



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Luana Doval Rojas Soares

O AIRBNB COMO EXEMPLO DE RESILIÊNCIA DE PLATAFORMAS DE  
COMPARTILHAMENTO

Rio de Janeiro

2022

Luana Doval Rojas Soares

O AIRBNB COMO EXEMPLO DE RESILIÊNCIA DE PLATAFORMAS DE  
COMPARTILHAMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito para a obtenção do título de Bacharela em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof. Renata Lèbre La Rovere

Rio de Janeiro

2022

## CIP - Catalogação na Publicação

D743a Doval Rojas Soares, Luana  
O AIRBNB COMO EXEMPLO DE RESILIÊNCIA DE  
PLATAFORMAS DE COMPARTILHAMENTO / Luana Doval Rojas  
Soares. -- Rio de Janeiro, 2022.  
37 f.

Orientadora: Renata Lebre La Rovere.  
Trabalho de conclusão de curso (graduação) -  
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto  
de Economia, Bacharel em Ciências Econômicas, 2022.

1. Airbnb. 2. COVID-19. 3. Pandemia. 4. Economia  
Compartilhada. 5. Turismo. I. Lebre La Rovere,  
Renata, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

LUANA DOVAL ROJAS SOARES

O AIRBNB COMO EXEMPLO DE RESILIÊNCIA DE PLATAFORMAS DE  
COMPARTILHAMENTO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito para a obtenção do título de Bacharela em Ciências Econômicas.

Rio de Janeiro, 22 de agosto de 2022.

---

RENATA LÈBRE LA ROVERE - Presidente  
Professora Dra. do Instituto de Economia da UFRJ

---

MARCELO GERSON PESSOA DE MATOS  
Professor Dr. do Instituto de Economia da UFRJ

---

ALEXANDRE LAINO FREITAS  
Professor Dr. do Instituto de Economia da UFRJ

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço aos meus pais: Ina e George. São meu chão, sempre me apoiaram em tudo e tenho certeza que seguirão me apoiando para o resto da vida. Obrigada por todo o amor, palavras de carinho e por me fazerem sentir segura e em casa sempre.

Aos meus irmãos que sempre estiveram por perto mesmo quando longe. São uma das partes mais bonitas de mim e da minha vida. Cada implicância desde criança até depois de adulta me trazem um sorriso e lembranças gostosas. Obrigada por tudo.

À minha companheira, Isa, por todo o apoio, pelos momentos de consolo e pelas palavras otimistas durante todo processo de construção dessa monografia. E eu precisei de muitos momentos destes. Obrigada.

Aos meus amigos de faculdade, sem os quais talvez tivesse desistido no meio da graduação. Foram os momentos entre e após as aulas que muitas vezes me salvaram. Foi saber que não sofria só e que a cada percalço teria com quem rir depois. Obrigada.

Ao restante da minha família e pessoas que passaram pela minha vida, cada momento que lembrar de vocês, será sempre lembrado com carinho e, mesmo o momento mais pequeno foi um pedacinho que me colocou mais perto do fim desta etapa. Então obrigada.

Aos professores e toda a rede de trabalhadores que tornaram a minha graduação possível: muito obrigada por expandir meus horizontes e apresentar não só outros conhecimentos, mas outra forma de pensar. E um reconhecimento especial à minha orientadora, a professora Renata, por não ter desistido de mim, por se mostrar disponível e disposta nessa última etapa de minha graduação.

## RESUMO

Esse trabalho busca analisar como as plataformas digitais de compartilhamento podem apresentar resiliência de acordo com o mercado que atendem, tomando como exemplo a plataforma de compartilhamento Airbnb. Para tanto foi feita a contextualização da Economia Compartilhada, suas tecnologias habilitadoras, seu papel no setor de turismo e sua ligação com a plataforma digital Airbnb. O método consistiu na revisão de literatura especializada e outras produções pertinentes. Foi possível então identificar características da Economia Compartilhada na plataforma Airbnb que explicam a resiliência, tais como: contato ponta a ponta, busca por experiência local e confiança. Também foram identificadas mudanças ocasionadas pela pandemia em relação a preferências dos hóspedes e conexão com o anfitrião.

**Palavras-chave:** Airbnb; COVID-19; pandemia; Economia Compartilhada; Turismo.

## **ABSTRACT**

This work seeks to analyze how digital sharing platforms may be resilient to changes according to the type of market they are inserted, using the sharing platform Airbnb as an example. Therefore, the Sharing Economy, its enabling technologies, its role in the tourism sector and its connection with Airbnb were contextualized. The method consisted of reviewing specialized literature and other relevant productions. It was then possible to identify characteristics of the Sharing Economy on the Airbnb platform: end-to-end contact, search for local experience and trust. Also, changes brought by the pandemic concerning guest preferences and connection with the host were identified.

**Keywords:** Airbnb; COVID-19; pandemic; Sharing Economy; Tourism.

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 Oportunidades e impactos potenciais das plataformas de serviços .....	12
QUADRO 2 Atividades características do turismo .....	15
QUADRO 3 Plataformas de compartilhamento ligadas ao turismo .....	17
QUADRO 4 Indicadores de desempenho do Anfitrião .....	22
QUADRO 5 Opções de menu do Anfitrião .....	23

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>A ECONOMIA COMPARTILHADA .....</b>	<b>9</b>
2.1	CONCEITO.....	9
2.2	TECNOLOGIAS HABILITADORAS DA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO .....	11
2.3	O TURISMO NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO .....	14
2.4	UM PANORAMA GERAL DA PANDEMIA COVID-19 .....	17
<b>3</b>	<b>AIRBNB E PANDEMIA .....</b>	<b>19</b>
3.1	COMO A PLATAFORMA FUNCIONA PARA O HÓSPEDE .....	20
3.2	COMO A PLATAFORMA FUNCIONA PARA O ANFITRIÃO .....	21
3.3	COMO A CONFIANÇA E SEGURANÇA SÃO ESTABELECIDAS .....	24
3.4	O IMPACTO DA PANDEMIA COVID-19 NO AIRBNB .....	26
<b>4</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>29</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>32</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Os modelos de negócio e empresas características da Economia Compartilhada (EC) existem desde o final da década de 1990, porém a pesquisa científica em torno do tema é relativamente recente e a produção mais intensa se deu a partir de 2009. Desde então a temática atrai muitos questionamentos e até sua definição ainda não é consenso na academia (LA ROVERE; PUNZO, 2019).

Um dos caminhos para entender o fenômeno da EC é olhar este fenômeno pela ótica da tecnologia, estudando as chamadas plataformas de compartilhamento. A rápida evolução tecnológica dos últimos anos aliada à difusão de seu uso para o dia a dia das pessoas foi o que possibilitou o desenvolvimento desses novos modelos de negócio. Tudo isso acarretou em mudanças de hábitos de consumo derivados da maior acessibilidade a novas tecnologias de informação como a *internet* e os *smartphones* (GIOVANINI, 2020). Assim, autores como Tigre (2019) estudam o fenômeno da economia compartilhada através da análise das plataformas tecnológicas de prestação de serviços *online*, ou plataformas de compartilhamento. Essas plataformas digitais facilitam a intermediação entre oferta e demanda e otimizam a alocação de serviços. Diversos atores que participam de diferentes mercados passaram a se conectar através destas plataformas, o que expandiu as possibilidades para além dos modelos de negócios tradicionais (TIGRE, 2019).

O Airbnb é considerado um exemplo disso. É uma plataforma digital que conecta pessoas buscando estadia a pessoas oferecendo, ou seja, conecta hóspedes a anfitriões. Também é considerado um dos principais atores estudados dentro da EC (TIGRE, 2019) e por isso foi escolhido com estudo de caso nessa monografia. No ano de 2020, o mundo foi assolado pela pandemia COVID-19 e um dos setores mais impactados foi o turismo (CHINAZZI et al, 2020), setor em que o Airbnb atua. Dolnicar e Zare (2020) chegaram a prever que o Airbnb, uma plataforma considerada disruptiva, ia sofrer uma disrupção com a pandemia. Desta forma, a monografia procurará responder à seguinte questão de pesquisa: as características do mercado do Airbnb afetaram o seu desempenho durante a pandemia? Em outras palavras, o Airbnb apresentou características de resiliência durante a pandemia?

A metodologia usada foi revisão da literatura especializada e produções pertinentes ao tema. Para o estudo de caso da plataforma, também foram utilizados dados apresentados pelo próprio Airbnb, em seu *site* oficial.

## 2 A ECONOMIA COMPARTILHADA

Esse capítulo apresenta a economia compartilhada perpassando pelo conceito e as tecnologias habilitadoras. Após explorar isso, o setor de turismo será aprofundado, dentro da ótica da economia compartilhada, dado que é um setor bastante impactado pela pandemia COVID-19. A partir desta contextualização, será feito um levantamento dos impactos da pandemia de forma geral e seus efeitos na economia compartilhada (EC), especificamente no turismo.

### 2.1 CONCEITO

Na literatura especializada, o uso do termo EC ainda é amplamente debatido e ainda não há um consenso quanto a sua definição ou até mesmo se essa nomenclatura é a que deva ser usada (LA ROVERE; PUNZO, 2019). Desta forma foram escolhidos alguns autores para esclarecer o assunto em questão.

Segundo Tigre (2019), o termo economia do compartilhamento vem para descrever o fenômeno ocasionado pela difusão de plataformas tecnológicas de prestação de serviços on-line centradas na forma híbrida entre possuir e usar. As plataformas tecnológicas são um conjunto de tecnologias e componentes padronizados que servem de base para o desenvolvimento de bens e serviços. Essas plataformas são dependentes de efeitos de rede, ou seja, quanto mais usuários as utilizam, mais valiosas se tornam tanto para os proprietários quanto para usuários. Nessa ótica, a base da EC está nas plataformas tecnológicas, que estão diretamente ligadas às inovações tecnológicas das últimas décadas.

