

Perfil dos anfitriões de Airbnb na cidade de São Paulo: Um estudo exploratório

Airbnb host profile in São Paulo city: An exploratory study

Kelly Liu, Aline Delmanto

Centro Universitário SENAC – Santo Amaro Bacharelado em Hotelaria

kellyliu_outlook.com, alinedelmanto@uo1.com.br

Resumo. A presente pesquisa teve como finalidade entender o perfil dos anfitriões do Airbnb na cidade de São Paulo, analisando quem eles são e o que os motiva a disponibilizar parte de seu ambiente doméstico para receber uma pessoa desconhecida. A partir da visão do anfitrião, entendeu-se como essa hospedagem pode impactar a experiência do turista. A pesquisa, de abordagem qualitativa e quantitativa, aconteceu na cidade de São Paulo, durante o 2º semestre de 2017, contando com 23 respondentes. As proposições levantadas foram: 1) Pessoas precisam de renda e por isso abrem suas casas para receber hóspedes, e 2) Pessoas entendem que hospedar pessoas de diferentes culturas e nacionalidades pode gerar uma experiência singular, promovendo enriquecimento cultural para hóspede e anfitrião.

Palavras-chave: Airbnb; turismo de experiência; hospitalidade doméstica; anfitrião; expectativa; motivação.

Abstract. *The present research aims to understand the profile of the Airbnb's host in the city of São Paulo, analyzing who they are and what motivates them to host unknown guests on their private homes. From the host's perspective, it was possible to understand how this lodging can impact the experience of the tourist. The research, approached in a quantitative and qualitative way was carried out in the city of São Paulo during the second semester of 2017, with 23 respondents. The propositions raised were: 1) People need income and therefore open their homes to receive guests, and 2) People understand that hosting people of different cultures and nationalities can generate a unique experience, promoting cultural enrichment for both guest and host.*

Key words: *Airbnb; tourism experience; domestic hospitality; host; expectation; motivation.*

Iniciação - Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística
Edição Temática em Cultura e Comportamento
Vol. 7 Nº 6 – (Novembro) de 2019, São Paulo: Centro Universitário Senac
ISSN 2179-474X

Portal da revista: <http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/>
E-mail: revistaic@sp.senac.br

Esta obra está licenciada com uma Licença Creative Commons Atribuição-Não Comercial-SemDerivações 4.0 Internacional 

1. INTRODUÇÃO

A forma como o viajante viaja vem sofrendo mudanças, resultando na adaptação dos meios de hospedagens, dando destaque aos hostels, Couchsurfing e Airbnb, buscando não só economizar, mas ter uma experiência diferenciada. Visto isso, este estudo explorou o universo da plataforma Airbnb, que teve início em 2007 e que, desde então, vem conquistando cada vez mais usuários no mundo, totalizando mais de 200.000.000 de hóspedes, em mais de 65.000 cidades e em mais 191 países em 2017.

Oferecer a residência através da plataforma é uma forma de ganhar renda extra e minimizar o custo de um ativo fixo. Em outras palavras, é possível disponibilizar um imóvel para um usuário através do Airbnb, mesmo que seja o próprio local de residência do anfitrião, sendo o mesmo ofertado de acordo com o preço estipulado pelo proprietário. Essa reserva é realizada através da plataforma, assim como o pagamento e a conversa entre ambas as partes.

O Airbnb possui uma ferramenta onde o usuário pode procurar por residência ou apenas o quarto, disponibilizando diversas opções de acomodações, como dividir a casa com o anfitrião. Tal ação é um diferencial, já que a proposta é fazer com que o viajante interaja com o residente, através do ato de estar morando com um cidadão local, oferecendo ainda mais contato e experiência diferenciada.

O papel do anfitrião é de extrema importância, já que ele é o responsável por receber e apresentar a cidade, não devendo deixar de respeitar as diferentes culturas dos hóspedes e seus costumes. A forma como o anfitrião se posicionará diante do viajante resultará na forma em que este verá a cidade e a divulgará para seus conhecidos, se tornando um influenciador.

O tema central deste trabalho foi a identificação das características e expectativas de anfitriões de Airbnb na cidade de São Paulo, que compartilham a sua residência no momento da hospedagem. O problema de pesquisa, logo, é: "Quem são e por que os anfitriões oferecem o seu ambiente doméstico na plataforma?" .

