



Fórum Internacional de Turismo do Iguassu

A economia compartilhada no setor hoteleiro: troca de serviços por hospedagem em hostels

Thaila Marina Muzika

Resumo: O objetivo deste estudo é verificar as especificidades da troca de serviços por hospedagem em hostels, utilizando como fonte de dados a empresa Worldpackers. Um estudo exploratório e descritivo foi realizado utilizando métodos qualitativos, com dados recolhidos a partir da pesquisa bibliográfica e de uma entrevista semiestruturada com o gestor de operações de atrações de viajantes e anfitrião da Worldpackers. Os dados mostraram que existe mais de 20 habilidades que o viajante pode oferecer; o público que busca as ofertas de troca de serviços são jovens, entre 18 a 28 anos, de maioria do sexo feminino (60% mulheres e 40% homens), estudantes e formados e que viajam com maior regularidade. A oferta de meios de hospedagem e pessoas interessadas na troca no Brasil tem aumentado a cada ano.

Palavras-chave: Troca de serviços em hostels; Meios de Hospedagem; Economia compartilhada e colaborativa.

Abstract: The aim of this paper is to verify the specificities of the service exchange by lodging in hostels, using as data source the company Worldpackers. An exploratory and descriptive study was carried out using qualitative methods, with data collected from the bibliographic research and a semi-structured interview with the manager of operations of travelers' attractions and host of Worldpackers. The data showed there are more than 20 skills that the traveler can offer; the public who is looking for the service exchange offers are young people, between 18 and 28 years old, most of them female (60% women and 40% men), students and graduates who travel more regularly. The provision of accommodation and people interested in these exchanges in Brazil has increased every year.

Key-words: Service exchange in hostels; Lodging industry; sharing and collaborative economy.

1. Introdução

Este estudo tem como tema a prestação de serviços em troca de hospedagem em hostels, situação que surgiu a partir dos preceitos da economia compartilhada e colaborativa.

A prestação de serviços como moeda para o pagamento de viagens, conhecida também como turismo colaborativo (BRAGA, 2015), tem sido utilizada por diferentes empreendimentos turísticos, entre eles os hostels. Com a consolidação da oferta de serviços e de uma demanda para estas trocas, surgiram empresas dedicadas à operacionalização das ofertas e demandas existentes, tornando-se, neste caso, intermediadoras das trocas.

Tarefas como recepção de visitantes, DJ, líder de pub crawl, limpeza, artes, ensino de línguas, marketing digital, são algumas oportunidades disponíveis para o público interessado (SEVERO, 2014, s/p). Os interessados colaboram oferecendo seus serviços durante algumas horas por semana para hostels em qualquer continente, e, em contrapartida, não pagam a estadia nestes empreendimentos. Em alguns casos, ganham também a alimentação e pagamento extra. A intenção é que cada turista em potencial viaje o mundo usando seus dons e habilidades em troca de hospedagem.

Os hostels são apontados como um tipo de meio de hospedagem em crescimento no Brasil (OLIVEIRA, 2014), pois atende uma demanda crescente de jovens que buscam conhecer novos destinos a preços módicos. No entanto, este tipo de empreendimento também atende outros públicos como os executivos que, após um dia de reuniões e assuntos burocráticos, fogem do clima, também burocrático, da hotelaria convencional. (QUEIROZ, 2012).

Diante deste contexto e ciente do crescimento empresas dedicadas à intermediação das trocas, o presente artigo tem como objetivo verificar as especificidades da troca de serviços por hospedagem em hostels, utilizando a empresa Worldpackers como fonte de dados.

2. Procedimentos metodológicos

Este trabalho caracteriza-se como qualitativo, pois não busca enumerar dados, mas sim descrevê-los e interpretá-los. A pesquisa se classifica, ainda, como exploratória e descritiva, utilizando-se de dados seccionais, pois possibilita a consideração dos mais variados aspectos ao fato estudado, enquanto também tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias e descobertas a partir de dados atuais.

A coleta de dados foi efetivada em duas etapas. A primeira, coletada por meio de dados secundários, deu-se a partir de uma pesquisa bibliográfica em artigos, pesquisas bibliográficas, Internet e outras pesquisas correlatas nas quais foram levantadas informações sobre o tema proposto que deram base às demais etapas da pesquisa.

A segunda etapa da coleta de dados se deu por meio da pesquisa primária. Nesta, foi realizada uma entrevista semiestruturada com o gestor de operações de atrações de viajantes e anfitrião da Wordpackers, fonte de dados da pesquisa, para entender como funciona a troca de serviços. A escolha pela Wordpackers como fonte de dados e não outra empresa do mesmo setor se deu pela disponibilidade no fornecimento das informações necessárias para este trabalho.

