

AIRBNB: COMODIDADES E ANFITRIÇÕES: NOTAS INICIAIS NA REGIÃO DE FLORIANÓPOLIS

Luísa de Carvalho Pedrozo Gonçalves

Orientador: Dr. Léo Serpa

RESUMO

Nas últimas décadas observa-se um crescimento das plataformas online presentes cada vez mais em nosso cotidiano. Em 2007, foi criada a plataforma Airbnb nos Estados Unidos, essa plataforma constitui um sistema de hospedagem em que um proprietário de imóvel pode alugar temporariamente sua estrutura, de forma parcial ou total. Este estudo tem como objetivo discutir as características dos imóveis do Airbnb encontrados na grande Florianópolis. Trata-se de um estudo quali-quantitativo, onde o objetivo principal é caracterizar e quantificar variáveis. Para alcançar esse objetivo, foi realizada pesquisa bibliográfica e de campo, compartilhando formulário para os *Host* que são os anfitriões dos imóveis postados na plataforma Airbnb. Com os resultados alcançados observou-se que os anfitriões respondentes apresentam idade até 55 anos de idade (geração Y), e os imóveis em sua maioria possuem salão de festas, piscina e vaga de garagem. Com isso, pode-se concluir que os imóveis avaliados apresentam as principais características que influenciam diretamente na forma de gestão e organização do imóvel postado.

Palavras-Chave: Airbnb; host; meio de hospedagem.

ABSTRACT

In recent decades, there has been a noticeable growth in online platforms, which are increasingly present in our daily lives. In 2007, the Airbnb platform was launched in the United States. This platform functions as a hosting system through which property owners can temporarily rent out their spaces, either partially or entirely. The objective of this study is to discuss the characteristics of Airbnb properties located in the Greater Florianópolis area. This is a quali-quantitative study, with the main goal of characterizing and quantifying key variables. To achieve this objective, bibliographic and field research were conducted, including the distribution of a questionnaire to the hosts, who are the individuals responsible for managing the properties listed on the Airbnb platform. The results show that the responding hosts are up to 55 years old (Generation Y), and that most of the properties feature amenities such as a party room, swimming pool, and garage space. Therefore, it can be concluded that the evaluated properties present the main characteristics that directly influence the management and organization of Airbnb listings.

Keywords: Airbnb; host; lodging system.

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, meio de hospedagem, observa-se que os hotéis não são a primeira opção para turistas quando buscam um serviço de hospedagem. Esta situação deve-se em parte, pelo surgimento em 2007 de uma plataforma de aluguel *on line*, denominada de Airbnb. A plataforma iniciou suas atividades em São Francisco, nos Estados Unidos e atualmente já se encontra em mais de 190 países (Airbnb, 2022).

O Airbnb consiste na possibilidade das pessoas ofertarem seus imóveis para alugar temporariamente, podendo ser: casas, apartamentos ou até um quarto, porém, já mobiliado. O dono do imóvel, chamado de anfitrião ou de *host* no aplicativo, continua se responsabilizando pelas despesas do imóvel, é ele quem define o valor da hospedagem e quem assegura a limpeza do lugar na troca de hóspedes (Airbnb, 2020).

Diferentemente de um aluguel via Airbnb, um hóspede ao se hospedar em um hotel-não precisa se preocupar com limpeza e alimentação, pois normalmente está incluso no valor da diária. No Airbnb, a obrigação do anfitrião é entregar o imóvel limpo e mobiliado, entretanto, a limpeza durante a permanência e a alimentação não é responsabilidade do anfitrião (Airbnb, 2025).

Vale ressaltar que, no Airbnb a hospedagem tende a oferecer um espaço maior, geralmente são casas e/ou apartamentos, como é normalmente encontrado nos anúncios do site. Diferenciando-se, portanto, do quarto e banheiro, comumente oferecidos nos hotéis. Esse diferencial pode ser mais atrativo e conveniente em viagens com maior número de pessoas (Airbnb, 2025).

No Brasil, a plataforma começou a operar em 2011 e atualmente já possui mais de 220 mil anúncios entre quartos ou espaços inteiros (Alves, 2019). No estado de Santa Catarina, as acomodações oferecem, em sua maioria, hospedagens em locais mais naturais (Redação Nd, 2020). Em 2019 uma acomodação encontrada na praia de Governador Celso Ramos, na Grande Florianópolis, foi considerada a mais desejada do mundo na plataforma Airbnb, sendo marcada 275.862 vezes na lista de desejos de usuários no mundo todo (Redação Nd, 2020).

A plataforma Airbnb, em Florianópolis, tende a crescer cada vez mais, pois em 2019 cerca de 16 mil imóveis estavam cadastrados. Sendo 55% a mais em relação a 2018. Segundo dados coletados em no mês de outubro de 2024 na região de Florianópolis, observou-se um total

de 35.2 mil Airbnb listados na plataforma e 1.3 mil hotéis postados (SkyScanner, 2024). Sendo que destes, 28.8 mil são de Airbnb e 1.1 mil são de hotéis situados em Florianópolis. (AirDna, 2024).

Com esse crescimento, nos questionamos o porquê desta realidade? O que motivou esse crescimento? Por quê mais pessoas optam em colocar seus imóveis em uma plataforma de alugueis temporários ao invés de deixar o aluguel anual? Por quê do dono do imóvel opta por se cadastrar no Airbnb? Quais seriam os motivos de um turista escolher o Airbnb ao invés de um hotel? O que não se encontra em um hotel e que se pode achar em um Airbnb, ou vice-verso? Sabe-se que estas perguntas não serão possíveis de serem respondidas em uma pesquisa de TCC, mas podem nortear futuros estudos contribuindo com uma leitura técnica e acadêmica sobre o panorama atual e o comportamento dos turistas em relação ao Airbnb e os hotéis.

