

Implicações do Airbnb na Modelagem da Demanda Turística: os usuários do Airbnb na
Cidade do Rio de Janeiro

*Implications of Airbnb to Tourism Demand Modelling: Airbnb users in the city of Rio de
Janeiro*

Isabela Lima Pinheiro da Camara¹

Rachel de Paula Canedo Branco²

João Evangelista Dias Monteiro³

Resumo: A demanda turística é um assunto presente nos estudos de economia do turismo, sendo mensurada principalmente por três variáveis principais: número de chegadas internacionais, gastos dos turistas e número de noites. Considerando o crescimento da hospedagem compartilhada Airbnb, acredita-se que determinados efeitos no destino possam ser gerados de tal forma que influencie na demanda turística. O objetivo deste trabalho é analisar a relação entre os gastos do turista e o Airbnb para os seus usuários na cidade do Rio de Janeiro. Como metodologia adota-se a *survey* com usuários do Airbnb na cidade do Rio de Janeiro, utilizando a técnica bola-de-neve para alcance da amostragem. Os resultados mostram que boa parte dos respondentes relaciona a escolha pelo Airbnb com os gastos de sua viagem, sugerindo uma revisão dos modelos econométricos para estudos da demanda turística até então utilizados.

Palavras chave: Economia do turismo; impactos no turismo; modelagem da demanda; gastos do turista; Airbnb.

Abstract: The tourism demand is a main subject to studies regarding tourism economics, being measured by researches through three main variables: number of international arrivals, tourist expenditure and number of nights. Considering the emergence of sharing hospitality platform Airbnb, it's possible to understand that certain effects can be generated upon tourism destinations in such a way that they might influence tourism demand. The aim of this paper is to analyze the relationship between tourist expenditure and the Airbnb choice for Rio de Janeiro users. It's adopted the survey method with Airbnb users in Rio de Janeiro, using the snowball technique in order to get the sample for this research. The results show that a great number of respondents relate their choice for Airbnb hospitality to their trip expenditure, suggesting a review of the econometric models used by tourism demand studies by far.

Key-words: Tourism economy; tourism impacts; demand modelling; tourist expenditure; Airbnb.

¹ Aluna do Mestrado em Turismo do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense (PPGTUR-UFF), Niterói (RJ). Bacharel em Turismo pela Universidade Federal Fluminense. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9940926941499388>; E-mail: isabelalpc@id.uff.br

² Aluna do Mestrado em Turismo do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense (PPGTUR-UFF), Niterói (RJ). Bacharel em Turismo pela Universidade Veiga de Almeida. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6031466824818832>; E-mail: rachel_branco@id.uff.br

³ Professor Associado de Economia do Turismo da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói (RJ), Doutor em Economia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5030565066461210>; E-mail: joaoedm@turismo.uff.br

INTRODUÇÃO

O estudo da demanda turística tem sido o tema mais abordado na literatura mundial de economia do turismo até o momento. O estudo da demanda possui diversas vertentes, desde a sua compreensão do comportamento do consumidor / turista, passando pelas projeções de fluxos turísticos, até a mensuração e análise das relações da demanda com determinadas variáveis. Os estudos de demanda buscam mensurar e analisar as relações da demanda, como variável dependente e, os seus determinantes, variáveis independentes, procurando assim entender as relações de causalidade entre elas.

Estudar a demanda turística passa a ser de fundamental interesse tanto para a gestão pública quanto para a iniciativa privada. Do ponto de vista de análises estatísticas e econométricas, a demanda é compreendida no campo da literatura de economia do turismo e, em geral, analisada por meio de modelos econômicos. A economia do turismo é uma área de grande importância no turismo uma vez que o seu crescimento gera diversas consequências econômicas (Dwyer *et al.*, 2011). A maioria dos estudos sobre demanda turística internacional utiliza o número de chegadas internacionais para mensurar a demanda (Li *et al.*, 2005, Song and Li, 2008), embora seja possível entender os fluxos de turistas na modelagem da demanda também por meio das variáveis: tempo de estada, número de pernoites por meio de hospedagem, gastos dos turistas ou receita do turismo.

A escolha das variáveis no modelo, na maioria das vezes, depende do nível de dados disponíveis. Muito se discute sobre as variáveis explicativas e independentes; no entanto, uma questão importante negligenciada na literatura se refere à diferença que a escolha da variável dependente pode representar nos resultados. Por exemplo, um aumento no fluxo de turistas pode não implicar em aumento dos gastos dos turistas; portanto, a escolha de uma dessas variáveis pode representar alterações nos resultados, em relação à sensibilidade da variável dependente com as variáveis independentes.

Com as transformações na dinâmica do mercado de hospedagem, geradas a partir da chegada dos negócios baseados na economia compartilhada e das suas implicações no comportamento do consumidor, entender a demanda turística torna-se ainda mais importante, tanto para a iniciativa privada quanto para o governo. A escolha da variável dependente no momento de realização do estudo de modelagem da demanda passou a ser mais importante, principalmente, quando se analisa destinos com forte presença desse tipo de negócio.

Para que seja possível uma escolha consciente acerca da variável dependente neste contexto, passa a ser necessária a compreensão do fenômeno que torna esta escolha mais

complexa, ou seja, a hospedagem compartilhada. Atualmente, são muitas as iniciativas de hospedagem compartilhada, que se proliferam e se especializam segundo seus nichos de mercado. Entretanto, o maior exemplo desta tendência de mercado é o Airbnb, que coleciona grandes números desde a sua fundação em 2008 (Guttentag and Smith, 2017). De maneira geral, o Airbnb busca comunicar e oferecer aos seus usuários uma experiência autêntica e com um bom custo-benefício, aliando conforto, segurança, baixo custo e personalização do serviço de hospedagem (Prayag and Ozanne, 2018).

O Airbnb surge no mundo como um meio de hospedagem alternativo baseado na economia compartilhada, o que influencia diretamente na dinâmica do turismo e, conseqüentemente, nos modos de estudos da demanda turística. Os impactos e efeitos causados pela entrada do Airbnb no mercado de meios de hospedagem são diversos, tanto no aspecto positivo quanto no negativo. Tomando como exemplo a cidade do Rio de Janeiro, o Airbnb foi uma das empresas parceiras das Olimpíadas Rio 2016, e possibilitou ampliar o número de leitos resolvendo o déficit de quartos (Neris *et al.*, 2018) e dados da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe) demonstram que os impactos do Airbnb em 2016 foram positivos gerando empregos e aumento do PIB (Estúdio Folha, 2017). Além disso, outros estudos (Hajibaba and Dolnicar, 2017, Kljucnikov *et al.*, 2018) baseiam-se nos impactos econômicos de plataformas como o Airbnb na economia e no mercado dos destinos turísticos, sugerindo a importância de haver estudos direcionados ao surgimento do Airbnb e seus desdobramentos. São diversos os estudos pelo mundo, especialmente oriundos de países desenvolvidos, que se dedicam a perscrutar este fenômeno que tem sido muito evidente especialmente em destinos turísticos consagrados e em áreas mais turistificadas (Aznar *et al.*, 2018, Gunter and Onder, 2018, Gyódi, 2017, Koh and King, 2017).