De forma parecida, Roblek et al (2016) apontam que as plataformas digitais possibilitam que as pessoas participem do consumo colaborativo e são uma parte importante da economia compartilhada. Essas plataformas também possibilitam a criação da relação entre as pessoas e entre elas e a empresa. O valor gerado dessas comunicações reside na qualidade e acesso seguro a alguns conhecimentos, como aspectos comportamentais, para ambas as pontas e a empresa. E isso também advém das avaliações. Para La Rovere e Punzo (2019), o consumo colaborativo se apoia em três elementos: interação direta com o produtor; rastreabilidade, transparência e confiança; e participação voluntária dos consumidores na produção. Isso envolve, para as plataformas digitais da EC, solicitar avaliações e opiniões aos consumidores e influenciá-los a participar da criação de bancos de dados de informações confiáveis orientadas aos usuários.

Para Botsman (2013), o consumo colaborativo é o modelo econômico que reinventa o que consumimos e como consumimos, baseado em compartilhamento, troca, negociação e aluguel de bens e serviços. Esse modelo atua em três sistemas: mercados de redistribuição de bens, ligados ao repasse de bens usados; estilo de vida colaborativo com novas formas de trocar e negociar espaços, habilidades e dinheiro; e sistemas de serviços de produtos, onde se paga para acessar o benefício de um produto em vez de pagar pela posse dele. Os autores também destacam quatro princípios fundamentais para seu funcionamento: massa crítica, capacidade ociosa, crença no bem comum e confiança entre estranhos (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

A massa crítica é existência de um volume mínimo necessário de pessoas participando do sistema e de bens disponibilizados suficiente para que determinado sistema seja autossustentável. Assim, o consumidor tem opções diversas para se sentir contemplado com sua escolha e ao mesmo tempo a aderir ao novo hábito de consumo influenciado pelo comportamento de outros participantes do sistema (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

A capacidade ociosa se refere a bens de longa duração que possuem usos específicos e nem sempre constantes, como um quarto a mais em uma residência ou uma casa de veraneio ou mesmo uma furadeira. Assim, a maximização da capacidade de uso desses bens se dá ao alugar ou emprestar para terceiros (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

A crença nos bens comuns está ligada ao fazer pelo bem de outras pessoas. É o entendimento que ao oferecer valor para a comunidade ou rede, o próprio valor social da pessoa que oferece se expande. E mesmo que não seja a intenção, a pessoa melhora o sistema para todos seus participantes (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

Outro ponto de atenção comum na literatura especializada é o papel da confiança. Tanto a confiança na plataforma quando a confiança no provedor do serviço são determinantes da disposição da participação do consumo colaborativo e tem papel central na decisão de compra (DELGADO, 2021; ROBLEK et al, 2016). A confiança entre estranhos é o pilar para que esses sistemas sejam possíveis: é sobre acreditar na descrição de um produto ou serviço e nas intenções de seus anunciantes, sendo este alguém que não se conhece. Nesse ponto, é preciso existir um sistema de reputação propício para estabelecer a confiança entre estranhos (BOTSMAN; ROGERS, 2011). Já Gansky (2010) ressalta o papel da confiança ao definir o conceito de economia *mesh*, a qual é caracterizada pelo oferecimento central de algo que pode ser compartilhado, seja na comunidade, no mercado ou na cadeia de valor, pela utilização de avançados sistemas *web* e rede de dados móveis e pela forte transmissão boca a boca das ofertas, recomendações e novidades, também potencializadas pelas redes sociais. Esse modelo é

baseado em uma série de transações, compartilhando algo várias vezes e quanto mais interações, mais confiança é estabelecida e mais valor o modelo de negócio ganha.

Para Schor e Fitzmaurice (2015), o consumo conectado é baseado nas relações ponta-a-ponta, em vez de utilizar intermediários já existentes no mercado e, portanto, realocando a riqueza pela cadeia de valor, mais especificamente para consumidores e pequenos produtores. Enfim, Silveira et al. (2016), observam que essas definições de *mesh*, consumo conectado e consumo colaborativo são suficientemente similares ao conceito amplamente difundido de EC, enfatizando o compartilhamento como elemento central das transações. É possível traçar as origens da EC na década de 1990, com a fundação do eBay e Craigslist, plataformas voltadas para a recirculação de bens (compra e venda de bens usados), cujos *softwares* sofisticados reduziram os custos de transação nesse mercado. Assim, a expansão da EC foi bastante impulsionada por avanços tecnológicos (SCHOR; FITZMAURICE, 2015). Como impulsionador desses modelos de negócio também é possível identificar a crise econômica global de 2008 e os consequentes riscos de recessão, que encorajaram consumidores a procurar por opções mais baratas e membros da comunidade a procurar por rendas complementares (ROBLEK et al, 2016).

## 2.2 TECNOLOGIAS HABILITADORAS DA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO

Os avanços tecnológicos tiveram papel fundamental no surgimento da EC, que é uma economia intensiva em informação. Identifica-se o seguinte tripé digital de apoio: o aumento da velocidade de processamento de dados, a expansão da capacidade de armazenamento de dados e a crescente largura de banda (TIGRE, 2019).

Tanto o primeiro quanto o segundo pés do tripé digital estão relacionados à Lei de Moore, formulada pelo engenheiro Gordon Moore na década de 1960, que previa que o poder de processamento dos chips dobraria a cada dezoito meses, com possibilidade de alteração do ritmo de crescimento no longo prazo. Com o passar dos anos cada vez mais componentes foram incorporados por chip, reduzindo custos de processamento, armazenamento e transmissão de dados, a densidade dos chips cresceram em média 60% ao ano. Outras tecnologias complementares de *software* e *hardware* também foram desenvolvidas, desta forma o processamento e armazenamento de informações deixou de ser um recurso escasso e passou a ser abundante. O terceiro pé se apoia nos avanços das fibras ópticas, das comunicações sem fio e das tecnologias DSL, com a largura de banda crescendo 50% ao ano desde a década de 1980 (TIGRE, 2019).

Outras inovações que possuem relevância na criação e difusão de novos modelos de negócios compatíveis com a EC são a Inteligência Artificial (IA), Internet dos Serviços (IoS), blockchain e redes sociais. A IA é uma tecnologia que simula o raciocínio, possibilitando que os algoritmos aprendam com dados, façam previsão, tomem decisões e identifiquem padrões. A IoS é uma derivação da Internet das Coisas e permite que coisas e objetos (inclusive *smartphones*) interajam entre si com esquemas de endereçamento exclusivos. A blockchain é um sistema de escrituração descentralizado que permite esclarecer e validar um registro ou transação (TIGRE, 2019). Outro ponto relevante para o contexto tecnológico é a expansão do uso de *smartphones* e *internet*, que permite interações com menor restrição de tempo e espaço, possibilitando conexões entre pessoas e empresas e a participação em rede (GIOVANINI, 2020).

Todas estas tecnologias permitiram o desenvolvimento das plataformas tecnológicas e impactaram fortemente a oferta de alguns serviços, como mostrado por Tigre (2019), conforme tabela 1.

**QUADRO 1** Oportunidades e impactos potenciais das plataformas de serviços

Oportunidades	Efeitos	Plataformas (exemplos)	Impactos potenciais
Desintermediação	Substituição ou eliminação de intermediários	Amazon, Fintechs, Zap imóveis, Mercado Livre, WhatsApp	Substituição de lojas físicas, corretores, bancos e serviços de telecomunicações
Servitização	Transformar produtos em serviços e agregar serviços aos produtos	Spotify, Netflix, SaaS, Kindle (Amazon)	Eliminação de mídias e instalações físicas, prestação de novos serviços online
Aproveitamento de ativos ociosos	Reduzir a especialização de ativos	Airbnb, Uber, Groupon	Compartilhamento de recursos, resultando na menor necessidade de investimentos em ativos fixos
Reuso de módulos e componentes	Reaproveitar soluções prévias	Fábricas de <i>software</i>	Redução de custos de pesquisa e desenvolvimento, maior customização e facilidade de formatação de pacotes
Produção de conteúdo pelos usuários	Mercado de duas pontas, produtos e serviços disponibilizados por usuários	Facebook, LinkedIn, Google, Wikipedia	Redução ou eliminação da necessidade de produzir conteúdo próprio

Fonte: TIGRE, P. B. Trajetórias e oportunidades das inovações em serviços. In: TIGRE, P. B. **Inovação em serviços na economia do compartilhamento**. São Paulo: Saraiva Educação, 2019. p. 2-21.

A desintermediação consiste na eliminação dos mediadores tradicionais entre ofertante e demandante. As plataformas *online* estabelecem um processo de reintermediação ao fornecer serviços mais abrangentes, rápidos e eficientes, o que permite a redução de custos de serviços e de transação. Como plataformas exemplo pode-se destacar o Zap Imóveis e Mercado livre (TIGRE, 2019). O Zap Imóveis é uma plataforma de anúncio de imóveis, residenciais ou comerciais, para compra ou aluguel, conecta interessado a ofertante, seja o ofertante o próprio dono do imóvel ou corretoras (ZAP IMÓVEIS, 2022). O Mercado Livre é uma plataforma de *marketplace*, ou seja, de anúncios de produtos usados ou novos, de diversos vendedores, também oferece serviços de logística (Mercado Envios) e serviços financeiros (Mercado Pago, Mercado Crédito etc.) (MERCADO LIVRE, 2022).

A servitização consiste na transformação de produtos em serviços, com a premissa de que o consumidor está mais interessado no uso de determinado bem do que na sua posse. Essa transformação costuma a vir acompanhada de agregação de mais serviços ao produto. Empresas exemplos disso são o Spotify e a Netflix (TIGRE, 2019). O Spotify é um *streaming* de música e outros conteúdos, como *podcasts*, ou seja, transmite a música ou *podcast* solicitado pelo usuário por meio da internet, porém não dá a posse desses produtos (SPOTIFY, 2022). A Netflix também oferece um serviço de *streaming*, porém os produtos são séries, filmes e outras produções audiovisuais (Netflix, 2022). Ambos funcionam por meio de um serviço de assinatura com pagamento mensal pelo uso.