Com isso, esta pesquisa tem como objetivo geral avaliar as principais características dos Airbnb atualmente disponíveis na região de Florianópolis.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 MEIOS DE HOSPEDAGEM

O termo "meios de hospedagem" diz respeito ao grupo de empresas responsáveis por oferecer acomodações que garantem segurança, limpeza e conforto para os indivíduos que necessitam desses serviços, seja para estadias curtas ou longas (Ribeiro, 2011).

Com o passar dos anos, esses meios foram inovando e se atualizando, surgindo outras formas de meio de hospedagem, isso ocorre porque surgiram novas demandas mais exigentes e segmentadas (Ribeiro, 2011). Exemplos de meios de hospedagem são: hotéis de selva e hotéis de floresta, *lodge*, *resort* e outros (Ribeiro, 2011).

2.2 AIRBNB

Nos últimos anos, os turistas têm perdido interesse para os hotéis (Sebrae, 2023), principalmente após o surgimento do Airbnb em 2007, uma plataforma de aluguel *online*

e que atualmente está presente em muitos países. A plataforma permite que pessoas aluguem temporariamente imóveis, como casas, apartamentos ou até quartos, sendo que o proprietário/anfitrião (ou host), é responsável pelas despesas do imóvel, definição do valor da diária e pela limpeza e organização do imóvel.

A plataforma Airbnb chegou ao Brasil em 2011 e, atualmente, há mais de 220 mil anúncios no país. O crescimento da plataforma é evidente em Florianópolis, que, em 2024, contava com 35,2 mil imóveis cadastrados no Airbnb, contra 1,3 mil hotéis.

2.3 CLIENTES/PÚBLICO AIRBNB

Por se tratar de uma plataforma *online* para o espaço urbano, o público do Airbnb é muito abrangente (Ribeiro e Diniz, 2024). Segundo pesquisas realizadas por Santos *et. al* (2017) com hóspedes de Airbnb, evidenciou que a maior motivação do público em escolher o Airbnb como hospedagem é pelo custo, sendo um valor mais acessível e vantajoso para o consumidor. Os estudos de Santos *et. al* (2017) apontam também, que o público-alvo da plataforma, opta pelo Airbnb por conta da comodidade e a liberdade de escolha, requisitos considerados essenciais para esses clientes.

A RevistaFT (2024) e o blog Hospedin (s.d) relatam que o perfil do público alvo são viajantes a lazer individual ou em família, buscando hospedagem, além de viajantes a negócios que estão no destino em função do trabalho.

2.4 HOSPEDAGEM EM FLORIANÓPOLIS

Florianópolis está se consolidando cada vez mais como um destino turístico em expansão. Considerada um dos destinos turísticos mais procurados por turistas estrangeiros, Florianópolis também é um dos favoritos entre os brasileiros, com mais de 40% deles já visitando a cidade mais de cinco vezes (Nd+, 2024).

Com esse crescimento observado na cidade, que é considerada um ótimo destino turístico, a hospedagem para esses turistas se torna fundamental para o turismo. Segundo

Caldas, Caldas e Matheus (2006), a hospedagem no município é sazonal, considerando que os empreendimentos de hospedagens abrem apenas em altas temporadas. Segundo Bueno, Silva e Cordeiro (2012), até 2011, 50% dos meios de hospedagem eram localizados no norte da ilha.

2.5 CONDOMÍNIO

O condomínio é basicamente um prédio ou um conjunto de prédios que serve para moradia ou comércio, dividido em unidades individuais e bem definidas, mas com áreas comuns, que pertencem a vários proprietários (Pinto, 2014).

De acordo com o professor Waldemar da Cruz (2014 *apud* Pinto, 2014), um condomínio é resultado do direito de propriedade, que é compartilhado por várias pessoas sobre o mesmo bem. O jurista Clovis Bevilacqua (2014 *apud* Pinto, 2014), ao comentar o Código Civil, explicou que o condomínio ou copropriedade é uma forma de propriedade em que o direito não pertence a uma única pessoa, mas sim a dois ou mais indivíduos, que exercem esse direito ao mesmo tempo (Pinto, 2014).

2.6 ÁREAS COMUNS

As áreas comuns são áreas compartilhadas por moradores ou donos do condomínio, nessas áreas, todos os proprietários têm interesse e se beneficiam, por isso, o critério geral para dividir as despesas é proporcional para cada morador (Fazano, 2010).

É importante que a opinião dos condôminos seja considerada para decidir quais serviços ou contribuições devem ser incluídos ou excluídos, dependendo das necessidades ou interesses de cada um (Gonzalez, 2014), e que possam atender as demandas dos clientes.

2.7 SALÃO DE FESTAS

Segundo o Modelo de Regulamento do Salão de Festa citado pelo site Sindico Office (2024), este deve ser usado para festas de família, reuniões ou eventos de interesse pessoal ou do próprio condomínio. A responsabilidade pela manutenção, conservação, decoração e outras tarefas necessárias para que o espaço atenda bem a essas finalidades é da administração do condomínio. O salão de festas em alguns condomínios só pode ser alugado por condômino, morador ou inquilino, o que gera um desconforto em alguns condomínios. O responsável pelo

aluguel do salão de festas, seja o condômino, morador ou inquilino, deve garantir o cumprimento das regras estabelecidas. (Regimento Interno Capítulo XI, s.d).

2.8 COMODIDADES

As comodidades de hospedagens são os itens e serviços extras que são oferecidos além do quarto. Alguns exemplos são os produtos de higiene pessoal, *Wi-Fi* grátis e café da manhã incluso (exemplo de hotéis). As comodidades tornam a estadia mais agradável, com mais conforto, diversão e praticidade para os hóspedes (Barten, 2014).

2.9 GERAÇÃO HUMANA

Segundo pesquisas de Bueno (2024), a geração humana refere-se a um grupo de pessoas nascidas em um período de tempo específico e que compartilham experiências, características e influências históricas semelhantes. Cada geração é influenciada por fatores como avanços tecnológicos, mudanças sociais, políticas e culturais, e eventos históricos marcantes.

