



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB
CAMPUS I – CAMPINAGRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA - DAEC
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO**

KETHELY KAROL DE SOUSA CABRAL

**SER OU NÃO SER HOST: UM ESTUDO SOBRE O PAPEL DO ANFITRIÃO NA
PLATAFORMA AIRBNB NO PERÍODO DE SÃO JOÃO EM CAMPINA GRANDE -
PB**

**CAMPINA GRANDE
2022**

KETHELY KAROL DE SOUSA CABRAL

**SER OU NÃO SER HOST: UM ESTUDO SOBRE O PAPEL DO ANFITRIÃO NA
PLATAFORMA AIRBNB NO PERÍODO DE SÃO JOÃO EM CAMPINA GRANDE -
PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à Coordenação do Curso de Administração da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Brunno Fernandes da Silva Gaião.

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

C117s Cabral, Kethely Karol de Sousa.

Ser ou não Ser Host [manuscrito] : um estudo sobre o papel do anfitrião na plataforma AIRBNB no período de São João em Campina Grande - PB / Kethely Karol de Sousa Cabral. - 2022.

29 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas , 2022.

"Orientação : Prof. Dr. Brunno Fernandes da Silva Gaião ,
Coordenação do Curso de Administração - CCSA."

1. Economia compartilhada. 2. Turismo. 3. Plataforma digital Airbrb. 4. São João de Campina grande -PB. I. Título

21. ed. CDD 330

KETHELY KAROL DE SOUSA CABRAL

**SER OU NÃO SER HOST: UM ESTUDO SOBRE O PAPEL DO ANFITRIÃO NA
PLATAFORMA AIRBNB NO PERÍODO DE SÃO JOÃO EM CAMPINA GRANDE -
PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado à Coordenação do Curso de
Administração da Universidade Estadual
da Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Administração.

Aprovada em: 29, 11, 2022.

BANCA EXAMINADORA

Brunno Fernandes da Silva Gaião
Prof. Dr. Brunno Fernandes da Silva Gaião (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Jaysa Eliude Aguiar dos Santos
Prof. Me. Jaysa Eliude Aguiar dos Santos
Centro Universitário UNIFACISA

Joyce Aristércia Siqueira Soares
Profa. Dra. Joyce Aristércia Siqueira Soares
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

À Deus, Senhor da minha vida e de toda minha história, o qual até aqui me sustentou, à minha avó Maria Anunciada, à minha mãe Jane Cleide, à minha madrinha Luana Janaina, ao meu noivo João Paulo e a todos os meus familiares e amigos que compartilharam cada momento dessa jornada comigo, sempre me apoiando, DEDICO.

“Onde quer que exista uma necessidade,
há uma oportunidade.”
Philip Kotler

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	8
2	ECONOMIA COMPARTILHADA	9
2.1	Economia compartilhada no Turismo	11
3	COMPARTILHAMENTO SOB A ÓTICA DAS PLATAFORMAS DIGITAIS	13
3.1	Airbnb	13
4	METODOLOGIA	14
5	RESULTADOS E DISCUSSÕES	15
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	19
	REFERÊNCIAS	21
	APÊNDICE A – ROTEIRO PARA AS ENTREVISTAS	28
	AGRADECIMENTOS	29

SER OU NÃO SER HOST: UM ESTUDO SOBRE O PAPEL DO ANFITRIÃO NA PLATAFORMA AIRBNB NO PERÍODO DE SÃO JOÃO EM CAMPINA GRANDE - PB

TO BE OR NOT BE A HOST: A STUDY ON THE ROLE OF THE HOST ON THE PLATFORM AIRBNB IN THE PERIOD OF SÃO JOÃO IN CAMPINA GRANDE - PB

Kethely Karol de Sousa Cabral

RESUMO

Com o avanço da tecnologia, áreas como o turismo recebem oportunidades de evolução. O Airbnb é uma inovação dentro do ramo de tecnologia e do turismo, sendo uma plataforma de locação por temporada. As motivações para as pessoas se tornarem hosts são diversas e a pesquisa tem como objetivo identificar os aspectos relacionados à atuação de pessoas como host (anfitrião) na plataforma Airbnb durante o período de São João em Campina Grande – PB. Por meio de um estudo do levantamento teórico, a transcrição das cinco entrevistas e análise detalhada via plataforma Taguette, foram identificadas 8 categorias: o conhecimento do host sobre economia compartilhada; a modalidade do host; as motivações do host; o host e o Airbnb; os períodos de oferta do host; as vantagens e desvantagens em ser host; o host e o São João; os serviços relacionados. Foi constatado que a motivação inicial da maioria dos hosts é a financeira, mas para permanecer com este serviço, apenas o interesse financeiro pode não ser suficiente, pois, para alguns hosts pode ser uma prestação de serviço tranquila, mas para outros, pode ser um negócio que requer muita energia e tempo. Desse modo, conclui-se que ser host no Airbnb é uma atividade que pode ser exercida para diversos fins, e que pode trazer vários benefícios, como fazer amizades e ter um negócio lucrativo, porém isso depende do perfil de cada anfitrião e de suas experiências.

Palavras-chave: Economia Compartilhada. Turismo. Airbnb. São João.

ABSTRACT

With the advancement of technology, areas such as tourism receive opportunities for evolution. Airbnb is an innovation within the technology and tourism industry, being a season-per-season rental platform. The motivations for people to become hosts are diverse and the research aims to identify the aspects related to the performance of people as hosts on the Airbnb platform during the Period of São João in Campina Grande – PB. Through a study of the theoretical survey, the transcription of the five interviews, and detailed analysis via taguette platform, eight categories were identified: the host's knowledge about the shared economy; the host style; the host's motivations; the host and Airbnb; host offer periods; the advantages and disadvantages of being a host; the host and the São João; related services. It has been found that the initial motivation of most hosts is financial, but to remain with service, Only financial interest may not be enough, for some hosts it may be a quiet service provision, but for others, it can be a business that requires a lot of energy and time. In this case, it is concluded that being a host on Airbnb is an activity that can be carried out for various purposes, such as making friends and having a profitable business, but it depends on the profile of each host and their experiences.

Keywords: Shared Economy. Tourism. Airbnb. São João.

1 INTRODUÇÃO

Com os avanços tecnológicos e o aumento da demanda por parte do público consumidor, houve um crescimento significativo dos produtos e serviços ofertados no mercado. De acordo com Vera e Gosling (2017), só na última década, efetuou-se uma difusão significativa dos modelos de consumo e compartilhamento de recursos, serviços e produtos. Adveio também o crescimento da competitividade e do comportamento dinâmico das organizações e consumidores, que precisaram buscar melhores e novas formas de fonte de renda, e opções mais econômicas e sustentáveis de consumo, sendo alguns deles a economia colaborativa, economia compartilhada (EC), o consumo colaborativo e serviços sobre demanda (VIOLIN, 2021; CAPOZZI et al, 2018).

A EC está relacionada ao acesso de bens físicos e humanos, como transportes, imóveis, tempo, habilidades e outros (KENNEDY, 2015). De acordo com Vera e Gosling (2017), o domínio ou posse de um bem, perdem espaço para o acesso, isto é, a partir do momento que as pessoas compartilham seus ativos (físicos ou humanos) umas com as outras, e permitem a utilização de algo que antes era pessoal, o sentido de posse dá lugar ao acesso, pois o direito de domínio sobre algo é substituído pela partilha.

Com a tecnologia, e o desenvolvimento da Web 2.0 (O' REILLY, 2005) as formas de compartilhamento, conexão e comunicação também se ampliaram e várias plataformas foram criadas para facilitar esse tipo de relacionamento. Desse modo, a EC pode ser encontrada em vários setores, como: hospedagem e turismo (CouchSurfing, Airbnb, Booking); transportes e carona (Uber, 99, Smart Bike); aluguel de filmes/séries/documentários (Netflix, DisneyPlus) e entre outros setores e atividades, como vestuário/moda, espaços compartilhados de trabalho e outros.