Baseando-se nesta breve exposição, acredita-se que a demanda para o Airbnb possui uma relação diferente com o destino visitado, podendo permanecer mais tempo no destino ou reduzir o custo total da viagem. Nota-se que os estudos de demanda atuais podem não captar tal relação, promovendo uma lacuna em estudos deste tipo. Sendo assim, o presente trabalho utiliza-se deste contexto para analisar as implicações do surgimento do Airbnb como opção de meio de hospedagem no orçamento dos turistas e, por conseguinte, no estudo da demanda. Posto isso, o objetivo geral deste trabalho é o de analisar a relação entre os gastos do turista e o Airbnb, para quem utiliza o Airbnb como meio de hospedagem, destacando que com a inclusão do Airbnb na avaliação da demanda turística internacional implicará na necessidade de trabalhar com duas variáveis dependentes, gastos do turista e número de noites.

Considerando que, por ser um fenômeno muito recente, não existam muitos dados sobre o Airbnb provenientes de pesquisadores brasileiros, em especial no contexto da cidade do Rio de Janeiro, foi realizada uma pesquisa de caráter exploratório com usuários do Airbnb em tal destino, que responderam um questionário desenvolvido pelos pesquisadores. Para fins metodológicos, a pesquisa foi realizada com a técnica bola-de-neve para o alcance da amostra aleatória, uma vez que não há dados para descrever o tamanho da população. Sendo assim, foi adotada a técnica do desenvolvimento de um questionário online, sendo disponibilizado em redes sociais.

Este artigo está estruturado em cinco partes, da seguinte forma: primeiro a introdução contextualizando a temática, segundo o referencial teórico abordando os principais conceitos que norteiam o estudo, terceiro a descrição da metodologia da pesquisa de campo, quarto o relatório dos resultados e, por fim, quinto a elaboração das conclusões, das limitações deste trabalho e de sugestões para futuras pesquisas.

REFERENCIAL TEÓRICO

Novos contornos nas práticas de produção e consumo têm sido delineados no presente sistema econômico. Dentre eles, é possível citar a economia compartilhada como um grande preponente destas novas configurações, sendo um conceito amplamente discutido na literatura mais recente acerca de temas pertinentes, tais como economia, tecnologia da informação, administração e empreendedorismo (Prayag and Ozanne, 2018). É um conceito de muitas nuances e controvérsias, por conta de sua natureza prática manifestar certas incoerências características (Gyódi, 2017). Entretanto, é inegável a ampla aderência ao termo da parte de meios de comunicação, de expoentes do mercado e dos modelos tradicionais de negócios. A economia compartilhada acabou por tornar-se um chavão, amplamente utilizado e em poucos momentos refletido profundamente (Prayag and Ozanne, 2018).

De maneira geral, o conceito de economia compartilhada surge para interpelar uma série de crises econômicas, sociais e ambientais que vêm ocorrendo desde o final do século XX (Bostman and Rogers, 2011). Este modelo econômico é baseado em trocas ou alugueis de bens ociosos ou serviços informais entre pessoas, ou pessoa a pessoa, termo mais utilizado neste contexto. Embora não seja um conceito contemporâneo, o compartilhamento pessoa a pessoa foi completamente remodelado pelo surgimento da web 2.0., composta por comunidades virtuais interessadas em compartilhamento de informações por meio da internet. Diferentemente da web 1.0, onde o fluxo de informações parte de um servidor central para os

seus usuários, na web 2.0 são criadas plataformas de mediação entre usuários, onde ocorrem estes fluxos de informação que são gerados e administrados por eles próprios (Souza *et al.*, 2016). Podemos citar como exemplos destas plataformas pessoa a pessoa em nosso cotidiano o Wikipedia, o Spotify e o BitTorrent.

Com o tempo, essas plataformas migraram para o contexto físico. Mesmo permitindo as transações virtuais, os serviços ou produtos negociados eram adquiridos pessoalmente, pois não se tratavam mais de meras informações. As plataformas da economia compartilhada, portanto, desenvolveram-se em grandes mediadores de trocas de bens e serviços, como pedaços de terra para plantio, dinheiro, meios de transporte e até mesmo comida (Botsman and Rogers, 2011). A capacidade da web 2.0, por meio da internet, de permitir que pessoas ao redor do mundo com os mesmos interesses e necessidades possam ter acesso umas às outras, foi fator determinante para o sucesso e difusão destas práticas. Outro aspecto contribuinte é que o fato destas transações ocorrerem pela internet e entre pessoas, gerando uma atividade informal, acaba por diminuir os custos para todas as partes envolvidas neste tipo de negócio. Este apelo financeiro respondeu a muitas necessidades de uma sociedade marcada pela crise financeira, permitindo que bens e serviços fossem usufruídos temporariamente por um valor mais baixo do que custariam caso sua aquisição fosse permanente. Sendo assim, temos hoje em dia plataformas como o Blablacar, para compartilhamento de caronas, o Etsy, para a venda de artesanato no mundo todo, e até mesmo a brasileira Tem Açúcar?, que pretende unir a vizinhança de um bairro em prol do compartilhamento de pequenas quantidades de perecíveis utilizados no cotidiano.

No setor do turismo, há um grande exemplo da economia compartilhada, considerado um dos maiores do mundo (Botsman and Rogers, 2011): o Airbnb. Derivado da junção e abreviação dos termos *airbed* e *bed and breakfast* (colchão de ar e cama e café, respectivamente, em tradução livre), o Airbnb é uma plataforma de compartilhamento de espaços ociosos em residências, ou até mesmo de residências inteiras, que podem ser alugados para turistas (Airbnb, 2018a). A plataforma, portanto, une milhões de anfitriões de todo o mundo que ofertam suas casas para possíveis hóspedes, que podem decidir por alugar uma residência inteira, um quarto em uma residência onde vive o anfitrião, ou compartilhar um quarto com outros viajantes na residência do anfitrião. A oferta do Airbnb, que atualmente conta com mais de 5 milhões de acomodações (Airbnb, 2018a), faz da plataforma a maior rede de meios de hospedagem atualmente, embora não possua um quarto sequer (Smith Travel Research, 2017).