Para a coleta dos dados primários, foi confeccionado um protocolo de pesquisa com 8 (oito) perguntas abertas. Foram questionados itens como: como surgiu a ideia da empresa; como funciona a troca; como são divididas as tarefas da empresa; qual o perfil das pessoas que buscam a troca; qual é o tipo de serviços que as empresas que oferecem as vagas requisitam; quais são as tendências para esse meio; e se a atividade da empresa tem apresentado bons resultados financeiros. A entrevista foi realizada via Internet devido à localização da empresa no dia 21 de fevereiro de 2017. As respostas foram salvas para posterior análise.

A análise dos dados teve uma abordagem descritiva, utilizando-se da triangulação dos dados da entrevista com informações levantadas na pesquisa bibliográfica. A partir da análise dos dados foi possível entender a problemática do estudo, respondendo ao objetivo estipulado.

3. Hostels

De acordo com Zig (2015) a palavra hostel pode soar estranha para muitas pessoas. A palavra vem da língua inglesa e se traduzi-la para o português encontrará o termo “albergue”. Hostel é um tipo de acomodação de baixo custo em relação aos meios de acomodação tradicionais, onde há maior convívio social e predominantemente frequentado por jovens. Ou seja, é um

empreendimento onde a hospedagem é mais barata que um hotel padrão e no qual há uma maior socialização dos hóspedes que são, majoritariamente, jovens.

Já a Big Hostel Brasil (2016, s/p) apresenta uma definição semelhante. De acordo com eles, hostel é:

[...] um meio de hospedagem alternativo com preços mais acessíveis que os hotéis, os hostels têm como principal objetivo oferecer um intercâmbio cultural entre pessoas do mundo inteiro.

Segundo a Hostelling International (HI) (2016), hostel são regidos por suas premissas básicas: Segurança, higiene, conforto, hospitalidade, bom preço e meio ambiente. Para a HI (HOSTELLING INTERNATIONAL, 2016), hostel é uma forma particular de hospedagem diferente de outros como: hotéis, motéis e resorts. Os hostels propiciam o encontro de pessoas ao oferecer áreas comuns como *living*, salas de estar e de descanso. É um lugar onde se conhece pessoas; além disso, o ambiente é descontraído e agradável.

A partir dos conceitos apresentados anteriormente, conclui-se que hostel é um meio de hospedagem de custo mais baixo, no qual a maioria dos hóspedes é jovem; tem uma forma diferente de outras acomodações, tais como: Hotéis, Cama e Café, Resorts, *Lodge*¹. É um lugar sociável, um ambiente agradável, onde pode ocorrer o intercâmbio cultural.

A idealização do hostel surgiu com Richard Schirrmann em 1909 na Alemanha. Professor, ele dedicava parte do seu tempo a criar programas de convivências para seus alunos e passou a organizar pequenas viagens com grupos de jovens. A partir dessas excursões, Schirrmann percebeu a possibilidade de criar uma alternativa para acomodar os alunos que não fosse apenas o pernoite em hotéis. Surgiu desta forma, o primeiro albergue da juventude – HOSTEL, em Altena, localizada a oeste da Alemanha no estado de Renânia do Norte-Vestfália. A edificação, monumento histórico reformado de

¹ É um complexo turístico que por sua localização e desenho procura aperfeiçoar o sentido de estar na natureza com os serviços próprios da hotelaria de qualidade e respeito e cuidado pelo meio ambiente. (FINCA LA COLORADA, 2016).

1912, funciona como hostel até os dias atuais. (HOSTELLING INTERNATIONAL, 2016, s/p).

Durante a Segunda Guerra Mundial, muitos hostels foram destruídos. Em 1945, os estabelecimentos que existiam no período foram restaurados e o movimento passou a ser considerado como uma forma de reintegração da juventude europeia. (APAJ, 2016).

Só em 1934 o alberguismo chegou ao continente americano, mais especificamente aos Estados Unidos. Quatro anos depois, o Canadá também passou a integrar a rede de hostels. A Argentina (1956) e o Uruguai (1958) foram os primeiros países sul-americanos a integrarem o movimento; ambos, inclusive, trabalharam pela expansão da rede na América e abriram as portas para o ingresso do Chile, Peru, Colômbia, Bolívia, Equador, Costa Rica, El Salvador e Brasil. (APAJ, 2016 s/p).

Os primeiros albergues da Juventude chegaram ao território brasileiro por volta de 1961, por meio de um casal de educadores cariocas Joaquim e Ione Trota, que após conhecerem um albergue na França, em 1956, trouxeram a ideia para o país. (APAJ 2008, s/p).

O primeiro albergue brasileiro recebeu o nome de Residência Ramos e foi instalado no bairro de Ramos, no Rio de Janeiro. Permaneceu aberto entre 1965 e 1973. Neste mesmo período, funcionavam no estado de São Paulo dois albergues, um na capital paulista e outro em Campos do Jordão, fechados posteriormente pelo governo militar² sob a alegação de “reunir jovens universitários”. No início da década de 1990 houve uma ampliação dos albergues no mundo e estes estabelecimentos foram entendidos como meios de hospedagem alternativos. (APAJ, 2016, s/p).

