

O mercado de **albergues/hostels** do município de São Paulo: Caracterização e avaliação de estabelecimentos e empreendedores

TAMARIS MARTINS DA SILVA * [tamiris.martins.silva@usp.br]

ANDRÉ FONTAN KÖHLER ** [afontan@usp.br]

Palavras-Chave | Turismo *backpacker*, Tipologia de *hostels*, Meios de hospedagem econômicos, Perfil do empreendedor.

Objetivos | A pesquisa apresenta dois objetivos principais. Primeiro, busca-se descrever e caracterizar a oferta de albergues/*hostels* do Município de São Paulo, que tem apresentado um expressivo crescimento, desde pelo menos 2011, inclusive através da construção de uma tipologia que considera a distribuição geográfica dos estabelecimentos, ano de abertura, faixa de preços, capacidade de hospedagem, tematização, oferta de serviços etc. Segundo, trata-se de identificar, compreender e avaliar os empreendedores e empresários por detrás desses albergues/*hostels*, nas seguintes linhas: (i) caracterização (idade, formação acadêmica, trajetória profissional etc.); (ii) razões de entrada nesse negócio (motivação, oportunidade etc.); e (iii) avaliação do mercado (ameaças e novas oportunidades, turismo em São Paulo, papel do poder público, etc.).

Metodologia | O trabalho baseia-se no método monográfico, que consiste no estudo aprofundado de um determinado grupo ou condição. Neste caso, trata-se do mercado de albergues/*hostels* do Município de São Paulo. A metodologia de pesquisa contempla a revisão de literatura analítica e de estudos de caso (empreendedorismo, turismo urbano, pequenos meios de hospedagem, turismo mochileiro, etc.), entrevistas semiestruturadas com atores-chave (proprietários e gerentes de *hostels*), observação participante e levantamento fotográfico. Pretende-se também aplicar questionários com os empreendedores e empresários de albergues/*hostels* no Município de São Paulo. Prevê-se um trabalho de campo em Lisboa, Portugal, entre 01/05/2014 e 06/05/2014, inclusive para prover uma análise em perspectiva comparada à pesquisa.

Principais resultados e contributos | A pesquisa está a decorrer, contudo, já se destacam alguns resultados preliminares:

- i) O termo 'albergue', no Brasil, ainda está relacionado à hospedagem de baixa qualidade, voltada a um público de desempregados ou mesmo desabrigados; inclusive ele é utilizado pelo poder público em equipamentos destinados à população de rua.

* **Estudante do curso de Bacharelado em Lazer e Turismo** da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo.

** **Doutor em Arquitetura e Urbanismo** pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. **Professor Doutor** do Curso de Bacharelado em Lazer e Turismo e do Curso de Bacharelado em Gestão de Políticas Públicas da Universidade de São Paulo.

Na opinião de vários empresários isso contribuiu para o desenvolvimento tardio dos albergues/*hostels* no Brasil, e ainda afasta parte de seu público-alvo. Além disso, em vários sítios eletrônicos de reservas, muitos desses alojamentos de baixa qualidade são ofertados como *hostels*, gerando problemas aos clientes.

- ii) Muitos clientes brasileiros ainda não se acostumaram com a ideia de acomodação compartilhada; ou seja, esperam que o baixo preço venha acompanhado por um quarto e banheiro privativo.
- iii) Registou-se um crescimento expressivo do número de *hostels* no Município de São Paulo – de 22, em 2011, para 52, em 2012 –, dado a baixa necessidade de investimento, o crescimento da demanda, a predominância de pequenos negócios familiares e o contato, por parte dos empreendedores, com esse modelo de negócio, durante viagens ao exterior.
- iv) Percebe-se o esforço dos empreendedores e empresários em diferenciar os seus produtos, por exemplo através de tematização e agregação de serviços (*pub crawl, gringo's party*, etc.). Contudo, a oferta acaba sendo relativamente homogênea, tanto no que tange a operação quanto na questão dos serviços. O *pub crawl* foi, inicialmente, uma forma que alguns albergues/*hostels* encontraram de se diferenciar e aumentar as suas receitas; atualmente, entretanto, a maior parte deles oferece esse serviço aos seus hóspedes. A própria tentativa de diferenciação acabou por gerar uma oferta relativamente homogênea.

No município de São Paulo, a oferta provê *hostels* bem localizados, com preços competitivos, bom padrão de higiene, com opções de quartos compartilhados e privativos, Internet *wi-fi*, áreas de uso comum com entretenimento, pequeno-almoço e vários outros serviços. A distribuição não é homogênea pela cidade, pelo que os albergues/*hostels* se concentram em bairros de classe média, vida noturna interessante e proximidade ao metrô.

Limitações | A principal limitação da pesquisa refere-se à escassez de literatura analítica, histórica e de estudos de caso sobre albergues/*hostels*, principalmente no caso brasileiro. Há poucos trabalhos sobre essa questão, principalmente no que concerne à caracterização dos empreendedores e empresários do setor. Outra limitação importante é a falta de dados e informações oficiais sobre o setor. No Brasil, pelo facto dos albergues/*hostels* serem um meio de hospedagem recente, ainda não receberam a devida atenção do setor público, nas três esferas de governo (federal, estadual e municipal).

Conclusões | A abertura de albergues/*hostels* é um fenômeno relativamente recente no Brasil, dado que a maioria data de 2011 ou 2012. Desse modo, o próprio tipo de meio de hospedagem é pouco conhecido por turistas e empresários brasileiros, que ainda não possuem referências de planejamento e gestão do empreendimento. Nos albergues/*hostels* visitados, percebe-se a adoção do modelo europeu de gestão, com adaptações ao perfil do público brasileiro, que é muito exigente.

Na caracterização dos empresários e empreendedores, parcial até o momento, chegaram-se às seguintes características: (i) todos possuem o ensino superior completo, sem exceção, mas geralmente sem relação à hotelaria e turismo; (ii) falam idiomas estrangeiros; (iii) dão valor a não ter patrão, ou seja, trabalhar por conta própria; e (iv) estão na faixa etária entre 23 e 35 anos, inclusive.

Além disso, percebe-se a vontade de expandir o negócio entre quase todos os empresários entrevistados, o que indica que esse negócio está sendo economicamente vantajoso. Contudo, verifica-se uma preocupação com o contínuo crescimento da oferta de albergues/*hostels*, no Município de São Paulo, dado que a ocupação média anual é de 70%.