Dentro do contexto do turismo, é possível perceber o surgimento de plataformas online que permitem novas formas de turismo, que cresceram de forma significativa, a exemplos dos já referidos, como Booking, Airbnb, CouchSurfing, e outros, como Wimdu, Tripadvisor e Expedia. Por conseguinte, uma das quais se destaca e cresce constantemente é o Airbnb, que se define como uma comunidade baseada no compartilhamento (AIRBNB, 2022). O Airbnb é uma plataforma na qual os anfitriões podem compartilhar acomodações e experiências com os viajantes. Só no último ano (2021) registrou-se um crescimento de receita 25% maior do que nos dois anos anteriores. A startup também afirmou que sua comunidade de anfitriões tinha seis milhões de hosts ativos no final de 2021, que faturaram um recorde de US\$ 34 bilhões no ano. (AIRBNB, 2021).

Pode-se perceber, então, que o Airbnb se mostra como uma opção renda alternativa para quem busca opções de ganhar dinheiro, e pode também se tornar um negócio bastante rentável, dependendo das intenções do anfitrião. Em sua central de recursos, a plataforma apresenta os variados tipos de hosts: anfitrião ocasional, de meio período, em tempo integral, coanfitrião e o anfitrião de experiências, os quais, de acordo com o tempo e dedicação, se adequam aos interesses do host (AIRBNB, 2022).

Considerando que o turismo é influenciado por fatores econômicos, sociais, culturais, naturais e políticos (FERNANDES, 2009), e que se desencadeiam em vários tipos turismo e motivações: férias, cultural, de negócios, desportivo, saúde e religioso (BARBOSA, 2003), pode-se entender que épocas festivas e períodos sazonais são fatores que influenciam o turismo em diversos locais no Brasil e no mundo.

Em Gramado – RS, por exemplo, durante todo o ano, a cidade recebe cerca de 6,5 milhões de turistas, entre maio e agosto no inverno brasileiro, e durante o natal, o fluxo de turistas é maior devido as atrações e o famoso “Natal Luz” que acontece durante o período natalino (MALA PRONTA, 2022). Além disso, durante o período de Carnaval, no Rio de Janeiro – RJ, a arrecadação de ISS (Imposto sobre serviços) relativos à hospedagem, turismo e lazer, é maior do que nos demais meses do ano, de acordo com a análise feita entre os anos de 2011 a 2019 pela Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico, Inovação e Simplificação (SMDEIS) e a Fundação João Goulart (FJG) (FGV IBRE, 2022).

Já em Campina Grande – PB, objeto de estudo desta pesquisa, a qual tem grande representatividade por sua forte atuação no comércio e indústria, pelo título de “cidade universitária”, por seus pontos turísticos, e em especial, pela atração do “Maior São João do Mundo” (LIMA, 2016), o turismo é muito forte em algumas épocas específicas. De acordo com o Portal Brasileiro de Turismo (2022), durante o período junino, os hotéis e hospedagens alternativas ficam lotados, além do aumento e incremento nos setores do comércio e alimentício. Só em 2019, houve uma arrecadação de cerca de 300 milhões e foram estimados um total de 2 milhões de turistas durante os 31 dias de festa, que acontece no Parque do Povo.

Desse modo, estudar o fenômeno da EC e sobre a atuação dos hosts dentro da plataforma impacta positivamente os setores de turismo, tecnologia e inovação, afinal, não existem muitas pesquisas sob a ótica da pessoa que está prestando o serviço, e como ela encara esse processo, além dos aspectos particulares de cada hospedagem e anfitriões. Se faz importante estudar esses assuntos devido ao crescimento significativo da plataforma, que a cada dia recebe mais clientes, sejam eles hosts ou hóspedes, e que revolucionou o formato de realizar turismo.

Diante disso, viu-se a necessidade de se observar mais atentamente os aspectos envolvidos na atuação desse tipo de serviço, sob a ótica do anfitrião, considerando que ser anfitrião traz vantagens, como conhecer diversas pessoas e culturas, fazer amizades variadas, ter experiências novas, além da oportunidade de um negócio rentável e de renda extra, se faz necessário um olhar mais atento a esse assunto. Partindo disso, surge a seguinte questão problema: quais os aspectos envolvidos na atuação de pessoas como host na plataforma Airbnb durante o período de São João em Campina Grande – PB?

Para responder tal questionamento, o objetivo principal da pesquisa é identificar os aspectos relacionados à atuação de pessoas como host (anfitrião) na plataforma Airbnb durante o período de São João em Campina Grande – PB.

Além desta parte introdutória, esta pesquisa conta com dois capítulos para o melhor entendimento do assunto. O primeiro capítulo traz alguns conceitos sobre EC, com o foco especial em sua presença no turismo. Já no segundo capítulo, a discussão se volta para a presença do compartilhamento em plataformas digitais, com foco especial no Airbnb. Após a apresentação dos tópicos citados, será apresentada a metodologia para a realização da presente pesquisa, posteriormente serão trazidos os resultados da pesquisa, e para finalizar, segue-se para a conclusão.

2 ECONOMIA COMPARTILHADA

A EC existe desde os primórdios da humanidade, pois o ato de compartilhar, dividir e emprestar está presente nos indivíduos desde os primeiros povos.

Entretanto, a partir do século XX, por meio dos avanços tecnológicos, o termo surgiu, e com ele, as suas práticas e diversas formas de manifestação foram ampliadas (CAPOZZI et al, 2018). Vale salientar que, a EC retoma comportamentos antigos da humanidade (BOTSMAN; ROGERS, 2011), pois o compartilhamento existia entre os mais próximos, e era um meio de fazer amizades, mas sem a interferência da internet.

Por volta de 1990, surgiram novos modelos de negócios voltados para as relações de troca e compartilhamento de bens e serviços, amparados pelo desenvolvimento da tecnologia da época, os quais causaram uma significativa diminuição dos custos envolvidos em relações *peer-to-peer*. Esse compartilhamento teve a possibilidade de ser um elo entre pessoas que não se conheciam, pois, a conexão via internet permite que seja assim (SCHOR, 2015; SHIRKY, 2008).

A tecnologia foi um fator decisivo no crescimento das formas de EC, visto que, por meio da internet e das redes sociais, foi possível alcançar mais pessoas. Inicialmente, surgiram ferramentas úteis para o compartilhamento de informações, como o Wikipedia, por exemplo, e posteriormente, abrangeu-se para ferramentas de compartilhamento de bens e serviços, as quais se multiplicaram e diversificaram.

A EC pode ser definida como "a prática de dividir o uso ou a compra de serviços facilitada, principalmente, por aplicativos que possibilitam uma maior interação entre as pessoas" (CAPOZZI et al, 2018, p.4), ou seja, a tecnologia viabiliza que essas novas formas de relações e interações aconteçam entre os indivíduos. Botsman e Rogers (2011), consideram que a EC está relacionada a práticas comerciais, como o compartilhamento, empréstimo, aluguel, doação, trocas e escambo, as quais viabilizam o acesso a bens e serviços entre pessoas desconhecidas, com a possibilidade da presença de alguma recompensa monetária envolvida, ou não.

Dentro da perspectiva de remuneração, existem os conceitos de compartilhamento e consumo colaborativo. Belk (2010), define o compartilhamento como o ato de distribuir algo pessoal, para utilização de outros, como também, o ato de utilizar algo de outrem para uso pessoal. E o consumo colaborativo, o autor considera que existe o envolvimento de alguma compensação monetária, por meio de um sistema de obtenção ou disposição de bens e serviços (BELK, 2014). Diante disso, pode-se entender que existem várias práticas dentro da EC, e que elas podem assumir diversas facetas, dependendo de quem sejam atores da relação e de seus interesses.

Já para Gansky (2010), a EC pode ser nomeada como *mesh*, a qual se constitui por meio da utilização, distribuição, produção, comércio e consumo de forma compartilhada, e estrutura-se como um sistema socioeconômico, que se baseia em relações que acontecem diretamente entre os indivíduos, sem que haja interceptores. Pode-se definir também, como:

[...] um ecossistema econômico sustentável construído em torno da partilha de recursos humanos, serviços e produtos. Ele inclui a criação, produção, distribuição, comércio compartilhado e consumo de bens e serviços por pessoas e negócios, focados nas pessoas. (CAPOZZI et al, 2018, p.21)

Botsman e Rogers (2011) afirmam que os fatores sociais, econômicos e tecnológicos são as peças para o desenvolvimento da EC. Os fatores sociais estão ligados ao interesse por parte dos indivíduos, em conhecer novas pessoas, como também preocupações com o meio ambiente. Já os fatores econômicos estão voltados para oportunidade de encontrar uma nova fonte de renda, já que por meio

da tecnologia, das redes sociais e os seus benefícios (como os custos reduzidos), a pessoa que se arrisca nesse meio, não tem muitos custos financeiros, além, da troca e compartilhamento de informações. (DUBOIS et al, 2014; BENKLER, 2006; SCHOR, 2014).

