



ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

XVI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
18 a 20 de setembro de 2019 – Curitiba/PR

A hospitalidade no *Airbnb*: em busca de evidências a partir das *online travel reviews*

Davi Alysson da Cruz Andrade¹
Alexandre Panosso Netto²

Resumo

A plataforma *Airbnb* permite que pessoas disponibilizem suas residências para receber visitantes. No Brasil são 180 mil anúncios de anfitriões, até o ano de 2018, sendo que em 2017 mais de 2,2 milhões de hóspedes, ficaram hospedados nas casas dos anfitriões (um crescimento de 120% comparado a 2016) (*AIRBNB*, 2018). Assim, temos um modelo de negócio que utiliza a tecnologia e a hospitalidade das pessoas como elementos principais de sua proposta de valor. Neste trabalho buscamos identificar elementos que revelem as dimensões da hospitalidade em residências disponíveis na plataforma *Airbnb* a partir das *online travel reviews*. O método compreende uma abordagem exploratória, qualitativa e descritiva na coleta e análise dos dados, e aspectos quantitativos na estatística descritiva dos resultados. O universo compreende os comentários gerados pelos usuários (hóspedes) que utilizaram o serviço de hospedagem da plataforma *Airbnb*, na categoria “quarto completo em residência”, ou seja, consideramos apenas aqueles usuários que se hospedaram na casa enquanto o anfitrião permanecia nela, contribuindo assim que a hospitalidade se revelasse na relação anfitrião e hóspede. Numa amostragem não-probabilística e por conveniência, coletamos 100 comentários feitos por aqueles hóspedes depois da experiência de hospedagem em residências de todas as regiões do Brasil, na plataforma *Airbnb*. Os dados foram submetidos à análise de conteúdo (Bardin, 2011), a fim de identificar aspectos relacionados às dimensões da hospitalidade, conforme modelo teórico proposto por Andrade e Polo (2018). Os resultados mostram que os principais aspectos nas avaliações estão relacionados à dimensão conforto (84% das avaliações). Em seguida identificamos a dimensão autenticidade (54%) e relacionamento especial (46%). As dimensões menos apontadas foram personalização, recepção calorosa e justiça de preço. Foi possível identificar mais de uma dimensão em diversas avaliações. Em 47% das avaliações foram identificadas duas dimensões, em 38% identificamos três dimensões e em 15% das avaliações revelou-se apenas uma dimensão. As avaliações que revelam a dimensão “conforto” indicam aspectos referentes à infraestrutura da hospedagem, à limpeza, à organização e à privacidade oferecida pelo anfitrião. A dimensão “autenticidade” é revelada em comentários que destacam traços da personalidade hospitaleira do anfitrião e a sua espontaneidade em acolher o hóspede da melhor forma. A dimensão “relacionamento especial” é percebida nas avaliações que sinalizam que a experiência de hospedagem foi além de uma relação comercial, mas também permitiu a criação de laços de amizade entre anfitrião e hóspede.

Palavras-chave: Hospitalidade; *Airbnb*; *Online travel reviews*; Dimensões.

¹ Doutorando em Turismo (PPGTUR USP), Professor do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Link para currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5054299032028793>. E-mail: daviandrade.ufma@gmail.com

² Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professor do Programa de Pós Graduação em Turismo (PPGTUR USP). Link para currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3071575734587237>. Email: panosso@usp.br