2.10 TIPOS DE GERAÇÕES HUMANAS

Segundo Melo et al. (2024), as gerações humanas são definidas por eventos históricos e mudanças tecnológicas que ocorreram em suas épocas. A Geração *Baby Boomer*, nascida entre 1946 e 1964, cresceu em um período de prosperidade econômica pós Segunda Guerra Mundial, com um grande aumento no número de nascimentos. A Geração X, de 1960 a 1980, viveu o fim da Guerra Fria e a chegada da tecnologia pessoal, como os primeiros computadores, em um momento de transição para uma sociedade baseada em informações (Bolonha, 2018).

A Geração Y, ou *Millennials*, nascida entre 1981 e 1996, cresceu com a internet e as redes sociais, adaptando-se rapidamente à tecnologia digital. Essa geração também vivenciou a globalização e a crise econômica de 2008. A Geração Z, formada por quem nasceu entre 1997 e 2012, é a primeira a crescer em um mundo totalmente digital, com *smartphones* e redes sociais. Essa geração é mais conectada e preocupada com questões de identidade, diversidade e inclusão. Por fim, a Geração Alfa, que nasceu a partir de 2013, está crescendo em um ambiente ainda mais tecnológico, com o uso de inteligência artificial e automação, vivendo em um mundo cada vez mais digital e interconectado. Cada uma dessas gerações foi moldada pelas transformações tecnológicas e sociais de seu tempo (Bolonha, 2018; Bueno, 2024; Jaques et al.

2015; Ternoski, 2016).

2.11 GERAÇÕES NO SETOR DE HOSPEDAGEM

Segundo Bolonha (2018) atualmente, muitos jovens são contratados com base em seu desempenho durante as entrevistas, ao invés de sua experiência comprovada. Após a contratação, são frequentemente submetidos a um processo de indução, no qual as organizações promovem uma visão idealizada e inatingível, que a grande maioria dos novos colaboradores dificilmente alcança.

Com o tempo, esses profissionais começam a se desiludir e a perder o entusiasmo inicial. Muitos pertencem à Geração Y, globalizada e bem-informada, que valoriza a liberdade, ou à Geração Z, caracterizada pela ausência de fronteiras geográficas, ansiedade e desejo constante de exposição da própria opinião. Por isso, observa-se uma rotatividade constante nos setores hoteleiros, já que esses profissionais não permanecem por muito tempo em ambientes onde não percebem um avanço rápido em suas carreiras (Bologna, 2018).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo foi realizado na região de Florianópolis, SC, no período entre setembro de 2024 a março de 2025. Trata-se de um estudo de caráter quali-quantitativo, qualitativo porque discute atributos como a presença de comodidades, e quantitativo por que mensura as unidades que possuem estes atributos. A pesquisa qualitativa avalia características prioritariamente subjetivas ou variáveis ordinais e/ou nominais sem quantificar seus resultados. E a pesquisa quantitativa, tem como objetivo medir e quantificar variáveis, buscando, frequentemente, estabelecer relações entre elas de maneira objetiva. Para alcançar esses objetivos, normalmente são utilizados métodos como pesquisas de campo, que envolvem a coleta de dados por meio de questionários e enquetes (Gil, 2008).

A pesquisa quantitativa faz sentido quando há um problema claramente delineado, além de informações e teorias disponíveis sobre o tema em questão, que é o objeto de estudo ou o foco da investigação (Silva; Lopes e Braga Jr., 2013).

No desenvolvimento do estudo, o mesmo foi dividido em duas etapas, inicialmente uma revisão de literatura e contextualização do panorama local, e em segundo momento, um estudo *in loco* com os proprietários dos estabelecimentos das unidades de hospedagem participantes.

A revisão de literatura foi realizada a partir de pesquisas nas seguintes bases de dados de periódicos: Portal de Periódicos da Capes (artigos publicados em periódicos) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD).

A primeira pesquisa bibliográfica foi no Portal de Periódicos da Capes utilizando como termo de busca Airbnb sem aplicação de filtros, retornou um total bruto de 7421 resultados. Devido ao número expressivo de trabalhos, foram utilizados os seguintes filtros: a) disponibilidade de acesso aberto; b) artigos publicados entre os anos 2010 até 2022; c) artigos publicados no idioma português. Com isso, foram obtidos 111 artigos, o que ainda é um quantitativo bastante significativo. Portanto, foi aplicada uma busca avançada, utilizando os seguintes filtros, Airbnb como título, turismo como assunto e idioma qualquer.

Com a aplicação dos filtros supramencionados, a pesquisa retornou um total de 4 trabalhos. Constituiu-se então, um portfólio de quatro artigos que foram utilizados neste estudo, conforme Quadro 1.

Quadro 1 - Fontes bibliográficas utilizadas

Ano	Título	Autoria	Instituição e Curso	Conclusão
2018	Algo dita o ritmo! Airbnb e as representações coletivas: quando o vínculo social é marcado pelo desempenho	Greice Martins Gomes Elaine da Silveira Leite	Universidade Federal de Pelotas. Mestrado em Sociologia	A pesquisa se concentra nas avaliações de hospedagens no Airbnb, considerando a interação entre hóspedes e anfitriões, e destaca que os resultados podem não ser aplicáveis a outros tipos de hospedagem ou avaliações online, devido à diversidade de contextos e áreas envolvidas.
2018	Como uma inovação tecnológica afeta mercados preexistentes? Evidência do impacto da entrada do Airbnb nos mercados hoteleiro e imobiliário de Nova York	Juliana Lucena do Nascimento. Rogério Mazali.	Universidade Católica de Brasília. Mestrado em Economia.	Os resultados indicam que a presença do Airbnb é associada a uma diminuição na oferta de imóveis para aluguéis de longo prazo, devido à maior rentabilidade do aluguel de curto prazo. Bairros com maior oferta de hotéis e preços mais altos no Airbnb tendem a ter uma oferta menor de imóveis para alugar no mercado tradicional.
2018	Valores humanos no consumo colaborativo: uma aplicação relacionando valores, atitudes, norma	Miriam Leite. Maria de Lourdes de Azevedo Barbosa.	Universidade Federal de Pernambuco. Mestrado em Administração	A pesquisa investigou a relação entre valores humanos e intenção comportamental, encontrando uma correlação positiva com as subfunções Interação, Suprapessoal e Normativa, mas sem correlação significativa com Experimentação, Existência e