O reuso de módulos e componentes está relacionado à modularização, ou seja, um conjunto de serviços altamente interdependentes entre si e culminando no produto ou serviço que se pode oferecer a um cliente. Esses módulos podem ser reutilizados e recombinaados, permitindo uma “customização em massa” (TIGRE, 2019). Um exemplo desse formato são o pacote Office fornecido pela Microsoft, são *softwares* voltados para os processos de trabalho como a criação de documentação, apresentações etc, porém é possível obter diferentes pacotes de funcionalidades e ferramentas ao trocar o pacote de *basic* para *premium*.

O aproveitamento de recursos ociosos consiste na busca por reduzir a capacidade ociosa de bens físicos derivada de sua não-utilização, colocando-os em *sites* de compartilhamento. As empresas exemplo, neste caso, são a Uber e o Airbnb (TIGRE, 2019). O Uber, por exemplo é uma plataforma que oferece corridas e tem tarifa própria, ligando passageiros a motoristas (UBER, 2022) e com isso permite maior utilização de veículos de passageiros. Já o Airbnb liga hóspedes a anfitriões oferecendo hospedagem (AIRBNB, 2022). A hospedagem é ofertada em residências, sejam elas residências principais ou casas de praia ou

de campo. Todos os recursos físicos, como moradia e automóveis pertencem às pontas ofertantes.

A produção de conteúdo pelos usuários está relacionada à transferência dos custos de produção de conteúdo para o usuário e a qualificação da informação se dá em rede, através da reprodução e interação dos próprios usuários. Duas plataformas exemplos são o Facebook e a Wikipédia (TIGRE, 2019). O Facebook é uma rede social que possibilita interação entre os usuários, desde postagem de fotos e vídeos até a criação de páginas de empresas e grupos de conteúdo variado (FACEBOOK, 2022). Já a Wikipédia é uma enciclopédia virtual dinâmica em que os próprios usuários escrevem os verbetes ou revisam e modificam, a qualidade desse conteúdo é atribuída em rede, quanto mais revisores passam pelo conteúdo maior qualidade da informação (WIKIPÉDIA, 2022).

Cada uma das oportunidades é exemplificada por empresas, no entanto, ao aprofundar a compreensão do funcionamento dessas empresas, é possível identificar que alguns modelos de negócios utilizam mais de uma oportunidade. Airbnb e Uber, por exemplo, também passaram pelo processo de desintermediação e reintermediação, ao retirar cooperativas e operadores de turismo que atuavam como intermediários anteriormente.

Outro ponto relevante é que, no modelo de servitização, é comum encontrar a empresa também como produtora dos produtos que serão transformados em serviço. A Netflix, por exemplo, produz séries e filmes para colocar em sua plataforma. De forma análoga, o Spotify também patrocina a produção de *podcasts* para disponibilizar em sua plataforma. Isso implica também em diferentes vulnerabilidades para cada modelo de negócio, uma vez que essas plataformas acabam arcando com custos de produção mais elevados do que Uber e Airbnb.

### 2.3 O TURISMO NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO

Na literatura especializada, o turismo é caracterizado por uma combinação de conjuntos de serviços, como alimentação, transporte e alojamento. Esses serviços estão ligados a oferta de bens públicos, como atrativos naturais e culturais, e são comumente prestados por empresas comerciais. (LA ROVERE; PUNZO, 2019)

Segundo La Rovere e Punzo (2019) com base em IBGE (2012), esses conjuntos de serviços são definidos de acordo com o quadro 2.

**QUADRO 2** Atividades características do turismo

<b>Atividades</b>	<b>Descrição</b>
Serviços de alojamento	Estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamento
Serviços de alimentação	Restaurantes, bares, lanchonetes, <i>trailers</i> e <i>food trucks</i> , quiosques, carrocinhas e ambulantes.
Transportes ferroviários e metroviários	Transporte regular em bondes, funiculares, teleféricos ou trens próprios para exploração de pontos turísticos.
Transporte rodoviário	Transporte de passageiros regular e não urbano, transporte de passageiros não regular (táxi), locação de veículos rodoviários de passageiros com motorista (automóveis, ônibus, caminhonetes), excursões em veículos rodoviários próprios, transporte de empregados para terceiros, transporte escolar e outros transportes rodoviários de passageiros
Transporte aquaviário	Transporte aquaviário de cabotagem, transporte marítimo internacional entre portos brasileiros e estrangeiro de passageiros e cargas, transporte não urbano de passageiros, regular e não regular, por rios, canais, lagos, lagoas e outras vias de navegação interior, em percursos nacional ou internacional.
Transporte aéreo	Transporte aéreo regular e não regular (táxis-aéreos, a locação de aeronaves com tripulação etc.)
Serviços auxiliares dos transportes	Atividades auxiliares dos transportes terrestres e aéreos, como operação com terminais rodoviário, ferroviário e aeroportos, pedágios, edifícios-garagem e parques de estacionamento, guarda-volumes em terminais etc.
Agências e organizadores de viagens	Agências de viagem e organizadores de viagem.
Aluguel de bens móveis	Aluguel de automóveis.
Atividades recreativas, culturais e desportivas	Projeção de filmes e vídeos (cinema), atividade de teatro, música e outras atividades artísticas, literárias e circenses, atividades de espetáculo, museus, bibliotecas, arquivos, conservação de patrimônio histórico, jardins botânicos, zoológicos, parques nacionais e reservas ecológicas, estádios, ginásios, quadras, piscinas, hipódromos, campos de golfe, circuitos automobilísticos, clubes, associações e eventos esportivos, atividades de marina e atividades de lazer (jogos eletrônicos, sinuca, bingo, boliche etc.)

Fonte: **INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE)**. Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica. Estudos & Pesquisas: Informação Econômica, n. 18, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv61658.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2022.

Essa heterogeneidade do setor fortaleceu por muitos anos o papel de intermediadores, como agências de viagens e operadoras de turismo, que tomavam para si a responsabilidade de organizar e combinar esses diferentes conjuntos de atividades para o consumidor. Com a difusão das tecnologias de informação, essa intermediação passa a ser feita também por plataformas de compartilhamento. Essas plataformas alteram as condições de oferta de

alojamento e transporte, aumentando a diversificação de serviços. A base desse fenômeno está na existência de capacidade ociosa de recursos privados, como residências e automóveis (LA ROVERE; PUNZO, 2019).

Outra característica em ascensão do setor é a busca por um “turismo personalizado”, onde produtos turísticos passam a se comportar com bens de experiência, onde o fato de uma pessoa ir a um lugar turístico não implica em diminuir sua disposição em ir novamente (LA ROVERE; PUNZO, 2019). O turista procura por lazer e diversão além do que é convencional, visando o contato direto com o ambiente local e experiências mais autênticas. As plataformas impulsionam o aumento da oferta dessas experiências (FORNO; GARIBALDI, 2015). Esse é o cerne do CouchSurfing, por exemplo, plataforma de estadias que permite a vivência do dia a dia do anfitrião, enquanto há uma troca cultural entre ele e hóspede (COUCHSURFING, 2022).

Na ausência dos intermediadores tradicionais, a sensação de segurança e confiança é construída a partir de avaliações, *rating* e *feedbacks* dos usuários, validando as informações expostas por cada ponta deste modelo ponta-a-ponta (LA ROVERE; PUNZO, 2019). Em muitos casos também há a exposição de fotos dos usuários e um sistema de validação de documentação. A confiança nas plataformas de economia compartilhada é essencial. Ao retirar outros agentes intermediadores, é preciso criar uma outra forma de estabelecer confiança entre as pontas da transação. De acordo com uma pesquisa realizada em 2016, aproximadamente noventa por cento dos consumidores lê avaliações *online* antes de visitar um comércio e a grande maioria confia na avaliação *online* tanto o quanto confia em avaliações pessoais (ERSKINE, 2017).

No quadro 3, podemos observar algumas plataformas de compartilhamento associadas ao turismo.

**QUADRO 3** Plataformas de compartilhamento ligadas ao turismo

Plataforma	Descrição
Airbnb	Plataforma de alojamento por temporada e experiências, com renda gerada através de comissões de clientes e ofertantes.
CouchSurfing	Plataforma de alojamento por temporada e trocas culturais, com renda gerada através de taxa de associação para verificação de nome de endereço do participante.
Uber	Plataforma que oferece corridas e tem tarifa própria, cobra uma taxa sobre o valor das corridas do motorista.
EatWith	Plataforma que permite experiência culinária compartilhada, seja através de refeições, cozinhando ou realizando um tour culinário local. Renda gerada através de comissões pagas somente pelo cliente/convidado.
WorldPackers	Plataforma que conecta voluntários e anfitriões, onde os voluntários trocam trabalho, habilidades e tempo por estadia e outros benefícios. A renda é gerada através de planos de assinatura da plataforma.

Fonte: AIRBNB. **Termos de serviço**. [s. l.]. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>. Acesso em 10 de ago 2022.; COUCHSURFING. **How Couchsurfing Works**. [s. l.]. Disponível em: <https://about.couchsurfing.com/about/how-it-works/>. Acesso em 10 de ago 2022.; UBER. **Quem somos**. [s. l.]. Disponível em: <https://www.uber.com/br/pt-br/about/>. Acesso em 10 de ago 2022.; EATWITH. **How It Works**. [s. l.]. Disponível em: <https://www.eatwith.com/how-it-works>. Acesso em: 10 ago. 2022. Disponível em: <https://www.eatwith.com/es/how-it-works>. Acesso em 17 de ago 2022.; WORLDPACKERS. **O Guia completo sobre a Worldpackers**. [s. l.]. Disponível em: <https://www.worldpackers.com/pt-BR/topics/como-funciona>. Acesso em 10 de ago 2022.

## 2.4 UM PANORAMA GERAL DA PANDEMIA COVID-19

No final do ano de 2019, a doença Covid-19 foi identificada pela primeira vez. Essa doença é causada pelo novo coronavírus ou SARS-CoV-2 e tem algumas características que a tornaram alvo de atenção mundial: é rapidamente transmitida de pessoa para pessoa, tem forte poder incapacitante e apresentou alto índice de mortalidade. A grande preocupação identificada foi a pressão que a pandemia exerce no sistema de saúde, ao ocupar tempo de atendimento e leitos por dias quando os sintomas são agudos. Logo no primeiro trimestre de 2020, a doença se espalhou pelo mundo e foi considerada uma pandemia. No final de abril de 2020, o número de infectados já ultrapassava três milhões em mais de cento e oitenta países pelo mundo (G1, 2020).