No início de 1990 houve um crescimento dos hostels no Brasil. Na mesma década, em 1992, o movimento tomou força no cenário brasileiro. Nesse mesmo

² O Regime militar foi o período da política brasileira em que militares conduziram o país. Essa época ficou marcada na história do Brasil através da prática de vários Atos Institucionais que colocavam em prática a censura, a perseguição política, a supressão de direitos constitucionais, a repressão àqueles que eram contrários ao regime militar. (SÓ HISTÓRIA, 2017, s/p).

ano, a HI estendeu para o País o sistema unificado de reservas. (HOTELIER NEWS, 2012).

Os albergues estão localizados em todo o Brasil. Este tipo de hospedagem, que foge aos padrões dos hotéis tradicionais, caiu no gosto principalmente dos jovens viajantes. (G1.com, 2015). No entanto, segundo Dermendjian (2014, s/p), o mercado de hostels ainda está “engatinhando” no país. “A exceção é o Rio de Janeiro, onde o mercado é bem forte e a procura é maior”.

O crescimento dos hostels no Brasil pode ser visualizado pelos números. De acordo com o Cadastur, Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos, plataforma que reúne estabelecimentos registrados no Ministério do Turismo, o número de hostels no Brasil cresceu 33% em 2013, chegando a 144. (OLIVEIRA, 2014). No ano passado, o número de hospedagens desse tipo na capital paulista apresentou um aumento de mais de 100%. Ao todo, 41% dos frequentadores de hostels na cidade São Paulo são estrangeiros e ficam, em média, até seis dias na cidade, gastando pouco mais de R\$ 900 durante toda a viagem (G1.com, 2013). De acordo com Oliveira (2014), esses estabelecimentos abrigaram 4,9% dos estrangeiros em 2012, último dado disponível, o dobro do registrado em 2006.

De acordo com Marcelo Rehder, presidente da SPTuris (G1.com, 2013, s/p), empresa de turismo e eventos da cidade de São Paulo, dos “[...] turistas que ficam nos hostels, 56% deles vêm para eventos ou para lazer. O número é diferente nos que ficam em hotéis: 76% vêm para negócios ou para eventos”.

Hostels são conhecidos em todo o mundo, pois oferecem oportunidades únicas de fazer uma viagem com hospedagem mais acessível e possibilidade de conhecer pessoas de todos os lugares. De acordo com a Revista Turismo (2016, s/p), as principais características deste tipo de meio de hospedagem são:

Características físicas: quartos coletivos, separados por sexo ou não; normalmente equipados com beliches; quartos de casal e família; áreas como sala de jantar, cozinha e lavanderia é de uso comunitário; a cozinha e seus equipamentos estão disponíveis, porém é necessário, que todo utensílio utilizado seja devolvido limpo e em ordem.

Costa e Silva (2014, s/p) explicam que a principal característica dos hostels são os preços módicos das diárias, anteriormente destacado, que atraem desde mochileiros a executivos. A partir desta afirmação é possível perceber que os hostels são atrativos não apenas para o clássico viajante itinerante mochileiro, que não se importa em dividir o quarto e que prioriza os baixos custos aliados à experiência de conhecer pessoas de outros cantos do mundo.

Nos últimos anos, os hostels sofreram uma mudança com foco mercadológico e, atualmente, estão na vanguarda da hospedagem econômica. Os hostels atuais possuem quartos privados e ambientes elegantes, dormitórios modernos e únicos, suítes, piscinas e outras comodidades (ADMIN, 2016). Também oferecem quartos privativos e podem ser uma boa opção para quem está viajando com mais uma pessoa (PANZERA, 2015).

Os hostels podem apresentar produtos e serviços como: Café-da-manhã; wi-fi; computadores; secador de cabelo; portaria 24hs; *transfers*³ ao aeroporto; piscina; terraço, hidromassagem, mapas, *lockers*⁴, *tours*, etc. (RIO DEAL, 2016).

Abreu (2016) destaca que o conceito tradicional de hostel vem mudando. Essa mudança acompanha uma tendência mundial de valorização do *design* dos espaços, com obras de arte e ambientes decorados. A modernização desses estabelecimentos, intitulados de Design Hostels, tem atraído também um novo mercado consumidor, pessoas que gostam de festas e baladas, mas não são necessariamente viajantes frequentes (ABREU, 2016).

“Esse tipo de hospedagem é representado na maioria das vezes por pequenas empresas. Resultado: além de se manterem vivos, os proprietários desses empreendimentos criaram uma tendência de consumo para o segmento” (ABREU, 2016, s/p).

De acordo com Quinby (2016, s/p) as principais tendências para o setor são:

3 O serviço de *transfer* de passageiros é um negócio que faz o transporte de pessoas dos aeroportos, portos ou rodoviárias aos hotéis e eventos e vice-versa. (SEBRAE, 2016).