O objetivo principal era identificar o que leva o anfitrião do Airbnb a disponibilizar sua casa para um estranho. Para entender o perfil do anfitrião, foi feito um levantamento de dados através de referências teóricas, coletadas em livros de bibliotecas públicas e particulares, artigos, trabalhos de conclusão de curso e endereços eletrônicos. A partir de todo material coletado, realizou-se a seleção das informações para a pesquisa, resultando na elaboração da fundamentação teórica, com o objetivo de avaliar as informações em relação às proposições levantadas no início do trabalho. Tais proposições auxiliaram no desenvolvimento do questionário.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

A hospitalidade é conhecida pelo ato humano exercido em contexto público, doméstico e profissional de receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas (CAMARGO, 2005). É, portanto,

Um conjunto de ações, serviços, infraestruturas e outros recursos que tem como objetivo, atender bem os visitantes, acolhê-los com satisfação e servi-los com excelência, sem perder as características fundamentais da relação entre os indivíduos (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006).

Não só isso, a hospitalidade está associada à qualidade de um indivíduo ou local de ser hospitaleiro, e é uma relação que acontece entre dois personagens que exercem papel de quem recebe e quem é recebido (GOTMAN, 2001).

O anfitrião tem a responsabilidade de apresentar a cidade para o turista, mostrando como ela pode ser hospitaleira. A hospitalidade é conhecida como indicador em relação à disposição das pessoas genuinamente hospitaleiras, sem querer qualquer expectativa de recompensa ou de reciprocidade (LASHLEY, MORRISON, 2000; LASHLEY, LYNCH, MORRISON, 2007).

A hospitalidade doméstica, considerada a original, entende a oferta de alimentos, bebidas, hospedagem, respeito e obrigações dos hóspedes e do anfitrião. De acordo com Camargo,

A hospitalidade doméstica desperta a sensação de estar sendo acolhido em uma casa, na qual as pessoas que vivem nela são residentes, onde é oferecido aconchego fazendo com que o hóspede se "sinta em casa" a princípio sem a troca monetária, além de proporcionar uma experiência singular (Camargo, 2004).

Se tratando de viajar nos tempos atuais, a tecnologia é uma grande aliada, já que facilita o acesso à informação e auxilia na comunicação entre as pessoas, diminuindo os limites geográficos (BORGES, 2001). Com este facilitador, os indivíduos se comunicam facilmente e, conseqüentemente, influenciam e se tornam influenciadoras dentro dos seus círculos de amizade, impactando as futuras compras de um determinado produto e serviço. De acordo com Rifkin (2014), "o mundo está no meio da terceira revolução industrial, resultando em uma população que se sente familiar com a comunicação graças à internet".

Com uma geração mais comunicativa, o turismo foi se moldando aos novos turistas que surgiram.

A experiência no meio turístico e hospitaleiro se tornou importante, resultando na intensificação de vivências, valorizando a experiência social, material e imaterial, desportivas e de bem-estar que a viagem oferece, compartilhando as suas experiências usando a mídia social (MMGY Global, 2014).

Segundo Barhi e Eckhardt (2012), e Ruspini e Bernardi (2018), os consumidores desejam acesso a determinados bens e preferem pagar pela experiência de acessá-los temporariamente, ao invés de possuí-los, além de usar a tecnologia como forma de construir uma identidade e fazer novos amigos.

Não só isso, a experiência singular em viagens não se limita mais a roteiros populares, dado que, segundo o site da Airbnb (2017), existe a opção de experiências não convencionais, resultando em uma nova forma de hospedagem: o compartilhamento da mesma unidade habitacional com pessoas que o anfitrião não conhece, resultando na troca de experiências neste ambiente. Além disso, o custo mais acessível da hospedagem em plataformas como o Airbnb, faz com que mais pessoas tenham condições de viajar ou gastem mais no destino.