Colecionando grandes números no mercado e exibindo uma aderência inédita no setor turístico, o Airbnb desempenha uma lógica diferenciada tanto enquanto oferta quanto para sua demanda. A hospedagem no Airbnb é frequentemente mais econômica do que em meios de hospedagem tradicionais, o que é um atributo característico do serviço informal (Guttentag, 2015). Além disso, sua configuração permite uma maior liberdade para o turista planejar o itinerário de sua viagem, já que a oferta do Airbnb compreende praticamente todas as regiões de um destino, e não somente as áreas centrais ou mais turistificadas. Desta forma, turistas que buscam uma experiência local, tendência da contemporaneidade, podem alojar-se em bairros residenciais ou em refúgios dos maiores fluxos turísticos em um destino (Birinci *et al.*, 2018).

Outro aspecto que pode ser remodelado pela oferta do Airbnb é a distribuição do orçamento das viagens. Com o custo mais baixo deste tipo de hospedagem, é permitido ao turista organizar seus recursos financeiros a fim de direcioná-los segundo os seus interesses, preferências e prioridades. Desta forma, o turista não mais precisa se sujeitar aos custos altos de todo tipo de infraestrutura urbana e turística que irá utilizar durante sua viagem. O usuário do Airbnb pode escolher este meio de hospedagem, dentre outros fatores, também para que possa gastar mais com outros aspectos da viagem, tais como gastronomia, atividades turísticas e compras. Esta flexibilidade na organização do orçamento pode inclusive proporcionar ao turista a oportunidade de ficar mais tempo em um destino, por investir menos recursos em sua hospedagem do que se fosse necessário escolher uma hospedagem tradicional (Guttentag, 2015).

Estes novos horizontes trazidos pela economia compartilhada têm levantado diversos questionamentos para os modelos de negócios tradicionais, bem como para os pesquisadores e interessados que buscam compreender a realidade das consequências destas novidades. No caso do setor turístico, é preciso estar atento para o surgimento do Airbnb com o potencial de promover grandes mudanças no comportamento do consumidor. Considerando que até este ano (2018) o Airbnb promoveu mais de 300 milhões de chegadas de hóspedes ao redor do mundo (Airbnb, 2018), acredita-se que este movimento impacta grandemente os centros urbanos turistificados (Gutiérrez *et al.*, 2017), gerando uma demanda significativa que merece atenção.

Para que seja possível entender a demanda para esse novo produto turístico, é preciso entender sobre a demanda de forma geral. A demanda turística é objeto de estudo da economia do turismo especialmente do ponto de vista quantitativo com as implicações estatísticas. Santos e Kadota (2012) afirmam que a compreensão da economia do turismo se

dá a partir do entendimento do sistema de mercado composto pela oferta e pela demanda. A, portanto, demanda é a grande força que possibilita o acontecimento do turismo e o desenvolvimento da oferta.

Estudar a demanda turística significa entender o comportamento dos consumidores do produto turístico para um destino específico. “O estudo do comportamento dos consumidores se baseia na ideia de que os indivíduos têm as mais diversas necessidades, mas dispõem de recursos escassos para satisfazê-las” (Santos and Kadota, 2012, p. 36). De forma geral, busca-se analisar a alocação dos recursos do consumidor para a satisfação de suas necessidades nas quais ele terá a maior maximização da utilidade. No turismo, uma série de variáveis podem afetar o comportamento da demanda, portanto muitas delas são postas como fatores determinantes da mesma, e analisadas por meio da modelagem.

Conforme Li *et al.* (2005) esclarecem, a modelagem da demanda turística por meio da qual se objetiva analisar os efeitos de vários determinantes e a precisão de previsão da demanda são os dois maiores focos de estudos da demanda turística. A metodologia econométrica utilizada na modelagem possibilita interpretar causas de variações na demanda, apoiar estratégias de políticas e marketing e prever tendências do desenvolvimento do turismo (Li *et al.*, 2005). Posto isto, nota-se a preferência dos estudos quantitativos para este tipo de pesquisa. Entretanto, Dwyer *et al.* (2010) ainda apresentam argumentos de críticos sobre uma redução dos problemas do mundo real quando a economia do turismo se apresenta enquadrada em demasia dentro dos paradigmas positivistas e pós-positivistas. Logo, teorias e modelos são necessários e explicativos, porém muitos acabam mostrando-se insuficientes para explicar a realidade.

Conforme prévias e extensivas revisões de literatura sobre modelagem da demanda realizadas por Song e Li, (2008), Li *et al.* (2005) e Camara e Monteiro (2018), os modelos analisam a demanda turística para um destino (ilha, cidade, região, país ou conjunto de países) em um determinado período de tempo (uma série temporal) com uma frequência temporal (anual, trimestral ou mensal), utilizando uma variável dependente (demanda turística) e uma ou mais variáveis independentes (explicativas). Junto a isso, os estudos empíricos, a escolha do modelo e de suas variáveis está relacionada com o objetivo do estudo que se pretende desenvolver. A forma em que a demanda é medida numericamente é pela variável dependente.

O uso da variável dependente como número de chegadas ainda é bastante presente nos estudos de modelagem da demanda. Segundo revisões de literatura, essa afirmação vem se confirmando e pode ser decomposta em número de chegadas por motivação da viagem como

férias, negócios, visita a amigos e parentes, e por via aérea (Song and Li, 2008). As tabelas 1 e 2 apresentam dois estudos de revisão de literatura com relação às variáveis dependentes dos estudos analisados.

Tabela 1 – Frequência das principais variáveis dependentes 1

Variável dependente^a	Frequência	Frequência relativa
Número de chegadas internacionais ^a	64	58,72%
Receita do turismo/despesa	17	15,6%
Participação orçamentária das receitas/despesa	13	11,93%
Outras	15	13,76%
Total	109	100%

Fonte: adaptado de Li *et al.* (2005).

Nota: Foram 84 estudos analisados, mas alguns estudos fazem mais de uma modelagem, portanto mais de uma variável dependente é utilizada. ^a Também foram consideradas variações das variáveis (por exemplo: para apenas negócios ou lazer, dividido pelo número da população).

Tabela 2 – Frequência das principais variáveis dependentes 2

Variável dependente	Frequência	Frequência relativa
Número de chegadas internacionais	40	80%
Número de noites em meios de hospedagem	6	12%
<i>Proxy</i> de gastos dos turistas internacionais	3	6%
Outro (volume de comércio bilateral)	1	2%
Total	50	100%

Fonte: Camara e Monteiro (2018).

Nota: Foram 48 estudos analisados entre 2000 e 2017, mas alguns estudos fazem mais de uma modelagem, portanto mais de uma variável dependente é utilizada.

