

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

MARINA NOBRE BERNARDES

**A REESTRUTURAÇÃO MERCADOLÓGICA DO TURISMO: INFLUÊNCIA DAS
PLATAFORMAS DE ECONOMIA COLABORATIVA**

UBERLÂNDIA
2020

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS

MARINA NOBRE BERNARDES

**A REESTRUTURAÇÃO MERCADOLÓGICA DO TURISMO: INFLUÊNCIA DAS
PLATAFORMAS DE ECONOMIA COLABORATIVA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Gestão e Negócios da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para a aprovação na Disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

Orientadora Prof. Dra. Miriam Tiemi Takimura.

UBERLÂNDIA
2020

RESUMO

A busca da população em vivenciar experiências junto a visitação de uma localidade, representa uma relevante tendência no setor do turismo, sendo o turismo em massa uma prática cada vez menos adotada pelos viajantes. Associado a isso, o desenvolvimento da tecnologia permite com que a comunicação e as práticas de compartilhamento sejam estabelecidas entre a população, sendo a internet um facilitador mediante a esse cenário. Nesse sentido, o objetivo do presente estudo buscou compreender a influência das plataformas de economia colaborativa na reestruturação mercadológica, sendo analisado especificamente a influência da plataforma de compartilhamento de hospedagens *Airbnb*, junto ao setor do turismo. Para tanto foi realizada uma análise bibliográfica das principais pesquisas desenvolvidas entre os anos de 2019 e 2020, chegando-se a um total de 90 artigos que após lidos e classificados por seus objetivos permitiu um refinamento em nove estudos com objetivos similares ao apresentado nesta pesquisa. Os principais resultados destacam que o surgimento da economia colaborativa é associado ao avanço da tecnologia, o desenvolvimento da economia, as mudanças no comportamento dos consumidores e as transformações climáticas associadas à escassez de recursos. Em relação a influência do *Airbnb* junto ao mercado, foi identificado o impacto financeiro no setor, sendo respectiva plataforma classificada como relevante concorrente junto às empresas dos mercados tradicionais. Além disso, o estudo identificou pouca adaptação destas empresas frente às plataformas digitais, sendo o uso de estratégias ao combate a plataforma de hospedagens uma prática pouco desenvolvida. Os pontos limitantes da pesquisa foram resumidos mediante a expressiva quantidade de artigos que não apresentavam o mesmo foco da pesquisa.

Palavras chaves: Airbnb. Economia Compartilhada. Influências Mercadológicas.

1 INTRODUÇÃO

A competitividade exige mudanças a todo tempo para atender as necessidades e desejos dos clientes, sendo as inovações estrategicamente importantes quando se formata novos negócios. Algumas destas formatações causam mudanças significativas no mercado por introduzirem novas tecnologias, serviços ou produtos que, por se apoiarem em valores de afetividade, desempenho satisfatório, facilidade e comodidade, atraem para si novos clientes e fidelizam os antigos. Dentro desta ótica, Souza, Kastenholts e Barbosa (2016), apontam para inovações no mercado do turismo tais como: produtos e serviços, comunicação, gerência, marketing, estruturas organizacionais e o e-commerce, que expandiu e modificou a maneira de como comprar passagens aéreas, escolher destinos e hospedagem, transformando o turismo no mundo.

Por conseguinte, estas inovações nem sempre estão baseadas em o ser humano possuir algo novo, uma nova mercadoria ou bem, mas estão ligadas a valores de sustentabilidade, apoiadas pela informação de modo criativo e pela colaboratividade. Segundo Martins (2017), estas são as bases do mercado colaborativo, o que apresenta um resgate das práticas de partilha, de empréstimos comerciais, trocas e alugueis, evidenciados nas primeiras formas comerciais que caíram em desuso com o advento do modelo de produção capitalista que, com o avanço tecnológico, as plataformas online, e dispositivos móveis e a geolocalização, causaram impactos significativos neste modo de comércio por facilitar as transações comerciais.

Nas palavras de Sotkes et al (2014):

Uma nova forma de pensar sobre os negócios, troca, valor e comunidade. Enquanto suas definições sejam variadas e os parâmetros continuam a evoluir, as atividades e os modelos com a Economia Colaborativa permitem acesso em vez da propriedade, encorajam redes descentralizadas sobre instituições centralizadas e desaprisionam a riqueza (com ou sem envolvimento de dinheiro). Elas fazem uso de ativos ociosos e criam novos mercados. Fazendo isso, muitos também desafiam as formas tradicionais de fazer negócios, regras e legislação (STOKES; CLARENCE; ANDERSON; RINNE, 2014, p. 34).

Diante disso, o objetivo do presente estudo buscou compreender a influência das plataformas de economia colaborativa na reestruturação mercadológica, sendo analisado especificamente a influência da plataforma de compartilhamento de hospedagens *Airbnb*, compreender esta temática torna-se importante devido ao crescimento exponencial que esse tipo de economia vem impactando junto ao mercado. Para tanto, foi realizado um levantamento bibliográfico, na busca de compreender a evolução do turismo e como a

economia colaborativa junto às suas plataformas vem influenciando respectivo setor pelo mundo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Essa seção é dividida em quatro partes. A primeira desenvolve uma revisão sobre a evolução do conceito e abordagens do turismo; a segunda apresenta a definição de economia colaborativa diante a visão de diferentes estudos; a terceira aborda a relação do turismo e economia colaborativa, enquanto a quarta seção apresenta algumas das principais plataformas digitais de economia colaborativas relacionadas ao turismo.

2.1 Evolução do Turismo

Alguns estudos abordam que o turismo teve início a partir das viagens dos povos à Grécia para assistir aos jogos olímpicos, enquanto outros destacam que o turismo só foi desenvolvido diante as estradas construídas pelos Romanos, com fins direcionados ao lazer da população (RODRIGUES, 2000). Já Trigo (1995), destaca que o início do turismo foi estabelecido diante o século XIX, a partir do desenvolvimento tecnológico da revolução industrial, quando a burguesia detinha os recursos monetários e de tempo para seguir com viagens a outros países.

Para Barreto (1991), um dos grandes marcos do turismo como atividade econômica foi estabelecido por volta de 1900, quando Thomas Cook começou a organizar as atividades de turismo coletivo, o mesmo é reconhecido como o pioneiro no desenvolvimento das agências de viagens, possibilitando o turismo acessível à sociedade.

Após o período da Segunda Guerra Mundial, a elevação do nível de renda da população, associado à criação do direito de férias aos trabalhadores e a consciência do direito ao lazer, o turismo apresenta uma crescente demanda em suas atividades, se consolidando como uma atividade global (ALBERTINI, 2017).

A partir de 1960, o turismo passa a ser visto como uma atividade de grande relevância a economia, tendo início o conceito de turismo em massa, o que contribui diretamente com o desenvolvimento social e cultural das sociedades, sendo visto pelos empresários como fonte de renda a partir da exploração comercial (RODRIGUES, 2000).

Segundo Magalhães (2017), o turismo em massa é caracterizado pela satisfação do consumidor, com viagens planejadas a um destino, geralmente organizadas com visitas guiadas em conhecer pontos famosos de uma localidade. Desse modo, as zonas litorâneas, bem como os vales e montanhas se proliferam como pontos de interesse para a realização das

atividades do turismo, sendo destacadas pelo autor como viagens encenadas, uma vez que sempre são realizadas de um modo planejado, geralmente, por agências de viagens (MAGALHÃES, 2017).

Todavia, a falta de diversidade nas ações ligadas ao turismo em massa vem obtendo críticas ao decorrer dos últimos anos. Esse tipo de turismo atua com base em larga escala, o que segundo Zaoual (2008), vem perdendo forças graças às necessidades da população em buscar o turismo como um momento de lazer único e que proporcione experiências diferenciadas.

A partir desse contexto, um novo modelo de turismo passa a ser empregado, visando atender às novas demandas dos consumidores em vivenciar suas experiências. Segundo Zaoual (2008), respectiva transição ocorre do seguinte modo:

Em um mundo atormentado pela perda de referências, as necessidades de pertencimento, bem como, de um intercâmbio intercultural, exprimem o desejo de uma procura de sentido das partes dos atores. Esta constatação está bem presente atrás das mudanças que ocorreram na superfície da área do turismo. Os turistas querem ser atores, responsáveis e solidários em seus intercâmbios com outros mundos (ZAOUAL, 2008, p.4).

Nesse sentido, Martins (2017), destaca que a evolução do turismo segue as tendências socioeconômicas da contemporaneidade, indicando que as experiências solicitadas pelos consumidores diante as atividades do turismo se contrapõe com a economia capitalista do turismo em massa. Ou seja, o turismo em massa deixa de ser o foco da economia no setor e novos campos surgem com o objetivo de proporcionar experiências a população e não mais apenas visitas em novas localidades.

Ao analisar os últimos dez anos do setor de turismo, é possível destacar o crescimento obtido diante a economia, sendo a sua diversificação e relevância notada não só em países desenvolvidos, mas também presente em localidades em desenvolvimento, que torna o turismo fonte de renda para muitas famílias. Respectivo crescimento é associado à evolução das tecnologias de informação, sendo o desenvolvimento de ferramentas, dos meios de comunicação e demais inovações, contribuintes ao novo turismo, no qual os consumidores conseguem organizar suas próprias viagens (MAGALHÃES, 2017).

Albertini (2017), reforça que as inovações tecnológicas, principalmente a disseminação da internet, contribuíram diretamente ao desenvolvimento do novo tipo de turismo, proporcionando agilidade e eficiência da comunicação entre os intermediários, além de apresentar um novo conceito de avaliação das experiências vivenciadas.

Segundo dados do Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC sigla em inglês), principal consultoria independente de turismo no mundo, publicados por Martins (2019), o

turismo representou 10,3% do PIB mundial em 2019, apresentando um crescimento de 2,5% da economia global, superando seus resultados pelo nono ano seguido. Ao destacar os números do setor em empregos, a WTTC aponta que um em cada cinco empregos criados no ano de 2019 foi criado pelo setor de turismo, representando mais de 330 milhões de empregos no mundo.