Embora o mundo já tenha experienciado outras pandemias anteriormente, a pandemia COVID-19 é considerada sem precedentes. Outras doenças já foram consideradas mais contagiosas ou mais mortais, porém o que torna essa doença mais necessitada de atenção é que os sintomas só se manifestam dias após o contágio, de forma que pessoas assintomáticas

transmitem o vírus por dias antes de identificar a necessidade de isolamento e distanciamento social. A grande e crescente mobilidade mundial característica deste século também atua como um amplificador da transmissão pandêmica (GÖSSLING, 2020).

As principais medidas de combate à pandemia adotadas foram as de isolamento social, *lockdowns*, quarentenas, restrições de viagens e mobilidade, fechamento de locais públicos de lazer e pontos turísticos, uso de máscaras e incentivos à higienização das mãos. Essas restrições de mobilidade afetaram economias nacionais e sistemas de turismo (viagens nacionais, internacionais, acomodações, restaurantes, eventos, festivais, convenções, transporte público e privado etc), afetando toda a cadeia de valor (SANAR SAÚDE, 2020; GÖSSLING, 2020).

Posteriormente, no final de 2020 e início de 2021, com o desenvolvimento e disponibilização, as vacinas ganharam espaço como forma de combater a pandemia. As vacinas atuam diminuindo as chances de alguém infectado pelo vírus vir a apresentar sintomas agudos e efeitos de longo prazo da doença, desta forma diminuindo a necessidade de hospitalizações e pressões no sistema de saúde (CHAKRAVARTHI et al, 2022).

As vacinas tiveram suas distribuições de forma não uniforme pelo mundo. Países desenvolvidos foram os primeiros a utilizá-las para combater a pandemia, posteriormente outros países em desenvolvimento também começaram a aplicá-las. No entanto, a aceitação da vacina variou pelo mundo, afetando o processo de vacinação mundial. Entre os motivos identificados para essa falta de aceitação estão a desconfiança das informações dadas pelos governos, desconfiança em relação ao curto tempo de desenvolvimento da vacina, falta de informações consolidadas sobre efeitos adversos de médio e longo prazos, pouca confiança em profissionais de saúde ou posicionamento contrário a vacina dos próprios profissionais de saúde e governantes, teorias de conspiração ou o próprio negacionismo da pandemia (CHAUDHRY et al, 2022).

Ainda em 2021, fronteiras passaram a ser reabertas e a mobilidade retornou, mas de forma condicionada a apresentação de testes negativos de COVID-19 e documentação comprovando a vacinação. Em 2022, a exigência predominante mudou para ciclo vacinal completo, ou seja, a primeira e segunda doses para a maioria das vacinas.

### 3 AIRBNB E PANDEMIA

O Airbnb.com surgiu em agosto de 2008, a partir de uma experiência vivida por seus criadores no final do ano anterior. Joe Gebbia e Brian Chesky tinham se mudado há pouco tempo para um grande *loft* em South Market, em São Francisco, nos Estados Unidos, e pretendiam participar da conferência anual de *design* industrial. Com o intuito de conseguir dinheiro rapidamente para pagar o aluguel, resolveram anunciar o quarto extra para aluguel no *site* da Conferência. Três pessoas se hospedaram no *loft*: um designer indiano que queria conhecer pessoas novas; uma mulher de Boston, com trinta e cinco anos que quis ficar em um local mais barato que hotel; e um homem de quarenta e cinco anos, pai de cinco filhos, de Utah. Essa experiência gerou muita reflexão e conversas, culminando na criação da plataforma do Airbnb no ano seguinte (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

A plataforma une dois tipos de usuários principais: o hóspede e o anfitrião. O hóspede é aquele que aluga os serviços oferecidos pelo anfitrião: hospedagem ou experiências. Já o anfitrião é aquele que oferta os serviços por meio da plataforma, seja uma estadia ou uma experiência. Um mesmo usuário pode agir das duas formas: como hóspede ou como anfitrião, a depender de seus interesses. O cerne da plataforma é oferecer dois serviços: um espaço digital transparente, com boa usabilidade e com regras para conectar esses dois tipos de usuários e serviços de pagamento, onde recolhe dinheiro do hóspede através de cobranças e entrega ao anfitrião através de pagamentos, recolhendo para si uma taxa de ambos os lados nessa operação ponta a ponta (AIRBNB, 2022).

Na subseção “Termos de Serviço”, dentro seção de “Central de Ajuda”, encontramos essa descrição da função do Airbnb:

A Plataforma Airbnb oferece um espaço online que permite que os usuários ("Membros") publiquem, ofereçam, busquem e reservem serviços. Os Membros que publicam e oferecem serviços são chamados de "Anfitriões" e os Membros que buscam, reservam ou usam os serviços são chamados de "Hóspedes". Os Anfitriões oferecem acomodações ("Acomodações"), atividades, passeios e eventos ("Experiências"), além de uma ampla gama de serviços relacionados a viagens e afins (coletivamente, "Serviços de Anfitrião", e cada oferta de Serviço de Anfitrião é um "Anúncio"). Você precisa criar uma conta para acessar e usar muitos recursos da Plataforma Airbnb, devendo manter as informações de sua conta corretas e atualizadas. Como provedor da Plataforma Airbnb, o Airbnb não possui, controla, oferece ou gerencia nenhum Anúncio, Serviços de Anfitrião ou serviços de turismo. O Airbnb não é parte dos contratos celebrados diretamente entre Anfitriões e Hóspedes, tampouco é corretora de imóveis, agência de viagens ou seguradora. O Airbnb não atua como agente em qualquer capacidade para nenhum Membro, exceto conforme especificado nos Termos de Serviço de Pagamentos ("Termos de Pagamento"). (AIRBNB, 2022)

### 3.1 COMO A PLATAFORMA FUNCIONA PARA O HÓSPEDE

A plataforma é acessada por meio da internet no endereço “<https://www.airbnb.com/>”. Para poder usufruir dos serviços ofertados na plataforma, o usuário deve se cadastrar com os seguintes dados: nome completo, e-mail e data de nascimento; ou compartilhando suas informações já presentes em outras plataformas como Facebook, Google ou Apple ID. Então tem a opção de completar seu perfil com informações mais específicas como sexo, telefone, endereço, contato de emergência e documentos oficiais (AIRBNB, 2022).

A partir do cadastramento inicial já se pode utilizar as ofertas no Airbnb. Há três categorias de ofertas de serviços: hospedagem, experiências e experiências online. As mais conhecidas e utilizadas são as hospedagens, onde busca-se por local, data e número de hóspedes. O local pode abranger países, regiões, cidades e bairros, com a opção de “busca flexível”, onde o local não é previamente determinado na busca; já a data refere-se as datas de *check-in* e *check-out*, que também possuem opções de datas flexíveis; por fim o número de hóspedes que são separados em hóspedes adultos, crianças de dois a doze anos, bebês menores de dois anos e animais de estimação (AIRBNB, 2022).

Para a busca de hospedagem é possível colocar mais filtros como faixa de preço, tipo de lugar (espaço inteiro, quarto compartilhado e quarto inteiro), quantidade de quartos, cama e banheiros, tipo de propriedade (casa, apartamento, hotel ou casa de hóspedes), comodidades (wi-fi, cozinha, máquina de lavar, ar condicionado, aquecimento central, churrasqueira piscina, café da manhã, detector de fumaça etc), opções de reserva (reserva instantânea ou *self check-in*), recursos de acessibilidade (entrada sem degraus, barra de apoio do chuveiro etc), estadias diferenciadas (*superhost*) e idiomas do anfitrião. Esses filtros são de amplo espectro e permitem uma busca mais direcionada ao que o hóspede procura (AIRBNB, 2022).

Ainda segundo o *site* do Airbnb (2022), após a escolha da acomodação desejada, o hóspede deve enviar uma mensagem para anfitrião com a solicitação da reserva de hospedagem. É a partir dessa mensagem que o anfitrião avalia se vai receber o hóspede ou não. Esse é um ponto importante da plataforma: o hóspede pode ser aceito pelo anfitrião ou não, de forma que ambos devam se sentir minimamente seguros para efetuar a reserva. Cada anúncio tem suas regras bem expostas e suas próprias políticas de reembolso e cancelamento. O pagamento é feito através de cartão de crédito e algumas carteiras digitais, a depender da localização desejada. O Airbnb ganha receita a partir de taxas cobradas tanto do hóspede quanto do anfitrião. Alguns anfitriões oferecem a opção de “reserva instantânea” que permite que o hóspede faça sua reserva sem necessitar da aprovação prévia do anfitrião.

De forma análoga se dá a busca e reserva de experiências. Busca-se por localização, datas e número de hóspedes e pode utilizar outros filtros. São eles: preço, idioma oferecido, horário, recursos de acessibilidade (sem escadas ou degraus, banheiro acessível, linguagem de sinais etc) e tipos de atividade (arte e cultura, gastronomia, entretenimentos, passeios, natureza e ar livre, passeios turísticos e bem-estar). Essas experiências são uma gama de serviços que são idealizados e produzidos pelos anfitriões e tem o intuito de aproximar o hóspede a alguma atividade do residente local. Nesse caso, o Airbnb cobra taxa somente dos anfitriões (AIRBNB, 2022).

No caso de experiências *online*, a busca considera inicialmente a data e tamanho do grupo, com a possibilidade de utilizar outros filtros como: faixa de preço, reserva para grupo privado, idioma oferecido, horário e duração máxima. Também é possível selecionar algumas categorias como animais, arte e escrita, confeitaria, culinária, excelente para grupos, dança ideal para famílias, bebidas, mágica etc. Também neste caso, o Airbnb cobra taxa somente dos anfitriões (AIRBNB, 2022).

