



## **A Economia Compartilhada e o Turismo: Um estudo sobre o comportamento de consumo de viajantes brasileiros no uso do Airbnb**

**Valéria Faias<sup>1</sup>**

**Melise de Lima Pereira<sup>2</sup>**

### **Resumo**

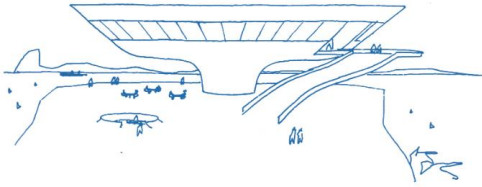
A economia compartilhada surgiu como um novo sistema socioeconômico que permitiu a criação, produção, distribuição e consumo compartilhados de bens e serviços. No turismo, o modelo de compartilhamento promoveu negócios como Airbnb, Uber e Lyft. As plataformas de uso compartilhado existentes apresentam vantagens que incluem o baixo custo e a troca de experiências. O que estabelece um comportamento de compra e uso do consumidor, é a confiança diante da pessoa ou empresa, ou seja, é por meio da reputação online e da experiência de outras pessoas que incentivam ou não o contato de um indivíduo para um produto ou serviço. A confiança aumenta o comportamento de uso juntamente com o preço, que também é levado em consideração. Diante do exposto, o objetivo geral é analisar o comportamento de consumo de viajantes brasileiros no uso da plataforma de economia compartilhada Airbnb. E como objetivos específicos: (a) Testar as variáveis que caracterizam as dimensões da motivação, da confiança e do comportamento do consumidor atreladas à economia compartilhada; (b) Validar um modelo de mensuração aplicado ao consumidor brasileiro no uso da plataforma de economia compartilhada Airbnb; (c) Compreender as relações entre as motivações, a confiança e as intenções de comportamento futuro dos viajantes brasileiros na plataforma de economia compartilhada Airbnb. A metodologia utilizada possui caráter exploratório e descritivo, com abordagem quantitativa. Esta pesquisa é relevante por buscar compreender o comportamento de consumo de viajantes brasileiros na plataforma de economia compartilhada Airbnb, a fim de identificar os desafios da globalização de forma mais eficiente no setor do turismo. A amostra foi probabilística e selecionada por conveniência, totalizando 219 respostas válidas. A coleta de dados foi online e realizada através de questionário com perguntas fechadas. Os resultados apresentam achados interessantes em relação à confiança, motivação e intenção de comprar na plataforma Airbnb. A confiança é validada como o fator de maior relevância e apelo econômico e social impactam na confiança para gerar uma intenção de compra. O modelo de mensuração validado pode ser replicado em demais estudos de economia compartilhada. Além de contribuições teóricas e práticas relevantes para ampliar o estudo do Airbnb a partir destes e de outros construtos, como também no aprimoramento dos produtos e serviços, diante dos novos hábitos de consumo de viajantes brasileiros.

---

<sup>1</sup> Mestra em Turismo na Universidade Federal do Paraná (PPGTUR/UFPR). Graduada em Gestão de Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). <http://lattes.cnpq.br/9591614534580091>. [faiasvaleria@gmail.com](mailto:faiasvaleria@gmail.com)

<sup>2</sup> Doutora em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Atualmente, é vinculada ao Programa de Pós-Graduação (Mestrado) em Turismo da Universidade Federal do Paraná (PPGTUR/UFPR) e ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Rio Grande (FURG). Colabora nos grupos de pesquisa em Turismo, Marketing e Hospitalidade (TMC) na UFPR, em Planejamento e Gestão do Espaço Turístico (PLAGET) na UNIVALI e em Turismo na FURG. <http://lattes.cnpq.br/0436042522843445> [melisepereira@ufpr.br](mailto:melisepereira@ufpr.br)

20 A 22 DE SETEMBRO DE 2023 | NITERÓI/RJ | ANAIS ANPTUR - ISSN: 23596805



# XX SEMINÁRIO ANPTUR

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA TURISMO E HOSPITALIDADE NO BRASIL

**Palavras-chaves:** Turismo e Desenvolvimento, Economia Compartilhada, Comportamento do Consumidor, Viajantes brasileiros, Airbnb.