Infere-se, portanto, que ainda se mantém a preferência do uso do número de chegadas internacionais como variável dependente para a modelagem da demanda. Song *et al.* (2010) buscam entender a melhor forma da demanda ser mensurada pela modelagem, e por isso realizaram duas modelagens com variáveis dependentes diferentes. Esses autores compararam o número de chegadas com os gastos dos turistas, entendidas como as variáveis mais utilizadas para medir a demanda turística. O propósito do uso do número total de turistas que chegam a um destino passa a ser importante para a oferta turística poder quantificar os impactos diretos na capacidade total (Song *et al.*, 2010). Nesse mesmo sentido, entende-se que um meio de hospedagem precisaria de um modelo que apresente os impactos segundo o número total de noites, e assim estabelecer um planejamento e previsão de gestão. Já a variável dos gastos dos turistas é mais importante para os governos e bancos centrais (Song *et al.* 2010), pois quantifica os impactos na receita do turismo para o destino. Todavia, o número de chegadas é um dado emitido nos pontos de entrada dos destinos, enquanto que os gastos dos turistas podem ser elaborados somente por meio de uma estimativa a partir de pesquisas com os turistas. Por isso, ao falar sobre a disponibilidade e confiabilidade dos dados para a

realização de um estudo de demanda, utilizar o número de chegadas pode ser a variável mais adequada.

Álvarez-Díaz *et al.* (2015) realizam a modelagem da demanda para a Espanha com a variável número de noites segundo os dados da pesquisa do Instituto de Estatística da Espanha (INE), que apresenta a taxa de ocupação em hotéis. É o dado geralmente utilizado na mensuração da demanda espanhola, porém são ignorados os estrangeiros que ficam em outros meios de hospedagem.

Analisando os principais determinantes da demanda do Airbnb na cidade de Viena - Áustria e as suas contribuições marginais em termos de elasticidades de demanda, Gunter e Onder (2018) concluíram que a demanda do Airbnb em Viena é definida pelo preço inelástico, possibilitando aumento de receita por meio do aumento de preço. Além disso, descobriu-se que a demanda é positivamente influenciada pelo tamanho da lista de opções, pelo número de fotos, pela capacidade de resposta do anfitrião do Airbnb, entre outras características. Por outro lado, a demanda de Viena é negativamente influenciada pelo preço de anúncio, pela distância da cidade, dentre outros fatores.

Gunter e Onder (2018) destacam que entre as vantagens do Airbnb nos destinos turísticos está a possibilidade de estadas turísticas mais longas em destinos com menos custos de alojamento. Sendo assim, esta possibilidade permitiria que os turistas gastem mais dinheiro no destino, o que contribui para a economia local, e também permite que os residentes ganhem dinheiro com seus recursos não utilizados. Esta constatação corrobora a abordagem aqui apresentada, uma vez que mostra as implicações do Airbnb na reorganização orçamentária do turista durante a viagem e, por conseguinte, os seus efeitos sobre os gastos e os impactos econômicos no destino. A mesma constatação é apresentada num relatório do Morgan Stanley (2015), que indica que o Airbnb é mais concentrado em estadas fora do hotel, de lazer, de longa duração e não em estadas corporativas, que em geral são mais curtas.

Por outro lado, existem desvantagens em relação ao Airbnb, associadas principalmente a superlotação do destino, ao processo de gentrificação⁴, dentre outras. Com a redução nos preços de hospedagem, em geral, há um aumento no fluxo de turistas para os destinos, o que pode gerar atritos entre moradores e turistas. Outro aspecto negativo está associado à

⁴ O conceito de gentrificação (gentrification), criado pela socióloga Ruth Glass em 1964, foi utilizado pela primeira vez para analisar a transformação imobiliária ocorrida em bairros londrinos que definiu a elitização dos estratos sociais (a alta burguesia urbana – urban gentry) que se apropriaram dos bairros operários (Paes, 2017). Este conceito tem sido bastante utilizado na literatura do turismo para explicar o deslocamento, provocado pelo turismo excessivo e agravado por fenômenos como o Airbnb, dos residentes locais do centro para as periferias das cidades, devido ao aumento dos valores de aluguel dos imóveis.

intensificação dos impactos ambientais, como o uso excessivo de recursos e possíveis problemas associados a capacidade de carga (Onder *et al.*, 2017).

De modo geral, a literatura internacional tem estudado os impactos econômicos, sociais e ambientais do Airbnb, nos destinos turísticos, buscando entender as suas vantagens e as suas desvantagens. O Airbnb também tem potencial para gerar certos inconvenientes para o setor de hospedagem tradicional, uma vez que possui preços mais competitivos para os visitantes. Muitos turistas são atraídos pelo preço do Airbnb em determinados destinos. Assim, como o Airbnb vem crescendo de forma exponencial em determinados destinos, a tendência é que a demanda pela hospedagem tradicional seja afetada (Guttentag, 2015). Por outro lado, também é importante ressaltar que a escolha pelo Airbnb não está exclusivamente relacionada com a sua competitividade em relação aos seus preços. Entre outras motivações para se hospedar nas acomodações do Airbnb, destaca-se a possibilidade de escolher acomodações domésticas típicas do local visitado, proporcionando uma experiência autêntica no destino (Guttentag, 2015). Além disso, pelo fato de o Airbnb possuir sua oferta potencial distribuída por toda a cidade – afinal, são as residências dos moradores locais -, e não somente em regiões centrais ou mais turistificadas, esta hospedagem compartilhada pode representar uma excelente opção para turistas que buscam bairros residenciais ou fora dos grandes movimentos turísticos (Gutiérrez *et al.*, 2017, Gyódi, 2017).

Em relação aos impactos econômicos do Airbnb, há alguns estudos que mostram que, se por um lado, aumenta a renda dos residentes que possuem a possibilidade de compartilhar os seus espaços ou imóveis e aumenta o emprego com a chegada de mais turistas, por outro, o crescimento do Airbnb pode reduzir emprego, uma vez que muitos alojamentos de baixo custo, como pousadas e cama&café, acabam saindo do mercado devido à forte concorrência do Airbnb. Nesta perspectiva, segundo Fang *et al.* (2016), pelo fato do anfitrião do Airbnb, na maioria das vezes, não precisar contratar funcionários, o número de empregos no turismo pode, em última análise, cair devido à redução dos hotéis de baixo custo.

Como pode ser percebido por meio destes dados, o surgimento do Airbnb e sua grande aderência à demanda promove os mais diversos desdobramentos no contexto dos destinos turísticos, com especial destaque para os efeitos de ordem econômica. Isto fica mais evidente quando enumeramos os indicadores básicos da economia que medem impactos do turismo, conforme teoria de Candela e Figini (2010): número de chegadas dos turistas, número de pernites, tempo de estadia, gastos dos turistas, composição do produto turístico e propensão a viajar. Nota-se, portanto, que a inserção do Airbnb tem estreita relação com cada um destes

indicadores, restando responder ao questionamento sobre como se dá essa relação e os seus prováveis impactos nos estudos da demanda.