A partir dessa evolução apresentada, é válido destacar o turismo como um setor de expansão, sendo o desenvolvimento das tecnologias digitais uma aliada ao crescimento das suas atividades no mundo.

2.2 Economia Colaborativa

O conceito de economia colaborativa vem se transformando ao decorrer dos anos. Essa prática ganhou destaque junto às economias a partir da crise mundial de 2008, quando diversos bancos foram à falência, impactando diretamente nos investimentos junto a bolsa de valores e com o desemprego no mundo. A partir desse cenário, as sociedades começaram a perceber que o atual modelo de consumo se mostrava insustentável em ser continuado (SILVA ET AL, 2019).

Diante a esse contexto, as empresas passaram a criar ofertas de produtos e serviços com valores acessíveis, com o objetivo de não perder seus clientes e contribuir com a funcionalidade da economia, surgindo assim a criação de plataformas *peer to peer* – P2P, que traduzido ao português significa pessoa para pessoa. Respectives plataformas tem o objetivo de unir pessoas que detém algum item e que buscam compartilhá-lo com outras pessoas, ou obter algum retorno financeiro diante respectiva ação, surgindo assim a denominação de economia compartilhada ou colaborativa (BUCCIARELLI, 2019).

Segundo Cesarano e Nechita (2017), a economia colaborativa pode ser conceituada como um modelo de negócios, representado pela oferta de serviços ou a utilização de recursos, sem vínculo dos termos de aquisição ou compra. Para Armas, Tano e Rodrigues (2014), a economia compartilhada pode ser apresentada como um modelo de trocar, compartilhar, alugar bens e serviços que na atual situação da economia assumem papéis cada vez mais relevantes junto às tecnologias relacionadas à internet.

A definição apresentada diante o dicionário de Oxford (2015), destaca a relevância da tecnologia no processo da economia colaborativa, apresentada como “um sistema econômico em que ativos ou serviços são partilhados entre entidades particulares, gratuitamente ou por uma taxa normalmente através da internet”. Schor (2016), corrobora junto a respectiva definição, ao apresentar a economia colaborativa como um sistema econômico de redes, que

visa promover diferentes processos de compartilhamento por plataformas online, estabelecendo a conexão entre indivíduos e comunidades. Ou seja, a economia colaborativa é associada diretamente aos mecanismos tecnológicos, que visam contribuir com o seu objetivo de compartilhar bens e serviços.

Para Botsman e Rogers (2011), a economia colaborativa vem construindo um novo cenário no mercado, ao permitir que a economia tradicional, junto aos avanços da tecnologia, construa um novo conceito de compartilhamento entre indivíduos pelo mundo, sendo reduzida a participação de intermediários em devidas conexões. Respectivo modelo é apresentado a partir da identificação de indivíduos com seus produtos/bens ociosos de um lado, a internet e o seu poder de integrar pessoas de diferentes partes do mundo, e consumidores que necessitam dos benefícios ofertados pelos produtos/bens ociosos do outro lado. Os autores destacam que existem quatro áreas principais que são impactadas diante a esse novo cenário do mercado da economia colaborativa, conforme apresenta a figura 1.

Figura 1 – Principais áreas de impacto da economia colaborativa



Fonte: Adaptado com base no estudo de Albertini (2017).

A partir da figura 1, é possível destacar que a economia colaborativa é presente em muitos campos do mercado, sendo possível evidenciar como o seu crescimento vem se estabelecendo frente às principais economias do mundo. Nesse sentido, o estudo de Silva et al, (2019), apresenta a evolução da economia colaborativa em diversos campos, com destaque ao compartilhamento entre bicicletas, automóveis, sistemas de caronas, hospedagens e até espaços de trabalho, além de apontar a evolução de plataformas de financiamento e da

produção coletiva como pertencentes a esse formato da economia. Além disso, os autores destacam o avanço das plataformas online, o que associado à dissipação da tecnologia, permite maior mobilidade aos indivíduos em utilizar respectivos recursos em suas atividades rotineiras ou até no planejamento de viagens (SILVA ET AL, 2019).

A relevância da internet e das inovações tecnológicas junto a economia colaborativa são apresentadas por Sotkes et al. (2014), como essenciais para a comunicação direta entre os agentes, permitindo com que haja comunicação enquanto as transações de compartilhamento estão sendo desenvolvidas. Além disso, a evolução das tecnologias mediante a economia colaborativa permitiu evidenciar a necessidade da população em mudar o seu padrão de consumo. Respectiva mudança é apresentada não apenas nos aspectos financeiros, mas também é associada a valorização da coletividade, em que respectivas mudanças apresentam (SALES, 2013).

A partir disso, Lieberman (2013), reforça que a economia colaborativa possui um papel relevante ao desenvolver uma tendência em benefício das comunidades e não apenas exclusiva dos próprios indivíduos. Ou seja, o aspecto sustentável também é destacado na economia colaborativa, visando conscientizar os modelos de transações comerciais, reforçando os valores de coletividade. Com isso, Sales (2013), destaca as vantagens da economia colaborativa, sendo elas: a redução dos impactos negativos no meio ambiente, visto que é diminuída a necessidade de produção dos recursos no planeta e conseqüentemente incentiva o consumo sustentável; o fortalecimento das comunidades, permitindo com que sejam destacados o senso de pertencimento e apoio mútuo entre os agentes; além da democratização do acesso aos bens e serviços, sendo possível a escolha entre diferentes recursos de modo conveniente e eficiente aos indivíduos (SALES, 2013).

Sendo assim, é válido destacar o papel da economia colaborativa diante aos impactos na comunicação dos agentes e no conceito de compartilhamento entre bens e serviços. No próximo capítulo é abordado como esse conceito de economia colaborativa se faz presente diante ao desenvolvimento das atividades do turismo.

2.3 Turismo e a economia colaborativa

A atuação da economia colaborativa frente às atividades do turismo, é notória a partir da evolução do denominado turismo em massa. Respectivo fato ocorre por meio do desenvolvimento das plataformas digitais, que permitem aos indivíduos compartilhar ofertas de produtos e serviços a preços acessíveis, contribuindo com as necessidades dos

consumidores em obter no turismo experiências personalizadas e não mais a realização de viagens planejadas e sem autonomia na escolha de seus componentes.

Segundo Ferreira (2017), o turismo pode ser classificado como um dos campos mais promissores do modelo de negócios da economia colaborativa, ao permitir a negociação e o compartilhamento de diferentes serviços em um único campo, ao exemplo de alimentação, transporte e hospedagem. Matielo (2019), complementa que a respectiva participação do setor é destaque em virtude do desenvolvimento da tecnologia, como ao exemplo das plataformas colaborativas, facilitadoras na comunicação junto ao encontro de usuários que necessitam planejar suas experiências turísticas e indivíduos que apresentam recursos para ofertar. Nesse sentido, os turistas detêm autonomia para escolher os serviços em diversas plataformas online, não sendo obrigatória a adoção de uma única plataforma digital para organizar sua viagem.

O estudo de Tussyadiah e Pesonen (2015), apresenta o turismo colaborativo como responsável pelo encontro de pessoas locais e viajantes, contribuindo com a troca de experiências, com a disponibilização de renda à população local e com o compartilhamento de recursos, sendo possível a oferta de produtos e serviços a preços acessíveis ou até sem custo. Todavia, é válido destacar que os desafios legislativos e os conflitos entre os agentes de interesse do setor, são pautas presentes no desenvolvimento da economia colaborativa diante ao turismo, principalmente quanto a divulgação e consequente contratação de serviços por plataformas de compartilhamentos de recursos.

Respectivos desafios são apresentados principalmente ao definir a fronteira entre quem são os consumidores, prestadores de serviços e as entidades empresariais de cada localidade, sendo a atuação das autoridades responsáveis uma prática fundamental para garantir a funcionalidade legal das práticas colaborativas. Para tanto, no Brasil foi desenvolvido uma Comissão da Câmara dos Deputados, com o objetivo de apresentar a influência da economia colaborativa diante ao turismo. A partir das deliberações, a legislação impõe a obrigatoriedade dos prestadores de serviços em atender as regulamentações vigentes, sendo punido todos que atuam sem os registros necessários para exercer suas respectivas atividades (ABRAJANET, 2016).

André (2018), indica que a falta de legislação adequada frente às plataformas colaborativas ligadas ao turismo, faz com que sejam evidenciadas discrepâncias em relação aos preços e as condições ao se comparar com os demais concorrentes do turismo. O autor reforça que os valores advindos da prestação de serviços nas plataformas tendem a ser menores, sendo o pouco rigor frente às suas regulamentações, contribuindo com que essa redução seja proporcionada aos consumidores finais. Todavia, o autor ainda destaca que a

expansão de concorrência entre as plataformas digitais e o turismo tradicional, fez com que o setor ganhasse maior movimentação, sendo que a partir do surgimento da economia compartilhada as grandes empresas, sejam do setor hoteleiro, transporte ou alimentação, criasse estratégias para competir com as plataformas colaborativas (ANDRE, 2018).

Além disso, Silva et al (2019), destacam a precarização das relações trabalhistas e consequentemente todos os direitos envolvidos nesse processo, como outro desafio aos agentes envolvidos na oferta de bens e serviços na economia colaborativa. Como exemplo, os autores apresentam o papel dos trabalhadores no aplicativo Uber, que visualizaram uma oportunidade de trabalhar como autônomo, principalmente em períodos de desemprego. Nesse sentido, as relações entre os agentes participantes da economia colaborativa são intensificadas, porém as questões trabalhistas, também abordadas por outras plataformas, ainda representam um desafio frente a esse modo de economia mundial.

Quanto aos conflitos de interesse, os participantes do denominado turismo em massa, classificados como a indústria tradicional do turismo, revelam a insatisfação com a concorrência de plataformas e demais práticas colaborativas, indicando uma atuação ilegal e sem o atendimento das regulamentações relacionadas ao turismo (HEO, 2016).

