



Hospitalidade, satisfação e intenção de recompra na hospedagem pela Airbnb

Davi Alysson da Cruz Andrade ¹
Alexandre Panosso Netto ²

Resumo

Neste trabalho buscamos propor um modelo de análise da hospitalidade como preditora da satisfação e da intenção de recompra de hospedagem pela Airbnb no Brasil. Os objetivos específicos foram identificar as dimensões que refletem o construto hospitalidade na hospedagem pela Airbnb de acordo com os anfitriões e os hóspedes; e verificar como a hospitalidade influencia na satisfação com a hospedagem e na intenção de recompra de hospedagem pela Airbnb. As principais lacunas teóricas que abordamos foram: a verificação empírica da noção de hospitalidade na hospedagem *peer-to-peer* pela Airbnb, as relações entre hospitalidade, satisfação e intenção de recompra nesse setor e as diferenças nas perspectivas dos provedores de serviços de hospedagem (anfitriões) e os consumidores (hóspedes). O método para coleta de dados compreendeu duas etapas: a primeira, qualitativa, e a segunda, quantitativa. Na etapa qualitativa foram realizadas 28 entrevistas em profundidade com anfitriões e hóspedes da Airbnb. Os dados foram submetidos à Análise de Conteúdo. Para a pesquisa quantitativa, consideramos uma amostra de 626 questionários respondidos online por anfitriões e hóspedes da Airbnb no Brasil, sendo 309 anfitriões e 317 hóspedes. A principal técnica utilizada para as análises quantitativas dos dados foi a Modelagem de Equações Estruturais (*Structural Equation Modeling* - SEM), baseada em Mínimos Quadrados Parciais (PLS-SEM). O modelo de mensuração da hospitalidade, um construto de segunda ordem, reflexivo e multidimensional, foi validado. Os resultados indicaram que as dimensões Interação, Conforto, Personalização, Recepção Calorosa, Justiça de Preço e Mimos refletem a hospitalidade na hospedagem pela Airbnb nessa ordem de importância. Verificamos que a hospitalidade tem efeito na satisfação com a hospedagem e também na intenção de recompra de hospedagem pela Airbnb. Dentre as contribuições teóricas dessa pesquisa, destacamos a validação de uma escala para mensuração da hospitalidade na hospedagem pela Airbnb, a confirmação do efeito da hospitalidade na satisfação e na intenção de recompra desse tipo de hospedagem e a constatação de que a satisfação atua como mediadora entre a hospitalidade e a intenção de recompra. Destacamos a contribuição teórica decorrente da identificação da relação do preço justo com a hospitalidade. Esse achado sinaliza que o valor pago pelo hóspede não representa apenas uma relação de custo-benefício, mas que, a partir da avaliação dessa relação, o hóspede também julga como foi a hospitalidade do anfitrião. Por fim, sugerimos que a hospitalidade na hospedagem pela Airbnb é refletida nas atitudes do anfitrião ao interagir com seus hóspedes (antes, durante e depois da hospedagem), garantir o conforto e praticar um preço justo, além de atender solicitações específicas, preparar uma recepção calorosa e oferecer mimos durante a hospedagem.

Palavras-chave: Hospitalidade. Satisfação. Intenção de Recompra. Airbnb. Economia Compartilhada.

¹ Doutor em Turismo (USP). Professor do Departamento de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). <http://lattes.cnpq.br/5054299032028793>. davi.andrade@ufma.br

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