

**O comportamento do consumidor de serviços turísticos na *sharing economy*:
Diagnóstico teórico-analítico para uma compreensão do tema**

Mayna de Aquino (AQUINO, M.)¹
Luiz Ernesto Brambatti (BRAMBATTI, L.E.)²

Resumo

O trabalho faz uma análise exploratória para aclarar a compreensão no tema: consumo dos serviços turísticos na *sharing economy* (economia compartilhada). Sob a ótica das transformações do sistema econômico, estabeleceu-se como problema de pesquisa o estudo da relação entre o comportamento do consumidor pós-moderno e as tendências do turista contemporâneo, combinando conceitos de pós-turista e turista do futuro (turista de experiência) e as características de mercado da economia compartilhada, buscando diagnosticar a presença de um novo padrão de consumo dos serviços turísticos. Por verificar-se afinidade nos temas, mas, poucas evidências empíricas (pesquisas que sejam capazes de delimitar o campo de estudo e confirmar a relação), propôs-se um diagnóstico teórico-analítico realizado nas bases de publicações científicas objetivando um melhor entendimento por meio de cronologias conceituais e referências massivas dos temas em questão. A metodologia encontra-se alicerçada em pesquisa exploratória qualitativa, com o uso das técnicas de pesquisa bibliográfica realizada em plataformas digitais nacionais, utilizando a internet como instrumento de acesso. Os principais resultados confirmam a necessidade de aprofundamento de pesquisas de mercado, pesquisas de perfil do consumidor dos serviços turísticos na *sharing economy* e pesquisas individuais da utilização das plataformas características da economia compartilhada no serviço turístico, como recurso de confirmação das evidências de um perfil do ‘novo turista’ que se desenvolve nas linhas deste trabalho. Na expectativa de encontrar meios satisfatórios de compreender o consumo dos serviços turísticos na *sharing economy*, sugere-se como um direcionamento para tais pesquisas o comportamento apresentado do ‘novo turista’ indicando-o como uma base introdutória na relação para investigações futuras a partir dos elementos do diagnóstico apresentado neste trabalho, o que oportuniza interação das convergências contextuais como caminho a ser seguido para comunidade acadêmica que tenha interesse de investigação no tema e para comunidade profissional que ainda desconhece o comportamento do consumidor de serviços turísticos da *sharing economy* devido à incipiência do conteúdo.

Palavras-chave: Mercado; Economia Compartilhada; Consumidor; Novo turista.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Turismo da **Universidade Federal do Paraná**. Pesquisadora no Grupo de Pesquisa Turismo, Educação, Emprego e Mercado de Trabalho (TEEM) na Linha de pesquisa Mercado e Empregabilidade em Turismo situado na UFPR. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3546714014291450>. E-mail: mayna.aquino@gmail.com.

² Doutor em Sociologia pela **Universidade do Rio Grande do Sul**. Professor no Programa de Pós-Graduação em Turismo - **Universidade Federal do Paraná**. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7583291058896869>. E-mail: lebramba@gmail.com.