O destino da cidade do Rio de Janeiro é bastante representativo para o Brasil além de ser o principal destino a lazer do país (Brasil, 2018). Neste contexto, o Airbnb surge como uma nova possibilidade de hospedagem para os turistas que já vieram ou vem pela primeira vez. A fim de ampliar o número de leitos durante os Jogos Olímpicos, a empresa do Airbnb se tornou patrocinadora oficial adicionando mais de 105 mil vagas de hospedagem (Neris *et al.*, 2018). A Fipe fez uma análise dos impactos do Airbnb no Brasil do ponto de vista socioeconômico em 2016 e identificou que a empresa injetou R\$2,5 bilhões no PIB nacional (Estúdio Folha, 2017, Salsa, 2017). Em 2016, a cada US\$ 1 gasto com o meio de hospedagem Airbnb movimentou no Rio de Janeiro US\$ 4,59, gerou mais de 25 mil empregos e foram 360 mil hóspedes (Estúdio Folha, 2017). Posto isso, consideramos pertinente a expansão dos estudos acerca do Airbnb, em especial relacionando-o com os estudos de demanda turística, por meio da análise do contexto da cidade do Rio de Janeiro.

METODOLOGIA

Esta pesquisa pode ser caracterizada como exploratória, a fim de proporcionar uma familiaridade com o problema pesquisado (Silveira and Córdova, 2009). Sendo assim, em primeiro lugar, foi realizada uma revisão de literatura pertinente para levantar conceitos e teorias dos temas que norteiam o objetivo da pesquisa – economia compartilhada, Airbnb e estudo da demanda turística. Após a revisão da literatura, foi conduzida uma pesquisa de campo com amostragem não probabilística, uma vez que não há informações sobre a dimensão da população, o que, por conseguinte, implica na não generalização dos resultados aqui alcançados.

A pesquisa de campo para o levantamento de dados foi feita pelo tipo *survey*, utilizando a técnica do questionário. Segundo Prodanov e Freitas (2013, p. 57), “esse tipo de pesquisa ocorre quando envolve a interrogação direta das pessoas cujo comportamento desejamos conhecer”. Em outras palavras, solicita-se a um grupo de informantes para responder e realiza-se uma análise quantitativa dos dados.

Para avaliar as possíveis implicações do Airbnb na reorganização dos gastos dos turistas que visitam a Cidade do Rio de Janeiro e optaram por este meio de hospedagem alternativo, o questionário foi elaborado no formato online, disponível por meio da plataforma do Google Forms. O questionário foi colocado a disposição durante o mês de agosto de 2018

em grupos em redes sociais e enviado a alguns usuários para indicações de outros e o alcance do maior número possível. Devido à ausência de informações em relação ao tamanho e características da população estudada neste trabalho, verificou-se que a utilização do método “bola-de-neve” (Handcock and Gile, 2011), seria factível e útil para alcançar os resultados pretendidos no estudo.

Baseando-se no objetivo deste estudo, foi elaborado um questionário composto por sete perguntas objetivas, além de um espaço para o respondente colocar comentários adicionais. A fim de identificar com mais rapidez os questionários válidos, foi necessário elaborar uma pergunta-filtro, que confirmava que o respondente havia se hospedado na cidade do Rio de Janeiro utilizando o Airbnb. Confirmando esta premissa, o respondente continuava a pesquisa, cujas sete perguntas eram de resposta obrigatória, com apenas uma opção de resposta. O questionário foi dividido em duas seções: a primeira, relacionada ao perfil do respondente, e a segunda, relacionada à restrição orçamentária do respondente e na sua relação com as escolhas durante sua viagem.

Na primeira seção, buscando identificar o perfil do respondente, foi perguntado inicialmente “com quem você se hospedou pelo Airbnb” a fim de identificar se ele viajava sozinho, acompanhado em casal, com a família, com amigos ou com colegas de trabalho. A outra pergunta sobre o perfil do respondente era se o mesmo já havia se hospedado na cidade do Rio de Janeiro antes da referida experiência com o Airbnb, seja pelo Airbnb, seja por outros meios de hospedagem. A penúltima pergunta desta seção era se o respondente já havia se hospedado no Airbnb em outras viagens, com intuito de saber se este era um usuário frequente do Airbnb. Por fim, o respondente informava o seu local de origem (estado e país de residência permanente).

A segunda seção concerne ao objetivo deste estudo. O respondente foi questionado primeiramente acerca da sua relação com o valor da hospedagem, ou seja, se o preço foi o principal motivo para a sua escolha pelo Airbnb. A pergunta seguinte indagava se essa escolha tinha alguma relação com o orçamento da viagem: se a viagem inteira era de baixo custo, se o respondente optou por uma hospedagem menos onerosa para gastar com outros interesses na viagem, ou se a escolha pelo Airbnb não tinha relação com o orçamento da viagem. Por último, o respondente precisava identificar se a sua escolha pelo Airbnb possuía alguma relação com a duração da viagem: se sua escolha possibilitava que sua estada na cidade do Rio de Janeiro fosse mais longa, ou se não havia relação entre sua escolha e a duração de sua viagem. O propósito foi entender se o planejamento da viagem foi

influenciado devido ao custo de hospedagem no Airbnb, e se as implicações desta escolha podem interferir no custo total da viagem e no tempo de estada no destino.

RESULTADOS

Durante o período em que o questionário esteve disponível, foi possível captar 43 respondentes, sendo 26 questionários válidos, ou seja, que confirmaram por meio da pergunta-filtro que o respondente havia se hospedado na cidade do Rio de Janeiro utilizando o Airbnb. Tendo em conta o contexto do estudo, só foram considerados os 26 questionários válidos. Todos os respondentes válidos são brasileiros, com maior representação do estado do Rio de Janeiro (8 respondentes), São Paulo (5), Minas Gerais (3), Paraná (2) e Rio Grande do Sul (2), dentre outros com a razão de um respondente por estado. A maioria (30,8%) informou que se hospedou no Airbnb com amigos, seguido de família (26,9%) e de parceiros (23,1%). Somente 19,2% dos respondentes se hospedou sozinho pelo Airbnb.

A figura 1 apresenta a primeira pergunta sobre o segundo bloco de perguntas do questionário.