Apesar de não convencional, Ornellas (2013) e Botsman e Rogers (2001) afirmam que a crença no bem comum e confiança entre estranho é essencial para essa nova vivência, resultando na interação de pessoas com interesses em comum, compartilhando, conseqüentemente, seus conhecimentos, recursos, espaço, tempo e habilidades. Segundo o Sebrae (2017, p. 18), esse tipo de cliente busca "criar vínculos com o local visitado, obter experiências mais complexas e completas, e viver algo inusitado, completamente diferente de sua realidade atual".

Sabendo disso, a plataforma Airbnb busca especializar cada vez mais os anfitriões, para que eles possam receber os hóspedes com mais hospitalidade e oferecer serviços singulares

aos usuários, além de atualizar a plataforma constantemente, com o objetivo de ter uma boa comunicação entre todas as partes e criar facilidades.

3. PROPOSIÇÕES

As proposições que basearam o desenvolvimento do estudo foram: 1) Pessoas precisam de renda e por isso abrem suas casas para receber hóspedes e 2) Pessoas entendem que hospedar pessoas de diferentes culturas e nacionalidades pode gerar uma experiência singular, promovendo enriquecimento cultural para hóspede e anfitrião.

4. METODOLOGIA

O trabalho foi desenvolvido com base no levantamento de campo que delimita um universo a ser estudado; dentro dele são coletadas informação para uma análise que será utilizada para concluir-se algo sobre esse respectivo universo, não se limitando somente à pesquisas bibliográficas e/ou documentais, mas também englobando a coleta de dados com indivíduos com diversos tipos de recursos de pesquisa (FONSECA, 2002). Além disso, após analisar as residências disponibilizadas na plataforma e o perfil do anfitrião geral de forma quantitativa, a metodologia qualitativa foi escolhida para a segunda parte do trabalho, visto que a mesma não se preocupa com a representatividade numérica, tendo o objetivo de aprofundar cada vez mais o grupo social estudado de uma organização, atuando em um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes (MINAYO, 2001). Não só isso, o método de análise cruzada foi escolhido como forma de entender as motivações do anfitrião como, por exemplo, "se ele informa que disponibiliza sua residência para ter uma experiência diferenciada, quais atividades ele realiza com o hóspede?"

Com base na cidade de São Paulo, foi possível traçar o perfil básico do anfitrião de Airbnb. Foi realizada uma pesquisa de campo junto aos anfitriões, por meio da distribuição de questionários online, com o objetivo de compreender melhor o perfil destes que compartilham sua residência doméstica. Houve uma grande dificuldade no momento da aplicação, dado que a primeira tentativa, através da plataforma do Airbnb, foi impossibilitada de prosseguir por políticas da empresa, fazendo com que os próprios anfitriões sugerissem a divulgação através do Facebook, em grupos voltados exclusivamente para anfitriões de Airbnb. Feito isso, a rede social considerou mensagens do tipo privadas como spam, de modo que a aplicação fosse feita de forma aberta nos grupos. As informações coletadas com uma amostra da população desse universo, possibilitaram atingir os objetivos propostos.

5. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS DADOS

Foi feito um levantamento de dados na plataforma Airbnb, para identificar residências em São Paulo. Percebeu-se que a maior parte dos anfitriões ingressaram no ano de 2016, sendo que eles são, em sua grande maioria, verificados, ou seja, a plataforma informa ao usuário se o anfitrião é ou não um perfil de confiança. Para obter tal verificação, o usuário deve vincular a sua conta do Airbnb com o Facebook, número de telefone, endereço de e-mail e documento de identificação oficial (exemplo: passaporte). Isso dá maior segurança para quem está fazendo a reserva da hospedagem. Na média, os anfitriões ofertam 1 quarto, com 1 cama para 1 pessoa, com diária que varia entre R\$ 61,00 e R\$ 80,00. A maior parte da oferta está localizada na zona Sul de São Paulo, perto do centro, sendo privilegiada pela grande concentração de atrativos turísticos. Esses meios de hospedagens são possíveis concorrentes de hotéis mais simples e hostels por localização e preço.

Com o objetivo de entender ainda melhor o perfil do anfitrião, um questionário foi aplicado online em grupos voltados a anfitriões de Airbnb. Os resultados mostraram que a maioria dos anfitriões é do sexo feminino, tem mais de 51 anos, possui ensino superior completo, renda mensal de 5 a 6 salários mínimos e fala um segundo idioma, sendo o inglês e

o espanhol os mais comuns. Quando questionados sobre a plataforma, os anfitriões informaram que a conheceram por intermédio de amigos. Grande parte já utilizou a plataforma como hóspede e recebe hóspedes em uma frequência semanal ou quinzenal.