Além disso, conforme apresentado por Tucci e Costa (2020), é reforçada a necessidade em compreender a popularidade da economia colaborativa junto ao turismo, visando entender se as ações dos consumidores são voltadas para a conexão com a comunidade local. A reflexão da autora se destaca ao apontar que as plataformas analisadas em seu estudo apresentam interferências junto às variáveis de monetização de bens ociosos, sustentabilidade ambiental e conexão P2P e ausência de intermediários, mesmo todas sendo classificadas como plataformas colaborativas. Desse modo, o estudo indica um questionamento em validar se os usuários das plataformas colaborativas ligadas ao turismo estão em busca de um contexto colaborativo, na busca pela promoção de uma cultura de compartilhamento ou apenas estão fazendo uso desses benefícios de acesso, obtendo uma falsa sensação de comunidade colaborativa (TUCCI; COSTA, 2017).

2.4 Plataformas Digitais Colaborativas voltadas ao turismo

É vasto o universo das plataformas digitais dentro do modelo de economia compartilhada ligadas ao turismo. Todavia, é válido destacar que o sucesso das principais plataformas está direcionado ao modo em que essas tornaram o consumo de bens e serviços um processo prático e com benefícios colaborativos mediante aos seus consumidores.

Segundo Parker, Allstyn e Choudary (2016), as plataformas digitais colaborativas podem ser apresentadas como um novo modelo de negócio, sendo a utilização dos avanços da tecnologia da informação um relevante fator de contribuição ao objetivo de conectar pessoas e organizações frente aos processos de geração, compartilhamento ou troca de valores. Os autores reforçam que cada plataforma apresenta um foco, mas sempre visam transformar a economia global associada à oferta de bens e serviços.

Martins (2017), revela que as plataformas digitais possibilitam o encontro de indivíduos que tenham interesses em comum, sendo o compartilhamento de informações uma prática que contribui para a comunicação entre os indivíduos que possuem os recursos para as ofertas com os consumidores que detém as necessidades. Além disso, a autora reforça a mobilidade que o avanço da tecnologia traz as plataformas digitais, permitindo com que os indivíduos tenham acesso às ofertas não só por meio virtual, mas também na construção das atividades no mundo off-line, como a comunicação de troca entre as experiências de turismo vivenciadas (MARTINS, 2017).

Chase (2015), indica que o surgimento das plataformas digitais representou uma abertura de portas à veiculação dos serviços relacionados ao modelo da economia colaborativa, sendo apresentado uma nova possibilidade de divulgação aos indivíduos que buscavam compartilhar seus recursos. Respectiva adoção ocorre devido à redução de custos em experimentar novas possibilidades, sendo que essas plataformas não apresentam foco só em conectar pessoas, mas dar voz às opiniões dos indivíduos que já compartilharam dos serviços ofertados (VALIATI; SCHULER; SILVA, 2018).

Nesse sentido, as autoras apresentam que as empresas utilitárias das plataformas digitais se preocupam com o atendimento aos seus consumidores, sendo o *feedback* positivo uma ação almejada com foco na geração de valor junto aos futuros clientes. Todavia, as autoras também destacam que respectiva avaliação também é necessária por parte dos usuários das plataformas, sendo um critério cada vez mais analisado pelas empresas que apresentam o compartilhamento de seus recursos, na busca das plataformas em avaliar os usuários e classificá-los como confiáveis (VALIATI; SCHULER; SILVA, 2018).

Martins (2017), destaca que as plataformas colaborativas eliminaram a necessidade dos agentes intermediários na negociação da oferta de bens e serviços, proporcionando maior facilidade aos usuários em gerenciar suas buscas e realizar o planejamento de suas experiências turísticas. Nesse sentido, os consumidores conseguem proceder às negociações diretamente com os proprietários por meio das plataformas ou redes sociais, não sendo necessária a participação de um intermediário, o que destaca a relevância da internet mediante

ao desenvolvimento da economia colaborativa frente às atividades do turismo (MARTINS, 2017).

Albertini (2017), apresentou uma nova ferramenta para avaliar as plataformas digitais relacionadas ao turismo, visando identificar se as plataformas são classificadas como colaborativas ou não. Os resultados destacam a atuação de 12 plataformas como colaborativas, conforme apontado junto ao quadro 1:

Quadro 1 – Principais plataformas digitais classificadas como colaborativas no turismo:

Grupo	Plataforma
Acomodação	Airbnb (plataforma de serviços de acomodação e pacotes de experiências).
	Couchsurfing (plataforma de serviços de hospitalidade).
	WOOF (startup de serviços para trabalho voluntário).
Alimentação	Grub Club (plataforma de serviços e experiências gastronômicas).
	Dinneer (startup dedicada a experiências gastronômicas).
	Traveling Spoon (plataforma de serviços e experiências gastronômicas).
Transporte	Uber (plataforma de serviço de transporte).
	Bla Bla Car (plataforma de transporte com foco em caronas).
	Loop (plataforma para compartilhamento de bicicletas).
Turismo e Experiência	Trip4Real (plataforma de experiência em membros cadastrados).
	Mesmo Destino (plataforma para conectar pessoas interessadas em encontrar companhias para viajar).
	Minube (plataforma para compartilhar relatos e dicas de viagens feitas).

Fonte: Albertini (2017).

Desse modo, é válido destacar que a economia colaborativa diante o segmento do turismo apresenta diversidade de plataformas colaborativas, o que impacta diretamente na atuação de setores como o de alimentação e transporte. Respectiva afirmativa vai de encontro junto ao exposto por Silva et al. (2019), no qual é reforçado a multiplicidade de campos da economia colaborativa frente ao turismo, sendo a economia colaborativa uma prática almejada por diferentes indivíduos, sejam eles proprietários dos recursos ou consumidores.

No próximo tópico é apresentado a principal plataforma e que foi o objeto deste estudo, exposta nos estudos de Albertini (2017), e Silva et al. (2019), validadas pelos autores como plataforma colaborativa.

2.4.1 *Airbnb*

Fundada em 2008, a plataforma de hospedagem *Airbnb* surgiu com o objetivo de ser um mercado comunitário, no qual diferentes indivíduos podem anunciar, descobrir e reservar acomodações pelo mundo. O seu conceito principal é pautado em conectar pessoas por meio

das experiências das hospedagens que procuram, sendo presente em mais de 100 mil cidades e 191 países. Dentre as suas opções de hospedagem é possível escolher quartos compartilhados, quartos privados, apartamentos, casas inteiras e até mesmo castelos de luxo, sendo o preço de acordo com o estipulado pelo indivíduo que aluga (AIRBNB, 2019).

A plataforma oferece diferentes informações de hospedagem para os turistas interessados e espaço para os anfitriões que têm imóveis para alugar. O seu funcionamento é caracterizado como interativo, o que proporciona contato direto entre os seus usuários, sendo isso um dos diferenciais da plataforma, que não apresenta intermediários nas negociações. Conforme apontado por Ert, Fleischer e Magen (2016), não existem controles ou inspeção por parte da plataforma perante aos seus usuários, sendo da responsabilidade dos indivíduos a escolha em se hospedar mediante as fotos e depoimentos apresentados na plataforma.

A navegação da plataforma é caracterizada como fácil, favorecendo a manutenção de troca entre os seus usuários. Nas informações de perfil dos usuários são apresentadas fotos, nome completo, cidade de residência, escolaridade, trabalho e uma breve descrição de si mesmo. Além disso, é possível a divulgação de vídeos, comentários e relatos sobre as experiências vivenciadas nas localidades visitadas, sendo permitido solicitar que outros usuários compartilhem suas referências, visando proporcionar maior segurança aos agentes interessados na locação de um espaço. Segundo as informações da plataforma, o compartilhamento de experiências e as referências representam uma forma de passar confiança aos seus usuários, conforme descrito em seu site:

O *Airbnb* baseia-se em confiança e reputação. Você pode solicitar à sua rede de contatos pessoais. As referências serão exibidas publicamente no seu perfil *Airbnb* para ajudar outros membros a te conhecer melhor. Você só deve pedir referências a pessoas que você conhece bem (AIRBNB, 2015, p. 1).

Além do compartilhamento de informações sobre hospedagem, a plataforma possui um ícone exclusivo para experiências, no qual ao apresentar a localidade e a data de interesse, é apresentado diversas opções de passeios, aulas, musicais e demais experiências, classificadas de acordo com temas e valores. Nesse ícone, o usuário tem a opção de escolher entre as modalidades que apresentam duração de vários dias ou experiências rápidas, como uma ou duas horas.

Quanto aos critérios que indicam o *Airbnb* como plataforma colaborativa, Albertini (2017), apresenta o compartilhamento das residências ou quartos dos anfitriões, sendo possível que os seus usuários disponibilizam seus espaços extras. A plataforma apresenta em seus conteúdos o objetivo de conectar pessoas por meio da troca de experiências, sendo ofertado pacotes de experiências com relatos de outros indivíduos que já fizeram uso do item

selecionado, no qual todas as negociações ocorrem sem a participação de agentes intermediários. Além disso, a plataforma detém parcerias com empresas que compartilham dos mesmos valores colaborativos, sendo responsável pela promoção de uma campanha em 2017 de acomodação a custo zero para as pessoas vítimas de uma enchente no nordeste do Brasil (ALBERTINI, 2017).

Ao analisar a plataforma *Airbnb* junto ao desenvolvimento do turismo, é possível destacar que a oferta das diversas opções de hospedagem e as facilidades disponíveis na plataforma, contribuem diretamente ao crescimento do *Airbnb* nos últimos anos, o que consequentemente está associado a expansão do turismo (MARTINS, 2017).

Em 2016, após atingir a marca de 1 milhão de hospedagem no Brasil, a plataforma do *Airbnb* foi escolhida pelo comitê olímpico, patrocinador oficial dos Jogos Olímpicos, como o fornecedor de hospedagem alternativa junto ao Rio de Janeiro, cidade sede dos jogos no respectivo ano (BRASIL, 2016a). Desse modo, a plataforma contribuiu com a disponibilização de 20 mil quartos aos turistas, sendo a plataforma integrada desde o início do sistema de venda dos ingressos dos jogos (BRASIL, 2016b).