	subjativa e intenção comportamental dos consumidores que utilizam o Airbnb			Realização. A regressão não apresentou valores significativos, e os Valores Básicos mostraram-se fracos preditores da Intenção Comportamental, com uma força preditiva de 0,045. Em relação à Teoria da Ação Racional, a análise das variáveis Atitudes e Norma Subjetiva revelou um poder preditivo de 0,38, com ambas as variáveis tendo influência significativa sobre a intenção comportamental, confirmando a teoria. Intenção comportamental dos consumidores que utilizam o Airbnb.
2019	Antecedentes e consequentes do risco percebido pelos usuários brasileiros da Airbnb	Francis Marcean Resende Barros. Marlusa de Sevilha Gosling.	Universidade Federal de Minas Gerais. Mestrado em Administração	Este estudo oferece contribuições gerenciais para plataformas de hospedagem e anfitriões, recomendando que o conhecimento sobre os papéis do risco percebido seja utilizado para obter vantagens competitivas. Para os anfitriões, entender os temores dos usuários pode ser essencial para criar anúncios mais eficazes e melhorar a percepção de risco, impactando positivamente a satisfação. A pesquisa sugere que a plataforma invista em treinamentos para seus anfitriões sobre esse tema, usando meios digitais. Além disso, como o risco percebido é maior em serviços do que em bens, é fundamental dar atenção redobrada aos atributos tanto dos serviços quanto dos bens associados à hospedagem.

Fonte: elaborado pela autora (2022)

Para obtenção dos dados *in loco* (pesquisa de campo), utilizou-se um formulário *on line* pela plataforma *Google Forms*. O formulário, após validado, foi enviado aos anfitriões cadastrados no aplicativo Airbnb por meio de grupos de mídias sociais.

A seleção dos estabelecimentos foi realizada por escolha aleatória simples, utilizando a população de estabelecimentos cadastrados em um grupo de proprietários, o qual possui 3,4 mil integrantes, porém só foi enviado para 30 integrantes o *link* do formulário para preenchimento, devido a restrições dos participantes e restrições legais.

Após definido o formulário, o mesmo foi enviado juntamente com o "termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE)" aos participantes. Este termo garante que os dados possam ser utilizados e tratados com consentimento do titular em atendimento à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). O formulário era composto por 18 questões, sendo 4 questões de qualificação dos entrevistados e 14 questões técnicas voltadas as características do Airbnb postado do anfitrião.

Durante o período de coleta de dados, mesmo com diversas formas de divulgação e envio, obteve-se um total de 8 respondentes, visto a dificuldade de coleta de dados para este tipo de estudo.

Os dados obtidos, foram tabulados, tratados e apresentados para servir de base para as discussões deste artigo. As análises priorizaram a avaliação das características e adicionais que contribuem para uma melhor experiência de hospedagem e perfil do host.

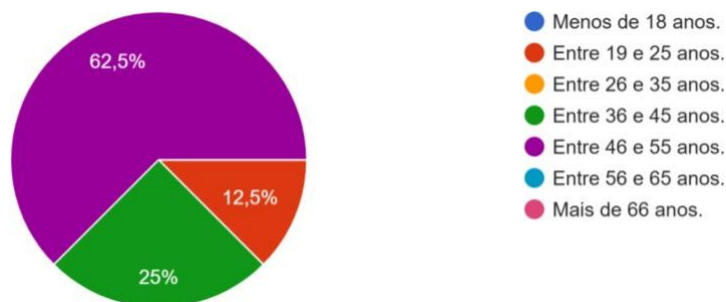
Com o retorno dos formulários, foi possível verificar as características de algumas das unidades vinculadas ao Airbnb, possibilitando uma avaliação técnica e acadêmica das características destes estabelecimentos, que serão apresentados a seguir.

Salienta-se que como técnica de pesquisa, também se utilizou a observação passiva natural não estruturada. Esta técnica é utilizada quando o pesquisador faz parte do grupo em estudo (nativo) e observa passivamente as características dos objetos pesquisados (observação passiva) de forma livre (não estruturada), como forma de contribuir com as discussões do estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com o estudo, observou-se que os 62,5% dos anfitriões encontram-se na faixa etária de 46 a 55 anos de idade, e todos afirmaram possuir ensino superior completo. Porém, segundo as respostas obtidas, nenhum deles possui formação na área de hotelaria, podendo ser considerados empreendedores sem formação na área. O Gráfico 1 apresenta os dados das faixas etárias dos respondentes anfitriões.

Gráfico 01 - Idades dos Anfitriões



Segundo Jacques *et.al* (2015), as pessoas entre 46 e 50 anos são consideradas parte de uma geração denominada Geração Y que segundo Ternoski *et.al* (2016), os profissionais da Geração Y podem estar envolvidos em diversas atividades, com facilidade de comunicação e alta exigência tanto na vida pessoal quanto profissional.