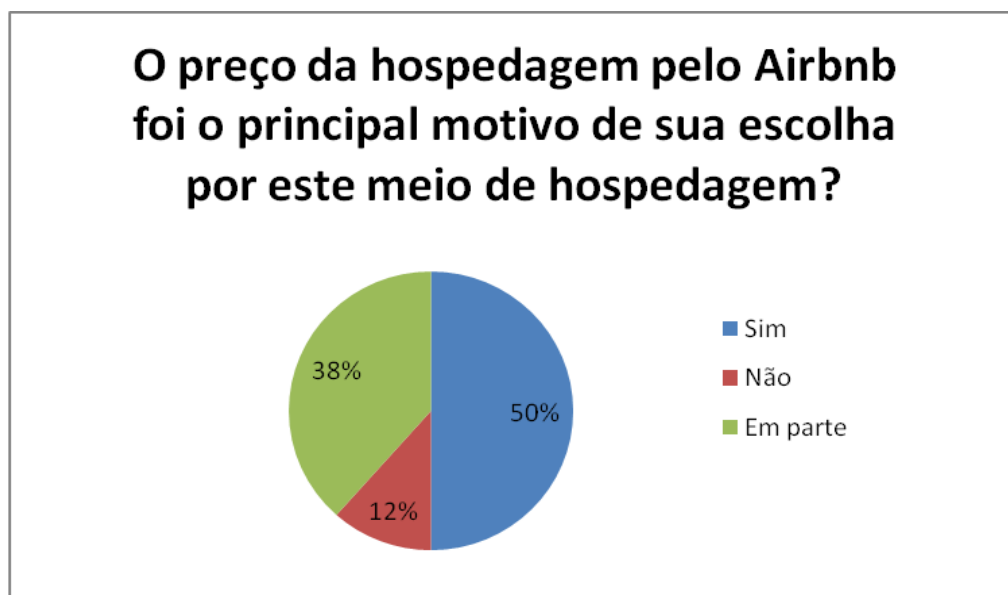


Figura 1: O preço da hospedagem pelo Airbnb como motivo escolha

Fonte: elaboração própria, 2018.

Ao serem arguidos se o preço da hospedagem oferecida pelo Airbnb foi o principal motivo da escolha dos respondentes por este meio de hospedagem, 50% (metade dos respondentes) informou que o preço foi, em parte, o principal motivo para sua escolha. Já para

38,5%, o preço foi de fato o principal motivo de sua escolha, e para 11,5% o preço não teve relação com a escolha pelo Airbnb. Este resultado mostra que o preço é uma variável importante para 88,5% dos respondentes, o que pode inferir a possibilidade de interferência da escolha do Airbnb no orçamento de viagem dos respondentes.

Quando perguntados a respeito do porquê de escolher o Airbnb em parte ou majoritariamente considerando o seu preço, metade dos respondentes apontou que planejou gastar menos com hospedagem para gastar mais com outras despesas durante a viagem à cidade do Rio de Janeiro. Nota-se que 30,8% dos respondentes informou que foi planejada a redução de seus custos quanto a todas as despesas de sua viagem, inclusive quanto à hospedagem, o que sugere que estes respondentes planejaram uma viagem de baixo custo de maneira geral. Apenas 8% (2 respondentes) da amostra afirmou que planejou gastar o mesmo em sua viagem do que se tivesse ficado em um meio de hospedagem tradicional, sugerindo que o valor do Airbnb não impactou em sua escolha pelo mesmo. Outros três respondentes buscaram o melhor custo-benefício em termos de mobilidade urbana, privacidade e conforto, respectivamente, como pode ser observado na figura 2. É importante notar que esta última opção não foi prevista no questionário, e sim emergiu de maneira espontânea da opinião dos respondentes acerca da resposta escolhida para esta pergunta.

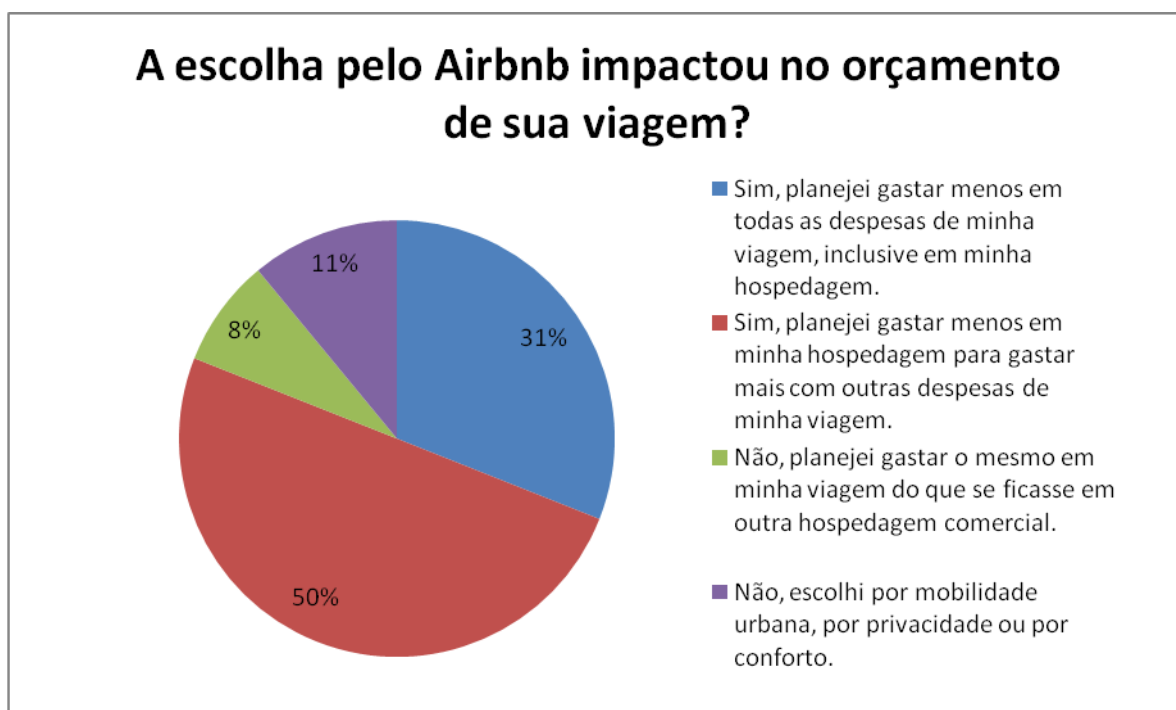


Figura 2: O impacto no orçamento da viagem pela escolha do Airbnb

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Constata-se que para 19 dos 26 respondentes (73,1%), a escolha pelo Airbnb não impactou na duração de sua estada no Rio de Janeiro. Já para 26,9%, escolher o Airbnb como meio de hospedagem possibilitou o planejamento de uma estada mais longa na cidade. Embora em comparação com a resposta preponderante seja possível afirmar que o resultado da segunda resposta não tenha sido expressivo, ao considerar esta porcentagem de maneira isolada, pode-se perceber que existe uma boa parcela dos usuários do Airbnb que são beneficiados pelo custo-benefício que este proporciona para a duração de sua estada.

Por fim, cerca de 26,9% dos respondentes não haviam vindo à cidade do Rio de Janeiro antes da referida viagem por meio do Airbnb. Dos que vieram anteriormente, 28,5% respondeu que vieram somente por outros meios de hospedagem, 23,1% vieram tanto pelo Airbnb quanto por outros meios de hospedagem, e 11,5% vieram somente pelo Airbnb. Em números absolutos, 23 responderam que já utilizaram o Airbnb em outros destinos, em contraste com 3 respondentes, que informaram que aquela era a primeira vez a utilizar o Airbnb.