A partir desse contexto, a *Airbnb* passou a ser reconhecida como a principal plataforma colaborativa associada ao segmento do turismo, sendo uma das opções mais consideradas ao se falar de hospedagem. André (2018), lista alguns dos principais motivos indicados para a escolha da plataforma *Airbnb* em detrimento de uma hospedagem em um hotel tradicional do turismo. Dentre esses motivos, é válido citar o preço como motivo de maior destaque pela literatura, seguida de facilidades de alojamentos, espaço, sustentabilidade, a interação entre os anfitriões e os turistas, a novidade em vivenciar uma nova experiência e a multiplicidade de escolhas que a plataforma apresenta.

André (2018), ainda reforça a interação que os turistas obtêm diante dos anfitriões, como outro motivo de escolha da plataforma *Airbnb* em detrimento de um hotel tradicional. Respectiva escolha indica uma vivência com mais autenticidade, dificuldade essa que as principais indústrias hoteleiras encontram, mesmo com os grandes investimentos do setor visando o combate de respectivas plataformas.

Valiati, Schuler e Silva (2018), indicam que o fato da plataforma apresentar as informações no perfil, como ao exemplo das fotos e referências de outras pessoas, são motivos relevantes para a escolha do *Airbnb* em detrimento de outras formas de hospedagem.

Já do ponto de vista dos anfitriões, o estudo de Alves, Brandão e Valdevino (2018), apresenta os motivos de redução de custos com as despesas, a oportunidade de obter uma

renda extra e a possibilidade de conhecer pessoas e fazer novas amizades como os principais motivos de utilizar a plataforma para divulgar seus recursos em excesso na plataforma *Airbnb*.

3 METODOLOGIA

Diante a sua natureza, o estudo é classificado como pesquisa básica, apresentada por Gil (2008), como pesquisas que buscam responder questões para ampliar o conhecimento que se tem do mundo e de tudo que o forma. Para o autor, sua aplicação é realizada em estudos que têm um objetivo delimitado, o qual tem a busca de responder um problema de pesquisa previamente definido.

Quanto aos procedimentos técnicos do estudo foi utilizada a pesquisa bibliográfica, com objetivo de compreender a influência das plataformas de economia colaborativa na reestruturação mercadológica, especificamente no turismo. Segundo Fonseca (2002, p. 32), a pesquisa bibliográfica deve ser realizada:

[...] a partir do levantamento de referências teóricas já analisadas, e publicadas por meios escritos e eletrônicos, como livros, artigos científicos, páginas de web sites. Qualquer trabalho científico inicia-se com uma pesquisa bibliográfica, que permite ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto. Existem, porém, pesquisas científicas que se baseiam unicamente na pesquisa bibliográfica, procurando referências teóricas publicadas com o objetivo de recolher informações ou conhecimentos prévios sobre o problema a respeito do qual se procura a resposta (FONSECA, 2002, p. 32).

Dentro desta ótica, a revisão se iniciou levando em consideração algumas etapas. O primeiro estágio apresentou e determinou o objetivo deste estudo; o segundo estágio consistiu em uma busca detalhada nas bases de dados com o intuito de levantar amostragem e/ou busca literária; o terceiro estágio se deu pela coleta da literatura e de suas informações; o quarto estágio, é a análise dos referidos estudos encontrados; o quinto estágio consistiu na discussão dos resultados na qual se chegaram; o sexto estágio, a apresentação da revisão literária, com total clareza, mencionando seus autores e seus referenciais teóricos, como critérios de inclusão neste artigo e o sétimo estágio a conclusão e resposta à pergunta de pesquisa (SANTOS, 2012).

Para tal, foram coletados artigos nas bases de dados que indexam artigos em periódicos, revistas eletrônicas e livros que versam sobre o referido tema, disponibilizados pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Google Acadêmico e *Electronic Library Online* (SCIELO) e o Repositório Institucional UFU em julho de 2020. As palavras chaves usadas a referida busca foram “reestruturação de mercado”,

“turismo” e “economia colaborativa” bem como seus sinônimos correlatos também na língua inglesa e espanhola, uma vez que um dos critérios da pesquisa era abranger publicações nacionais e internacionais nas referidas línguas mencionadas, conforme demonstrado no quadro 2.

Quadro 2 – Descritores e seus equivalentes em português, inglês e espanhol.

Palavras-Chaves	Inglês	Espanhol	Português
Turismo	<i>Tourism</i>	<i>Turismo</i>	Turismo
Reestruturação de mercado	<i>Market Restructuring</i>	<i>Reestructuración del mercado</i>	Reestruturação de mercado
Economia colaborativa	<i>Collaborative Economics</i>	<i>Economía colaborativa</i>	Economia colaborativa

Fonte: Autora.

A partir dessa busca inicial nas plataformas mencionadas, foram encontrados os seguintes artigos em periódicos, revistas eletrônicas e livros sobre o tema, conforme apresentado no quadro 3.

Quadro 3 – Palavras chaves pesquisadas individualmente.

Palavras-chaves	BASES DE DADOS				
	Google Scholar	Portal de Periódicos Capes	SciELO	Repositório Institucional UFU	Total
Turismo	2.010.000	26.239	2.656	1.394	2.040.289
Reestruturação de mercado	195.00	2.012	139	2.231	199.382
Economia colaborativa	75.000	1.022	20	611	76.653

Fonte: Autora.

Após a coleta inicial, devido ao elevado número de resultados encontrados, ficou evidente que seria necessário um refinamento dos dados, para tal, foi efetuado o cruzamento dos descritores usando o termo booleano AND em todas modalidades da pesquisa, nas línguas mencionadas anteriormente visto que é o termo aplicado para buscas nas línguas inglesa, portuguesa e espanhola, conforme apresentado no quadro 4.

A palavra chave “airbnb” não foi considerada neste estudo pois no início da pesquisa foi observado que a mesma seria uma intersecção entre “economia colaborativa” e “turismo”, ou seja, era o principal resultado na busca quando usado o termo AND.

Quadro 4 – Distribuição quantitativa do cruzamento dos descritores pesquisados.

Palavras-chaves	BASES DE DADOS				
	Google Scholar	Portal de Periódicos Capes	SciELO	Repositório Institucional UFU	Total

Turismo	2.010.000	26.239	2.656	1.394	2.040.289
Turismo AND Reestruturação de mercado	41.900	233	0	598	42.731
Turismo AND Reestruturação de mercado AND Economia colaborativa	5.460	7	0	76	5.543

Fonte: Autora.

De acordo com o exposto, o detalhamento foi seguido, sendo observado autor/ano, publicação, banco de dados, título, objetivo da pesquisa e trecho narrativo. Foram considerados apenas estudos em sua íntegra e sua disponibilização gratuita nos referidos idiomas produzidos nos últimos 2 anos (2019/2020), apresentados no quadro 5. Além disso, como a *Airbnb* surgiu apenas em 2008, todos os artigos anteriores a esse período foram desconsiderados.

Quadro 5 – Distribuição quantitativa do cruzamento dos descritores pesquisados nos últimos 2 anos.

Palavras-chaves	BASES DE DADOS				Total
	Google Scholar	Portal de Periódicos Capes	Scielo	Repositório Institucional UFU	
Turismo	27.000	1.625	375	238	29.238
Turismo AND Reestruturação de mercado	3.960	11	0	84	4.055
Turismo AND Reestruturação de mercado AND Economia colaborativa	721	1	0	20	757

Fonte: Autora.

Após a coleta dos 757 artigos encontrados, nas referidas bases de dados, foram excluídos os artigos duplicados nas bases de dados, chegando a um total de 412 artigos. Para melhor refinamento deste estudo, foram desconsiderados os que não se encaixam no perfil de artigos científicos, não estão disponíveis em sua integralidade e os que não estão disponíveis nos idiomas já mencionados, totalizando 90 artigos que foram considerados a análise do estudo, seguindo etapa de leitura dos resumos e títulos.

Após seguir com a leitura dos 90 artigos selecionados, foi possível classificar os estudos conforme seu objetivo, sendo os principais resultados apresentados pela tabela 1.

Tabela 1 – Classificação dos estudos por objetivo.

Classificação por objetivos	Quantidade de estudos
Não apresentam relação com o objetivo do presente estudo.	37
Apresentam semelhança com o objetivo do presente estudo, mas tem objetivos voltados a outros temas relacionados.	44
Apresentam relação com o objetivo do presente estudo.	09
Total	90

Fonte: Autora.

A partir da classificação por objetivos, apresentada na tabela acima, foi possível identificar que 19 estudos não citaram o *Airbnb* em nenhum momento do estudo, enquanto 32 pesquisas apenas citavam a plataforma de hospedagem em seu referencial teórico, não sendo parte propriamente utilizada junto a análise dos resultados. Dentre essas produções é válido destacar que outras plataformas digitais de compartilhamento foram citadas, como ao exemplo os aplicativos de transportes e desenvolvedores relacionados a governança pública, saúde e segurança da sociedade. Ou seja, em apenas 49 estudos dos 90 materiais analisados, a plataforma de compartilhamento de hospedagem *Airbnb* foi apresentada na análise de dados e obteve aprofundamento junto a resposta dos objetivos propostos em cada pesquisa.

No que se refere à temática geral abordada pelos 90 estudos selecionados, foram identificados os temas mais citados diante a economia compartilhada, sendo eles apresentados na tabela 2 a partir da classificação dos objetivos.

Tabela 2 – Principais temas abordados nos estudos analisados.