4 Um armário de tamanho variável fechado por uma porta e algum tipo de fechadura com cadeado. (CAIA NO MUNDO, 2012).

A privacidade: beliches e quartos de estilo dormitório são quase sinônimos do segmento, mas os viajantes de hostels estão buscando cada vez mais privacidade e os empreendimentos estão cumprindo com essa tendência. Quase nove em cada 10 propriedades oferecem quartos privativos.

Prestação de serviços mais especializados: A maioria dos hostels já oferece uma gama de amenidades, tais como acesso wi-fi gratuito, alimentos e bebidas, roupa de cama e limpeza diária, eventos sociais, bibliotecas e centros de mídia.

Quinby (2016, s/p) ainda afirma que:

Promover atividades e promoções, depois de preço e localização, a oportunidade de se conectar com outras pessoas é o que atrai os viajantes a escolher albergues. Alguns hostels estão introduzindo eventos sociais, festas, atividades para promover a socialização dos hóspedes em suas áreas mais comuns.

Design Inovador: O maior acesso ao mercado de hostels continua sendo o europeu, mas os brasileiros têm demonstrado ousadia e criatividade e uma vontade enorme de destacar o país no mercado dos hostels mais luxuosos (OTTO, 2016).

Sustentabilidade: Uma área na qual os hostels estão apenas começando, que nasce a partir da consciência ambiental, entre outros detalhes, pela construção e decoração criativa. Hoje no Brasil, há alguns hostels sustentáveis com iniciativas criativas que agradam e chamam a atenção do público (OTTO, 2016).

Presença Digital: Sites eficientes, interativos, com linguagem simples e fotos tratadas e convidativas são características que geram sucesso para o empreendimento (QUINBY, 2016).

Como pode ser visto por meio do conteúdo apresentado até o momento, os hostels têm crescido muito no Brasil e têm acompanhado às tendências do mercado de hospedagem. Os hostels também têm adotado ideais relacionados à economia criativa, estimulando a cooperação e colaboração entre as partes.

4. Economia compartilhada e colaborativa

As pessoas estão mudando a forma como se relacionam, mesmo nas compras e até no modo como viajam, tendo uma abordagem mais justa e sustentável e na contramão do consumismo e da competitividade sem medida. De acordo com Descola (2015, s/p) “Pessoas passam a trocar produtos ou serviços em vez de comprá-los de grandes corporações. A força motriz para esse movimento ganhar corpo foi à evolução da tecnologia, que permite nos conectarmos de forma cada vez mais rápida”.

Endeavor (2016) explica que o movimento da economia colaborativa representa o entendimento de que, diante de problemas sociais e ambientais que se agravam, a divisão deve necessariamente substituir o acúmulo. O sucesso de empresas que facilitam o compartilhamento e a troca de serviços e objetos é prova de como a adesão à tendência está longe de atingir um êxito, transformando-as em uma rede.

As pessoas estão procurando por um estilo de vida colaborativo, que consiste no modelo de troca de bens intangíveis, como tempo e habilidades. Para funcionar, é necessário conectar pessoas com interesses similares que queiram trocar aprendizados. (DESCOLA, 2015).

A Economia Colaborativa é fruto da união de três pontos que fazem o conceito cada vez mais atrativo a partir da evolução da sociedade. São eles: Social, com destaque para o aumento da densidade populacional, avanço para a sustentabilidade, desejo de comunidade e abordagem mais altruísta; Econômico, focado em monetização do estoque em excesso ou ocioso, aumento da flexibilidade financeira; e Tecnológico, beneficiado pelas redes sociais, dispositivos e plataformas móveis, além de sistemas de pagamento. (KRUPINSK, 2014).

No coração da economia colaborativa estão empresas e projetos que surgiram a partir de variações do compartilhamento pessoa-para-pessoa (*peer-to-peer*), o chamado consumo colaborativo. Carros, alimentos, serviços, motos, moradia, informação, tecnologia, entre outros bens, podem ser compartilhados (KRUPINSK, 2016, s/p).

“Economia Compartilhada (do inglês *Sharing Economy*) é a prática de dividir o uso ou a compra de serviços facilitada, por aplicativos que possibilitam uma maior interação entre as pessoas.” (CARVAJAL, 2016, s/p). Trata-se de uma

maneira de consumir e de um novo modelo econômico com negócios relacionados à prática do compartilhamento. O consumidor não adquire a posse dos bens, mas o seu acesso. A ideia é dividir, alugar ou partilhar o uso de produtos e serviços com os outros (CUNHA, 2015).

A previsão é de que a economia compartilhada movimentará bilhões nos próximos anos. Hoje, por exemplo, o valor de mercado da plataforma Airbnb é calculado em US\$ 13 bilhões. A consultoria multinacional Pricewaterhouse Coopers prevê que o setor movimentará em 2025, no mundo todo, algo em torno de US\$ 335 bilhões. (CUNHA, 2015, s/p).

A economia compartilhada traz várias mudanças no modo como a sociedade vive; surgem novos modelos de renda e emprego por meio da prestação de serviços que atendam às necessidades do consumidor de forma a diminuir o consumo, aumentando a variedade de produtos disponíveis (CONSUMO COLABORATIVO, 2015).