Ao se tratar da hospedagem, os anfitriões informaram que priorizam a hospitalidade, que a avaliação dos demais usuários pode influenciar na estadia e que seu papel como anfitrião é importante na experiência turística do hóspede. Já sobre os resultados financeiros e pessoais, o Airbnb atende às expectativas do anfitrião, que escolheram que "a renda extra me permite financiar projetos pessoais e despesas" e que "adoro viajar e conhecer gente nova, e o Airbnb facilita essa interação" como motivação para ser um anfitrião.

Foi traçado o perfil dos anfitriões, considerando as duas principais motivações citadas na pesquisa. O anfitrião que hospeda porque a renda extra irá financiar projetos e despesas, é do sexo feminino, tem entre 21 e 30 anos, ensino superior completo, renda mensal de 5 a 6 salários mínimos, fala inglês e espanhol e recebem pessoas semanalmente.

O anfitrião que hospeda por adorar viajar e conhecer gente nova, é, em sua maioria, do sexo feminino, com idade entre 21 e 30 anos, e 51 e 60 anos, nível de escolaridade de ensino superior completo, renda mensal de 5 a 6 salários mínimos, possuindo os idiomas inglês e espanhol, e recebendo hóspedes com uma frequência semanal e quinzenal.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, a tecnologia tem um papel importante na hotelaria, já que é possível encontrar diversas plataformas que visam atender a área, como o HostelWorld, Couchsurfing, Bed and Breakfast e o Airbnb, que estão preenchendo uma lacuna de demanda não atendida pela hotelaria clássica. Esse novo tipo de relacionamento entre hóspede e anfitrião atua em diferentes domínios: privado, cultural e comercial (LASHLEY, 2008).

O Airbnb foi a plataforma estudada, visto que é um local onde é possível encontrar diversos tipos de serviços, dentre eles locais de hospedagem que podem ou não serem divididas com o anfitrião. Ele busca especializar cada vez mais os anfitriões, desenvolver diferentes tipos de recursos para otimizar a plataforma, atrair novos hóspedes e oferecer experiências cada vez mais singulares, já que o atendimento realizado pelo anfitrião deve ser hospitaleiro e de qualidade.

A hospitalidade não se trata apenas do ato de hospedar, mas também da qualidade hospitaleira de um indivíduo ou local. Além disso, a hospitalidade tem como dever, unir ou aproximar as pessoas, resultando na troca de experiências culturais e de costume. Existe uma complexidade ao lidar com a troca monetária nos serviços de hospitalidade, uma vez que alguns autores tratam do tema como uma característica fundamental, já que existe uma disposição dos anfitriões em serem genuinamente hospitaleiras, sem qualquer expectativa de recompensa ou de reciprocidade. Tal complexidade é vista no questionário, já que foi possível ver que a maior parte dos anfitriões que oferecem as suas residências, têm como objetivo, ter uma renda extra e por adorar viajar e conhecer gente nova.

O papel do anfitrião é de extrema importância no momento do receber, já que o respeito sobre as peculiaridades singulares do hóspede devem ser respeitadas, assim como a sua história e costume. Cabe ao anfitrião saber direcionar o seu hóspede, já que o mesmo não está familiarizado com a cultura, oferecendo informações relevantes sobre a cidade. E isso é reconhecido pelo anfitrião, já que quando questionados sobre a hospitalidade ser um determinante na estadia, o anfitrião informa que seu papel é importante.

Já se tratando do hóspede, ele proporciona experiência para o anfitrião também, já que este pode realizar um intercâmbio cultural sem sair de sua residência, praticando um idioma e aprendendo novas culturas, fazendo com que ambos saiam da rotina. Por exemplo, quando questionados sobre idiomas falados, os anfitriões da pesquisa informaram que sabem falar inglês e espanhol, sendo assim, eles têm uma oportunidade de treinar a língua sem sair de casa.