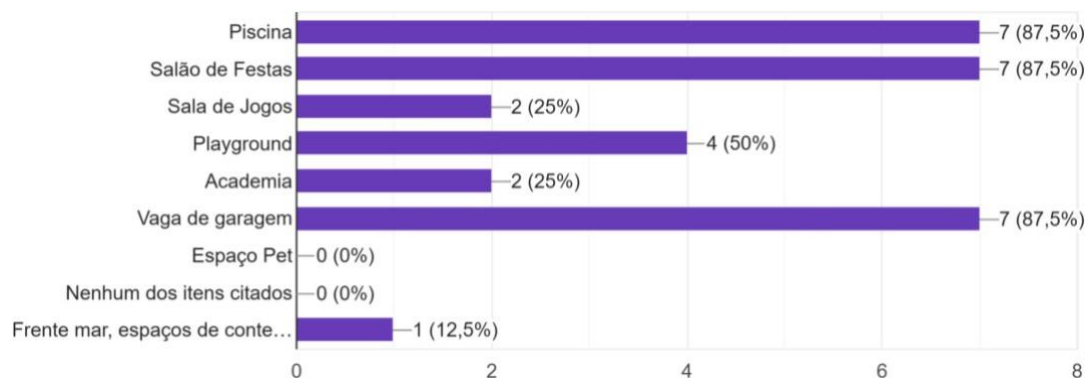
Com isso, percebe-se que as unidades de hospedagem gerenciadas por anfitriões e/ou proprietários com mais de 45 anos, normalmente apresentam características que consigam equilibrar bem os papéis de líder e gerente, sem abrir mão de nenhum dos dois (Ternoski *et.al*, 2016).

Nenhum dos anfitriões entrevistados tinha formação em hotelaria, segundo as regras básicas do Airbnb, as únicas exigências principais para ser um anfitrião são: compromisso com a reserva, ótima comunicação, exatidão do anúncio e limpeza da acomodação (Airbnb, 2025). Além disso, o anfitrião deve ter no mínimo 18 anos de idade e não há exigência de formação específica para trabalhar com a plataforma (Airbnb, 2025).

Os resultados mostram algumas das características pessoais dos anfitriões, sendo que alguns(mas) nascidos(as) entre 1970 e 1976.

Algumas vantagens em se alugar um Airbnb é a possibilidade da liberdade de escolha de acomodação (Meu Anfitrião, 2025). Para entender melhor essas diferenças, foi questionado sobre essas áreas, conforme pode ser observado nos dados apresentados no Gráfico 02.

Gráfico 02 - Resultados áreas comuns



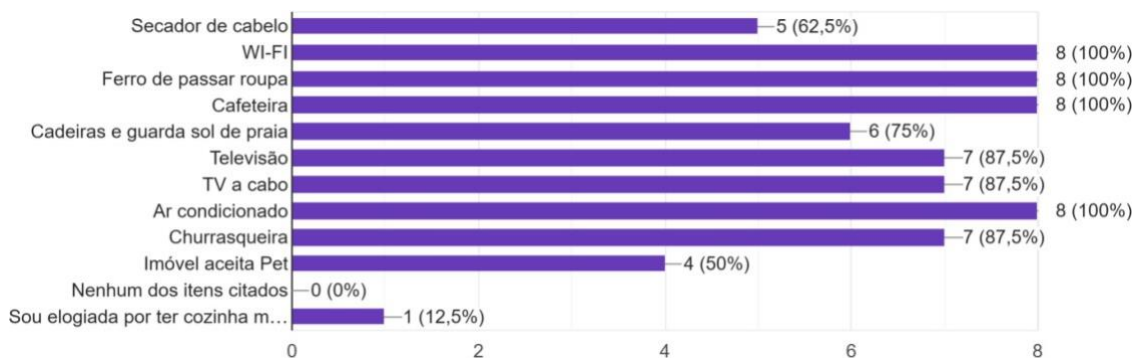
Os dados do Gráfico 2 indicam que 87,5% dos imóveis anunciados no Airbnb possuem salão de festas, piscina e vaga de garagem, o que reforça a valorização de comodidades associadas ao conforto urbano e ao lazer privado (Barten, 2024). Tais elementos são comuns em condomínios verticais e refletem um padrão de consumo orientado à praticidade e status.

Além disso, apenas 50% dos imóveis contam com *playground* e 25% com sala de jogos e academia, o que pode sinalizar uma segmentação de público-alvo, como destacam Humes e Freire (2019), em que nem todos os anfitriões priorizam estruturas voltadas à família ou ao bem-estar físico.

Notadamente, apenas 12,5% dos imóveis avaliados possuem ambientes voltados à natureza, como frente ao mar, jardins ou espaços contemplativos. Essa baixa incidência reforça o argumento de Ribeiro e Diniz (2024), que observam como a lógica urbana e a valorização imobiliária limitam o acesso a imóveis com atributos naturais, tornando a experiência turística menos integrada ao ambiente local

O Gráfico 03 apresenta os dados referentes aos equipamentos e demais características dos estabelecimentos que podem interferir na comodidade dos hóspedes.

Gráfico 03 - Comodidades



Pode-se verificar (Gráfico 03) que 100% dos estabelecimentos possuem *Wifi*, ferro de passar, cafeteira e ar condicionado, 87,5% dispõe de televisão, TV a cabo e churrasqueira, 75% há cadeiras e guarda sol de praia disponíveis, 62,5% há secador de cabelo incluso e 50% aceitam *pets* (animal de estimação). Foi questionado se alguma unidade recebeu elogio por ter uma cozinha bem equipada, apenas 12,5% responderam afirmativamente.