Após a escolha e aproveitamento da estadia ou experiência, tanto o hóspede quanto o anfitrião são solicitados a deixar uma avaliação. Essa avaliação ou *rating* permite que ambos deem nota um pro outro em vários aspectos que vão desde a limpeza até respeito pelas regras da casa. Essas avaliações tornam-se públicas na plataforma para que qualquer usuário possa ler (AIRBNB, 2022).

### 3.2 COMO A PLATAFORMA FUNCIONA PARA O ANFITRIÃO

Para o usuário se tornar anfitrião precisa fazer um anúncio. Então além do cadastramento inicial, precisa anunciar a hospedagem ou experiência. Esse anúncio costuma ser extenso e bastante completo: descrição dos cômodos, fotos, regras da casa, política de cancelamento, uma apresentação do anfitrião, os filtros padrões que se encaixam, endereço, valores (há um valor mínimo) e título. Nessa etapa de criação do anúncio é possível salvar e sair, para que possa retomar o preenchimento em outro momento, também há em cada momento uma dica disponível para ajudar o anfitrião a criar um anúncio de qualidade. Após a criação do anúncio, ele fica “pendente”, período em que está sendo revisado de forma automatizada pelo Airbnb e em até setenta e duas horas torna-se aparente nos resultados de busca. Feito o primeiro anúncio, o usuário torna-se anfitrião (AIRBNB, 2022).

O anfitrião ganha acesso a outras ferramentas como um painel do dia, com a informações referentes aquele dia como: quem está fazendo *check-out*, hóspede no momento,

hóspede que chegaria no dia ou no dia seguinte, os que estão programados para os próximos dias e os que estão com análise pendente; um painel de mensagens, onde os hóspedes se comunicam com o anfitrião para realização de reserva e qualquer outro assunto posterior, que funciona como um *chat* ou bate-papo entre o anfitrião e hóspede; um painel de calendário, onde é possível visualizar todos os anúncios ativos, disponíveis e indisponíveis, com respectivos preços e regras, distribuídos aos longos dos dias e período selecionado; um painel de informações gerais, onde é possível ver diversas métricas de desempenho como explicitado no quadro 4. Também há outras opções no menu.

**QUADRO 4** Indicadores de desempenho do Anfitrião

Tipo de indicador	Itens avaliados
Qualidade	Qualidade geral, exatidão do anúncio, check-in, limpeza, comunicação, limpeza, comunicação, localização e custo-benefício.
Ocupação e Taxas	Taxa de ocupação, taxa de cancelamento, duração da estadia e preço por noite.
Conversão	Conversão de reserva, tempo entre confirmação da reserva e check-in, hóspedes regulares, visualizações, adições à Wish List
Ganhos	Ganhos reservado para o ano, ganhos pagos e ganhos esperados.
Superhost	Número de estadias concluídas, avaliação geral, taxa de resposta e taxa de cancelamento.
Limpeza	Esse é um conjunto de dicas, ferramentas e instruções de limpeza.

Fonte: **AIRBNB**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/performance/quality/overall>. Acesso em 13 ago 2022.

As opções de menu para o anfitrião são mais amplas e facilitam a administração de seus anúncios, reservas e equipe, além de direcionarem a conteúdos para enriquecer a experiência como anfitrião. Essas opções são mais detalhadas no quadro 5.

**QUADRO 5** Opções de menu do Anfitrião

Opções do menu	Descrição
Anúncios	Painel que permite uma visualização geral dos anúncios.
Reservas	Painel que permite uma visualização geral dos reservas.
Crie um novo anúncio	Opção que direciona a criação de um novo anúncio.
Equipe	Permite criar uma equipe e incluir outras pessoas na administração da hospedagem
Tarefas	Permite a criação e gerenciamento de tarefas para todos da equipe.
Atividade	Histórico de todas as atividades realizadas dentro da plataforma.
Guias	Permite a criação e compartilhamento de guias com recomendações.
Página de marketing profissional	Página com o perfil do anfitrião, para que se busque hospedagem daquele anfitrião.
Histórico de transações	Histórico de todas as transações realizadas na plataforma, referente aos anfitrião.
Explorar recursos de hospedagem	Acesso a vários conteúdos na plataforma para auxiliar na administração da hospedagem.
Conecte-se com anfitriões perto de você	Direcionamento a grupos de facebook exclusivos para anfitriões interagirem entre si.

Fonte: **AIRBNB**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/hosting/log>. Acesso em 13 ago 2022.

Para o caso de experiências, a criação de anúncios deve estar de acordos com três pilares principais: conhecimento especializado, acesso privilegiado e conexão (AIRBNB, 2022). Além de aderir a termos mais específicos para cada tipo de experiência como: as que envolvem animais, ao ar livre, culinárias, de impacto social, armas, atividades sexualmente sugestivas e demais atividades que requisitem licenças específica ou termos de responsabilidade. Dentre as informações requisitadas pela plataforma para construção do anúncio estão a descrição, localização, tempo de duração, tipo de lugar (parque, escola, templo, academia, bar, praça, padaria etc.), descrição do lugar, itens fornecidos pelo anfitrião, itens requisitados ao hóspede, requisitos do hóspede (idade mínima, acessibilidade, nível de atividade física da experiência etc.), título e fotos. Então é possível configurar tamanho máximo de grupos, disponibilidade de data e horário, preços, descontos, horário limite de chegada e política de cancelamento. No período de aprovação do anúncio, a plataforma também faz a verificação de documento do anfitrião. Após a conclusão da experiência, também há a troca de avaliação e *rating*, com possibilidade de também enviar um *feedback* privado ao anfitrião. O gerenciamento de experiências funciona de forma análoga ao de hospedagem.

### 3.3 COMO A CONFIANÇA E SEGURANÇA SÃO ESTABELECIDAS

Como visto no capítulo 2, a confiança nas plataformas de economia compartilhada é essencial. Se fundamenta em uma vontade intrínseca de confiar que parceiro de negociação que se desconhece é bem intencionado e que acreditam na capacidade da plataforma em direcionar o melhor caminho para a realização daquele serviço, além de valorizar que dados seguros e confiáveis na interação sejam preservados (HAMLITSCHKEK, et al, 2017). O Airbnb é um bom exemplo disso.

A plataforma pede avaliações tanto do anfitrião quanto do hóspede e dá um prazo de catorze dias para fazê-las. Se ambos tiverem realizado as devidas avaliações antes do prazo, a plataforma publica essas avaliações simultaneamente, para que uma não influencie a outra. Foi a forma de endereçar a preocupação com avaliações retaliativas entre hóspedes e anfitriões (ERT; FLEISCHER, 2019). Caso o prazo chegue e um dos lados não tenha avaliado a plataforma publica somente a avaliação realizada e não permite que o lado pendente a realize posteriormente. Dessa forma, as avaliações são focadas na experiência ou estadia em si, ainda que permita réplica dessas avaliações de ambos os lados.

Os principais aspectos avaliados para estadia por nota são: limpeza, comunicação, *check-in*, exatidão do anúncio, localização, custo-benefício, comodidades e experiência no geral. De forma análoga acontece a avaliação dos hóspedes pelos anfitriões, pelos seguintes aspectos: limpeza, comunicação e respeito pelas regras da casa. Também há um espaço de comentário livre, onde há possibilidade de expor outras impressões. Já para as experiências o prazo é de trinta dias, há um *rating* só para a experiência como um todo e um espaço livre para comentar (AIRBNB, 2022).

As avaliações são o fundamento da confiança no Airbnb. É lá que os hóspedes verificam se o anunciado corresponde às experiências de outros usuários e se há algum aspecto que foge do exposto no anúncio. Essas avaliações também influenciam na decisão dos anfitriões entre aceitar a reserva ou não, pois conseguem verificar a opinião de outros anfitriões em relação aos hóspedes em sua estadia (AIRBNB, 2022).

Outros mecanismos que ajudam a construir a sensação de segurança e confiança são o selo Superhost, a possibilidade de verificação de documentação, o seguro AirCover, comodidades ligadas a segurança e a obrigatoriedade de enviar uma mensagem ao reservar (AIRBNB, 2022).

O selo Superhost é dado a cada três meses a anfitriões que cumpram os seguintes requisitos: manter uma avaliação geral média de 4,8 em 5 ou acima, ter concluído pelo menos

dez estadias nos últimos doze meses ou cem noites em pelo menos três estadias, taxa de cancelamento menos de um por cento e taxa de resposta dentro de vinte e quatro horas de noventa por cento ou acima. Esse selo dá credibilidade ao anfitrião e caracteriza seus serviços como excelentes. Os portadores deste selo têm maior visibilidade e acesso a alguns benefícios como: cupom de viagens, atendimento preferencial etc. a depender da política do Airbnb específica para cada país (AIRBNB, 2022). O selo contribui para que o Airbnb tenha maior controle de qualidade e atua de forma complementar as avaliações, ainda que tenha correlação com elas (ERT; FLEISCHER, 2019).

A possibilidade de verificação de documentação é um recurso opcional para o hóspede da plataforma, onde se verifica a foto de perfil com a foto de documentos oficiais enviados para plataforma, como a identidade. Para o anfitrião de experiências, esse recurso é obrigatório. Desta forma, busca-se garantir que a plataforma tenha alguma informação oficial verdadeira do anunciante da experiência (AIRBNB, 2022).

O seguro AirCover busca ressarcir anfitriões pelos danos causados a seus pertences e patrimônio durante a estadia, assim como danos aos hóspedes (seguro de responsabilidade civil). Também abrange possíveis necessidade dos hóspedes pois inclui: garantia de proteção de reserva, garantia *de check-in*, garantia de veracidade do anúncio e atendimento de segurança vinte e quatro horas. Desta forma, se a reserva for cancelada a menos de trinta dias da data reservada, se o hóspede for impedido de realizar o *check-in* ou o anúncio não corresponder à habitação, a plataforma se responsabiliza por encontrar outra hospedagem similar ou por reembolsar. E caso não se sinta seguro durante a hospedagem, o atendimento de segurança vinte e quatro horas atua auxiliando a obter ajuda de agentes de segurança treinados ou autoridades de emergência locais (AIRBNB, 2022).