Devido aos avanços tecnológicos, as gerações posteriores ao "*boom*" da internet passaram por mudanças significativas, uma vez que a performance da geração dos "nativos digitais" (GREENBERG; WEBER, 2008) com as redes sociais e suas formas de compartilhamento e comunicação são diferentes das gerações anteriores. Ademais, a percepção de que o coletivo, por meio do compartilhamento de bens e serviços, substitui o sentimento da posse, é muito forte. (CASTELLS, 2013; BOTSMAN, ROGERS, 2011; WOLCOTT, 2014; ANDERSON, 2009; SHIRKY, 2008). Basta pensar o paralelo das gerações entre os anos 50 a 90, as quais, tinham como um dos principais objetivos da vida adulta possuir uma casa e um carro, porém, na atualidade não existe esse sentimento de necessidade de ter o bem, já que existem diversas possibilidades de uso para os mesmos (GANSKY, 2010), como também, o sentido da posse perdeu parte do seu valor.

De acordo Porter (2009), para a plena operação da EC, são necessários quatro fatores: a massa crítica, que é a quantidade de usuários necessários para o sustento da prática econômica; a capacidade ociosa, que pode transitar entre a insuficiência e o excesso; a crença no bem comum; e a confiança entre desconhecidos (BELK, 2007). Dessa forma, na era da internet, a imagem e a reputação são de extrema importância para o ganho da confiança entre os usuários (SCHOR, 2014), apesar do nível de segurança e confiabilidade no meio digital ser menor, as práticas grupais e o senso de comunidade trazem maior conforto aos usuários (POWELL, 1990; GEBER, HUI, 2013).

Os interesses por trás da participação na EC são diversos, podendo variar entre econômicos, sociais e ambientais (SCHOR, 2014). Existem pessoas que buscam viver algo diferente, ter novas experiências, outras buscam pela curiosidade, outras enxergam oportunidades de negócios ou de renda extra, como também, podem buscar novas conexões e amizades (BOTSMAN; ROGERS, 2011; SCHOR, 2014). Entretanto, nem sempre quem tem algum tipo de afinidade com a EC, vai ser um usuário ativo em alguma manifestação desse tipo de economia, devido às suas conjecturas e crenças (BELK, 2014; SHIRKY, 2008), podendo ser apenas um observador e simpatizante.

Em face do exposto, a EC trouxe mudanças significativas para diversos setores da economia tradicional, como no caso da indústria musical, cinematográfica e editorial, como também o setor de turismo e transportes, os quais, por meio do surgimento de negócios práticos e sustentáveis, como Spotify, Uber, Airbnb e outros, ganharam valor aos olhos dos consumidores, e com soluções inovadoras, geraram concorrência com os bens e serviços tradicionais, como táxi, hotéis, discos/CDs, etc, (BELK, 2014; CAPOZZI et al, 2018).

Desse modo, com o a expansão significativa da EC em vários setores econômicos, e o seu crescimento por diversos meios, é imprescindível observar mais atentamente sua atuação em cada um desses setores. Como o foco desta pesquisa está no turismo, na próxima seção, serão apresentados alguns aspectos mais aprofundados da EC no turismo.

2.1 ECONOMIA COMPARTILHADA NO TURISMO

No turismo, a EC se manifesta de diversas formas, com o compartilhamento de imóveis, meios de transporte, passeios e comida (HEO, 2016), pois depende significativamente dos interesses das pessoas. Além de ser um dos setores mais afetados pela tecnologia e a EC (VERA, GOSLING, 2018), por ser um setor amplo e diversificado, o qual permite a variedade de ofertas, pois conta com a diversidade de destinos turísticos disponíveis ao redor do mundo, além sua importância econômica na sociedade e seu crescimento significativo nas últimas décadas.

A forma como a experiência turística acontece e é aproveitada, foi alterada devido a esses fatores, pois eles transformaram a forma como a viagem é planejada, e a forma como os bens, serviços são consumidos (BUHALIS, JUN, 2003; BUHALIS, LICATA, 2002; NEUHOFER et al, 2012).

Com o surgimento de aplicativos e plataformas que foram de encontro aos meios tradicionais, como hotéis, operadores turísticos ou táxis, a EC trouxe novas oportunidades de negócio dentro do turismo, que causaram uma divisão com modelo antigo de funcionamento, no qual apenas empresas tinham vez, para a realidade atual, na qual os indivíduos conseguem compartilhar seus bens e serviços (casas/apartamentos para hospedagem, veículos, excursões, etc) por um determinado período de tempo, por meio de plataformas e aplicativos como CouchSurfing e Airbnb. (HEO, 2016; VERA, GOSLING, 2018; PINOTTI, MORETTI, 2018; MOLZ, 2013).

As novas formas de turismo são impulsionadas pelo desejo de viver novas experiências, com uma maior intensidade e pela busca de serviços e tratamentos personalizados (MOLZ, 2013). A EC permite um nível maior de contato entre os consumidores e os prestadores de serviços, o que permite um atendimento personalizado, além da possibilidade de experiência turística diferente (MOLZ, 2013; FORNO, GARIBALDI, 2015). Vera e Gosling (2018), afirmam que para alguns autores, as relações de turismo *peer-to-peer* estão baseadas na reciprocidade e na colaboração mútua.

Um grande exemplo da EC no turismo é o Airbnb, no qual as pessoas conseguem oferecer ambientes para locação, como também experiências, por meio do contato via plataforma e de um pagamento. E em contraponto, existe o Couchsurfing, que oferece estadia de forma gratuita para turistas, com a intenção de trazer uma experiência mais profunda de viagem. Dessa forma, um contato que se inicia online, via redes sociais, fortalece e auxilia o crescimento de relacionamento fora da internet, com pessoas desconhecidas (VERA, GOSLING, 2017; MOLZ, 2013; ZERVAS et al, 2017).

Apesar de todos os benefícios e vantagens, esse fenômeno precisa ser melhor observado. De acordo Heo (2016), os integrantes da economia tradicional, como as redes de hotéis e taxistas, têm a percepção de que a EC traz uma concorrência desleal, e aos olhos dessas pessoas, as práticas emergentes não são bem vistas, o que causa conflitos entre os diversos atores do setor de turismo, para além disso, o setor hoteleiro tem sofrido prejuízos financeiros, pela existência e crescimento de plataformas digitais que facilitam outros meios, (FARINA, 2016). Como também, existem riscos e exposições que os consumidores são sujeitos, pela falta de regulamentação e segurança, já que são relações mais pessoais, que vão além dos riscos de perda monetária (ERT et al, 2016; VERA, GOSLING, 2017). Dessa forma, se faz necessária a observação do ato do compartilhamento nas plataformas digitais e como esse fenômeno se dá no contexto da EC.

3 COMPARTILHAMENTO SOB A ÓTICA DE PLATAFORMAS DIGITAIS

As plataformas digitais são um dos principais fatores que permitem o crescimento e a disseminação na EC, pois facilitam a comunicação entre pessoas de diversos lugares. De acordo com Kotler et al. (2017), os usuários conseguem se expressar e colaborar entre si por meio da internet, e ao mesmo tempo em que as pessoas criam, elas também consomem. Ademais, tecnologia possibilita um contato direto com marcas e outros consumidores, os quais podem fazer elogios ou reclamações diretamente com os responsáveis. O consumidor ganha o papel de um dos atores principais para o funcionamento de uma cultura que valoriza e necessita da interação de conexão dos usuários (BARBOSA, MEDAGLIA, 2020; WEISS, 2014).