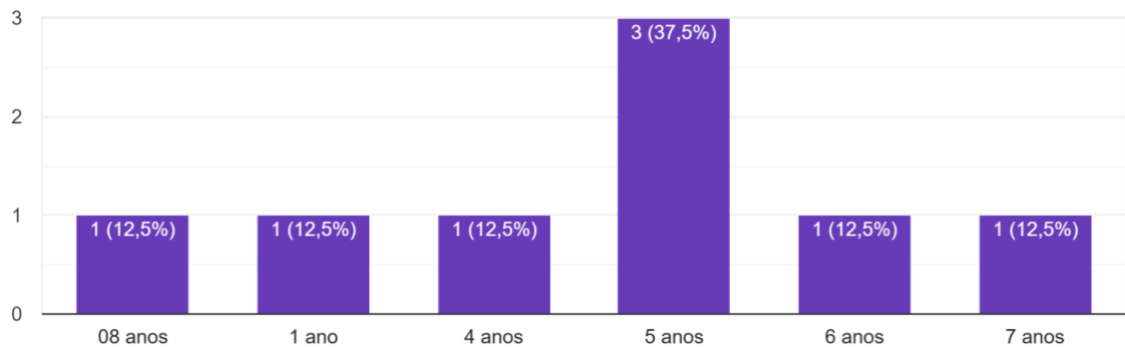
Segundo matéria publicada na Central de Recurso disponível na plataforma Airbnb (2025), muitos dos hóspedes procuram uma hospedagem utilizando os filtros de busca, neles são apresentadas diversas comodidades e ambientes que o imóvel contém, por isso, deve-se adicioná-los ao criar o anúncio, para alcançar mais hóspedes e ser um diferencial para o negócio.

De acordo com Silva (2020) uma das seis maiores motivações dos hóspedes ao escolher a hospedagem é a comodidade e espaços oferecidos. Para os hóspedes diversas comodidades, como por exemplo, cozinha equipada, máquina de lavar roupa, etc, é um diferencial.

Além disso, analisou-se a motivação do modelo de trabalho, individual ou em equipe. Para tanto, foi questionado sobre quantas pessoas estão envolvidas no empreendimento/hospedagem, e os resultados mostraram que 50% deles trabalham com 1 a 2 funcionários e os outros 50% trabalham sozinhos, sem nenhum funcionário.

Também se verificou a quanto tempo possuem o(s) imóvel(eis) anunciado(s) no Airbnb (Gráfico 04).

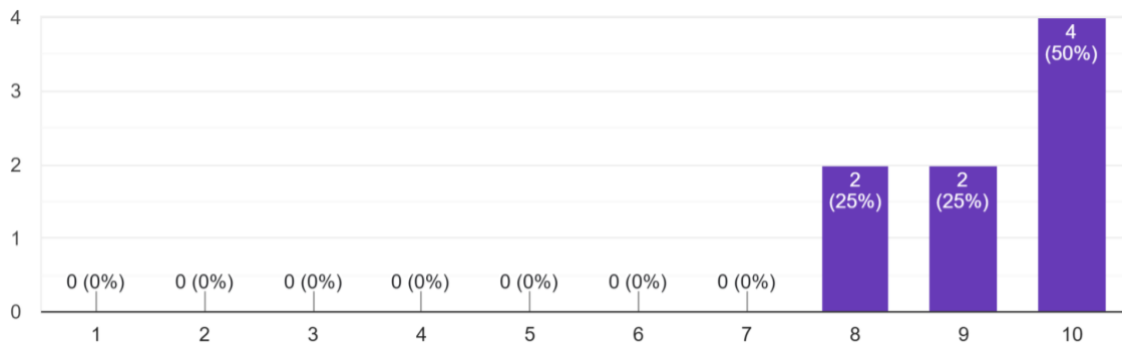
Gráfico 04 - Tempo de anúncio



Observando os dados do Gráfico 04, verifica-se que 37,5% já postam seus imóveis há 5 anos, 12,5% postam por 1, 4, 6, 7 e 8 anos.

De acordo com Nogueira *et al* (2016), 4 anos após a estreia da plataforma, em 2012, a oferta de hospedagens alternativas cresceu significativamente. O Airbnb contava com 130 mil propriedades cadastradas, número que ultrapassou 300 mil em maio de 2014. A tendência é que esse crescimento continue. Em 2013, mais de 4 milhões de pessoas utilizaram a plataforma.

Por fim, foi solicitado aos anfitriões que atribuíssem, em uma escala de 0 a 10, o grau de recomendação da plataforma para que outros usuários anunciassem seus imóveis. Os resultados obtidos estão apresentados no Gráfico 05.

Gráfico 05 - Recomendações de anunciar no Airbnb

Os resultados apresentados no Gráfico 05 mostram que 50% dos proprietários respondentes deram nota 10 para a recomendação, ou seja, que recomendariam o anúncio de imóvel na plataforma, 25% deram nota 9 e os 255 restantes deram 8 para recomendação de anúncio na plataforma.

Segundo Nogueira *et al* (2016), o Airbnb é um exemplo de inovação radical, uma plataforma *on line* que permite a reserva de hospedagens não tradicionais. Graças aos avanços tecnológicos, o Airbnb oferece diversas alternativas de hospedagem, conectando hóspedes e anfitriões de todo o mundo.

As vantagens do Airbnb se destacam da concorrência pela praticidade que oferece e o diferencial para o hóspede, permitindo que o consumidor negocie diretamente com o anfitrião, evitando a burocracia comum em empresas tradicionais do setor. Além disso, o preço de um espaço compartilhado no Airbnb pode ser até 50% mais barato do que o valor cobrado por um quarto de hotel (Nogueira *et al*, 2016).

Outro ponto vantajoso é que o Airbnb oferece uma variedade de mais de 20 comodidades diferentes para os anfitriões selecionarem. As opções incluem: TV, cozinha, *Wi-Fi*, máquina de lavar, estacionamento gratuito, ar condicionado, ferro de passar, TV a cabo, até jacuzzi, entre outras comodidades. O anfitrião pode marcar as comodidades que estão disponíveis em sua propriedade para que os hóspedes selecionem as que mais se adaptem ao seu perfil e necessidades.