Classificação por objetivos	Principais temáticas
Não apresentam relação com o objetivo do presente estudo.	Economia compartilhada em outros setores (fora do turismo), como ao exemplo à saúde ou telecomunicações; Caracterização do <i>Airbnb</i> como plataforma de hospedagem; Análises bibliométricas de economia compartilhada; Descrição sobre características da economia colaborativa no mercado.
Apresentam semelhança com o objetivo do presente estudo, mas tem objetivos voltados a	Motivações/confiança sobre o uso do <i>Airbnb</i> ; Compartilhamento de opiniões sobre o <i>Airbnb</i> diante a expectativa e a realidade dos locais de hospedagem; <i>Regulamentação</i> das plataformas digitais de economia

outros temas relacionados.	compartilhada; Sustentabilidade no consumo colaborativo; Impactos urbanísticos da criação dos aplicativos de compartilhamento de transportes; Caracterização das principais plataformas digitais associadas a economia compartilhada, além da resistência de algumas localidades em não aderir respectivas plataformas.
Apresentam relação com o objetivo do presente estudo.	Contexto financeiro da plataforma Airbnb; Impactos do <i>Airbnb</i> nos mercados tradicionais; Perfil dos consumidores das plataformas de economia compartilhada; Estratégias dos hotéis em relação ao crescimento <i>Airbnb</i> no mercado.

Fonte: Autora.

Em relação aos estudos que citavam o empreendedorismo e/ou novos negócios, como ponto central a economia compartilhada, apenas em cinco estudos foram encontradas abordagens que elencaram a importância destes temas em respectivo cenário. Dentre essas pesquisas, os principais objetivos são destinados a apresentar as características empreendedoras almejadas para os criadores de plataformas de economia compartilhada. Já em relação ao tema a inovação e reestruturação de mercado na economia colaborativa, foram encontrados 13 artigos que destacam a relevância do tema junto ao desenvolvimento de práticas e plataformas de consumo colaborativo, sendo nove destes estudos presentes na categoria de artigos que apresentam relação com o presente estudo.

Nesse contexto, a tabela 3 apresenta um detalhamento sobre os nove artigos selecionados para melhor entendimento e resposta do objetivo do presente estudo, sendo destacado o título dos materiais, ano de publicação, objetivos, método abordado em cada pesquisa, seus principais resultados e as palavras chaves.

Tabela 3 – Artigos relacionados ao atendimento do objetivo de pesquisa.

Título	Ano	Objetivo/ Principais resultados	Palavras Chaves
A nova economia no setor de hospedagem: influências do <i>Airbnb</i> sobre o mercado de hotelaria de Brasília. Tucci e Costa (2020)	2020	Objetivo- Investigar como a plataforma de compartilhamento de hospedagem <i>Airbnb</i> influencia a atuação do setor de hotelaria estabelecido em Brasília. Método- Pesquisa Qualitativa. Resultados- Os resultados mostram pouca ou nenhuma percepção de influências por parte dos participantes na maioria das dimensões investigadas (clientes, serviços, financeiro e setor). As influências mais relatadas foram na dimensão financeira, tocantes à ampliação da oferta para o cliente, e com uma maior percepção, por parte de acomodações, das categorias mais simples. Em resumo, destaca-se uma interferência limitada do <i>Airbnb</i> sobre o mercado tradicional de hospedagem em Brasília e sua influência indireta a partir de uma mudança na concorrência.	<i>Airbnb</i> . Brasília. Hotelaria. Nova economia.

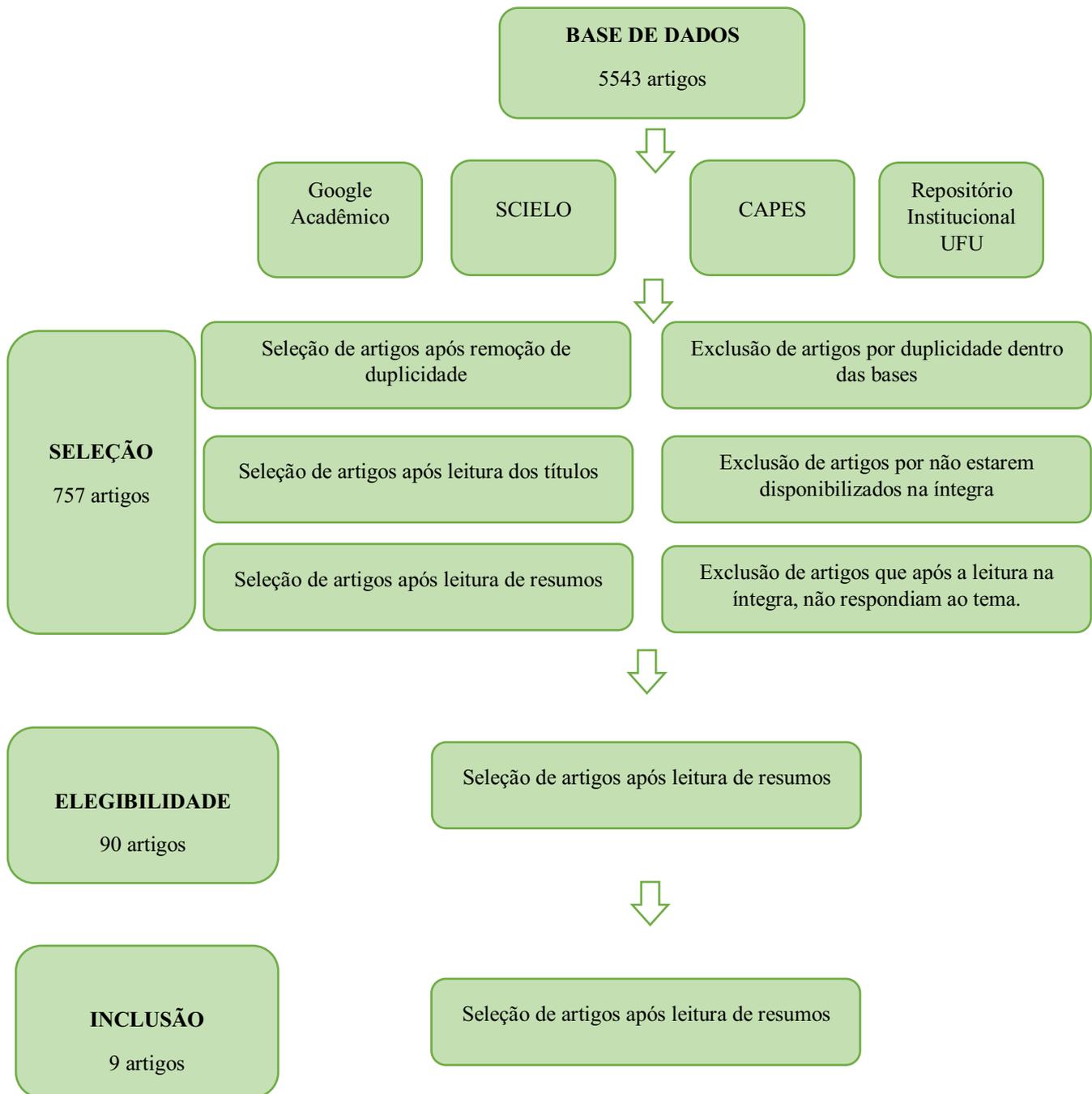
<p>Análise de pesquisas em economia compartilhada no turismo sob a ótica do modelo das três dicotomias.</p> <p>Barros e Gosling (2020)</p>	<p>2020</p>	<p>Objetivo- Desenvolver uma abordagem de pesquisa para estudos futuros que possuam a economia compartilhada como objeto de investigação no contexto do turismo.</p> <p>Método- Análise Bibliográfica.</p> <p>Resultados- Estudo analisa a economia compartilhada no contexto do turismo diante o modelo das 3 dicotomias, sendo elas lucrativo /não lucrativo - micro/macro e positivo/normativo. Os resultados numéricos mostram que a economia compartilhada é tratada como fenômeno lucrativo (88%), micro (65%) e positivo (82%).</p>	<p>Economia compartilhada. Modelo das Três Dicotomias. Estudo bibliográfico.</p>
<p><i>Airbnb</i> como manifestação da autonomia privada no âmbito da economia colaborativa e a necessidade de reconfiguração do mercado.</p> <p>Carmo, Lobato e Bezerra (2019)</p>	<p>2019</p>	<p>Objetivo- Analisar a expansão da autonomia privada por meio do uso de plataformas online que permitam o desenvolvimento de prestações de serviços de pessoa a pessoa (P2P), em especial o <i>Airbnb</i>.</p> <p>Método- Análise Bibliográfica.</p> <p>Resultados- Estudo faz uma análise dos serviços prestados pela <i>Airbnb</i> dentro da realidade da autonomia privada nos sistemas de economia colaborativa. Além disso, mostra como as negociações de pessoa a pessoa (P2P) corroboram com o explanado sobre autonomia privada. Em conclusão, faz uma defesa da capacidade de as pessoas exercerem suas relações de coordenação da forma como estas acharem mais conveniente, destacando que o excesso de protecionismo apresenta um fator de atraso para a sociedade globalizada.</p>	<p>Economia colaborativa. Consumo colaborativo. <i>Airbnb</i>.</p>
<p>O impacto da economia compartilhada nos mercados tradicionais: um recorte do <i>Airbnb</i> com os hotéis no Brasil.</p> <p>Bucciarelli (2019)</p>	<p>2019</p>	<p>Objetivo- Analisar qual o impacto que a economia compartilhada causa nos mercados tradicionais no Brasil.</p> <p>Método- Pesquisa Quantitativa.</p> <p>Resultados- O estudo não conclui definitivamente que o crescimento da oferta de quartos no <i>Airbnb</i> teve um impacto na cadeia hoteleira. Todavia, as evidências sugerem um impacto negativo do <i>Airbnb</i> no faturamento dos hotéis e no preço de oferta de quartos, presente em cinco cidades e com indícios de que as demais tendem a seguir o mesmo caminho. Como principal implicação gerencial que o estudo contribui é a necessidade de uma inovação constante para atender aos clientes.</p>	<p>Economia compartilhada, <i>Airbnb</i>, meios de hospedagem, inovação, inovação de modelo de negócios</p>
<p>Ações estratégicas da gestão hoteleira frente à economia compartilhada.</p> <p>Matielo (2019)</p>	<p>2019</p>	<p>Objetivo- Identificar ações estratégicas desenvolvidas pelos hotéis frente à economia compartilhada e verificar como essas ações são implementadas.</p> <p>Método- Pesquisa Qualitativa.</p> <p>Resultados- Os resultados apontam que as ações voltadas para a administração de recursos humanos (treinamentos, incentivos entre outras), bem como as ações voltadas para marketing e vendas (mídias, canais de vendas, RM (<i>revenue management</i>), entre outras) são as mais evidenciadas.</p>	<p><i>Airbnb</i>; hotelaria; plataformas digitais.</p>
<p>A economia colaborativa/compartilhada como instrumento de</p>	<p>2019</p>	<p>Objetivo- Analisar a economia colaborativa/compartilhada como um instrumento de desenvolvimento econômico.</p> <p>Método- Pesquisa Quantitativa.</p>	<p>Consumo colaborativo. Economia compartilhada.</p>