De acordo com Woskow (2014, p14) a EC se define como "plataformas *online* que ajudam as pessoas a compartilharem o acesso de bens, recursos, tempo e habilidades", ou seja, é uma forma de interação e consumo que está diretamente relacionada a tecnologia. Barbosa e Medaglia (2020), afirmam que em função das plataformas digitais, acontece o surgimento de novos mercados amparados pela cultura do compartilhamento. Pode-se dizer, que:

A tecnologia, com suas plataformas digitais, permitiu o desenvolvimento ainda de um novo tipo de diálogo entre os consumidores e as empresas, desafiando ideias tradicionais sobre marketing e gestão de marca, criando novas oportunidades para as organizações compreenderem os clientes e se conectarem a eles instantaneamente. (BARBOSA, MEDAGLIA, 2020, p.11)

As plataformas digitais e as redes sociais permitiram a construção de relacionamentos, antes impossível, na qual empresas e indivíduos conseguem se comunicar de forma única, por diversos meios e para diversas pessoas, com a possibilidade de diálogos e outras formas de comunicação, à um baixo custo (WOSSKOW, 2014). As plataformas digitais permitem a troca de experiências, e formas de expressão intensificadas, que afloram o sentimento de cultura de colaboração e compartilhamento entre os indivíduos (BARBOSA, MEDAGLIA, 2020).

Os consumidores ganham um poder e uma voz significativa no meio digital, pois o fluxo de informações é constante, e o alcance da informação acontece de forma ampla. Por isso, o compartilhamento ganha força nas plataformas digitais, à medida que mais consumidores aderem a esse tipo de prática e chamam a atenção de outros para esse fenômeno, despertando o interesse e a curiosidade, os usuários tem um poder de influência que desafia as áreas de marketing das empresas, já que a relação de consumo se tornou uma via de mão dupla (BARBOSA, MEDAGLIA, 2020; KOTLER et al, 2017). Dessa forma, as empresas e até mesmo usuários que buscam atuar com algum produto ou serviço, precisam se importar com a opinião dos consumidores e entender o poder que ela tem dentro da internet.

Diante disso, existem plataformas que valorizam a opinião de seus consumidores, utilizando-as para oferecer um serviço mais qualificado e aprimorado, como também, pelo interesse em trazer um maior sentimento de segurança e confiança para os consumidores, como é o caso do Airbnb.

3.1 AIRBNB

A plataforma Airbnb surgiu em 2008, fundada por Brian Chesky, Joe Gebbia e Nathan Blecharczyk, na Califórnia, com uma proposta na qual os anfitriões (hosts), pudessem comercializar suas acomodações (casas, apartamento, cômodos, etc.) ou algum tipo de serviço que seja uma experiência turística para o consumidor. (RIFKIN, 2016; BELK, 2014a). O Airbnb, por meio de sua proposta de compartilhamento, tem propagado esse pensamento ao redor do mundo, devido ao seu crescimento (SEABRA, 2020; VARMA et al, 2016; Wu, 2016; Lehr, 2015). A plataforma afirma que ajuda a tornar o compartilhamento fácil, agradável e seguro (AIRBNB, 2022).

Com um crescimento significativo durante os anos, a empresa ganhou espaço no Brasil e no mundo, pelas possibilidades inovadoras de negócios, hospedagem e turismo, que é pautado em relações *peer-to-peer*, nas quais os indivíduos podem atuar tanto na demanda, quanto na oferta (VARMA et al, 2016; Wu, 2016). A plataforma causa impacto direto nas economias locais em que está presente, pois tem influência no fluxo de turistas/viajantes de um local e na renda dos anfitriões (FIPE, 2017). No website, os hosts tem a possibilidade de estabelecer seus próprios preços, referentes as suas acomodações. Além disso, a plataforma permite que os anfitriões e hóspedes possam avaliar e ser avaliados, reforçando a ideia de que dentro das relações da EC, a reputação, a imagem e confiança são muito importantes (BELK, 2007; SCHOR, 2014).

Assim sendo, por meio de seu diferencial e de sua proposta inovadora para o setor de turismo, a plataforma se destaca como uma plataforma digital que é referência na EC, além das oportunidades de renda que os anfitriões conseguem encontrar ao alugar um cômodo, ou oferecer alguma experiência turística, por conectar pessoas, criar a opção de uma rede de amizades, e também por permitir que as pessoas possam ter um negócio rentável.

Desse modo, é possível perceber como a tecnologia abre espaço para criações inovadoras, que pegam algo que já acontecia na sociedade, e transforma em um novo formato. A atuação de pessoas como host dentro da plataforma Airbnb é uma nova modalidade de aluguel, reflexo das possibilidades que os avanços tecnológicos possibilitam, e todos os aspectos envolvidos nessa atuação, são fatores válidos de se estudar e ter maior atenção.

Diante disso, para o pleno entendimento dos questionamentos levantados na questão problema desta pesquisa, a seguir serão descritos os procedimentos metodológicos.

4 METODOLOGIA

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os aspectos relacionados à atuação de pessoas como host (anfitrião) na plataforma Airbnb durante o período de São João em Campina Grande – PB.

Em termos metodológicos, esta pesquisa se amparou em uma abordagem qualitativa, em razão da busca pelo entendimento dos fatores envolvidos na atuação dos anfitriões na plataforma Airbnb durante o período específico de São João em Campina Grande - PB.

O estudo contou com uma pesquisa de caráter descritivo e exploratório. Considera-se descritivo, pois a EC é um assunto que tem ganhado espaço no mercado e tem bastante relevância em diversos setores. Desse modo, é válido trazer familiaridade com o tema (GIL, 2002), outrossim, o carácter exploratório

também está reforçado pelo mapeamento dos aspectos envolvidos na atividade de hosts na plataforma Airbnb. Gil, afirma também, que a pesquisa exploratória:

(...) tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito. Pode envolver levantamento bibliográfico ou entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado. Geralmente, assume a forma de pesquisa bibliográfica e estudo de caso. (GIL, 2002, p. 41)

O caráter descritivo está firmado nos interesses em entender o ponto de vista dos anfitriões, pela busca da perspectiva do host em relação ao seu serviço e as características desse processo, pois ainda não existem muitas pesquisas voltadas para o entendimento de tais motivações, principalmente em torno desse evento.

Nesse sentido, a coleta e dados partiu inicialmente de uma revisão bibliográfica em livros, artigos e sites relacionados ao tema, por meio de portais como SPELL, Google Acadêmico e SCIELO, os quais dispõem de um apanhado seguro de fontes sobre o assunto, de forma gratuita e com pesquisas de qualidade, que tratam de temas relevantes e atuais, fatores que garantem a propriedade dos textos extraídos destas plataformas.

Em seguida, foram levantados dados primários, por meio de entrevistas semiestruturadas, com a finalidade de identificar os aspectos relacionados à atuação na plataforma Airbnb. O roteiro foi construído a partir do referencial teórico utilizado neste artigo, como também, de questões consideradas prioritárias, tendo sido composto por 16 tópicos iniciais, contemplando aspectos como as vantagens e desvantagens percebidas pelos anfitriões, os períodos de maior lucratividade e como tem sido a experiência de host na plataforma, que se relacionam ao fenômeno do estudo. Desse modo, foram realizadas 5 entrevistas semiestruturadas, com 1 homem e 4 mulheres, os quais dispunham de imóveis para locação por temporada. Os dados foram obtidos no mês de setembro a outubro de 2022.

Os resultados coletados foram analisados de forma qualitativa, pela importância da interpretação das informações e para a melhor apresentação dos resultados, como também pela forma que se relacionavam com o referencial teórico. A interpretação dos dados se deu por meio da análise de conteúdo retirada a partir da transcrição das entrevistas, feita pelas gravações das entrevistas. Após a transcrição das entrevistas, a análise foi conduzida com o auxílio do software online Taguette, no qual as falas de cada entrevistado foram separadas pela sua relação e semelhança, desse modo, por meio das discussões levantadas no roteiro, em comparação com as respostas e o referencial teórico, além da percepção dos assuntos e respostas mais recorrentes, foram identificadas 8 categorias, que posteriormente foram dispostas em um quadro, discutido à luz do referencial teórico.