Segundo o Airbnb (2020), a partir da renda extra que o anfitrião pode ter ao anunciar uma hospedagem, lhes dá a oportunidade de alcançar suas metas financeiras, conhecer pessoas de diferentes partes do mundo e se tornar um empreendedor no seu próprio ritmo.

Com isso, pode-se caracterizar de forma parcial as principais comodidades presentes nas unidades de hospedagens Airbnb da região em estudo, atendendo os objetivos propostos para este estudo.

4 CONCLUSÃO

Com base nos dados apresentados, observa-se que a atuação de anfitriões da Geração Y, geralmente com mais de 45 anos, influencia diretamente na forma de gestão dos imóveis, caracterizada por equilíbrio entre liderança e operacionalidade (Ternoski et al., 2016). Mesmo sem formação específica em hotelaria, esses anfitriões demonstram alinhamento com os requisitos da plataforma Airbnb, que valoriza aspectos como comunicação, limpeza e exatidão das informações (Airbnb, 2025). A estrutura dos imóveis evidencia forte presença de comodidades urbanas, como salão de festas, piscina e garagem (87,5%), reforçando a busca por conforto e status por parte dos hóspedes (Barten, 2024), enquanto espaços de contemplação e integração com a natureza ainda são pouco explorados (12,5%).

Além disso, os resultados indicam que todos os imóveis avaliados oferecem itens básicos de conforto, como Wi-Fi, ar-condicionado e eletrodomésticos, e uma parte significativa também dispõe de elementos diferenciados, como churrasqueira, TV a cabo e cadeiras de praia. Esses atributos, segundo Silva (2020), são decisivos na escolha do hóspede, sendo a comodidade uma das principais motivações. A recomendação da plataforma pelos anfitriões também foi bastante positiva, com 75% atribuindo notas 9 ou 10. A trajetória dos entrevistados demonstra a consolidação do Airbnb como uma alternativa prática e econômica frente à hotelaria tradicional, oferecendo personalização e acesso a espaços mais amplos e equipados (Nogueira et al., 2016), o que reforça o potencial da plataforma como modelo de negócio sustentável e competitivo.

REFERÊNCIAS

AIRBNB. **Sobre o Airbnb**. [S.l.]: [s.n.], 2022. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/d/sobreairbnb>. Acesso em: 05 abr. 2025.

AIRBNB. **Sobre nós**. [S.l.]: [s.n.], 2025 Disponível em: <https://news.airbnb.com/br/about-us/>. Acesso em: 05 abr. 2025.

AIRBNB. **Por que anunciar seu espaço no Airbnb? Central de Recursos**. [S.l.]: [s.n.], 03 jan. 2020. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/resources/hosting-homes/a/why-put-your-place-on-airbnb-2>. Acesso em: 05 abr. 2025.

AIRBNB. **Regras básicas**. [S.l.]: [s.n.], 2025. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2895>. Acesso em: 05 abr. 2025.

AIRBNB. **Requisito de idade**. [S.l.]: [s.n.], 2025. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/help/article/2876>. Acesso em: 05 abr. 2025.

AIRDNA. **AirDna Brasil** [S.l.]: [s.n.], 2024 Disponível em: <https://www.airdna.co/> . Acesso em: 24 nov. 2024.

ALVES, Paulo. **Airbnb é confiável? Veja sete dicas de segurança para alugar uma casa.** TechTudo, 2019. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2019/11/airbnb-e-confiavel-veja-sete-dicas-de-seguranca-para-alugar-uma-casa-no-site.ghtml>. Acesso em: 27 abr. 2025.

BARROS, Francis Marcean Resende. **Antecedentes e consequentes do risco percebido pelos usuários brasileiros da Airbnb. 2019. Dissertação (Mestrado em Administração)** – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/32522/1/6.%20Francis%20Barros%20-%20v.%20final%20em%20PDF%20%28para%20reposit%29.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2025.

BARTEN, Martijn. **Hotel comodidades.** Revfine [s.n.]. Atualizado em 12 jul. 2024. Disponível em: <https://www.revfine.com/pt/hotel-comodidades/#:~:text=As%20comodidades%20do%20hotel%20s%C3%A3o,caf%C3%A9%20da%20manh%C3%A3%20de%20cortesia>. Acesso em: 30 mar. 2025.

BOLONHA, Samuel. **Gerações X, Y e Z: parceria aliada ao sucesso da hotelaria.** [S.l.]: [s.n.]. 26 mar. 2018. Disponível em: <https://samuelbologna.com.br/hotelaria/geracoes-x-y-e-z/>. Acesso em: 05 abr. 2025.

BUENO, Ayrton Portilho; SILVA, Carolina Oliveira da; CORDEIRO, Karine Zenita. **ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISADORES E PROFESSORES EM TURISMO (ANPTUR)**, [S.l.]: [s.n.]. 2012. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/9/104.pdf>. Acesso em: 19 fev. 2025.

BUENO, Isadora dos Santos. **O efeito das gerações baby boomer, X, Y e Z na relação entre o fomo, consumo de aparelhos celulares e postagens em redes sociais.** 2024. 103 f.: il. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração) – Universidade Federal do Pampa, Santana do Livramento, 2024.

CALDAS, Adriano de Medeiros; CALDAS, Roberta de Souza; MATHEUS, Paola Marins de Carvalho. **SIMPÓSIO DE PESQUISAS E PRÁTICAS EDUCATIVAS**, 13., 2006, Universidade Estadual Paulista (UNESP). Disponível em: https://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/1221.pdf. Acesso em: 16 mar. 2025.

FAZANO, Haroldo Guilherme Vieira. **Condomínio: aspectos teóricos e práticos.** Leme/SP: J.H. Mizuno, 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2025.

GOMES, Greice Martins. **Algo dita o ritmo! O Airbnb e as representações coletivas: quando o vínculo social é marcado pelo desempenho.** 2018. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2018. Disponível em: https://guaiaca.ufpel.edu.br/bitstream/handle/prefix/5314/GREICE%20MARTINS%20GOME S_Dissertacao.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Acesso em: 16 mar. 2025.