<p>desenvolvimento econômico.</p> <p>Silva (2019)</p>		<p>Resultados- O estudo destaca que o compartilhamento e a interdependência na vida em comunidade são inerentes às sociedades humanas. Sempre existiu algum nível de colaboração - trocas, empréstimos entre vizinhos, atividades coletivas visando o bem-estar da comunidade, as revendas de usados, a interação da comunidade através da religião, cultura, política e economia- faz parte da vida em sociedade. Assim, o que difere este fenômeno do comportamento atual ao passado, é a intensidade do uso das diversas tecnologias - internet, plataformas digitais, redes sociais, mídias sociais - que viabilizaram um maior contato entre as pessoas, organizações, empresas, que vão além do físico e transborda em relações virtuais, com interações e organizações horizontais.</p>	<p>Economia colaborativa. Desenvolvimento econômico.</p>
<p>A informação na intermediação de transações em plataformas on-line: a inovação da empresa <i>Airbnb</i>.</p> <p>Freitas, Fregadolli e Freitas (2020)</p>	<p>2020</p>	<p>Objetivo- Apresentar uma análise sobre a função estratégica da informação no modelo de negócios da <i>Airbnb</i>, com ênfase no caráter de inovação da intermediação de transações em plataformas on-line.</p> <p>Método- Análise Bibliográfica.</p> <p>Resultados- Os resultados indicam que a informação é o elemento-chave nos mecanismos de reputação e confiança, na efetivação das reservas pelos hóspedes e na maximização da lucratividade da <i>Airbnb</i>. A plataforma digital de locação de acomodações na Internet, como um modelo inovador de negócios, modificou comportamentos de usuários dos serviços de acomodações e afetou a estrutura de prestação de serviços na indústria hoteleira.</p>	<p><i>Airbnb</i>. Informação estratégica. Inovação. Intermediação. Economia compartilhada.</p>
<p>Impacto da economia colaborativa no turismo da cidade do porto estudo caso <i>Airbnb</i>.</p> <p>Mattos (2019)</p>	<p>2019</p>	<p>Objetivo- Realizar um enquadramento e clarificação dos conceitos de economia colaborativa, de forma a perceber o surgimento desta nova atividade econômica.</p> <p>Método- Estudo de Caso.</p> <p>Resultados- Estudo apresenta a economia colaborativa e o seu impacto no turismo. O estudo destaca que a economia colaborativa, através do <i>Airbnb</i>, tem impactado o turismo na cidade do Porto, não só numa perspectiva de ameaça de concorrência aos hotéis, mas também em termos da sua dimensão internacional. O <i>Airbnb</i>, na cidade do Porto, pode ser um concorrente direto ou potencial concorrente direto do mercado hoteleiro, mediante a satisfação de necessidade que estamos a considerar.</p>	<p>Economia colaborativa; turismo; análise de concorrência; internacional</p>
<p>O futuro da hospitalidade: impactos dos modelos disruptivos de hospedagem no mercado tradicional.</p> <p>Branco (2019)</p>	<p>2020</p>	<p>Objetivo- Descrever o atual contexto do mercado de meios de hospedagem com a inserção de um novo modelo disruptivo baseado na hospedagem compartilhada, o <i>Airbnb</i>.</p> <p>Método- Análise Bibliográfica.</p> <p>Resultados- Estudo descreve o atual contexto do mercado de meios de hospedagem com a inserção de um novo modelo disruptivo baseado na hospedagem compartilhada, o <i>Airbnb</i>. Os resultados se manifestam em oito principais temas discutidos nos 31 artigos restantes, sendo elas: Inovação disruptiva; Economia compartilhada, tecnologia da Informação e comunicação e Web 2.0; Comportamento e perfil do consumidor; Características das ofertas de meios de hospedagem; Receita; Competitividade; Legislação, regulamentação e políticas públicas; Recomendações para o mercado tradicional.</p>	<p>Turismo. Meios de Hospedagem. Inovação Disruptiva. Economia Compartilhada <i>Airbnb</i>.</p>

Fonte: Autora.

Em seguida o fluxograma da figura 2, apresenta de modo resumido a busca pelos materiais, obedecendo os critérios já mencionados.

Figura 2 – Fluxograma da seleção dos estudos encontrados e selecionados.



Fonte: Autora.

Diante a realização do processo apresentado na figura 2, foram analisados os principais estudos que auxiliam no entendimento da influência das plataformas de economia colaborativa na reestruturação mercadológica, especificamente no turismo.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir da leitura dos materiais apresentados na tabela 3, foi possível identificar que os estudos caracterizam a economia compartilhada como um modelo de negócio flexível aos seus participantes, sendo a utilização dos recursos tecnológicos uma ferramenta estratégica para compartilhar seus recursos disponíveis à subutilização. Seu surgimento é apresentado a partir de quatro fatores relevantes, sendo eles: o avanço da tecnologia (Matielo, 2019; Freitas, Fredadolli e Freitas, 2020), o desenvolvimento da economia (Bucciarelli, 2019; Matielo, 2019; Silva, 2019; Tucci, Costa, 2020), as mudanças no comportamento dos consumidores (Branco, 2019; Mattos, 2019; Freitas, Fredadolli e Freitas, 2020) e as transformações climáticas associadas a escassez de recursos (Bucciarelli, 2019; Barros, Gosling, 2020). Respectivos apontamentos vão de encontro ao abordado por Silva et al (2019) e Sotkes et al (2014), que caracterizam a utilização da tecnologia como essencial para o sucesso da economia compartilhada frente aos mercados tradicionais.

Em relação a influência que a economia colaborativa vem causando as demais organizações, é apresentado que a busca dos turistas em vivenciar maiores interações e experiências ao visitar uma localidade, contribui para que plataformas digitais colaborativas como o *Airbnb*, obtenham destaque no setor de turismo (Branco, 2019; Matielo, 2019; Freitas, Fredadolli e Freitas, 2020). A partir dessa relação, o desenvolvimento de novos negócios, como ao exemplo restaurantes, lojas e até mesmo a modernização das cidades são apresentados como fatores contribuintes ao desenvolvimento das economias locais, indo de encontro às pesquisas de Ferreira (2017), que evidencia a relação das plataformas digitais como campos contribuintes ao desenvolvimento do setor.

Ao analisar a influência do *Airbnb* em relação ao turismo, os estudos de Barros, Gosling (2020) e Tucci, Costa (2020) classificam a plataforma como uma inovação disruptiva, a qual altera todas as práticas de hospedagens já adotadas pelas empresas do mercado tradicional. As principais quebras de paradigma em relação ao setor são apresentadas ao permitir a locação de acomodações em larga escala entre pessoas comuns, sendo a economia de custos um fator positivo sobre a satisfação de seus usuários em relação à opção de consumo compartilhado. Associado a isso, o compartilhamento de bens e serviços, apresenta uma modificação dos arranjos da oferta ao estimular novos comportamentos em seus usuários, sendo a internet um relevante facilitador entre novos tipos de negócios.

Associado a isso, as pesquisas elencadas revelam que a maioria dos locais de hospedagem do *Airbnb* estão localizados fora dos distritos dos hotéis, visto que os hóspedes querem se sentir mais próximos aos moradores locais, além de buscar conhecer bairros específicos das localidades (SILVA, 2019; FREITAS; FREDADOLLI; FREITAS, 2020). Ou seja, a representatividade do *Airbnb* no turismo também leva ao desenvolvimento de novos comércios, além da oportunidade de empreendedores atuarem a partir desse novo conceito de economia que o *Airbnb* vem trazendo ao setor de turismo.

Matielo (2019), corrobora a isso, informando que um dos principais motivos que levam os turistas a utilizar as plataformas de compartilhamento é a vivência com a comunidade, a oportunidade de fazer novos amigos, aprender uma nova cultura, um novo idioma, algo que grande parte dos hotéis tradicionais não conseguem oferecer. Nesse sentido, a busca pelo *Airbnb* é algo que foge apenas da acomodação, no qual as plataformas de compartilhamento atuam com papel de mediadoras para explorar e usufruir os pontos turísticos de acordo com a necessidade dos consumidores.

Um levantamento realizado no estudo de Bucciarelli (2019), apresenta a evolução de imóveis cadastrados no *Airbnb* diante das principais capitais do Brasil, indicando que esse crescimento afetou diretamente a receita por quarto dos hotéis pelo país. Nesse sentido, os estudos analisados destacam uma necessidade das empresas do mercado tradicional se reconfiguram para gerar valores às demandas atuais de seus clientes e se adaptar frente às estratégias das plataformas colaborativas.

Entretanto, as pesquisas também destacam que o crescimento dessas plataformas é considerado como desleal as práticas de segurança, confiança e regulamentações, as quais muitas das plataformas colaborativas não estão sujeitas às mesmas práticas das empresas dos mercados tradicionais. Como exemplo as essas regulamentações, destaca-se os pagamentos de taxas, cumprimento das normas para exercer atividade de hospedagem, alvarás de funcionamento e manutenção de funcionários, o que corrobora os apontamentos de André (2018), ao apresentar os questionamentos das empresas tradicionais diante a falta de legislação adequada a esses modelos de plataformas de compartilhamento.