5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Mediante ao estudo, análise e categorização dos dados, foram separadas 8 categorias, que fazem uma síntese dos principais tópicos abordados nas entrevistas, como a relação do host com a plataforma, as vantagens e desvantagens e as motivações identificadas. O Quadro 1 apresenta as 8 categorias identificadas e sobre o que se tratam.

Quadro 1 – Categorias identificadas na análise

CATEGORIAS	DESCRIÇÃO
Conhecimento do host sobre economia compartilhada	Entendimento do host sobre o conceito
Modalidade do host	Tipos de imóveis que o host coloca para aluguel e seu estilo de trabalho
Motivações do host	Fatores que levaram a pessoa a se tornar host
O host e o Airbnb	Relação do host com a plataforma
Períodos de oferta do host	Períodos nos quais os imóveis estão disponíveis para locação
Vantagens e desvantagens em ser host	Pontos positivos e negativos identificados pelo host
O host e o São João	Impressões do host sobre o Airbnb no período de São João
Serviços relacionados	Outros serviços relacionados ao Airbnb

Fonte: Elaborado pela autora.

A primeira categoria é sobre o **conhecimento do host sobre a EC**, que se refere ao entendimento ou familiaridade do anfitrião com o termo EC, já que é o conceito utilizado na plataforma Airbnb. No trecho a seguir, é possível perceber que nenhum deles conhecia muito bem o tema:

“Economia compartilhada? Não sei, se referindo ao Airbnb assim, acredito que seja, é... nesse caso, uma plataforma, disponibilizar sua plataforma para outras pessoas, tipo, contribuírem com ela, e gera tipo lucros, dois lucros né, tipo, um é pra empresa que tá disponibilizando aquele meio e outro pro funcionário assim, que tá trabalhando naquela...” (E1, p1).

E partir dessa fala também: “...eu tenho, no caso, um bem, né isso? Eu tenho alguns custos relacionados a ele e eu acabo meio que compartilhando, esse...” (E2, p1). Contudo, mesmo não havendo proximidade com o tema, os entrevistados, em geral, conseguiram, relacionar o tema com sua realidade, devido o sentido literal do termo, além de conseguir relacionar com outros sistemas e aplicativos que se enquadram nessa ótica.

Diante disso, na segunda categoria **modalidade de host**, que se refere ao estilo de hospedagem do anfitrião, seus tipos de imóveis e características individuais, é possível perceber uma grande variedade, a partir das falas: “eu não tenho contato de nenhum cliente [...] quem tem contato direto [...] é minha cunhada [...] eu não me envolvo muito, né, eu fecho o negócio” (E3, p8); “eu gosto de, das pessoas. Meus hóspedes e meus inquilinos são como se fossem meus filhos” (E5, p8).

Como também, pode-se notar que o nível de proximidade entre hóspede e anfitrião pode variar, de acordo os limites estabelecidos por ambos, além da localidade do host em relação aos seus imóveis. Como descrito na fala:

“[...] não sei se é porque moro aqui no prédio. Eu moro aqui e isso facilita muito. Isso muda tudo. Porque eu moro em um andar, e o meu Airbnb é um apartamento que fica em cima do que eu moro, tendeu? Então isso já ajuda bastante [...]” (E5, p3).

Além disso, dentro dessa categoria, é possível identificar alguns modelos de host, sendo eles:

- a) **aluguel no próprio imóvel que o host reside:** “eu comecei primeiro com esse quarto, aí eu vi que tipo, tava alugando muito, e eu tinha outro quarto vago [...] dentro da minha casa” (E1, p4);
- b) **aluguel em imóveis diferentes:** “eu já tô...tenho quatro apartamentos” (E2, p14);
- c) **e aluguel de hostel:** “o hostel, em geral, não tem esse tipo, você faz a locação da cama [...], a gente tem locações que é de uma cama” (E2, p5).

Os quais, de certa forma, se relacionam com as modalidades de host indicadas no site e citadas anteriormente: anfitrião ocasional, de meio período, em tempo integral, coanfitrião e o anfitrião de experiências, os quais, de acordo com o tempo e dedicação, se adequam aos interesses do host (AIRBNB, 2022).

Na terceira categoria: **motivações do host**, foi possível perceber que a motivação inicial de todos os anfitriões, foi a financeira, como representado nas falas: “é porque tinha a oportunidade de ganhar dinheiro, aí fui ganhar dinheiro” (E1, p4), e: “o que me levou a fazer isso foi o, foi financeiro” (E2, p3). No entanto, dois dos entrevistados, também quiseram tentar uma nova experiência e por conveniência: “Foi esses dois motivos. Um era testar o São João e o segundo era esse, o apartamento disponível na hora que eu precisar.” (E4, p8).

Pode-se perceber também, que o serviço de host é uma via de mão dupla, são duas necessidades que estão sendo atendidas, a do anfitrião e a do hóspede. Como apresentado anteriormente, no pensamento de Barbosa e Medaglia (2020), que afirmam que as plataformas digitais possibilitam diversas trocas entre o fornecedor e o consumidor, sendo uma relação de ganho para ambos. Ou seja, as motivações para essas relações podem ser financeiras, mas não estão totalmente focadas nesse fator.

Na categoria seguinte **o host e o Airbnb**, que trata da relação do Anfitrião com a plataforma, mediante as falas dos anfitriões, fica clara a simpatia e afinidade deles pela plataforma, pelas falas: “O aplicativo é muito confortável pra gente, Ele faz toda a política de. E publicização do nosso. Nosso. Local de. hospedagem.” (E3, p10)

É possível perceber que há muita confiança dos anfitriões na plataforma, pela organização e pelas informações e procedimentos fornecidos pela plataforma.

“Mas, pelo menos, pelo aplicativo, eu acho seguro né, porque você tem todas as informações que você consegue ver pelo aplicativo né, várias pessoas falando sobre o histórico da pessoa, como ele é como hóspede, então a gente vem, conhece toda uma trajetória daquele cliente, que tá vindo ali conhecer seu apartamento, não é uma pessoa aleatória” (E2, p3).

A relação com a relação com a plataforma é baseada também nos interesses de cada cliente/usuário, como também a qualidade de interação e o relacionamento entre hóspede e anfitrião, o que pode afetar o valor percebido (HEO, 2016). E é imprescindível que exista uma boa reputação de ambas as partes, como também da plataforma, para que esse serviço possa acontecer com sucesso.

Já na quinta categoria identificada: **períodos de oferta do host**, que está relacionada às épocas nas quais o anfitrião coloca seu imóvel ou ambiente para locação, além de algumas específicas sobre os aluguéis por temporada de cada host, como a quantidade de dias e afins, pode-se perceber que a maioria das locações por temporada acontecem por curtos períodos, com raros casos, nos quais ultrapassam um mês: “Já tá bom demais pra mim é, geralmente um final de semana, dois dias assim. Pronto, esse final de semana apareceu sábado e domingo também” (E1, p14).

Além disso, a maioria dos hosts fazem locação por temporada o ano todo, mas um deles intercala entre locação fixa e aluguel por temporada, dependendo da época do ano: “Pronto, é tanto que como a gente tá em baixa temporada agora, é muito melhor, a gente fazer uma, uma locação normal.” (E2, p10).

Na sexta categoria **vantagens e desvantagens em ser host no Airbnb**, que foi algo perguntado especificamente aos hosts, foi possível identificar que os hosts identificam mais vantagens do que desvantagens na plataforma e no processo de ser hosts, de acordo com cada realidade.

Para um host que aluga quartos em sua residência: “Sei lá, em 01h00, 01h30, meu trabalho é limpar só e nem pesa para mim e nem, joga as coisas na máquina, lava tudo e faz tudo de novo. Então o que é um dinheiro...Eu considero um dinheiro fácil.” (E1, p14). Já para outra host, uma das desvantagens, é o preconceito sofrido por essa categoria, por ser um ramo “recente”, principalmente em condomínios. e oscilação de quantidade hóspedes por temporadas.