Aos poucos cada consumidor encontra, pelo menos, algum benefício para o uso destes serviços. Quando relacionado ao setor de turismo, todo o conceito de viagens P2P basicamente define um novo padrão de experimentar a própria viagem, engajando-se na vida dos moradores e vendo o mundo a partir do seu ponto de vista. (MENEZES, 2016).

Um exemplo da economia compartilhada no turismo é o Blablacar.com, portal no qual os usuários partilham as suas viagens de carro, reduzindo assim os custos. A plataforma possui mais de 10 milhões de membros de 13 países, conduzindo 600.000 viagens mensais. (MENEZES, 2016). Outras plataformas como Amigos Express e o Getaround têm o mesmo objetivo, mostrando que o mercado tem crescido e novos aplicativos têm sido criados. No setor de hospedagem, dentro dos preceitos da economia compartilhada, podem-se citar os seguintes aplicativos: Airbnb e Windu. (MENEZES, 2016).

No entanto, mesmo que ofereça um novo modelo de consumo, focado, em grande parte, à experiência do cliente, estes empreendimentos possuem custos como qualquer negócio. Para ajudar a cobrir os custos de operação do Airbnb, por exemplo, cobra-se uma taxa de serviço dos hóspedes toda vez que uma reserva é confirmada. As taxas de serviço dos hóspedes costumam estar

entre 6% e 12% do valor final contratado, mas podem ser mais altas ou mais baixas de acordo com as particularidades da reserva. (AIRBNB, 2017, s/p).

A diferença importante é que na produção pelos pares, bens comuns reais são criados por comunidades que têm uma enorme influência sobre o processo de produção. Em comparação, na economia compartilhada temos a exemplificação de “transações de mercado interpares” através de plataformas privadas, que, abertamente, atomizam indivíduos negando propriedade ou controle da plataforma, e inerentemente isolam as pessoas umas das outras por meio de algoritmos secretos, etc.” (BAUWENS, 2015. s/p)

A adoção das novas tecnologias na compra de produtos turísticos e da economia colaborativa como uma experiência de viagem depende, entre outros fatores, da característica de cada geração. Nos últimos 60 anos, três gerações marcaram os valores e o jeito da sociedade pensar. Os Baby-Boomers, geração nascida entre 1946 a 1964; Geração X, nascidos entre 1965 a 1977; e Geração Y, nascidos entre 1978 até 1990. (LOIOLA, 2009, s/p).

A Geração Y, também conhecida como Millennial ou Geração do Milênio, já compõe mais de um terço dos turistas do mundo e as previsões dizem que eles chegarão a mais de 50% dos turistas até 2020. É um tipo de cliente que preza pelo design contemporâneo, que valoriza a experiência, mais conectado, digitalmente experiente e exigente, características que demandam um cuidado dos empreendedores turísticos (EHOTELIER, 2016) e que favorece o crescimento de novos modelos de negócios.

5. Worldpackers

A Worldpackers é uma das várias empresas que, acompanhando à nova demanda mundial, busca uma economia mais sustentável, uma economia colaborativa. Estabeleceu-se no mercado de turismo, oferecendo a intermediação entre a troca de serviços por hospedagem em hostels. A ideia da empresa surgiu a partir das experiências de vida de dois amigos brasileiros em setembro de 2013 em San Diego, Estados Unidos, após deixar a sociedade de

um hostel na Califórnia que operava com 100% do staff⁵ colaborativo, no qual trocava habilidades dos clientes por acomodação. Os dois amigos retornaram ao Brasil no começo de 2014 para lançar um portal eletrônico, neste caso, uma plataforma global na qual as pessoas poderiam oferecer suas habilidades por hospedagem ao redor do mundo. Hoje, com escritórios em São Paulo e em San Francisco, cidade no oeste dos Estados Unidos, a empresa possui parceria com 237 hostels em 75 países; locais onde é possível trocar uma estadia gratuita por serviços. (Dados obtidos por meio da entrevista).

6. Apresentação e análise dos dados

A entrevista se iniciou questionando a forma de trabalho da empresa. Segundo o gestor de operações de atrações de viajantes, a Worldpackers possui 3 sócios, cada um responsável por um setor. O primeiro deles é responsável pela atração de viajantes e anfitriões; um segundo responsável pela questão financeira e administrativa e o último profissional está encarregado de questões tecnológicas.