HUMES, L. B.; FREIRE, O. B. de L. **Como temos pesquisado a Airbnb? Características das pesquisas em periódicos científicos da administração e do turismo entre 2008 e 2018.** *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 117–140, jan./abr. 2020.

HOSPEDIN. **Anunciar no Airbnb: público-alvo e tipos de anúncios.** [S.l.]: [s.n.]. 2025. Disponível em: <https://blog.hospedin.com/anunciar-no-airbnb/#:~:text=P%C3%ABalvo%20e%20tipos%20de,f%C3%A9rias%20e%20viajantes%20de%20neg%C3%B3cios>. Acesso em: 16 mar. 2025.

JACQUES, T. C.; PEREIRA, G. B.; FERNANDES, A. L.; OLIVEIRA, D. A. **Geração Z: peculiaridades geracionais na cidade de Itabira-MG.** *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, v. 9, p. 67–85, 2015.

MEU ANFITRIÃO. **Vantagens de reservar um imóvel pelo Airbnb ao invés de hotel.** Meu Anfitrião, 2025. Disponível em: <https://www.meuanfitriao.com.br/pt/article/641db88dfd00ffc2eb7d8091>. Acesso em: 14 maio 2025.

NASCIMENTO, Juliana. **Como uma inovação tecnológica afeta mercados preexistentes? Evidência do impacto da entrada do Airbnb nos mercados hoteleiro e imobiliário de Nova York.** Universidade Católica de Brasília, Brasília, 26 fev. 2018.

NOGUEIRA, Bruno Cardoso; KUHNEN, Matheus Hubbe; FIATES, Gabriela Gonçalves. **Inovação em serviços de hospedagem: uma análise do caso AIRBNB.** 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2016.

OLIVEIRA et al. **Economia Compartilhada: Um Estudo do Airbnb.** *Estudos e Perspectivas em Turismo*, [S.l.] Vol. 28, n. 3, pág. 636-651, 2019.

PINTO, Welington Almeida. **Condomínio e suas leis.** 5. ed. 2014. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Ni5SBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=o+que+predio+em+condominio&ots=BlbcFLOho7&sig=-hNgkyPLGi0adSq44nD8dtPumzI#v=onepage&q=o%20que%20predio%20em%20condominio&f=false>. Acesso em: 29 mar. 2025.

REDAÇÃO ND. **Casa em Santa Catarina é a mais desejada no Airbnb no mundo em 2019.** ND Mais, 07 fev. 2020. Disponível em: <https://ndmais.com.br/turismo/casa-em-santa-catarina-e-a-mais-desejada-no-airbnb-no-mundo-em-2019/amp/>. Acesso em: 05 abr. 2025.

RIBEIRO, Luiz Cesar de Queiroz; DINIZ, Nelson. **Especulação imobiliária e digitalização: o impacto de plataformas como Airbnb no espaço urbano.** Brasil de Fato, 17 jul. 2024. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2024/07/17/especulacao-imobiliaria-e-digitalizacao-o-impacto-de-plataformas-como-airbnb-no-espaco-urbano>. Acesso em: 20 fev. 2025.

REVISTAFT. **ARTIGO SOBRE BRANDING NO SUCESSO DO MARKETING DIGITAL DA AIRBNB.** 2024 Disponível em: <https://revistaft.com.br/branding-no-sucesso-do-marketing-digital-da-airbnb/#:~:text=O%20Airbnb%20atende%20diversos%20segmentos,anunciam%20seus%20espa%C3%A7os%20para%20alugar>. Acesso em: 16 mar. 2025.

SEBRAE. **A preferência por viagens e hospedagem integradas à natureza.** Sebrae, 2 fev.

2023. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-preferencia-por-viagens-e-hospedagem-integradas-a-natureza,b09290201cc95810VgnVCM1000001b00320aRCRD>. Acesso em: 14 maio 2025.

SANTOS, Ariel de Carvalho; MARTINS, Alves Fabrício; VIOLIN, Fábio Luciano; MORANA, Yamila Micaela. **A era compartilhada: os impactos do Airbnb no mercado turístico.** In: **FORUM TURISMO**, Anais do GT7 Inovação e Tecnologia, 2017. Disponível em: <https://festival.deangelieventos.com/forum-turismo/anais/2017/gt7-inovacao-e-tecnologia/1-a-era-compartilhada-os-impactos-do-airbnb-no-mercado-turistico.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2025.

SILVA, Dirceu; LOPES, Evandro Luiz; SILVA BRAGA JUNIOR, Sérgio. **Pesquisa quantitativa: elementos, paradigmas e definições.** *Revista de Gestão e Secretariado*, v. 5, n. 1, p. 1-18, jan.-abr. 2014. Sindicato das Secretárias(os) do Estado de São Paulo, São Paulo, Brasil.

SILVA, José Diogo Mendes do Vale e. **Motivações para a escolha do Airbnb: efeito das características sociodemográficas e experiência do serviço.** 2020. Dissertação (Mestrado em Gestão – Gestão de Serviços) – Universidade Católica Portuguesa, Católica Porto Business School, Porto, 2020. Orientador: Prof. Doutor Jorge Julião; Coorientador: Prof. Doutor Marcelo Gaspar.

SKYSCANNER. **Skyscanner Brasil.** [S.l.]: [s.n.], 2024 Disponível em: <https://www.skyscanner.com.br/>. Acesso em: 24 nov. 2024.

TERNOSKI, Anne; XAVIER, Fernanda Bonilauri; SANTOS, Priscila Souto dos; MALSCHITZKY, Nancy. **Diferenças de perfis e papéis do gerente e do líder e seus impactos na Geração Y.** *Revista FAE*, Curitiba, v. 19, n. 2, p. 148–161, jul./dez. 2016.