Fora isso, os hosts sinalizaram que quando há cliente ruim, que acaba causando danos no imóvel, ou que tenta não pagar aos anfitriões pelo valor combinado, mas em compensação, existe a possibilidade de avaliar cada hóspede publicamente, criando uma rede informações e segurança para ambos os lados, pois os clientes também conseguem avaliar os anfitriões: “Com certeza! Eu, particularmente, não tenho preguiça se de ver que o hóspede deu trabalho, eu relato! [...] em compensação, se o hóspede for bom também, eu também elogio muito” (E2, p16). E como afirmam Vera e Gosling (2018), essa é uma das formas de facilitar a confiança para ambos os lados, nas relações *peer-to-peer*. Percebe-se que ter uma rede de informações de confiança, facilita o processo de EC.

Já na categoria seguinte: **o host e o São João**, na qual os anfitriões foram questionados sobre alguns aspectos específicos da época, como lucratividade, número de hóspedes e afins, os hosts deixaram claro que junto com a Consciência Cristã, esse período é de alta, pois existe um número elevado de turistas na cidade Campina Grande: “existe um período de alta, que é o período do São João, e existe vários períodos de baixa” (E2, p9);

Diante as interações sobre esses tópicos, os anfitriões também destacaram a importância e o valor do serviço de hosts, especialmente durante essa época do ano, ressaltando os benefícios trazidos.

“É, eu acho que o airbnb acomoda melhor as pessoas. É tanto que, tem pessoas que quando vem pela primeira vez para o apartamento, aí diz, eu já , muito isso: ah dona Kalina, eu vou ficar locando somente pelo airbnb, porque é melhor do que um hotel. Hotel não tem cozinha, hotel a gente gasta mais,

tudo tem que comprar. E aqui, eu não sei se é porque gosta do apartamento, porque aqui eu procuro mobiliar o melhor possível. Acomodar bem, oferecer vários itens na cozinha, principalmente. Eles fazem feira, fazem comida no apartamento.” (E5, p23)

Por fim, a última categoria: **serviços relacionados**, retrata alguns serviços que se foram descobertos ao longo das entrevistas, que tem alguma relação com a plataforma. Por exemplo, durante as entrevistas, identificamos que um dos anfitriões tem um aplicativo que auxilia outros hosts e clientes no processo de reserva, para que um local ou imóvel que está em mais de um aplicativo, não seja locado por mais de uma pessoa, na mesma temporada.

“ele consegue né, bloquear rapidamente, pra que não aconteça o que a gente chama de overbooking, né! Quando tem mais reserva de uma reserva, pra uma determinada apartamento. Então a gente tem esse aplicativo, que é meio que ajuda a ter um controle nas reservas.” (E2, p2).

Além disso, quando os hosts tem uma quantidade grande de imóveis para locação, eles acabam por contratar pessoas que ajudem na limpeza e organização dos lugares, pois caso sejam um ou dois, os próprios hosts quem ficam no controle desses serviços. Para mais, os anfitriões ainda utilizam a tecnologia ao seu favor, como por exemplo:

“Antes era mais difícil pra mim. Se eu quisesse viajar para receber o hóspede ou botar alguém pra receber. Mas a gente colocou na entrada uma caixinha que a gente coloca a chave e digita uma senha, cada hóspede, a gente dá uma senha...” (E5, p21).

Diante das categorias apresentadas, juntamente com as discussões das entrevistas, fica clara a importância da plataforma, não só para os anfitriões, como também para os hosts, especialmente em períodos com um grande volume de turistas. A plataforma permite outros tipos de hospedagens e permite experiências diferentes do turismo tradicional, o que é inovador. Além disso, é possível perceber que o serviço de hosts abarca diversos aspectos e características únicas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo identificar os aspectos relacionados à atuação de pessoas como host (anfitrião) na plataforma Airbnb durante o período de São João em Campina Grande-PB. E para a realização dessa análise foram entrevistadas 5 pessoas, as quais, ao longo do diálogo, trouxeram pontos importantes sobre o processo de ser host e a experiência nesse tipo de serviço.

Para atender ao objetivo, os assuntos abordados ao longo das entrevistas foram categorizados em 8 categorias, para que o entendimento fosse mais detalhado. Como por exemplo, **o host e o São João**, no qual os hosts deixaram claro a importância que percebem da época e da festa, na sua lucratividade, como também, a importância de existir esse tipo de serviço na cidade, facilitando a hospedagem dos turistas. Como também, a categoria **vantagens e desvantagens em ser host na plataforma**, na qual foi possível perceber o apreço dos anfitriões pelo aplicativo Airbnb e que a rede avaliações é muito utilizada pelos hosts na hora de aceitar uma reserva.

Por meio das entrevistas, foi possível perceber o valor desse tipo de serviço para a cidade de Campina Grande, pois permite que mais turistas possam ser hospedados, e também possam ter um maior contato com a cultura. Para mais, foi possível identificar que a atuação como host é um trabalho que requer tempo e dedicação, a fim de proporcionar um bom ambiente e estadia para os hóspedes, e por requerer tal dedicação, pode ser um fator decisivo para que os hosts mantenham suas locações ou não.

Além do mais, por meio do referencial teórico e por meio das entrevistas, foi possível perceber que o Airbnb ainda é algo muito recente para a cidade, e que tem muito a crescer. Sendo assim, por ser um tipo de serviço que cresce no Brasil e no mundo, o qual tem diversos impactos sociais, econômicos e culturais onde atua, é significativamente relevante estudar esse fenômeno.

Além disso, por meio de pesquisas como essas, torna-se capaz a identificação de pontos positivos que podem ser aplicados em outras plataformas ou aplicativos, e que devem ser valorizados e aprimorados no próprio Airbnb, como também, a identificação de pontos negativos que podem ser melhorados na plataforma, para os dois cenários, o anfitrião e o hóspedes.

Para finalizar, com todos diálogos e relatos, foi possível perceber que a motivação inicial da maioria das pessoas é a financeira, e que ao longo do processo, de acordo com a realidade e as experiências do anfitrião, outras motivações os fazem permanecer, como o contato com as pessoas e a possibilidade de fazer amizades e ter um negócio rentável.

A pesquisa sofreu algumas limitações, pois a quantidade de hosts ao redor do Parque do povo era limitada, além de contarmos com a disponibilidade de cada anfitrião. Contudo, com os resultados dessa pesquisa é perceptível que há muito a ser estudado sobre esta categoria de trabalho e suas características.

Para mais, esse é um assunto deveras abrangente, que permite mais discussões sobre o assunto, as quais podem se direcionar para a perspectiva do host em outros contextos, como também, a perspectiva dos hóspedes no cenário utilizado nesta pesquisa.

REFERÊNCIAS

10 MANEIRAS de ganhar mais durante a alta temporada: Nunca é cedo demais para criar uma estratégia de hospedagem para sua alta temporada. Airbnb. 2021. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/10-ways-to-earn-more-during-peak-season-109>. Acesso em: 23 jul. 2022.

AIRBNB registra crescimento de 71% no país. Diário do comércio. 2019. Disponível em: <https://diariodocomercio.com.br/negocios/airbnb-registra-crescimento-de-71-no-pais/>. Acesso em: 22 jul. 2022.

ALVES, Nadine. **Airbnb termina 2021 com lucro de 25% em relação a 2019**. BrasilTuris. 2022. Disponível em: <https://brasilturis.com.br/airbnb-termina-2021-com-lucro-de-25-em-relacao-a-2019/>. Acesso em: 23 jul. 2022.

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: A nova dinâmica de marketing e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados. Elsevier Brasil, f. 120, 2009. 240 p.

BALASSIANO, Marcel. **A economia do Carnaval do Rio**. FGV IBRE. Disponível em: <https://blogdoibre.fgv.br/posts/economia-do-carnaval-do-rio>. Acesso em: 22 jul. 2022.

BARBOSA, Daniella P. MEDAGLIA, Juliana. Tecnologia digital, turismo e os hábitos de consumo dos viajantes contemporâneos. **Marketing & Tourism Review**, v. 4, n. 2, 2020.

BARBOSA, Djanira N. Motivações para o turismo. *In*: I SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, Rio de Janeiro: Faculdade Machado de Assis, 2003. Disponível em: <https://www.uces.br/site/midia/arquivos/30-motivacoes-para-o-turismo.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2022.

