

Experiências de Turismo Memoráveis: análise dos atributos nas atividades ofertadas na *Airbnb*

Davi Alysson da Cruz Andrade¹
Rina Ricci-Cagnacci²
Glauber Eduardo de Oliveira Santos³

Resumo

Este trabalho buscou identificar e analisar quais atributos das Experiências de Turismo Memoráveis estão presentes nas experiências oferecidas por meio da plataforma *Airbnb*, a partir das *online travel reviews* de usuários destas experiências. Para isso, considerou os sete atributos das Experiências de Turismo Memoráveis (ETM) propostos por Kim & Ritchie (2014): hedonismo, renovação, significância, novidade, cultura, conhecimento, envolvimento. Com abordagem quali e quantitativa, o método compreendeu: coleta de 500 avaliações, de 100 experiências realizadas nas cidades do Rio de Janeiro (70 experiências e 350 avaliações) e de São Paulo (30 experiências e 150 avaliações), sendo assim uma amostra por conveniência. Optou-se por coletar mais experiências/avaliações do Rio de Janeiro porque nesta cidade há mais experiências oferecidas. A coleta de dados aconteceu de outubro a de novembro de 2019. Além das *reviews* foram identificadas variáveis como valor (R\$), tempo de duração, nota atribuída, sexo, cor, autodescrição, se é uma ação de impacto social, nacionalidade do anfitrião, quantas experiências oferecem e país onde mora o cliente. A maioria dos usuários contemplados nesta amostra é do sexo feminino (273) e estrangeira (339). As avaliações geraram um *corpus* de 25.742 palavras. Foi aplicada a técnica de análise de conteúdo (Bardin, 1977) para identificar aqueles atributos da ETM, com base em categorias definidas *a priori*. Com a estatística descritiva dos dados, verificou-se que aqueles atributos estão presentes nas avaliações dos usuários, sendo que os atributos “significância” e “conhecimento” foram os mais observados, presentes em 252 e 225 comentários, respectivamente. Foi identificado um novo atributo, nomeado como “acolhimento”, referente à postura do “anfitrião” que oferece a experiência, sendo este o mais evidenciado pelos usuários, em 351 *reviews*, como aspecto positivo da experiência. Os resultados são apresentados em estatística descritiva. Os resultados sinalizam aspectos importantes a serem considerados no desenvolvimento de novos serviços de turismo, ajudam a compreender o comportamento do turista para atender às demandas do mercado.

¹ Doutorando em Turismo no PPGTUR EACH USP. Professor do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFMA. <http://lattes.cnpq.br/5054299032028793>. daviandrade@usp.br

² Mestranda em Turismo no PPGTUR EACH USP. <http://lattes.cnpq.br/5256942113174938>. rinaricci@usp.br.

³ Doutor em Economia do Turismo e do Meio Ambiente pela *Universitat de les Illes Balears* (Espanha) e doutor em Administração de Organizações pela Universidade de São Paulo (USP). Professor do PPGTUR EACH USP. <http://lattes.cnpq.br/1514075651545397>. glauber.santos@usp.br.



XVII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

IMPACTOS DA PESQUISA E DA
PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E
HOSPITALIDADE NA SOCIEDADE

02 A 04 DE DEZEMBRO DE 2020
WEBSEMINÁRIO
ANAIS ANPTUR | ISSN 2359-6805

Palavras-chave: experiências memoráveis; *Airbnb*; *online travel review*; ETM.