gov.br/pt-br/noticias/transito-e-transportes/2021/05/brasil-registrou-mais-de-234-milhoes-de-acessos-moveis-em-2020?msclkid=8d1cd360c11811ec8267ee18816328a7>>. Acesso em: 5 maio. 2022.
- Estudo de Caso: Características, Metodologia e Exemplo. **Maestrovirtuale.com**. Disponível em: <<https://maestrovirtuale.com/estudo-de-caso-caracteristicas-metodologia-e-exemplo/>>. Acesso em: 30 mar. 2022.
- FUNDAÇÃO CECIERJ. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo - Canal CECIERJ**. Disponível em: <<https://canal.cecierj.edu.br/recurs/8741>>. Acesso em: 22 maio. 2021.
- FUNDAÇÃO CECIERJ. **Métodos Estatísticos - Volume Único - Canal CECIERJ**. Disponível em: <<https://canal.cecierj.edu.br/recurs/17067>>. Acesso em: 22 maio. 2021.
- GALLAGHER, L. **A história da Airbnb**: como três rapazes comuns agitaram uma indústria, ganharam bilhões... e criaram muita controvérsia. Tradução: Santiago Nazarian. São Paulo: Buzz Editora, 2018.
- GALVÃO, Rodrigo. **Hospedagens Memoráveis**: como criar estadias inesquecíveis na era digital e da experiência. Rio de Janeiro: Freitas Bastos Editora, 2022.
- GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2002.
- LIMA, L. Brasil é o 2º país que mais passa tempo na Internet e também o 3º que mais usa redes sociais. **TudoCelular.com**. Disponível em: <<https://www.tudocelular.com/seguranca/noticias/n179995/brasil-pais-que-mais-usa-redes-sociais.html>>. Acesso em: 17 jun. 2022.

MACIEL, R. Número de imóveis ativos do Airbnb supera as maiores redes de hotéis combinadas. **Canaltech**. 26 março de 2021. Mercado. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/mercado/numero-de-imoveis-ativos-do-airbnb-supera-as-maiores-redes-de-hoteis-combinadas-181472/>>. Acesso em: 22 maio 2021.

NOGUEIRA, B.; KUHNEN, M.; FIATES, G. **Inovação em serviços de hospedagem:** uma análise do caso Airbnb. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/166437/TC%20-%20Bruno%20Cardoso%20Noqueira%20e%20Matheus%20Hubbe%20Kuhnen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 30 mar. 2022.

PAKMAN, E. **Sobre as definições de turismo da OMT:** uma contribuição à História do Pensamento Turístico. [s.l.: s.n.]. Disponível em: <<https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/34.pdf>>. Acesso em: 30 mar. 2022.

RICCI-CAGNACCI, R.; GEORGE BEDINELLI ROSSI. Hospitalidade compartilhada e a Airbnb: reflexões sobre antigos valores, tempos modernos, novas concepções. **Ateliê do Turismo**, v. 5, n. 1, p. 252–277, 2021.

SOCAL, A. J. S.; FIALHO, A. B.; CERETTA, C. C. A hospedagem compartilhada em arquiteturas icônicas: uma análise do Edifício Copan em São Paulo, SP. **Turismo - Visão e Ação**, v. 24, n. 1, p. 174-193, Jan./Abr. 2022 -

VIEIRA, P. S.; COELHO, M. F. Inteligência da Hospitalidade e Experiência Turística na Perspectiva dos Anfitriões Locais. **CULTUR - Revista de Cultura e Turismo**, v. 15, n. 2, p. 1-33, Nov/2021.

WALKER, J. R. **Introdução à hospitalidade**. Barueri, SP: Editora Manole Ltda., 2002.

Notas

¹ Disponível em: [https://www.google.com.br/maps/dir/R.+Gilberto+Cardoso++Leblon,+Rio+de+Janeiro+-+RJ,+22430-070/"/@-22.9788643,-43.2208875,17.86z/data=!4m1!4m13!1m5!1m1!1s0x9bd5af0d6b4fb3:0x7a6df1fd201fdb20!2m2!1d-43.2203395!2d-22.9793367!3e0](https://www.google.com.br/maps/dir/R.+Gilberto+Cardoso++Leblon,+Rio+de+Janeiro+-+RJ,+22430-070/). Acesso em: 15 mar. 2022.

² Disponível em: https://www.airbnb.com.br/rooms/22714380/reviews?preview_for_ml=true&source_impression_id=p3_1657580507_b1su3U8hB0o0lpU5. Acesso em: 11 jul. 2022.

³ Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/users/show/162588125>. Acesso em: 11 jul. 2022.

⁴Disponível em: https://www.airbnb.com.br/rooms/22714380?preview_for_ml=true&source_impression_id=p3_1654894500_Qy9T83yk3OxO44VQ. Acesso em: 10 jun. 2022.

⁵ O presente artigo é uma derivação do trabalho de conclusão de curso apresentado em 2022 para obtenção do grau de tecnólogo em gestão de turismo.

Ana Paula da Costa Franco: Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: anafrancoprodutora@gmail.com

Link para currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5381893132631733>

Caroline Magdalena Troncoso Rojas: Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

E-mail: carolinetroncosoprodutora@gmail.com

Link para currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6236183296128674>

Data de submissão: 15 de setembro de 2022

Data de recebimento de correções: 02 de maio de 2023

Data do aceite: 02 de maio de 2023

Avaliado anonimamente