BELK, Russell. Sharing Versus Pseudo-Sharing in Web 2.0. **Anthropologist**, v. 18, n. 1, p. 7-23, Jul 2014a. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/286379872_Sharing_Versus_Pseudo-Sharing_in_Web_20. Acesso em: 22 jul. 2022.

BELK, Russell. Sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 36, p. 715-734, Fev 2010.

BELK, Russell. You are what you can access: Sharing and Collaborative Consumption online. **Journal of Business Research**, v. 7, p. 1595-1600, 2014a. Disponível em:

https://www.academia.edu/40857752/You_are_what_you_can_access_Sharing_and_collaborative_consumption_online. Acesso em: 22 jul. 2022.

BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom**. Yale University Press, v. 2, 2006. 515 p. (New Haven and London). Disponível em: http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf. Acesso em: 22 jul. 2022.

BOTSMAN, Rachel. ROGERS, Roo. **O Que É Meu É Seu: Como o Consumo Colaborativo Vai Mudar o Nosso Mundo**. Bookman, f. 131, 2011. 262 p.

BRITO, Carlos. **Rio registrou aumento de 31% no número de turistas durante o carnaval**: Segundo balanço da Riotur, 2,1 milhões de turistas marcaram presença na folia carioca este ano. A economia carioca movimentou cerca de R\$ 4 bilhões no período, 8% a mais que no ano passado. G1. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/carnaval/2020/noticia/2020/03/02/rio-registrou-aumento-de-31percent-no-numero-de-turistas-durante-o-carnaval.ghtml>. Acesso em: 20 jul. 2022.

BUHALIS, Dimitrios. LICATA, Maria C. The future eTourism intermediaries. **Tourism Management**, v. 23, p. 207-220, 2002.

BUHALIS, Dimitrios; JUN, Soo H. E-tourism: information technology in strategic tourism management. **CTR - Contemporary Tourism Reviews**. 38 p, 1 jan 2003. Springer.

CAPOZZI, Alexandre et al. Economia Compartilhada. **Boletim de Inovação e Sustentabilidade**, São Paulo, v. 1. 47 p, 2018. Bisus.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo, f. 349, 2013. 698 p.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013. 271 p.

COMO ganhar dinheiro no Airbnb: Receba dicas de anfitriões sobre como anunciar seu espaço e ganhar dinheiro no Airbnb. Airbnb. 2020. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/how-to-earn-money-on-airbnb-282>. Acesso em: 21 jul. 2022.

DADOS, números & estatísticas sobre a Serra Gaúcha. Mala pronta gramado. Disponível em: <https://malaprontagramado.com.br/dados-sobre-gramado/>. Acesso em: 21 jul. 2022.

DADOS da Fipe diz que Airbnb injetou 2,5 bilhões no PIB nacional. Jornal de Turismo - FIPE. Disponível em: <https://www.jornaldeturismo.tur.br/noticias/79611->

dados-da-fipe-diz-que-airbnb-injetou-2-5-bilhoes-no-pib-nacional.html. Acesso em: 19 jul. 2022.

DENCKER, Ada F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. Futura, v. 4, f. 143, 2000. 286 p.

DUBOIS, Emilie et al. Connected Consumption: a sharing economy takes hold. **Rotman Management Spring**, p. 50-57, 2014.

ERT, Eyal et al. Trust and reputation in the sharing economy: the role of personal photos in AirBnb. **Tourism Management**, v. 55, p. 62-73, 2016.

FARINA, Erik. Avanço do Airbnb leva hotéis da Serra Gaúcha a pedirem regulação. **Zero Hora Viagem**, Porto Alegre, 26 Ago 2016.

FERNANDES, Alisson S. **A relação clima-turismo: Fundamentos teóricos e práticos**. Brasília, 2009. 118 p Monografia (Formação de Professores em Turismo) - Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2009.

FERNANDES, Victor. **Airbnb registra melhor ano da história em 2021**. Panrotas. 2022. Disponível em: https://www.panrotas.com.br/hotelaria/mercado/2022/02/airbnb-registra-melhor-ano-da-historia-em-2021_187533.html#:~:text=Os%20dados%20do%20Airbnb%20indicam,comparado%20ao%20ano%20pr%C3%A9%20pandemia.. Acesso em: 23 jul. 2022.

FORNO, Francesca; GARIBALDI, Roberta. Sharing economy in travel and tourism: the case of home-swapping in Italy. **Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism**, v. 16, n. 2, p. 202-220, 2015.

GANSKY, Lisa. **The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing**. Penguin, f. 136, 2010. 272 p.

GERBER, Elizabeth M. HUI, Julie. Crowdfunding: Motivations and Deterrents for Participation. **ACM Trans. Comput.-Hum. Interact.**, v. 20, n. 6. 32 p, Dec 2013.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002. 175 p. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf. Acesso em: 13 jun. 2022.

GREENBERG, Eric H. WEBER, Karl. **Generation We: How Millennial Youth Are Taking Over America and Changing Our World Forever**. Pachatusan, v. 1, f. 124, 2007. 247 p.

HEO, Cindy Y. Sharing economy and prospects in tourism research. **Annals of tourism research**, v. 58, p. 166-170, 2016. Elsevier.

HOTÉIS lotados, 3 mil empregos e giro de R\$ 400 milhões: os números de São João de Campina Grande: Levantamento da Coordenadoria de Turismo aponta que rede hoteleira local já está com as vagas praticamente preenchidas para fins de semana dos festejos juninos. Portal Correio. 2022. Disponível em: <https://portalcorreio.com.br/hoteis-lotados-3-mil-empregos-e-giro-de-r-400-milhoes-os-numeros-do-sao-joao-de-campina-grande/>. Acesso em: 22 jul. 2022.

KENNEDY, Jenny. Conceptual boundaries of sharing. **Information, Communication & Society**, Melbourne, p. 461-474, 26 Mai 2015.

KOTLER, Philip et al. **Marketing 4.0: L'ère du digital**. De Boeck Superieur, f. 88, 2017. 176 p.

LAZZARI, Aline D. R. et al. ECONOMIA COMPARTILHADA E OS CONTEXTOS ECONÔMICOS E SOCIAIS: MERCENARISMO OU BEM COMUM?. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 22, n. 4, p. 1-29, 2021.

LEHR, Dean D. An Analysis of the Changing Competitive Landscape in the Hotel Industry Regarding Airbnb. **Master's Theses and Capstone Projects**. 188 p, 2015.

LIMA, Yuri A. A PRODUÇÃO DO ESPAÇO TURÍSTICO EM CAMPINA GRANDE: AS MODIFICAÇÕES DO ESPAÇO URBANO QUE DESPONTAM COMO POTENCIAL TURÍSTICO NA CIDADE. *In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS*, n. 8. 2016. Anais [...] São Luís - MA, 2016. 10 p. Disponível em: http://www.eng2016.agb.org.br/resources/anais/7/1467670774_ARQUIVO_APRODUCAODOESPACOTURISTICOEMCAMPINAGRANDE_final1.pdf. Acesso em: 20 jul. 2022.

LOBO, Yure S. Economia colaborativa e destinos turísticos urbanos: análise da distribuição espacial da Airbnb em Curitiba. **RBTUR, Rev. Bras. Pesq. Tur**, São Paulo, v. 14, n. 3, p. 32-49, set/dez 202. Disponível em: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i3.1841>. Acesso em: 9 jun. 2022.

MACIEL, Rui. **Número de imóveis ativos do Airbnb supera as maiores redes de hotéis combinadas**. Canal Tech. 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/mercado/numero-de-imoveis-ativos-do-airbnb-supera-as-maiores-redes-de-hoteis-combinadas-181472/>. Acesso em: 22 jul. 2022.

MARASSI, Alessandra C. B. O turismo e as plataformas digitais para o consumo. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMPUTAÇÃO*, n. 40º. 2017, Curitiba, 2017.

MENEZES, Pedro. **Campina Grande (PB) deve atrair 2 milhões de pessoas para a Maior São João do Mundo**. Portal Brasileiro de Turismo - Mercado & Eventos. 2022. Disponível em: <https://www.mercadoeventos.com.br/feiras-e-eventos/campina-grande-pb-deve-atrair-2-milhoes-de-pessoas-para-o-maior-sao-joao-do-mundo/>. Acesso em: 20 jul. 2022.