Tal hospitalidade é fundamental quando se trata de turismo de experiência, considerando que o sentimento de acolhimento é um item indispensável para o hóspede, já que "a chave para gerar um grande nível de fidelidade é entregar um alto valor para o cliente" (KOTLER, 2000, p. 59). O serviço oferecido pelo anfitrião deve ser de qualidade, resultando no desejo de retorno do hóspede, e a vivência com diferentes pessoas no mesmo ambiente, fornecendo dados e informações para possíveis futuros hóspedes queiram ou não se hospedar, já que o viajante é um formador de opinião e responsável pela avaliação do local disponibilizado online. No questionário realizado, foi possível observar que os anfitriões consideram a avaliação, um influenciador na tomada de decisão de futuros hóspedes.

7. REFERÊNCIAS

ASHNESS, D.; LASHLEY, C. **Empowering service workers at Harvester Restaurants**. Volume 24, número 8, p. 501-519, 1995.

AIRBNB. **Quem somos (aboutus)**. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/about/about-us>>. Acesso em 03 abr. 2017

AIRBNB. **Experiências**. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/s/experiences>. Acesso em 03 abr. 2017

ANDRADE, J. V. de. **Turismo: Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Editora Ática, 1992.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1998.

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-based Consumption: **The Case of Car Sharing**. Journal of Consumer Research, v. 39, p. 881-98, 2012

BORGES, Maria do Rosário P. da Silva. 2001. **A Internet como fonte de informação de apoio à actividade docente no ensino superior de Turismo em Portugal**. Dissertação de Mestrado em Gestão de Informação, Universidade de Aveiro.

BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. 2008. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm> Acesso em: 01 jun. 2016.

BAHL, Miguel (Org.). **Perspectivas do Turismo na Sociedade Pós-Industrial**. São Paulo, SP. Roca 2003

BAHL, Miguel (Org.). **Turismo, Enfoques Teóricos e Práticos**. São Paulo, SP. Roca 2003.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. **História das viagens e do turismo**. São Paulo: Aeph, 2002. (Coleção ABC do Turismo)

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo e acessibilidade. Manual de Orientações**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é seu: Como o Consumo Colaborativo Vai Mudar Nosso Mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011

CAILLE, A. **Antropologia do dom**. Petrópolis: Vozes, 2002.

CAMARGO, Luiz Octávio Lima de. **Hospitalidade**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2004.

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

GOTMAN, Anne. **Le sens de l'hospitalité**. Paris: Presses Universitaires de France, 2001.

CANALTECH. **Big Data: os cinco Vs que todo mundo deveria saber**. Disponível em: <<https://corporate.canaltech.com.br/dica/big-data/Big-Data-oscinco-Vs-que-todo-mundo-deveria-saber/>>. Acesso em: 02 de jun. 2017.

CASTELLS, Manuel. 1999. **A sociedade em rede**. 2.^a Ed., Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra.

COUCHSURFING. **Como Funciona (how it works)**. Disponível em: <<https://www.couchsurfing.com/#how-it-works>>. Acesso em: 03 abr. 2017

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira. **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo Pioneira Thomson Learning, 2003

DESLAURIERS, j.-P. (1991). **Recherche qualitative- Guide pratique**. Montreal: McGraw~Hill, 1991.

DICIONÁRIO DO AURÉLIO, **Significado de hospitalidade**. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/hospitalidade>>. Acesso em: 19 de mai. 2017

DICIONÁRIO DO AURÉLIO, **Significado de turismo**. Disponível em: <<https://dicionariodoaurelio.com/turismo>>. Acesso em: 19 de mai. 2017

ESTEVAMPELOMUNDO. **A história dos hostels no Brasil e no mundo**. Disponível em: <<http://estevampelomundo.com.br/2015/08/a-historia-doshostels-no-brasil-e-no-mundo/>>. Acesso em 07 mai. 2017.

FERREIRA, Victor Henrique Moreira. **Teoria Geral do Turismo**. 2^a edição revista. Palhoça: UnisulVirtual, 2007.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002. Apostila.

Gartner IT Glossary. Disponível em: <<http://www.gartner.com/it-glossary/bigdata/>>. Acesso em: 02 de jun. 2017.

GIARETTA, Maria José. **Turismo da juventude**. São Paulo: Manole, 2003.