Sobre os tipos de serviços que a empresa disponibiliza, de acordo com o entrevistado, existe mais de 20 habilidades que o viajante pode oferecer. Em geral, as oportunidades são para acolhimento e ajuda aos hóspedes e serviços que alteram entre recepção, serviço de limpeza, administração, cozinha e guia turístico. Na área de comunicação e de marketing, estão disponíveis atividades relacionadas à mídia social, fotógrafo e criador de vídeos. Sob a perspectiva da construção e tarefas práticas, estão envolvidos os serviços de pintura e decoração, jardinagem e artes. Na área de interação e entretenimento de hóspedes, são divididos em promotor de festas, música e bartender. No ensino estão professores de línguas e professor de esportes. Entre as atividades, também há a oferta de serviços para profissionais relacionados à questão ecológica, por meio de atividades como agricultura e jardinagem. Há também tarefas de cozinha e bar que estão incluídos o bartender e o cozinheiro. Está à disposição, ainda, serviços relacionados ao desenvolvimento de web. Por último,

⁵ Staff é um termo inglês que significa "pessoal", no sentido de equipe ou funcionários. (SIGNIFICADOS, 2017)

o interessado também pode realizar ações que tragam impactos positivos, que tem como resultante um trabalho social.

A partir dos dados apresentados, conclui-se que há diversas atividades para as pessoas interessadas em participar do programa. Atividades essas que estão relacionadas ao serviço direto ao hóspede, como também construção, sustentabilidade, entre outros. Essas atividades, mesmo que diversas, não são exclusivas à Worldpackers. Outras empresas de troca de serviços por hospedagem oferecem posições semelhantes como as destacadas por Severo (2014), quando descreve as atividades existentes na troca de serviços por hospedagem. De acordo com o autor, entre as atividades requeridas estão: “[...] recepção, DJ, líder de pub crawl, limpeza, artes, ensino de línguas, marketing digital e vários outros”.

Quando questionado qual o propósito da empresa e de que forma é proposto o pagamento dos sócios, do trabalho realizado pelos interessados, ou das empresas que contratam essas pessoas; o entrevistado explicou que a receita da empresa é proveniente do pagamento de taxa de confirmação da viagem pelo viajante.

Sobre o perfil das pessoas (futuros hóspedes) que procuram por esta troca, os clientes fazem parte da Geração do Milênio. São pessoas entre 18 a 28 anos, de maioria do sexo feminino (60% mulheres e 40% homens), estudantes e formados, (com uma média 1 viagem ao mês), que quer dizer, pessoas jovens e de maioria do gênero feminino, estudantes e formados e que costumam viajar. A Geração do Milênio, como já mencionado, é uma geração marcada pela liberdade de escolha e criação da sua própria identidade. Eles estão entre os que mais viajam e até 2020 representarão 50% de todas as viagens no mundo. São extremamente conectados, realizam mais viagens, usam a internet como uma ferramenta para as viagens (EHOTELIER,2016), o que explica em parte o interesse neste diferente tipo de viagem, baseado na experiência.

A próxima pergunta questionava como se dá a troca de serviços e se há um valor a ser pago no cadastramento. O entrevistado respondeu que o viajante acessa a plataforma da empresa, procura as oportunidades ao redor do mundo de acordo com as suas preferências. Depois de escolher a oportunidade, o

viajante se candidata para a vaga e espera o retorno do anfitrião. Se o anfitrião entender que o viajante tem o perfil que busca e quer aceitá-lo na propriedade, ele envia ao viajante uma pré-aprovação. Após o viajante aceitar a pré-aprovação, ele paga a taxa de confirmação/reserva da experiência, que garante a estadia como um Worldpackers no lugar. O valor da taxa varia de US\$10 a US\$90; a variação se dá de acordo com o lugar e a demanda para aquela vaga. Essa informação comprova a resposta anterior na qual o entrevistado destacou que o lucro da empresa está na cobrança de taxas aos candidatos a trabalhar nos hostels e não dos hostels que oferecem a troca.

Perguntou-se sobre a necessidade de falar outros idiomas e caso houvesse a necessidade, qual o idioma exigido. A necessidade de um idioma estrangeiro depende de cada anfitrião e da oportunidade. Se a vaga, por exemplo, é para atuar na recepção de um hostel nos Estados Unidos, provavelmente o anfitrião exigirá Inglês fluente. Tudo dependerá da necessidade de cada lugar. As línguas mais exigidas são: Espanhol, Inglês e Português.

Quando perguntado sobre a procura por brasileiros para trabalhar e empresas brasileiras oferecendo essa troca é grande, o entrevistado destacou que sim, e sobre as empresas brasileiras que oferecem essa troca, atualmente há hostels, pousadas, casas de família, ONGS⁶ sítios, etc. A procura desses lugares tem aumentado cada vez mais, dentro e fora do Brasil. Isso mostra que no Brasil não é apenas os hostels que estão buscando a troca de serviços como também outros meios de hospedagem e espaços comunitários.

Por fim, foi questionado se o anfitrião oferece apenas a hospedagem como contrapartida do trabalho desempenhado pelo interessado ou também é acrescida outro tipo de facilidade. Na maioria das vezes, a troca inclui a hospedagem e alimentação. Alguns lugares oferecem também almoço e jantar, mas cada oferta possui uma condição diferenciada. Alguns oferecem aulas de

⁶“ONG é a sigla de Organização Não Governamental. Trata-se de entidades de iniciativa social com fins humanitários, que são independentes da administração pública e que não têm finalidade lucrativa” CONCEITO (2012,s/p).

yoga, cursos extras, descontos em restaurantes, bares, etc. As facilidades variam conforme a troca e anfitrião.