MOLZ, Jennie G. Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: the case of couchsurfing.org. **Annals of Tourism Research**, v. 43, p. 210-230, 2013. Elsevier.

NEUHOFER, Barbara et al. Conceptualising technology enhanced destination experiences. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 1, 2012. 36-46.

O QUE É O AIRBNB e como ele funciona? Central de Ajuda. Airbnb. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2503/o-que-%C3%A9-o-airbnb-e-como-ela-funciona>. Acesso em: 22 jul. 2022.

O'REILLY, Tim. O que é Web 2.0: Padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software. **O'Reilly**, 30 Set 2005. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/114173/mod_resource/content/1/o-que-e-web-20_Tim%20O%C2%B4Reilly.pdf. Acesso em: 21 jul. 2022.

OS 20 PRINCIPAIS concorrentes do Airbnb e sites de reservas alternativos. Cloudbeds. 2022. Disponível em: <https://www.cloudbeds.com/pt-br/artigos/concorrentes-alternativas-airbnb/>. Acesso em: 23 jul. 2022.

PINOTTI, Rita C. MORETTI, Sérgio L. A. Hospitalidade e intenção de recompra na economia compartilhada: um estudo com equações estruturais em meios de hospedagem alternativos. **Revista Turismo em Análise**, v. 29, n. 1, p. 1-18, 2018.

PORTER, Michael E. **Competição: estratégias competitivas essenciais**. Elsevier, 2009.

POWELL, Walter W. Neither market nor hierarchy: Networks form of organization. **Research in Organizational Behavior**, v. 12, p. 295-336.

PUENTE, Beatriz. **Carnaval do Rio recuperou 60% dos turistas estrangeiros, diz associação**: Representando cerca de 23% dos visitantes nos anos anteriores à pandemia, estrangeiros correspondem a 14% em 2022. CNN Brasil. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/business/carnaval-do-rio-recuperou60dosturistasestrangeirosdizassociacao/#:~:text=Um%20levantamento%20da%20Associa%C3%A7%C3%A3o%20Brasileira,%2C%20o%20grupo%20representa%2014%25..> Acesso em: 20 jul. 2022.

QUANTO o Airbnb cobra dos anfitriões? Saiba como as taxas do Airbnb para anfitriões e hóspedes afetam seu negócio de hospedagem. Airbnb. 2020. Disponível em: [https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/how-much-does-airbnb-chargehosts288#:~:text=Aproximadamente%203%25%20\(US%24%2010,valor%20total%20que%20eles%20pagam](https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/how-much-does-airbnb-chargehosts288#:~:text=Aproximadamente%203%25%20(US%24%2010,valor%20total%20que%20eles%20pagam). Acesso em: 20 jul. 2022.

REIS, Ana C. F. et al. **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p. (Garimpo de Soluções). Disponível em: <https://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Economia-Criativa-como-Estrat%C3%A9gia-de-Desenvolvimento.pdf>. Acesso em: 6 jun. 2022.

RIFKIN, Jeremy. **Sociedade com custo marginal zero**. 2016.

SCHOR, Juliet. Debating the Sharing Economy. **Great Transition Initiative**, 2014. Disponível em: <https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. Acesso em: 21 jul. 2022.

SEABRA, Anderson L. C. E se o Airbnb fosse uma pessoa: um estudo sobre personalidade de marca na economia compartilhada. **Revista Administração em diálogo**, São Paulo, 2020. PUC.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo**: O poder de organizar sem organizações. Zahar, 2008.

SILVA, Leonardo B. **Economia Compartilhada**: Entendendo a Nova Economia. Recife, 2017 Trabalho de Conclusão de Curso (Ciência da Computação) - Universidade Federal de Pernambuco.

SÃO JOÃO DE CAMPINA Grande foi aprovado por 98% dos turistas: Números sobre a satisfação dos turistas foram divulgados nesta quarta-feira (31), em Campina Grande. Jornal da Paraíba. 2019. Disponível em: <https://jornaldaparaiba.com.br/economia/2019/07/31/sao-joao-de-campina-grande-foi-aprovado-por-98-dos-turistas-em-2019-revela-pesquisa>. Acesso em: 22 jul. 2022.

VARMA, Arup et al. Airbnb: Exciting Innovation or Passing Fad? **Tourism Management Perspectives**, v. 20, p. 228-237, 2016.

VERA, Luciana A. R. GOSLING, Marlusa S. Comportamento do consumidor na Economia compartilhada no Turismo: um estudo sobre o Couchsurfing e o Airbnb. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 447-467, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i3p447-467>. Acesso em: 1 jun. 2022.

VERA, Luciana. A. R. GOSLING, Marlusa S. **CONOMIA COMPARTILHADA NO TURISMO: UMA DISCUSSÃO TEÓRICA SOBRE O CONSUMO COLABORATIVO E**

O COMPARTILHAMENTO. **Revista Eletrônica de Estratégia e Negócios**, v. 10, n. 1, p. 226-251, 2017.

VERA, Luciana. A. R. GOSLING, Marlusa. S. FATORES QUE CONTRIBUEM PARA O CONSUMO DE PLATAFORMAS DE ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO: UM ESTUDO COM JOVENS UNIVERSITÁRIOS. **Caderno de Administração**, v. 27, n. 2, p. 60-81, 2020.

VILLANOVA, Ana L. I. **MODELOS DE NEGÓCIO NA ECONOMIA COMPARTILHADA: UMA INVESTIGAÇÃO MULTI-CASO**. Rio de Janeiro, 2015. 126 p Dissertação (EBAPE - Escola brasileira de Administração pública e de empresas) - Fundação Getúlio Vargas. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/15184/VERS%C3%83O%20FINAL%20DISSERTA%C3%87AO%20-%20Ana%20Luisa%20Villanova.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2022.

VIOLIN, Fábio. Motivadores de uso de serviços de compartilhamento de veículos sob demanda no Brasil. **BRB, BRAZ. BUS. REV.**, Vitória, v. 18, n. 6, p. 643-661, 05 novembro 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.18.6.3>. Acesso em: 1 jun. 2022.

WEISS, Patricia. **O novo significado do marketing e o futuro do branded content**. Meio & mensagem. 2014. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/home/comunicacao/ponto_de_vista_comunicacao/2014/01/02/o-novo-significado-do-marketing-e-o-futuro-do-branded-content.html. Acesso em: 14 jul. 2022.

WOLCOTT, Robert. Kellogg innovation network executive forum. **Kellogg School of Management**, 2014.

WOSSKOW, Debbie. Unlocking the sharing economy: An independent review. **Department for Business, Innovation and Skills**, 2014.

WU, Edson A. A. **Learning in Peer-to-peer Market**: Evidence from Airbnb Dissertação - Fundação Getúlio Vargas, 2016.

ZERVAS, Georgios et al. **The rise of the sharing economy**: estimating the impact of AirBnb on the hotel industry. 2017.

APÊNDICE A – ROTEIRO PARA AS ENTREVISTAS

1. Já ouviu falar de economia compartilhada ou compartilhamento? Descreva
2. Por onde você conheceu a plataforma Airbnb?
3. Há quanto tempo utiliza o Airbnb?
4. Você começou como cliente?
5. Há quanto tempo é host?
6. Quais as motivações para se tornar host?
7. Como tem sido sua experiência como host?
8. Quais os aspectos que você leva em consideração para aceitar ser host de alguém?
9. Quais as vantagens que você identifica no serviço de host?
10. Quais as dificuldades que você identifica no serviço de host?
11. Por que anunciar durante o período de São João?
12. Quais outras épocas do ano você está anunciando?
13. Há diferença de faturamento como host durante as épocas do ano?
14. O serviço de host é sua principal fonte de renda?
15. Qual a importância do serviço de host, na sua percepção, durante o São João?
16. Como você se sente em relação a plataforma, e as taxas, a assistência? Acha que é justo?

AGRADECIMENTOS

À professora Jaysa Eliude, que me auxiliou na construção inicial deste trabalho, com uma orientação excelente.

Ao professor Brunno, que esteve comigo na produção final da última etapa da minha graduação, e me orientou com atenção e exímio.

À Coordenação de curso, sempre prestativa e esforçada, durante os 5 anos de graduação.