GRINOVER, Lúcio. **Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado**. In: Dias, C. M. de Moraes (org.). Hospitalidade: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

HOSTELWORLD. **Company overview**. Disponível em:<<http://www.hostelworldgroup.com/about-us/company-overview>>. Acesso em 07 mai. 2017.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing: a edição do novo milênio**. Tradução Bazán Tecnologia e Linguística; revisão técnica Arão Sapiro. 10ª ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LASHLEY, Conrad e MORRISON, Alison (Org). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manoele, 2004

LASHLEY, Conrad. **Hospitality and hospitableness**. Vol. 12, pp 75-77. 2015

LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. (eds.). **Hospitality: a social lens**. Amsterdam: Elsevier, 2007.

LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad, MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri: Manole, 2004.

LASHLEY, C. Towards a theoretical understanding. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (eds.). **In search of hospitality: theoretical perspectives and debates**. Oxford: ButterworthHeinemann, 2000.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. (eds.). **In search of hospitality: theoretical perspectives and debates**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000.

LASHLEY, C. **Studying hospitality: insights from social sciences**, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, n. 8, p. 69-84, 2008.

LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad, MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri: Manole, 2004.

LASHLEY, C & MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um modelo globalizado**. São Paulo: Manoele, 2004.

LICKORISH, Leonard; LENKINS, Carson L. **Introdução ao Turismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

LIU, Zhenhua. 2000. **Internet tourism marketing: potential and constraints**. *Fourth International Conference Tourism in Southeast Asia & Indo-China: Development, Marketing and Sustainability*. The Scottish Hotel School. University of Strathclyde, UK.

MARTINS, Ana Cristina Cazorla. **Valor para o cliente: uma análise no ramo do agronegócio**. Dissertação de Mestrado em Administração, UFRGS. Porto Alegre, 2001

MCDONNELL, I.; ALLEN, J.; O'TOOLE, W. **Festival and special event management**. Brisbane: John Wiley & Sons, 1999.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Guia de turismo enriquece a viagem de turista**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/3267-guia-de-turismo-enriquece-a-viagem-do-turista.html>>. Acesso em: 23 de mai. 2017

MOESH, M. **A Produção do Saber Turístico**. São Paulo: Contexto, 2002.

MONTANARI, M. G.; GIRALDI, J. M. E. **Competitividade no turismo: Uma comparação entre Brasil e Suíça.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v.7, n.1, p.92-113, 2013.

SIGNIFICADOS. **Significado de BNB - BedandBreakfast.** Disponível em: <<https://www.significados.com.br/bnb-bed-and-breakfast/>>. Acesso em 04 de abr. 2017

NOWEN, H. **Reaching out: a special edition of the spiritual classic including beyond the mirror.** London: Fount (anImprintof Harper Collins), 1998

OMT. **Introdução ao turismo.** São Paulo: Roca, 2001

Observatório do Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo. **Dados e fatos do setor de negócios, eventos, viagens e turismo na capital paulista,** SP Turis. Disponível em: <http://www.observatoriodoturismo.com.br/pdf/DADOS_E_FATOS.pdf>. Acesso em: 27 de set. de 2017

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO – OMT. **Desenvolvimento de Turismo Sustentável: Manual para Organizadores Locais.** Brasília, DF: MICT – SETS, Embratur.

ORNELLAS, R. S. Impactos do Consumo Colaborativo de Veículos Elétricos na Cidade de São Paulo. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies,** v. 5, n. 1, p. 33-62, 2013

PEARCE, D. **Geografia do Turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens.** São Paulo: Aleph, 2003.

PELLEGRINI FILHO, A. **Ecolofia, Cultura e Turismo.** Campinas: Papirus, 1993.

PHELAN, Mike. **The Death of Big Data.** Site Forbes, 10 de abril 2012. Disponível em: < <https://www.forbes.com/sites/ciocentral/2012/10/04/the-deathof-big-data/#4d7408dc79b8> >. Acesso em 22 de ago. 2017.