7. Considerações finais

O objetivo deste estudo foi verificar as especificidades da troca de serviços por hospedagem em hostels, utilizando como fonte de dados a empresa Worldpackers. A partir dos dados levantados na entrevista, conclui-se que existem mais de 20 habilidades que o viajante pode oferecer; o público que busca as ofertas de troca de serviços é jovem, entre 18 a 28 anos, de maioria do sexo feminino (60% mulheres e 40% homens), estudantes e formados e que viajam com maior regularidade. A oferta de meios de hospedagem e pessoas interessadas na troca no Brasil tem aumentado a cada ano. A receita das empresas que intermediam a troca é proveniente do pagamento de taxa de confirmação da viagem pelo viajante, que varia de acordo com cada oferta ou demanda, e todo o processo de intermediação entre o futuro anfitrião e a pessoa interessada é realizado pelo portal eletrônico da empresa intermediadora.

O estudo trouxe mais conhecimento sobre o setor e sugere-se que haja uma continuidade na pesquisa realizando entrevistas com outras empresas do segmento para verificar se as informações apresentadas pela Worldpackers fazem parte de um padrão no setor.

Referências

ABREU. Conceito de design hostel atrai novo mercado consumidor.

Disponível em: <http://www.mercados.sebrae.com.br/voce-sabe-o-que-sao-design-hostels/> . Último acesso em: 08/01/2017.

AIRBNB. O que são as taxas de serviço dos hóspedes?. Disponível em:

<https://www.airbnb.com.br/help/article/104/what-are-guest-service-fees> . Último acesso em: 02/05/2017.

APAJ. O que são hostels? Disponível em:

http://hihostelsp.com.br/site/conteudo.asp?id_subsecao=2&titulo=Conhe%C3%A7a Último acesso em: 08/01/2017.

BAUWENS, Michel. **Entrevista: Michel Bauwens sobre Economia Interpares (peer-to-peer / P2P) e seu papel na reestruturação de nosso mundo.** Disponível em: <http://blog.movimentozeitgeist.com.br/entrevista-michel-bauwens-sobre-economia-interpares-peer-to-peer-p2p-e-seu-papel-na-reestruturacao-de-nosso-mundo/>. Último acesso em: 08/01/2017.

BIG HOSTEL BRASIL. **O que é hostel?** Disponível em: <http://www.bighostel.com.br/videos-ver/conheca-o-que-e-um-hostel-big-hostel-brasil/4>. Último acesso em: 29/04/2016.

BRAGA, Gustavo Henrique. **Viajantes oferecem mão de obra em troca de descontos e experiências.** Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5144-viajantes-oferecem-mao-de-obra-em-troca-de-descontos-e-experiencias.html>. Último acesso em: 29/04/2016.

CAIA NO MUNDO. **Você sabe o que é um locker?** . Disponível em: <https://caianomundo.ci.com.br/voce-sabe-o-que-e-um-locker/>. Último acesso em: 08/01/2017.

CARVAJAL, Cláudio. **O que é economia compartilhada.** Disponível em: <http://consumocolaborativo.cc/o-que-e-economia-compartilhada/>. Último acesso em: 08/01/2017.

CONCEITO, **Conceito de Ong.** Disponível em: <http://conceito.de/ong> . Último acesso em: 02/05/2017.

CONSUMO COLABORATIVO. **Entendendo conceito: o que é economia compartilhada.** Disponível em: <http://consumocolaborativo.cc/entendendo-o-conceito-o-que-e-economia-compartilhada/>. Último acesso em: 08/01/2017.

COSTA E SILVA. **Com preços menores, hostels em São Paulo atendem do mochileiro ao executivo.** Disponível em: <http://viagem.uol.com.br/noticias/2014/07/02/com-precos-menores-hostels-em-sao-paulo-atendem-do-mochileiro-ao-executivo.htm>. Último acesso em: 08/01; 2017.

CUNHA, Carolina. **Economia compartilhada: Modalidade gera novas oportunidades e... Muitas polêmicas, como o Uber.** Disponível em: <http://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/economia-compartilhada-modalidade-como-o-uber-gera-novas-oportunidades-e-muitas-polemicas.htm>. Último acesso em: 08/01/2017.

DESCOLA. **A economia colaborativa já é uma realidade.** Disponível em: <https://descola.org/drops/economia-colaborativa/>. Último acesso em: 08/01/2017

EHOTELIER. **How Millennials are shaping the future of hospitality: a closer look.** Disponível em: <http://ehotelier.com/insights/2016/04/05/millennials-shaping-future-hospitality-closer-look/>. Acesso em: 15/04/2017.

ENDEAVOR. **Economia Colaborativa: a tendência que está mudando o mercado.** Disponível em: <https://endeavor.org.br/como-aproveitar-economia-colaborativa/>. Último acesso em: 08/01/2017.