Por meio do resultado desta *survey* foi possível identificar que o preço do Airbnb, em geral, é definido como um determinante da demanda turística, corroborando um dos principais indicadores analisados por modelos econométricos (Li *et al.*, 2005). Junto a isso, pesquisas do Airbnb apontam que seus usuários permanecem um tempo maior no destino, proporcionando mais gastos em outras regiões e bairros da cidade que visitam (Airbnb, 2018b). Para a escolha do Airbnb na cidade do Rio de Janeiro, portanto, o preço é um fator de importância para a maioria dos respondentes. Também foi possível notar que há um interesse em gastar menos na viagem de maneira geral, e que, grosso modo, a escolha do Airbnb não impacta no número de noites no destino do Rio de Janeiro, embora de maneira isolada haja uma porcentagem expressiva que prova o oposto.

CONCLUSÕES

Este trabalho analisou as possíveis implicações da hospedagem no Airbnb no estudo da demanda turística, a partir dos seus impactos na reorganização orçamentária do turista. Os estudos da demanda turística em geral utilizam metodologias que permitem a avaliação da relação de causalidade e de sensibilidade entre a demanda turística e seus fatores determinantes. Foi indicado que a literatura utiliza, em geral, três variáveis representando a demanda turística: número de chegadas internacionais, gastos dos turistas ou número de noites, com predominância no uso do número de turistas.

O trabalho ressalta que num ambiente de crescimento da relevância da economia compartilhada, nomeadamente, pelo Airbnb, a escolha da variável dependente nos estudos da demanda turística tem implicações nos resultados da pesquisa, uma vez que, há interferência no nível de gastos e/ou estrutura de gastos dos turistas. Elabora-se o pressuposto de que interferências como esta ainda não são suficientemente consideradas em estudos econométricos, e que precisam ser refletidas em trabalhos que buscam uma aproximação fidedigna da realidade estudada.

Em termos de resultados da pesquisa aplicada com turistas que já se hospedaram pelo Airbnb no Rio de Janeiro, foi constatado que a maioria escolhe sua hospedagem pela plataforma Airbnb devido ao preço competitivo do serviço. Outro resultado importante foi a constatação de que para 26,9% dos respondentes da pesquisa a escolha pelo Airbnb como meio de hospedagem possibilitou o planejamento de uma estada mais longa na cidade, o que por sua vez, corrobora a questão de pesquisas aqui apresentada, que sustenta a hipótese de que a escolha do Airbnb implica na dinâmica orçamentaria do turista e, por conseguinte, há necessidade de avaliar as suas implicações nos estudos de demanda turística.

Finalmente, a pesquisa corroborou a outra premissa deste trabalho, que inferia sobre a possibilidade de alteração nos gastos dos turistas a partir da escolha pelo Airbnb como meio de hospedagem. Ficou constatado que a escolha pelo Airbnb, em muitos casos, está associada à possibilidade de o turista gastar menos com hospedagem para gastar mais com outras despesas durante a sua viagem. Por outro lado, 30,8% dos respondentes informaram que a escolha pelo Airbnb foi associada a redução de custos com hospedagem e de todas as despesas da sua viagem, o que pode indicar que a oferta do Airbnb estimula o turismo de grupos sociais menos experientes e que anteriormente não possuíam estas oportunidades de viajar. Esta proposição já havia sido levantada pelo próprio Airbnb (Antunes, 2016).

Estes resultados mostram que o *core* desta pesquisa precisa ser estudado de forma mais aprofundada, uma vez que traz um questionamento que poderá influenciar futuras pesquisas sobre a demanda turística. Não obstante, esta pesquisa também possui algumas limitações. Como foi selecionada a maior iniciativa em números da economia compartilhada no setor de meios de hospedagem, o Airbnb, não é possível inferir que os resultados sejam generalizáveis caso seja analisada esta mesma relação a partir da perspectiva de outras iniciativas do mesmo nicho, como o Couchsurfing e o Homeaway. Além disso, é imperativo mencionar mais uma vez a pouca participação da comunidade acadêmica brasileira em um assunto tão latente e carente de discussões fidedignas quanto o surgimento de novas tendências no setor turístico. O Airbnb, em específico, tem promovido discussões calorosas

em meios midiáticos e mercadológicos, e felizmente percebe-se o levantamento de tais questões em ambientes acadêmicos internacionais. Considerando não somente a cidade do Rio de Janeiro como um grande indutor do turismo internacional, mas o Brasil como um país de dimensões continentais e atrativos turísticos das mais diversas naturezas, torna-se imperativa a fomentação da discussão dos impactos e efeitos da economia compartilhada no turismo no circuito acadêmico brasileiro do turismo. Espera-se que em um futuro próximo estas limitações, bem como as lacunas mencionadas anteriormente, possam inspirar pesquisadores a se aprofundarem neste tema tão pertinente e atual.

REFERÊNCIAS

Airbnb, (2018a), “About us: Airbnb Press”, available at: <https://press.atairbnb.com/about-us> (accessed 10 June 2018).

Airbnb (2018b), “Os Impactos Econômicos do Compartilhamento de Espaços em cidades ao redor do mundo”, available at <https://www.airbnb.com.br/economic-impact> (accessed 10 June 2018).

Álvarez-Díaz, M., González-Gómez, M., and Otero-Giráldez, M. S. (2015), “La modelización de la demanda de turismo de economías emergentes: el caso de la llegada de turistas rusos a España”, *Cuadernos de Economía*, Vol. 39 No. 110, pp. 1-14, doi: 10.1016/j.cesjef.2015.10.001.

Antunes, C. (2016), “Muitos turistas não iriam a Lisboa sem a Airbnb”, *Jornal Expresso*, available at: <http://expresso.sapo.pt/economia/2016-07-03-Muitos-turistas-nao-iriam-a-Lisboa-sem-a-Airbnb#gs.54xYazs> (accessed 10 June 2018).

Aznar, J. P., Sayeras, J. M., Segarra, G., and Claveria, J. (2018), “Airbnb Competition and Hotels' Response: The Importance of Online Reputation”, *Athens Journal of Tourism*, Vol. 5 No. 1, pp. 7-19, doi: 10.30958/ajt/v5i1.

Birinci, H., Berezina, K., and Cobanoglu, C. (2018), “Comparing customer perceptions of hotel and peer-to-peer accommodation advantages and disadvantages”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 30 No. 2, pp. 1190-1210, doi: 10.1108/IJCHM-09-2016-0506.

Botsman, R., and Rogers, R. (2011), *O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo* (R. Sardenberg, Trad.), Bookman, Porto Alegre, RS.

Brasil, Ministério do Turismo (2018), *Anuário estatístico de turismo – 2018*, Brasília, available at: <http://dadosefatos.turismo.gov.br> (accessed 10 August 2018).

Camara, I. L. P da, and Monteiro, J. E. D. (2018), “Fatores determinantes da demanda turística internacional: estudo bibliográfico (2000-2017)”, paper presented at XV Seminário ANPTUR 2018, 19-21 september, São Paulo, Brasil.