A obrigatoriedade de envio da mensagem ao reservar estabelece comunicação entre as pontas e estimula conexão. Já as comodidades relacionadas são detector de fumaça e alarme de monóxido de carbono, que também contribuem a sensação de segurança e confiança.

Ao analisar especificamente a ponta relativa aos anfitriões, não só a usabilidade da plataforma contribui para a confiança, mas também os grupos feitos para anfitriões no Facebook. Esses grupos são evidenciados no último item do quadro 5. Nesses grupos acontecem interações entre anfitriões e possibilita o intercambio de experiências, aprendizagem, tirar dúvidas, manter-se atualizado sobre a plataforma e fazer comentários diversos. Isso propicia socialização entre anfitriões e criação de estratégias conjuntas para tomada de decisão, fortalecendo a autoconfiança dos anfitriões (GONDIM et al, 2020).

Ainda sobre esses grupos, embora nem todas as informações compartilhadas interessem a todos os indivíduos devido a seus conjuntos de crenças e valores próprios, é possível identificar que de forma geral as informações são consideradas úteis e relevantes. Isso aliado aos apoios e suporte oferecidos nessa comunidade contribuem para a construção psicológica do empoderamento, pois perpassa pelo apoio, ajuda, aprovação e legitimação do outro. Isso tudo contribui para o sentimento de confiança na plataforma (GONDIM et al, 2020).

### 3.4 O IMPACTO DA PANDEMIA COVID-19 NO AIRBNB

A pandemia trouxe consigo uma série de restrições à mobilidade que impactaram fortemente o turismo mundial. E o Airbnb não escapou desse impacto. A pandemia se espalhou por diversas partes do mundo de forma heterogênea e as medidas de combate à pandemia também foram tomadas em momentos diferentes, através de políticas locais, o que afetou esta plataforma e o comportamento de seus usuários (KOUTIT, 2022). Dolnicar e Zare (2020) chegaram a prever que a plataforma seria fortemente impactada pela queda das reservas e por uma redução dos anfitriões que alugavam seus espaços simplesmente para obter renda, os chamados anfitriões profissionais (ou capitalistas).

De fato, os anfitriões nos primeiros meses de pandemia viram suas reservas e rendas caírem. No caso de anfitriões profissionais, como são chamados na literatura especializada os anfitriões que gerenciam mais de uma propriedade, chegou-se ao ponto de não conseguirem pagar sua equipe assalariada e outras despesas empresariais. Uma parte dos anfitriões permaneceu com os anúncios na plataforma com a esperança de melhora na situação e retomada de renda. Outra parte saiu da plataforma e buscou compensar a perda de renda com aluguéis de longo prazo (ALEKSIĆ, 2020).

Porém, outro efeito encontrado na literatura especializada é o deslocamento do interesse por locações em áreas urbanas mais densas para áreas menos densas. E isso implica em diferentes impactos para espaços inteiros e do segmento de luxo que para espaços compartilhados. De modo geral, espaços inteiros aparecem como mais resilientes e menos elásticos às mudanças incorridas da pandemia, seja em relação ao preço ou a retirada de anúncio (KOUTIT et al, 2022). Além disso, uma mudança de preferência dos hóspedes foi identificada. Devido aos aspectos pandêmicos de distanciamento social, há o aumento da preferência por espaços inteiros em detrimento de espaços compartilhados ou mesmo quartos de hotéis. Isso representa um contraste direto com a ideia que o usuário de plataformas de acomodações ponta-a-ponta busca experiências com interações físicas e sociais. Ainda que a interação social ainda

seja um fator a ser levado em consideração, ele passou a ter o efeito contrário: age de forma negativa na percepção da experiência do hóspede. Isso se dá porque a interação social durante a pandemia passa a ser um amplificador da percepção do risco por parte do turista, aumentando sua sensação de insegurança (BRESCIANI et al, 2021).

Em abril de 2020, o Airbnb já havia identificado um crescimento das reservas de longa duração (acima de vinte e oito dias), devido a quarentenas, distanciamento social ou mesmo por profissionais de saúde que incorriam em risco maiores e precisavam de isolamento após a jornada de trabalho. Essas estadias de longa duração representavam cerca de 15% dos negócios do Airbnb pré-pandemia e passaram a quase metade em maio de 2020. Ao longo do ano, também estabeleceram um Protocolo Avançado de Higienização com diversas recomendações de segurança sanitária a anfitriões, regras de combate a aglomerações, como limite máximo do número de hóspedes, política de intolerância a festas, um canal de contato direcionado a vizinhos dos anfitriões, dicas de comportamento à hóspedes e anfitriões, desativaram as experiências presenciais e possibilitaram a criação de experiências online (AIRBNB, 2020; SANTANA, 2020).

No final do ano de 2020, a plataforma fez uma pesquisa e identificou três principais tendências em relação a viagens para 2021: viver em qualquer lugar, destinos locais e viagens de reconexão. A transformação digital decorrente da pandemia foi o que permitiu “viver em qualquer lugar”, pois é o cerne da crença de poder trabalhar e estudar remotamente, para viver e viajar em qualquer lugar. Há também um aumento das reservas para destinos locais, como casas inteiras no campo ou em cidades menores de praia. E, finalmente, as viagens de reconexão estão relacionadas a mudanças ou viagens que tem por objetivo estar próximo de amigos e família. (AIRBNB, 2020). No entanto, passadas as principais restrições à mobilidade e elevados índices de vacinação, há indícios de algum retorno a alguns aspectos anteriores à pandemia, como o aumento da procura por estadias próximos a centros urbanos (AIRBNB, 2022) e experiências presenciais.

Dentre os três elementos expostos por La Rovere e Punzo (2011), no item 2.1 deste trabalho, pode-se identificar que o impacto da pandemia COVID-19 se concentrou na confiança. Os demais: interação direta com o produtor, rastreabilidade e transparência permaneceram intactas durante a pandemia. As medidas expostas no parágrafo acima foram as formas encontradas pelo Airbnb para contornar esse impacto, ou seja, para fortalecer o sentimento de segurança e confiança do hóspede e do anfitrião em um momento de incerteza. Nesse sentido, os padrões de higiene estabelecidos, a maior distribuição espacial das possibilidades de estadias disponíveis, descontos para estadias de longa duração e as políticas

de reembolso por motivo de pandemia foram alguns dos fatores que amenizou a desconfiança na plataforma e possibilitou que usuários não a abandonassem de vez. Isso é indicativo da resiliência da plataforma frente choques externos.

Em grande medida, houve uma compensação das restrições de mobilidade internacionais através de deslocamento locais por parte dos hóspedes. A transição do trabalho presencial para o trabalho remoto durante a pandemia (PELLANDA, 2021) também permitiu deslocamentos para locais mais afastados do trabalho. Desta forma, pode-se dizer que após o choque inicial da pandemia em 2020, o Airbnb voltou a crescer em 2021 e o faturamento do último trimestre de 2021 superou as receitas desse mesmo trimestre dos anos anteriores, chegando a 1,53 bilhões de dólares, contra menos de um bilhão de dólares em 2018 (PENG; TOBIN, 2022).

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao entender a atuação do Airbnb, é possível identificar alguns dos aspectos propostos por Tigre (2019) e expostos na seção 2.2 desta monografia. O primeiro deles é a desintermediação e reintermediação. A plataforma atua no modelo ponta-a-ponta, conectando hóspedes a anfitriões para compra de estadias, retirando outros intermediadores desse processo como operadores de turismo. Desta forma, a plataforma digital os substituiu, com ganhos em abrangência de serviços e custos.

O segundo aspecto e mais frequentemente identificado pela literatura é o aproveitamento de ativos ociosos. A plataforma possibilita ofertas de espaços outrora sem uso, como quartos de visitas, casas de campo, imóveis residenciais de uso secundário etc. Assim, é possível auferir renda com a utilização desses ativos por terceiros: os hóspedes. Isso também permite a oferta de estadias a preços mais baixos que hotéis e um leque de opções maior.

Ao analisar os efeitos da pandemia COVID-19 na plataforma, identificamos um comportamento que contrasta com a literatura sobre a EC no turismo. Devido à medida de combate a pandemia de distanciamento social, o comportamento do hóspede do Airbnb mudou durante esse momento para preferir o contato social em suas estadias. Desta forma, a preferência foi por espaços inteiros sem convívio com o anfitrião e estadias afastadas dos centros urbanos mais movimentados e isso contrasta com a ideia de compartilhamento de culturas e vivências como parte da experiência do Airbnb e da EC no setor do turismo.

O Airbnb se mostrou bastante resiliente em meio às condições adversas, evidenciando também que seus aspectos não são imutáveis e podem sofrer choques externos que ocasionem transformações na dinâmica da plataforma, como a preferência por espaços inteiros e afastados e o aumento da busca por estadias de longa duração. Essa adaptabilidade se deve a uma grande variedade de imóveis em áreas geográficas mais amplas, desde localizações em centros urbanos até em áreas rurais mais afastadas (PENG; TOBIN, 2022).

Alguns outros aspectos do impacto da pandemia no setor de Turismo também foram captados pelo Airbnb. Um aspecto foi a maior busca por segurança sanitária motivada pela pandemia (VILLA-HERNÁNDEZ et al, 2022), que foi contemplado com os novos protocolos de higiene da plataforma e pelas opções de aluguel de espaços inteiros com *self check-in*, que permitiram reduzir o contato com o anfitrião. Outro aspecto foi a busca por seguros de viagem (VILLA-HERNÁNDEZ et al, 2022), onde o turista procurava minimizar riscos e prevenir-se em caso de situações adversas, como o próprio contágio pelo COVID-19 e a necessidade de isolamento, além de possíveis políticas de restrições à mobilidade que afetassem sua viagem.