POLIT, D. F.; BECK, C. T.; HUNGLER, B. P. **Fundamentos de pesquisa em enfermagem: métodos, avaliação e utilização.** Trad. de Ana Thorell. 5. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

PRAXEDES, W. **Reflexões sociológicas sobre a hospitalidade.** In Revista Espaço Acadêmico, nº 37, Junho, 2004.

RIFKIN, J. A. Sharing: **The Integration of Intimate Economics.** *Anthropologica,* v. 17, n. 1, p. 3-27, 1975.

RIFKIN, J. A. **Sociedade com custo marginal zero.** São Paulo: M. Books, 2016

RUSPINI, E. e BERNARDI, M. (2018), **“Sharing economy e turismo. II contributo dele nuove generazioni”**, in Nuvolati, G. (ed.), Sviluppo Urbano e Politiche per la Qualita dela Vita, Editora FUP, Firenze.

SANTOS, Rodrigo Amado dos; CUSTÓDIO, Monique Cristine de Moraes. **A prática do turismo no espaço rural: conceituações e delimitações de suas ações.** Disponível em: <<http://www.revista.inf.br/turismo16/artigos/TU916101.pdf>> . Acesso em: 22 de mai. 2017

SEBRAE. Cenários e projeções estratégicas – **Cenários prospectivos: O Turismo brasileiro de 2016 a 2018**. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3d98ea3e4e49602196a85fd6951faac1/\\$File/7489.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/3d98ea3e4e49602196a85fd6951faac1/$File/7489.pdf)>. Acesso em 22 nov. 2017.

SEBRAE. Tendências: **O turismo de experiência**. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Estudos%20e%20Pesquisas/Boletim%20Tend%20C3%Aancia%20-%20Turismo.pdf>>. Acesso em 20 mai. 2017.

SEBRAE. **Turismo no Brasil. 2010**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/setor/turismo/TR_turismo_final.pdf>. Acesso em: 10-08-2017.

SEBRAE. **Turismo de experiência**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/turismo_de_experiencia.pdf>. Acesso em 20 mai. 2017

STERN, Raquel Farias. **Turismo e pós-modernidade: uma análise do intercâmbio de hospitalidade – o caso do Couchsurfing**. Revista *Intinerarium*. V 2. Rio de Janeiro, Unirio, 2009. Disponível em: <<http://www.seer.unirio.br/index.php/intinerarium/>>. Acesso em: 23 de mai. 2017.

Super Anfitriões. **Airbnb Open 2017 - Resumo**. Disponível em: <<http://superanfitriones.com.br/airbnb-open-2015-resumo/>> Acesso em: 06 de set. de 2017.

Super Anfitriões. **Airbnb Open 2016 - Resumo**. Disponível em: <<http://superanfitriones.com.br/airbnb-open-2016-resumo/>>. Acesso em: 06 de set. de 2017

TAPSCOTT, Don. **A hora da geração digital: como os jovens que cresceram usando a internet estão mudando tudo, das empresas aos governos**. Tradução de Marcelo Lino. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010.

THEOBALD, William F. (org.). **Turismo Global**. 2. ed. Traduzido por: Ana Maria Capovilla; Maria Cristina Guimarães Cupertino e João Ricardo Barros Penteado. São Paulo: SENAC, 2002. Tradução de: Global Tourism

UOL. **Bed and Breakfast: o que é, como funciona e por que experimentar**. Disponível em: <<https://viagem.uol.com.br/noticias/2016/05/26/bed-and-breakfast-o-que-ecomofunciona-e-por-que-experimentar.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em 04 abr. 2017

VAZ, Gil Nuno. **Marketing turístico: receptivo e emissivo: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados**. São Paulo: Pioneira, 1999. p295.

Vídeo **"O caso para o consumo cooperativo – Rachel Botsman"**. Produção: TED, 2010. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/rachel_botsman_the_case_for_collaborative_consumption?language=pt-br>. Acesso em: 23 de mai. 2017

Vídeo **"How Airbnb designs for trust – Joe Gebbia"**. Produção: TED, 2016. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/joe_gebbia_how_airbnb_designs_for_trust>. Acesso em 29 de agosto de 2017.

WAHAB, S. A. **Introdução à Administração do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 1977.

YÁZIGI, Eduardo. **Civilização Urbana, Planejamento e Turismo**. São Paulo, SP. Contexto, 200