FINCA LA COLORADA, **Lodge e Turismo Rural.** Disponível em: <http://www.fincalacolorada.com.ar/lodgeportu.html>.

Último acesso em: 03/05/2017.

G1.COM. **Albergues e hostels se espalham pelo no país de olho nos turistas jovens.** Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2015/01/albergues-e-hostels-se-espalham-pelo-pais-de-olho-nos-turistas-jovens.html>. Último acesso em: 08/01/2017.

G1.COM. **Invasão de turistas faz crescer números de albergues em São Paulo.** Disponível em: <http://g1.globo.com/bom-dia-brasil/noticia/2013/02/invasao-de-turistas-faz-crescer-numero-de-albergues-em-sao-paulo.html>. Último acesso em: 08/01/2017.

HOSTELLING INTERNATIONAL. **Associações estaduais e FBAJ.** Disponível em: <http://www.hihostelbrasil.com.br/associacoes.html>. Último acesso em: 08/01/2017.

HOSTELLING INTERNATIONAL. **Histórico.** Disponível em: <http://hihostelbrasil.com.br/institucional/>. Último acesso em: 08/01/2017.

HOTELIER NEWS. **A onda dos hostels na indústria da hospitalidade do País.** Disponível em: <http://www.abeoc.org.br/2012/12/a-onda-dos-hostels-na-industria-da-hospitalidade-do-pais/>. Último acesso em: 08/01/2017.

KRUPINSK, Cássio. **Entendendo a economia colaborativa e compartilhada.** Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/artigos/cases/entendendo-a-economia-colaborativa-e-compartilhada>. Último acesso em: 08/01/2017.

LOIOLA, Rita. **Geração Y.** Disponível em: <http://revistagalileu.globo.com/Revista/Galileu/0,,EDG87165-7943-219,00-GERACAO+Y.html> Último acesso em: 02/05/2017.

MENEZES, Vanessa Oliveira. **Novas tendências no mercado de viagens.** Disponível em: <https://outlook.live.com/owa/?path=/attachmentlightbox>. Último acesso em: 08/01/2017.

OLIVEIRA, Bárbara Libório Filipe. **Hostels proliferam, mais atraem poucos turistas.** Disponível em:

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/01/1399416-hostels-proliferam-mas-atraem-poucos-turistas.shtml>. Último acesso em: 08/01/2017.

OTTO, Gabriela. **O crescimento dos hostels.** Disponível em: <http://gabrielaotto.com.br/blog/o-crescimento-dos-hostels/>. Último acesso em: 08/01/2017.

PANZERA, Camille. **Como é ficar em um hostel- um guia com as vantagens e desvantagens dos albergues do mundo todo.** Disponível em: <http://www.melhoresdestinos.com.br/como-e-ficar-em-um-hostel-um-guia-com-as-vantagens-e-desvantagens-dos-albergues-no-mundo-todo.html> . Último acesso em: 08/01/2017.

QUEIROZ, Thaís. **A onda dos hostels na indústria da hospitalidade do País.** Disponível em: <http://www.hoteliernews.com.br/especiais/a-onda-dos-hostels-na-industria-da-hospitalidade-do-pais-55058>. Último acesso em: 29/04/2016.

QUINBY. **Beyond the Backpacker: How Hostels Are Remaking the Low-Cost Accommodation Marketplace.** Disponível em: <http://www.phocuswright.com/Travel-Research/Research-Updates/2016/Beyond-the-Backpacker-How-Hostels-Are-Remaking-the-Low-Cost-Accommodation-Marketplace> . Último acesso em: 08/01/2017.

REVISTA TURISMO. **Onde se pode economizar e conhecer gente nova!** . Disponível em: <http://www.revistaturismo.com.br/materiasespeciais/albergues.html>. Último acesso em: 08/01/2017.

RIO DEAL. **Diferenças entre hostel, guest house e b&b.** Disponível em: <http://www.riodealbnb.com.br/pt/bnb.htm>. Último acesso em: 08/01/2017.

SEBRAE. **Como montar um serviço de transfers.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-um-servico-de-transfers,a0f87a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD> . Último acesso em: 08/01/2017.

SEVERO, Claudia. **Troca de trabalho por hospedagem: sites mostram oportunidades.** Disponível em: <http://mochilabrasil.uol.com.br/blog/troca-de-trabalho-por-hospedagem-sites-mostram-oportunidades>. Último acesso em: 29/04/2016.

SIGNIFICADOS. **Significado de Staff.** Disponível em: <https://www.significados.com.br/staff/> . Último acesso em: 02/05/2017

SÓ HISTÓRIA. **Ditadura militar no Brasil 1964-1985**. Disponível em: <http://www.sohistoria.com.br/ef2/ditadura/>. Último acesso em: 08/01/2017.

ZIG, Felipe. **O que é um hostel?** Disponível em: <http://abraceomundo.com/o-que-e-um-hostel/> . Último acesso em: 07/01/2017