Para atender a esse segundo aspecto, o Airbnb instituiu um pacote de medidas e denominou de AirCover, já explicado na seção 3.3 deste trabalho. Esse é um seguro que busca cobrir necessidade de ambas as pontas da plataforma e amenizar as inseguranças do turista que vivenciou a pandemia. A confiança é parte do fundamento da resiliência organizacional e isso é intensificado no modelo de negócio ponta-a-ponta (VILLA-HERNÁNDEZ et al, 2022), então outros esforços com rápida comunicação e a publicação de uma carta pelo Chief Executive Officer (CEO) Brian Chesk no dia 5 de maio de 2020 foram exemplos disso. Nessa carta, o CEO explicou algumas das decisões tomadas (AIRBNB, 2020). E as comunicações das plataformas continuaram frequentes durante todo o período pandêmico, como esforço para manter a confiança dos usuários e investidores. Essas medidas ilustram o desenvolvimento de capacidades de aprendizagem e capacidades dinâmicas de adaptação que resultaram em resiliência organizacional do Airbnb (VILLA-HERNÁNDEZ et al, 2022).

Ao se refletir sobre outros modelos de negócios, percebe-se que a plataforma não sofreu alguns impactos da pandemia por ter custos de produção inferiores a outros tipos de plataforma, como mostrado no capítulo 2. Como os recursos vendidos na plataforma pertencem a terceiros - os anfitriões -, os gastos advindos desses recursos ociosos (como manutenção) são sofridos somente pelos anfitriões, pela ponta, não pela plataforma em si. Isso coloca esse modelo de negócio como menos vulnerável que outros da EC, como as plataformas baseadas em modelos de servitização, por exemplo.

A resiliência do Airbnb não significa que a plataforma continuará crescendo indefinidamente, pois parte expressiva das ofertas da plataforma é de espaços inteiros e com anfitriões profissionais que acabam por competir com hotéis no mercado de acomodações temporárias, o que vem suscitando reações dos hotéis no sentido de realizar esforços para melhoria na experiência dos hóspedes e esforços regulatórios que já estão sendo debatidos pelo mundo (DOGRU et al, 2020), ainda que esforços de abaixar preço sejam a resposta mais comum (CHANG, 2018).

Além dos impactos no mercado de hospedagem, há impactos na dinâmica de habitação dos lugares em o Airbnb atua pela pressão que exerce nos preços e quantidade de imóveis disponíveis para residentes locais (QUATTRONE et al, 2016). O Airbnb possibilita que imóveis concebidos para fins residenciais sejam redirecionados para fins de hospedagem turística, há impactos em bairros e conjuntos residenciais, assim como os comércios arredores e serviços locais oferecidos, transformando o público desses locais de residentes locais para turistas, desta forma as fronteiras das zonas turísticas são expandidas. Como o aluguel turístico por temporada de modo geral é mais rentável que o aluguel para fins residenciais, esses imóveis

passam a ser redirecionados e os antigos locatários são relegados a ocupar outras regiões, geralmente mais afastadas. Esse processo, onde os antigos residentes são expulsos de determinada região por não poder mais arcar com os custos de se viver nela, é chamado de gentrificação (GURGEL; FRANÇA, 2022).

O processo de gentrificação tem impacto nas políticas públicas, motivando alterações na regulamentação. Desta forma, o debate sobre a regulamentação do Airbnb também envolve esse aspecto habitacional e residencial (GURGEL; FRANÇA, 2022).

Este trabalho encontrou duas limitações principais: a primeira em relação aos dados do Airbnb, que são agregados, o que dificulta aprofundar aspectos referentes às especificidades de diferentes locais. A segunda está relacionada à pandemia COVID-19 que é um fenômeno recente e a literatura especializada ainda não capturou todos os seus efeitos sobre a plataforma. Para trabalhos futuros, sugere-se mais estudos sobre as mudanças trazidas pela COVID-19 nas tendências usualmente apontadas na literatura sobre economia do compartilhamento.

## REFERÊNCIAS

- AIRBNB. **Como funcionam as avaliações.** [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/3127/como-funcionam-as-avalia%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 10 ago. 2022.
- AIRBNB. **Página de pesquisa.** [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/>. Acesso em: 10 ago. 2022.
- AIRBNB. **Seção Hosting:** página de pesquisa. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/hosting/log>. Acesso em 13 ago 2022.
- AIRBNB. **Seção Performance:** página de pesquisa. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/performance/quality/overall>. Acesso em 13 ago 2022.
- AIRBNB. **Por que se esforçar para conseguir o status de Superhost.** [s. l.], 2021. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/why-strive-for-superhost-status-50>. Acesso em: 10 ago. 2022.
- AIRBNB. **Termos de serviço.** [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2908/termos-de-servi%C3%A7o>. Acesso em: 10 ago. 2022.
- AIRBNB. **5 de maio: uma notícia importante do Airbnb.** [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/may-5-an-important-update-from-airbnb-188>. Acesso em: 24 ago 2022.
- BOROS, L; DUDÁS, G; KOVALCSIK, T. The effects of COVID-19 on Airbnb. **Hungarian Geographical Bulletin**, v. 69, n. 4, p. 363-381, 2020. Disponível em: <http://regscience.hu:8080/xmlui/handle/11155/2366>. Acesso em: 10 ago. 2022.
- BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu:** como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Tradução: Rodrigo Sardenberg. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- BOTSMAN, R. **The Sharing economy lacks a shared definition.** [s. l.], Fast company, 2013. Disponível em: [https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition?\\_ga=2.153007865.1532325329.1658261707-909403665.1658261707](https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition?_ga=2.153007865.1532325329.1658261707-909403665.1658261707). Acesso em: 10 ago. 2022.
- BRESCIANI, S. *et al.* The seven lives of Airbnb. The role of accommodation types. **Annals of Tourism Research**, [s. l.], v. 88, p. 103170, 2021. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321000323>. Acesso em: 10 ago. 2022.

CHAKRAVARTHI, S. *et al.* A Review of Different Vaccines and Strategies to Combat COVID-19. **Vaccines**, v.10, n.5, p.737, 2022. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2076-393X/10/5/737/htm>. Acesso em: 10 ago. 2022.

CHANG, H.; SOKOL, D. How incumbents respond to competition from innovative disruptors in the sharing economy - The impact of Airbnb on hotel performance. **Strategic Management Journal**, n. 43, p. 425-446, 2022.

CHAUDHRY, B. *et al.* Global COVID-19 Vaccine Acceptance: A Systematic Review of Associated Social and Behavioral Factors. **Vaccines**, v.10, n.1, p.110, 2022. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2076-393X/10/1/110/htm>. Acesso em: 10 ago. 2022.

CHINAZZI, M. *et al.* The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak. **Science**, v. 368, n. 6489, p. 395-400, 2020. Disponível em: <https://www.science.org/doi/full/10.1126/science.aba9757>. Acesso em: 10 ago. 2022.

COELHO, M. F.; MAYER, V. F. **Gestão de serviços pós-covid: o que se pode aprender com o setor de turismo e viagens?**. *Gestão e Sociedade*, v. 14, n. 39, p. 3698-3706, 2020. Disponível em: [https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as\\_sdt=0%2C5&q=GEST%C3%83O+DE+SERVI%C3%87OS+P%C3%93S-COVID%3A+O+QUE+SE+PODE+APRENDER+COM+O+SETOR+DE+TURISMO+E+VIAGENS%3F&btnG=](https://scholar.google.com.br/scholar?hl=pt-BR&as_sdt=0%2C5&q=GEST%C3%83O+DE+SERVI%C3%87OS+P%C3%93S-COVID%3A+O+QUE+SE+PODE+APRENDER+COM+O+SETOR+DE+TURISMO+E+VIAGENS%3F&btnG=). Acesso em: 10 ago. 2022.

COUCHSURFING. **How Couchsurfing Works**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://about.couchsurfing.com/about/how-it-works/>

DA SILVEIRA, L. M.; PETRINI, M.; DOS SANTOS, A. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando?. **REGE-Revista de Gestão**, [s. l.], v. 23, n. 4, p. 298-305, 2016. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rege/article/view/129033/125686>. Acesso em: 10 ago. 2022.

DELGADO, O; TORRES, C; DELGADO, Y. Consumo colaborativo: la confianza, un factor crítico en la intención de compra. **Suma de Negocios**, v. 12, n. 27, p. 149-160, 2021.

DOGRU, T. *et al.* Airbnb 2.0: Is it a sharing economy platform or a lodging corporation? **Tourism Management**, n. 78, 2020. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151771930247X?via%3Dihub>. Acesso em: 23 ago 2022.

DOLNICAR, S.; ZARE, S. COVID19 and Airbnb – Disrupting the Disruptor. **Annals of Tourism Research**, [s. l.], v. 83, 2022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738320301055>. Acesso em: 18 ago 2022.

EAT WITH. **How It Works**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.eatwith.com/how-it-works>. Acesso em: 10 ago. 2022.

ERSKINE, R. 20 Online Reputation Statistics That Every Business Owner Needs To Know. **Forbes**, [s. l.], 2017. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/ryanerskine/2017/09/19/20-online-reputation-statistics-that-every-business-owner-needs-to-know/?sh=4ac01265cc5c>. Acesso em: 10 ago. 2022.

ERT, E.; FLEISCHER, A. The evolution of trust in Airbnb: A case of home rental. **Annals of Tourism Research**, [s. l.] v. 75, p. 279-287, 2019. Disponível em: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0160738319300040?token=9A5D9F2A30C96453CD865F553DC188B9812DE46A61BC16E2010FEFA5BB532B9599A09062DE3D8E5998AC03A6E21CC41D&originRegion=us-east-1&originCreation=20220813204850>. Acesso em: 10 ago. 2022.

FACEBOOK. **Termos de Serviço**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.facebook.com/legal/terms>. Acesso em: 23 ago 2022.

FARMAKI, A. *et al.* Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses. **International journal of hospitality management**, [s. l.], v. 91, p. 102663, 2020. Disponível em: <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0278431920302152?token=125A54B719530314E73AAF06EFDE7D0CDE5F71B2B5714937C2DE840B3ECF973CBCB53AE38902AA99D0A38773B5A4B3AF&originRegion=us-east-1&originCreation=20220815011830>. Acesso em: 10 ago. 2022.

FARMAKI, A.; STERGIU, D. Escaping loneliness Through Airbnb host-guest interactions. **Tourism Management**, v. 74, p. 331-333, 2019. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517719300688>. Acesso em: 10 ago. 2022.