Candela, G., and Figini, P. (2010), *The economics of tourism*, Springer, Bolonha.

Dwyer, L., Forsyth, P., and Papatheodorou, A. (2011), “Economics of Tourism”, *Contemporary Tourism Reviews*, pp. 1-29, available at: <https://www.goodfellowpublishers.com/> (accessed 30 August 2017).

Estúdio Folha (2017), “Estudo da Fipe mostra que o Airbnb no Rio e em São Paulo movimentou R\$ 1,5 bi em 2016”, *Folha de São Paulo*, available at: <http://estudio.folha.uol.com.br/airbnb/2017/04/1876018-estudo-da-fipe-mostra-que-hospedes-no-rio-e-em-sao-paulo-movimentaram-r-15-bi-em-2016.shtml> (accessed 30 June 2018).

Fang B, Ye Q., and Law R (2016), “Effect of sharing economy on tourism industry employment”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 57, pp. 234–278.

Gunter, U., and Onder, I. (2018), “Determinants of Airbnb demand in Vienna and their implications for the traditional accommodation industry”, *Tourism Economics*, Vol. 24 No. 3, pp. 270-293, doi: 10.1177/1354816617731196.

Gutiérrez, J., García-Palomares, J. C., Romanillos, G., and Salas-Olmedo, M. H. (2017), “The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona”, *Tourism Management*, Vol. 62, pp. 278-29,. doi: 10.1016/j.tourman.2017.05.003.

Guttentag, D. A. (2015), “Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector”, *Current Issues in Tourism*, Vol. 18 No. 12, pp. 1192-1217. doi: 10.1080/13683500.2013.827159.

Guttentag, D. A., and Smith, S. L. J. (2017), “Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations”, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 64, pp. 1-10, doi: 10.1016/j.ijhm.2017.02.003.

Gyódi, K. (2017), “Airbnb and the Hotel Industry in Warsaw: An Example of the Sharing Economy?”, *Central European Economic Journal*, Vol. 2 No. 49, pp. 23-34. doi: 10.1515/ceej-2017-0007.

Hajibaba, H., and Dolnicar, S. (2017), “Substitutable by peer-to-peer accommodation networks?”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 66, pp. 185-188, doi: 10.1016/j.annals.2017.05.013.

Handcock, M. S., and Gile, K. J. (2011), “On the Concept of Snowball Sampling”, *Sociological Methodology*, Vol. 41 No. 1, pp. 367-371.

Kljucnikov, A., Krajčík, V., and Vincúrová, Z. (2018), “International sharing economy - the case of Airbnb in the Czech Republic”, *Economics & Sociology*, Vol. 11 No. 2, pp. 126-137. doi: 10.14254/2071-789X.2018/11-2/9.

Koh, E., and King, B. (2017), “Accommodating the sharing revolution: a qualitative evaluation of the impact of Airbnb on Singapore’s budget hotels”, *Tourism Recreation Research*, pp. 409-421, doi: 10.1080/02508281.2017.1314413.

Li, G., Song, H., and Witt, S. F. (2005), “Recent developments in econometric modeling and forecasting”, *Journal of Travel Research*, Vol. 44 No. 1, pp. 82–99, doi: 10.1177/0047287505276594.

Morgan Stanley Research (2015) “Internet, Lodging, Leisure and Hotels: Global Insight: Who Will Airbnb Hurt More – Hotels or OTAs?”, available at: http://linkback.morganstanley.com/web/sendlink/webapp/f/9lf3j168-3pcc-g01h-b8bf-005056013100?store¼0&d¼UwBSZXNIYXJjaF9NUwBiNjVjYzAyNi0NGQ2LTEXZTUtYjFIMi03YzhmYTAzZWU4ZjQ%3D&user¼bdvpwh9kcvqs-49&__gda__¼1573813969_cf5a3761794d8651f8618fc7a544cb82 (acessado em 10/10/2018).

Neris, F., Martins, M. A., Holanda, M., and Azevedo, R. (2018), “Airbnb ajuda na ginástica de hospedagem”, *Estadão*, available at: <http://infograficos.estadao.com.br/focas-ubereconomia/hotelaria.php> (accessed 20 june 2018).

Onder I, Wober K and Zekan B (2017), “Towards a sustainable urban tourism development in Europe: The role of benchmarking and tourism management information systems – A partial model of destination competitiveness”, *Tourism Economics*, Vol. 23, pp. 243–259.

Paes, M. T. D. (2017), “Gentrificação, preservação patrimonial e turismo: os novos sentidos da paisagem urbana na renovação das cidades”, *Geosp – Espaço e Tempo*, Vol. 21 No. 3, pp. 667-684, dez. 2017.

Prayag, G., and Ozanne, L. K. (2018), “A systematic review of peer-to-peer (P2P) accommodation sharing research from 2010 to 2016: progress and prospects from the multi-level perspective”, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, Vol. 27 No. 6, pp. 649-678, doi: 10.1080/19368623.2018.1429977.

Prodanov, C. C., and Freitas, E. C. (2013), *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*, Universidade Feevale, Novo Hamburgo, RS.

Salsa, M. (2017), “Atividade no Airbnb acrescentou R\$2,5 bi ao PIB brasileiro em 2016”, *Brasilturis Jornal*, available at: <https://brasilturis.com.br/atividade-no-airbnb-acrescentou-r25-bi-ao-pib-brasileiro-em-2016/> (accessed 30 june 2018)

Santos, G. E. de O., and Kadota, D. K. (2012), *Economia do turismo*, Aleph, São Paulo, SP.

Silveira, D. T. S., and Córdova, F. P. (2009), *Métodos de Pesquisa*, Editora UFRGS, Porto Alegre, RS.

Smith Travel Research (2017), “Airbnb & hotel performance: An analysis of proprietary data in 13 global markets”, available at: http://www.str.com/Media/Default/Research/STR_AirbnbHotelPerformance.pdf (accessed 20 June 2018)

Song, H., and Li, G. (2008), “Tourism demand modelling and forecasting: a review of recent research”, *Tourism Management*, Vol. 29 No. 2, pp. 203–220, doi: 10.1016/j.tourman.2007.07.016.

Song, H., Li, G., Witt, S. F., and Fei, B. (2010), “Tourism demand modelling and forecasting: how should demand be measured?”, *Tourism Economics*, Vol. 16 No. 1, pp. 63–81, doi: 10.5367/000000010790872213.

Souza, L., Kastenholz, E., and Barbosa, M. L. A. (2016), “Inovação disruptiva no turismo: O caso das hospedagens domiciliares pessoa a pessoa (p2p) promovidas pela Web 2.0”, *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, Vol. 6 No. 2, pp. 58-68, available at: <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/article/view/346/446> (accessed 20 june 2018)