Diante a esses questionamentos, em nenhum dos estudos analisados foram encontradas ações de personalização por parte das empresas tradicionais, como exemplo o aproveitamento de espaços não subutilizados, para combater as ofertas do *Airbnb* e demais plataformas de compartilhamento. Algumas empresas apenas destacam a estratégia de redução das suas taxas de ocupação mediante a existência do *Airbnb*, mas revelam dificuldade em equiparar ofertas compatíveis aos ofertados pelas plataformas digitais, devido à baixa flexibilidade dessas

empresas no mercado. O que corrobora ao exposto por Albertini (2017), diante da dificuldade das organizações tradicionais em estabelecer uma competitividade por preços em relação às plataformas de economia colaborativa.

A partir desse contexto, os artigos de Matielo (2020) e Tucci e Costa (2020), indicam que para competir com a plataforma de compartilhamento *Airbnb*, as organizações dos mercados tradicionais necessitam estabelecer ações para se manter competitivas no setor, seja criando acomodações compartilhadas, espaços para convivência entre os grupos ou até mesmo estimulando a convivência dos turistas em um contexto de interatividade associado ao conforto de hotel.

Outras estratégias adotadas pelas empresas dos mercados tradicionais, visando obter destaque em relação a outras plataformas digitais são apresentadas diante aos programas voltados aos recursos humanos e marketing estabelecimentos. Dentre as ações de recursos humanos são citados os programas de incentivos com premiações dos funcionários, criação de programas de hospitalidades e treinamento junto aos colaboradores, sempre visando a fazer com que os hóspedes se sintam mais integrados nas localidades turísticas.

Já em relação às ações de marketing, o desenvolvimento de ofertas atrativas em datas comemorativas, cartões de boas-vindas com chocolates, divulgações de fotos em redes sociais, visando associar a imagem dos hotéis com a localidade turística, além da modernização de espaços, renovação de enxovais e aprimoramento de cardápios em restaurantes, se destacam como as principais atividades dos hotéis para combater a concorrências do *Airbnb*.

Os executivos das empresas dos mercados tradicionais destacam que as plataformas colaborativas representam concorrentes diretos importantes no setor turístico. Ao analisar as indagações sobre o *Airbnb*, os hotéis reforçam que a plataforma possui um público mais direcionado ao lazer, mas impacta diretamente em sua receita, visto que nem todas as ações são direcionadas ao público executivo, como apresentado pelos estudos de Tucci e Costa (2020).

Nesse contexto, ao analisar a dimensão das plataformas colaborativas junto ao turismo, os estudos destacam que algumas empresas já analisam a viabilidade em atuar em caráter híbrido, visando expandir suas ofertas aos usuários que estão descobrindo a economia compartilhada como uma forma positiva de viajar. Com isso, o *Airbnb* pode afetar de forma positiva o relacionamento entre seus concorrentes da economia tradicional ao estimular novos empregos e possibilidade de renda a locais visitados, graças aos conhecimentos dos turistas pela plataforma de compartilhamento de hospedagem.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo buscou compreender as influências das plataformas de economia colaborativa na reestruturação mercadológica, especificamente no turismo, analisando o impacto que a plataforma de compartilhamento *Airbnb* tem causado no setor. Para tanto foi realizado uma revisão bibliográfica das principais pesquisas realizadas em 2019 e 2020 sobre o tema, chegando-se a um total de 90 artigos que após lidos e classificados por seus objetivos permitiu um refinamento em nove estudos com objetivos similares ao da seguinte pesquisa.

Os resultados do estudo apontaram que a plataforma de compartilhamento de hospedagens *Airbnb* é foco da análise em expressiva quantidade de pesquisas relacionadas à economia compartilhada diante do turismo. Dentre os principais temas dessas pesquisas, o contexto financeiro, mapeamento do perfil dos usuários, influência da plataforma nos mercados tradicionais e as estratégias para combater seu crescimento diante aos seus concorrentes, foram apresentados como de maior destaque diante a revisão da bibliografia.

A economia compartilhada foi caracterizada como um novo modo de economia no mercado, sendo destaque o avanço da tecnologia, o seu impacto diante aos mercados tradicionais, as mudanças nos perfis dos consumidores, além das transformações que a escassez de recursos vem impactando no consumo da população. O *Airbnb* nesse sentido, obteve destaque junto às pesquisas, ao ser classificado como uma plataforma que atende respetivos aspectos, além de apresentar uma inovação disruptiva junto ao modo como o setor de turismo e demais mercados visualizaram o compartilhamento de hospedagens.

Dentre as principais influências no setor, a plataforma *Airbnb* apresenta a possibilidade de oferta de hospedagens em arranjos não atendidos pelos mercados tradicionais, facilitando assim o atendimento das expectativas dos turistas em vivenciarem experiências pelas localidades viajadas e não apenas visitas a pontos turísticos. Respetivo fato facilita com que os turistas conheçam bairros fora das regiões centrais, contribuindo com o desenvolvimento das economias locais, e causando impacto financeiro nas organizações dos mercados tradicionais, sendo a plataforma considerada relevante concorrente junto ao setor de turismo.

Em relação às adaptações das empresas nos mercados tradicionais, a bibliografia analisada não encontrou estratégias de personalização ao combate da concorrência ao *Airbnb*. As principais ações citadas referem-se ao combate de preços, a partir da criação de ofertas especiais em datas comemorativas, mas que apresentam pouco impacto, dado a flexibilidade

que a plataforma oferece aos seus usuários em diferentes opções de acomodações e visitas a pontos especiais de experiências.

Portanto, é válido concluir que a plataforma *Airbnb* apresenta influências mercadológicas junto a economia colaborativa no setor de turismo, sendo destaque a sua diversidade de hospedagens e possibilidade dos turistas vivenciarem experiências, pontos que as empresas dos mercados tradicionais apresentam dificuldades em se adaptar. Além disso, a plataforma se evidencia no setor ao ser considerada uma relevante possibilidade de aumentar a visitação de localidades pouco exploradas em polos turísticos, contribuindo com o desenvolvimento dos pequenos empreendimentos locais.

Como sugestões a pesquisas futuras, destaca-se a realização de estudos que apresentem o impacto da plataforma em cenário mundial, haja visto que a sua utilização ultrapassa todos os continentes e adesão crescente junto à população. Ademais, sugere-se o desenvolvimento de pesquisas que analisem a participação dos usuários brasileiros mediante ao *Airbnb* e demais plataformas de consumo colaborativo.

Em relação às limitações do estudo, é válido citar a expressiva quantidade de materiais relacionados a economia colaborativa e plataformas digitais de compartilhamento, porém com pouco desenvolvimento relacionado as influências mercadológicas junto a economia dessas localidades.

REFERÊNCIAS

ABRAJANET - Associação Brasileira de Jornalistas de Turismo. **Quebrando os paradigmas entre a economia colaborativa e a economia de massa**. 2016. Disponível em: <<http://www.abrajatnacional.com.br/noticia/926/2016-12-13/quebrando-os-paradigmasentre-a-economia-colaborativa-e-a-economia-colaborativa-de-massa>> Acesso: 19 jun. 2020.

AIRBNB. **Airbnb Summer Travel Report**: 2015. 2015. Disponível em: <<https://blog.airbnb.com/wp-content/uploads/2015/09/Airbnb-Summer-Travel-Report-1.pdf>>. Acesso em: 21 out. 2020.

AIRBNB. **Confiança e Segurança**. 2019. Disponível em: <<https://www.airbnb.com/trust>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

ALBERTINI, Giorgia Stefania Guida Grespan. **Turismo e economia colaborativa: uma avaliação das plataformas online de serviços vinculados ao turismo**. 2017. 88 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói- Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/bitstream/1/4721/1/GIORGIA%20STEFANIA%20GUIDA%20GRES PAN%20ALBERTINI.pdf>>. Acesso em: 11 set. 2020.

ALVES, Diorgenes Ferreira; BRANDÃO, Halana Adelino; VALDEVINO, Antonio Messias. Consumo colaborativo como alternativa: percepção dos anfitriões da plataforma Airbnb na região metropolitana do Cariri cearense. **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte - Mg, v. 3, n. 2, p.1-29, ago. 2018. Disponível em: <<https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/4454>>. Acesso em: 10 set. 2020.

ANDRE, Manuel Filipe dos Santos. **Impacto das plataformas de economia partilhada: nomeadamente a Airbnb, nos hotéis em Portugal**. 2018. 68 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Turismo e Hotelaria, Universidade Europeia Laureate International Universities, Lisboa- Portugal, 2018. Disponível em: <<https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/22977/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20M-GTH%20-%20Manuel%20Andr%C3%A9%2050035476.pdf>>. Acesso em: 11 ago. 2020.

ARMAS, Ricardo J. Díaz; TANO, Desiderio Gutiérrez; RODRÍGUEZ, Francisco J. Garcia. Airbnb como nuevo modelo de negocio disruptivo: un analisis de su potencial competitivo a partir de las opiniones de los usuarios. **Análisis turístico**, 2014. Disponível em: <http://www.researchgate.net/publication/270394571_Airbnb_como_nuevo_modelo_de_negocio_disruptivo_en_la_empresa_turstica_un_anlisis_de_su_potencial_competitivo_a_partir_de_las_opiniones_de_los_usuarios>. Acesso em: 12 jun. 2020.

BARRETO, Margarita. **Planejamento e Organização em turismo**. Papirus: Campinas, 1991.

BARROS, Francis Marcean Resende; GOSLING, Marlusa de Sevilha. Análise de Pesquisas em Economia Compartilhada no Turismo sob a Ótica do Modelo das Três Dicotomias. **Revista Ciências Administrativas**, v. 26, n. 1, 2020. Disponível em: <<https://periodicos.unifor.br/rca/article/view/e8737>>. Acesso em: 18 de out. 2020.

BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu: como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo**. Bookman: Porto Alegre, 2011.

BRANCO, Rachel de Paula Canedo. O futuro da hospitalidade: impactos dos modelos disruptivos de hospedagem no mercado tradicional. **Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade**, v. 11, n. 4, 2019. Disponível em: <<http://ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/6722>>. Acesso em: 18 out. 2020.