FORNO, F.; GARIBALDI, R. Sharing Economy in Travel and Tourism: The Case of Home-Swapping in Italy. **Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism**, [s. l.], v. 16, n. 2, p. 202-220, 2015. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/277359003\\_Sharing\\_Economy\\_in\\_Travel\\_and\\_Tourism\\_The\\_Case\\_of\\_Home-Swapping\\_in\\_Italy](https://www.researchgate.net/publication/277359003_Sharing_Economy_in_Travel_and_Tourism_The_Case_of_Home-Swapping_in_Italy). Acesso em: 10 ago. 2022.

GANSKY, L. **The mesh**: Why the future of business is sharing. New York: Penguin, 2010. Disponível em: <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2022.

GIOVANINI, A. Economia compartilhada e governança pública. **Revista de Administração Pública**, [s. l.], v. 54, p. 1207-1238, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rap/a/z63HpqrLWJbbqrTM5b5QCcmd/?lang=pt>. Acesso em: 10 ago. 2022.

GONDIM, B. *et al.* Empoderamiento psicológico de los anfitriones de airbnb en brasil a través de las comunidades en las redes sociales. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 29, n. 2, p. 349-368, 2020.

GÖSSLING, S.; SCOTT, D.; HALL, C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. **Journal of sustainable tourism**, v. 29, n. 1, p. 1-20, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>. Acesso em: 10 ago. 2022.

GURGEL, G.; FRANÇA, M. Nós vamos invadir sua praça: uma provocação sobre AirBnB, gentrificação e espaços públicos de lazer. *In*: PULHEZ, M.; SANTHIAGO, R. **Cadernos de Estudos Urbanos**, v. 5, p. 136-146, 2022.

GYÓDI, K. Airbnb and hotels during COVID-19: different strategies to survive. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**, 2020. Disponível em: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJCTHR-09-2020-0221/full/html>. Acesso em: 10 ago. 2022.

HALL, C. M.; SCOTT, D.; GÖSSLING, S. Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for. **Tourism geographies**, v. 22, n. 3, p. 577-598, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>. Acesso em: 10 ago. 2022.

HAMLITSCHKE, F. et al. Trust in the Sharing Economy. **Swiss Journal of Business Research and Practice**, v. 70, n. 1, p. 26-44, 2017.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Economia do turismo: uma perspectiva macroeconômica**. Estudos & Pesquisas: Informação Econômica, n. 18, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv61658.pdf>. Acesso em: 29 jul. 2022.

KOURTIT, K. *et al.* Airbnb and COVID-19: SPACE-TIME vulnerability effects in six world-cities. **Tourism Management**, [s. l.], v. 93, p. 104569, 2022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517722000826token=C4E85F53FB286C984038D334D99FC366C03FA86505347AB3289F1E5271A0979AAD73A839A58356B5D795ADF63095377D&originRegion=us-east-1&originCreation=20220814200843>. Acesso em: 10 ago. 2022.

MERCADO LIVRE. **Termos e condições gerais de uso do site**. [s. l.], 2022. Disponível em: [https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/Termos-e-condicoes-gerais-de-uso\\_1409](https://www.mercadolivre.com.br/ajuda/Termos-e-condicoes-gerais-de-uso_1409). Acesso em: 23 ago 2022.

MICROSOFT. **Microsoft 365: se você precisa do Office, armazenamento em nuvem ou fazer videochamadas, nós temos o plano certo para sua empresa**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.microsoft.com/pt-br/microsoft-365/business/compare-all-microsoft-365-business-products?&activetab=tab:primaryr2>. Acesso em: 23 ago 2022.

NETFLIX. **Termos de Uso da Netflix**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://help.netflix.com/legal/termsofuse>. Acesso em: 23 ago 2022.

NEWS AIRBNB. **Airbnb anuncia Programa Avançado de Limpeza para o futuro das viagens**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/airbnb-anuncia-programa-avancado-de-limpeza-para-o-futuro-das-viagens/>. Acesso em: 10 ago. 2022.

NEWS AIRBNB. **Airbnb revela as tendências de viagem para 2021.** [s. l.]. Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/airbnb-revela-as-tendencias-de-viagem-para-2021/>. Acesso em: 10 ago. 2022.

NEWS AIRBNB. **Anfitriões oferecem 100 mil acomodações para agentes de saúde no mundo.** [s. l.], 2022. Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/anfitrioes-oferecem-100-mil-acomodacoes-para-agentes-de-saude-no-mundo/>. Acesso em: 10 ago. 2022.

NEWS AIRBNB. **Cresce tendência de reservas de longa duração.** [s. l.], 2022. Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/cresce-tendencia-de-reservas-de-longa-duracao/>. Acesso em: 10 ago. 2022.

NEWS AIRBNB. **Número de novos anfitriões cresce 50% no 2º trimestre de 2022 no Brasil.** [s. l.], 2022. Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/numero-de-novos-anfitrioes-cresce-50-no-2o-trimestre-de-2022-no-brasil/>. Acesso em: 10 ago. 2022.

NOGAMI, V. K. C. Destruição criativa, inovação disruptiva e economia compartilhada: uma análise evolucionista e comparativa. **Suma de negócios**, [s. l.] v. 10, n. 21, p. 9-16, 2019. Disponível em: [https://blogs.konradlorenz.edu.co/files/2.-rsn\\_1021\\_costa-nogami-1.pdf](https://blogs.konradlorenz.edu.co/files/2.-rsn_1021_costa-nogami-1.pdf). Acesso em: 10 ago. 2022.

PELLANDA, E. Casas como cápsulas midiáticas durante o período pandêmico. In: FLORES, J.; OYARCE, J.; GUARAY, G. **O ecossistema midiático do novo: olhares tecnológicos.** Aveiro: Ria Editorial, p. 65-77, 2021.

PENG, I.; TOBIN, M. **Airbnb Beats the Pandemic With ‘Best Year’ Yet; Shares Rise.** Bloomberg, [s. l.], 15 fev 2022. Seção Technology. Disponível em: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-02-15/airbnb-beats-estimates-showing-resilience-despite-omicron-surge>. Acesso em 22 ago. 2022.

QUATTRONE, G. *et al.* Who Benefits from the “Sharing” Economy of Airbnb? **International World Wide Web Conferences Steering Committee**, 2016.

ROBLEK, V. *et al.* Complexity of a sharing economy for tourism and hospitality. **Tourism & Hospitality Industry**. Congress Proceedings, p. 374-387, 2016.

ROVERE, R.; PUNZO, L. Inovações em turismo na economia do compartilhamento. In: TIGRE, P. B. **Inovação em serviços na economia do compartilhamento.** São Paulo: Saraiva Educação, 2019. p. 236-253.

SANTANA, P. **Airbnb passa a se concentrar em estadias de longo prazo, mas precisa enfrentar desafios além da crise.** InfoMoney, São Paulo, 19 mai 2020. Seção Negócios. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/airbnb-passa-a-se-concentrar-em-estadias-de-longo-prazo-mas-precisa-enfrentar-desafios-alem-da-crise/>. Acesso em: 10 ago. 2022.

SANTOS, T. **A pandemia do COVID-19 no Brasil e seus reflexos na economia compartilhada.** Dissertação (Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte) - Pontifícia

Universidade Católica de Campinas, Campinas, 2021. Disponível em: <http://repositorio.sis.puc-campinas.edu.br/handle/123456789/15180>. Acesso em: 10 ago. 2022.

SCHOR, J. B. *et al.* Paradoxes of openness and distinction in the sharing economy. **Poetics**, [s. l.], v. 54, p. 66-81, 2016. Disponível em: [https://www.academia.edu/13505473/Paradoxes\\_of\\_Openness\\_and\\_Distinction\\_in\\_the\\_Sharing\\_Economy](https://www.academia.edu/13505473/Paradoxes_of_Openness_and_Distinction_in_the_Sharing_Economy). Acesso em: 10 ago. 2022.

SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. J. **Collaborating and connecting**: the emergence of the sharing economy. In: Handbook of research on sustainable consumption. [s. l.] Edward Elgar Publishing, 2015. p. 410-425. Disponível em: <https://www.elgaronline.com/view/edcoll/9781783471263/9781783471263.00039.xml>. Acesso em: 10 ago. 2022.

SCHOR, J. *et al.* Debating the sharing economy. **Journal of self-governance and management economics**, [s. l.], v. 4, n. 3, p. 7-22, 2016. Disponível em: <https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. Acesso em: 10 ago. 2022.

TIGRE, P. B. **Trajetórias e oportunidades das inovações em serviços**. In: TIGRE, P. B. Inovação em serviços na economia do compartilhamento. São Paulo: Saraiva Educação, 2019. p. 2-21.

UBER. **Quem somos**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.uber.com/br/pt-br/about/>. Acesso em 10 de ago 2022.

VILLA-HERNÁNDEZ, Y. *et al.* Factores que contribuyen a la supervivencia del sector turismo a partir del impacto del covid-19. **Red Internacional De Investigadores En Competitividad**, v. 15, n. 15, 2022.

WIKIPEDIA. **Wikipédia: Boas-vindas**. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Wikip%C3%A9dia:Boas-vindas>. Acesso em: 23 ago 2022.

WILLIAMS, C. C.; KAYAOGLU, A. COVID-19 and undeclared work: Impacts and policy responses in Europe. **The Service Industries Journal**, v. 40, n. 13-14, p. 914-931, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/02642069.2020.1757073>. Acesso em: 10 ago. 2022.

WORLDPACKERS. **O Guia completo sobre a Worldpackers**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.worldpackers.com/pt-BR/topics/como-funciona>. Acesso em: 10 de ago 2022.

ZAP IMÓVEIS. **A nossa Declaração dos Termos de Uso**. [s. l.], 2022. Disponível em: <https://www.zapimoveis.com.br/informacao/termos-de-uso/>. Acesso em: 23 ago 2022.

ZHANG, H. *et al.* Corona virus international public health emergencies: implications for radiology management. **Academic radiology**, v. 27, n. 4, p. 463-467, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.acra.2020.02.003>. Acesso em: 10 ago. 2022.