BRASIL, Governo Federal. **Jogos Olímpicos**: Airbnb oferecerá serviços de hospedagem alternativa nos jogos rio 2016. 2016. Disponível em: <<http://www.brasil2016.gov.br/pt-br/noticias/airbnb-oferecera-servicos-dehospedagem-alternativa-nos-jogos-rio-2016>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Instituto Brasileiro do Turismo**: Embratur aposta que rio 2016 será a melhor olimpíada. 2016. Disponível em: <http://www.embratur.gov.br/piembraturnew/opencms/salaImprensa/noticias/arquivos/Embratur_aposta_que_Rio_2016_sera_a_melhor_Olimpiada.html>. Acesso em: 20 jun. 2020.

BUCCIARELLI, Bruno Barreto. **O impacto da economia compartilhada nos mercados tradicionais**: um recorte do Airbnb com hotéis no Brasil. 2019. 85f. Dissertação (Mestrado) - Mestrado em Administração, Escola Superior de Propaganda e Marketing ESPM. 2019. Disponível em: <<http://tede2.espm.br/handle/tede/455>>. Acesso em 09 jul.2020.

CARMO, Valter Moura; LOBATO, Mariana Araújo; BEZERRA, Mario de Quesado Miranda. AIRBNB como manifestação da autonomia privada no âmbito da economia colaborativa e a necessidade de reconfiguração do mercado. *Meritum, Revista de Direito da Universidade FUMEC*, v. 13, n. 1, 2019. Disponível em: <<http://www.fumec.br/revistas/meritum/article/view/5762>>. Acesso em: 14 ou. 2020.

CESARANI, Maurizio; NECHITA, Florin. Tourism and the Sharing Economy. An Evidence from Airbnb Usage in Italy and Romania. **SYMPHONYA Emerging Issues in Management**, n. 3, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.4468/2017.3.04cesarani.nechita>>. Acesso em: 05 ago. 2020.

CHASE, Robin. **Peers inc**: how people and platforms are inventing the collaborative economy and reinventing capitalism. 1. ed. Public Affairs: Nova Iorque, 2015.

CONILL, Joana; CÁRDENAS, Amalia; CASTELLS, Manuel; SERVON, Lisa; HLEBIK, Svetlana. **Otra vida es posible**. Practicas económicas alternativas durante la crisis. v. 9. Editorial UOC, 2012.

ERT, Eyal; FLEISCHER, Aliza; MAGEN, Nathan. Trust and reputation in the sharing economy: The role of personal photos in Airbnb. **Tourism Management** **55**, 2016. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.01.013>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

FERREIRA, Márcio Alcino Almeida. **Economia Alternativa**: Feiras e a AirBnB na cidade do Porto. 2017. 151f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado em Riscos, Universidade do Porto, Porto-portugal, 2017. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/108855/2/231285.pdf>>. Acesso em: 10 nov. 2020.

FREITAS, Rodrigo de Castro; FREGADOLLI, Valéria Khristina; FREITAS, Maria do Carmo Duarte de Freitas. A informação na intermediação de transações em plataformas on-

line: a inovação da empresa *Airbnb*. **P2P E INOVAÇÃO**, v. 6, n. 2, 2020. Disponível em: <<http://revista.ibict.br/p2p/article/view/5091>>. Acesso em: 05 out. 2020.

FONSECA, João José Saraiva da. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. Atlas: São Paulo, 2008.

HEO, Cindy YoonJoung. Sharing economy and prospects in tourism research. **Ecole hôtelière de Lausanne**, HES-SO/University of Applied Sciences Western Switzerland, Switzerland, 2016. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738316300123?via%3Dihub>>. Acesso em: 23 jul.2020.

LIEBERMAN, Matthew. **Social: Why Our Brains Are Wired to Connect**. OUP: Oxford, 2013.

MAGALHÃES, Ana Catarina Santos. **Qualidade de Serviço em plataformas online: o caso Airbnb**. 2017. 90 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Gestão, Iscte Business School University Institute Of Lisbon, Lisboa- Portugal, 2017. Disponível em: <https://repositorio.iscteuiul.pt/bitstream/10071/15794/1/ana_santos_magalhaes_diss_mestrado.pdf>. Acesso em: 11 out. 2020.

MATIELO, Ivandira. Ações estratégicas da gestão hoteleira a frente à economia compartilhada. **Instituto Federal de Santa Catarina**. 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ifsc.edu.br/handle/123456789/1626>>. Acesso em: 27. jan. 2020.

MARTINS, Juliana Benvindo. **Consumo colaborativo e serviços de hospedagem em turismo: uma interpretação do airbnb na oferta destes serviços**. 2017. 59 f. Monografia (Especialização) - Curso de Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/19317/1/2017_JulianaBenvindoMartins_tcc.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2020.

MARTINS, André. Cresce a participação do Turismo no PIB nacional. **Ministério do Turismo**. 2019. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12461-crece-a-participa%C3%A7%C3%A3o-do-turismo-no-pib-nacional.html>>. Acesso em: 21 jun. 2020.

MATTOS, Francisco Teixeira Dias Ferreira. **Impacto da economia colaborativa no turismo da cidade do porto | estudo caso Airbnb**. 2019. 147 f. Dissertação – Mestrado em Economia e Gestão Internacional, Faculdade de Economia Universidade do Porto, Portugal, 2019. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/116649/2/297449.pdf>>. Acesso em: 02 out. 2020.

ORDANINI, Andrea; MICELI, Lucia; PIZZETTI, Marta; PARASURAMAN, A. Crowd-funding: transforming customers into investors through innovative service platforms. **Journal of Service Management**, v. 22, n. 4, 2011. Disponível em: <<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09564231111155079/full/html>>. Acesso em: 20 ago. 2020.

OXFORD Dictionaries, 2015. **Definition of sharing economy in English**. Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/sharing_economy>. Acesso em: 12 jun. 2020.

PARKER, Geoffrey. G.; ALLSTYNE, Marshall. W. Van; CHOUDARY, Sangeet. Paul. **Platform revolution**: how networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. 1. ed. W. W. Norton & Company: Nova Iorque, 2016.

RODRIGUES, Adry Balastrieri. **Turismo e Ambiente**: Reflexões e Propostas. Editora Hucitec: São Paulo, 2000.

SALES, Gabriela Pereira. **Consumo colaborativo**: da posse ao acesso. 2013. 54 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Curso de Economia, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013. Disponível em: <<http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/bitstream/ri/14431/1/GABRIELA%20PEREIRA%20SALES.pdf>>. Acesso em: 20 out. 2020.

SANTOS, Valdeci. O que é e como fazer “Revisão da Literatura” na pesquisa teórica. **Fides reformata XVII**, São Paulo – São Paulo, n. 1, p.89-101, jun. 2012. Disponível em: <<https://cpaj.mackenzie.br/wp-content/uploads/2020/01/6-O-que-%C3%A9-e-como-fazer-%E2%80%9CRevis%C3%A3o-da-literatura%E2%80%9D-na-pesquisa-teol%C3%B3gica-Valdeci-Santos.pdf>>. Acesso em: 20 set. 2020.

SCHOR, Juliet. Debating the sharing economy. **Journal of Self-Governance and Management Economics**, v. 4, n. 3, p. 7-22, 2016. Disponível em: <<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=430188>>. Acesso em: 16 set. 2020.

SILVA, Bruno Nadson da; PAIVA, Maria Jeanne Gonzaga de; MOTA, João Luís do Nascimento; FERREIRA, Emmanoel Lima. Economia colaborativa de serviços: considerações sobre aplicativos de transportes em Juazeiro do Norte/CE. **Revista Geotemas**, v. 09, n. 3, 2019. Disponível: <<http://periodicos.uern.br/index.php/geotemas/article/view/4087/2108>>. Acesso em: 18 ago. 2020.

SILVA, Monah Idalina Moreira. **A Economia Colaborativo/Compartilhada como instrumento de desenvolvimento econômico**. 2019. 96 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Curso de Ciências Econômicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/200881>>. Acesso em: 18 set. 2020.

SOUZA, Luís Henrique de; KASTENHOLZ, Elisabeth; BARBOSA, Maria de Lourdes de Azevedo. Inovação Disruptiva no Turismo: o caso das hospedagens domiciliares promovidas pela web 2.0. **Anais Brasileiros de Estudos Turísticos - Abet**, Juiz de Fora-mg, v. 6, n. 2, p.58-68, ago. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.ufjf.br/index.php/abet/article/view/3118>>. Acesso em: 10 nov. 2020.

STOKES, Kathleen; CLARENCE, Emma; ANDERSON, Lauren; RINNE, April. Making sense of the UK Collaborative Economy. **Nesta**: Collaborative lab, Inglaterra, v. 5, n. 8, p.9-48, set. 2014. Disponível em: <http://www.collaboriamo.org/media/2014/10/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2020.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo básico**. SENAC: São Paulo, 1995.

TUCCI, Vitor Ribeiro; COSTA, Helena Araújo. A nova economia no setor de hospedagem: influências do airbnb sobre o mercado de hotelaria de Brasília. **Revista acadêmica observatório de inovação do turismo**. V. 14, n. 1, 2020. Disponível em: <<https://doi.org/10.17648/raoit.v14n1.5667>>. Acesso em: 30 jun. 2020.

TUSSYADIAH, Lis; PESONEN, Juho. Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. Empirical Research Articles. **Journal of Travel Research**, 2015. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0047287515608505>>. Acesso em: 01 ago. 2020.

VALIATI, Vanessa Amália Dalpizo!; SCHULER, Ana Clara; SILVA, Franciele. Capital social e confiança em plataformas digitais: estudo comparativo entre Airbnb e Couchsurfing. **Panorama: Pen Access**, Goiânia-go, v. 8, n. 2, p.41-50, dez. 2018. Disponível em: <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/6721>>. Acesso em: 10 nov. 2020.

ZAOUAL, Hassan. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? **Caderno Virtual do Turismo**. v. 8, n. 2, 2008. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/341/219>>. Acesso em: 18 jul. 2020.