

**UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ**

**ANA LUÍSA RIBEIRO GÖEDERT**

**LUCAS LIU**

**ANÁLISE DA NECESSIDADE E DAS DEMANDAS DE PLATAFORMAS DE  
GESTÃO PARA O CONTROLE DE HOSPEDAGENS NO AIRBNB**

**CURITIBA**

**2022**

**ANA LUÍSA RIBEIRO GÖEDERT**

**LUCAS LIU**

**ANÁLISE DA NECESSIDADE E DAS DEMANDAS DE PLATAFORMAS DE  
GESTÃO PARA O CONTROLE DE HOSPEDAGENS NO AIRBNB**

**Analysis of the necessity and demands for a management software for hosting  
control at Airbnb**

Trabalho de conclusão de curso de graduação  
apresentada como requisito para obtenção do título de  
Bacharel em Engenharia Civil da Universidade  
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).  
Orientadora: Janine Nicolosi Corrêa.

**CURITIBA**

**2022**



[4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Esta licença permite download e compartilhamento do trabalho desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es), sem a possibilidade de alterá-lo ou utilizá-lo para fins comerciais. Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.

**ANA LUÍSA RIBEIRO GÖEDERT  
LUCAS LIU**

**ANÁLISE DA NECESSIDADE E DAS DEMANDAS DE PLATAFORMAS DE  
GESTÃO PARA O CONTROLE DE HOSPEDAGENS NO AIRBNB**

Trabalho de Conclusão de Curso de  
Graduação apresentado como requisito para  
obtenção do título de Bacharel em  
Engenharia Civil da Universidade  
Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR).

Data de aprovação: 02 de junho de 2022

---

Arthur Medeiros  
Doutor em Engenharia Civil  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

---

Mauro Edson Alberti  
Mestre em Engenharia Civil  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

---

Jair Ferreira de Almeida  
Doutor em Ciências Geodésicas  
Universidade Tecnológica Federal do Paraná

**CURITIBA  
2022**

Dedicamos este trabalho à família e amigos.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos primeiramente aos nossos pais e irmãos por todo apoio, conselhos e incentivo desde de o início do curso.

Agradecemos aos nossos parceiros pela paciência e zelo em todo o caminho percorrido até este momento.

Agradecemos à Universidade pela oportunidade e ensinamentos ofertados para a realização deste trabalho.

Agradecemos à nossa orientadora Janine pela atenção, disposição e dedicação em não somente nos conduzir pelo processo deste trabalho, mas nos divertir com suas histórias e sua presença, mesmo que virtual.

Agradecemos aos nossos amigos por estarem conosco desde os primeiros passos nessa caminhada, pelo companheirismo e por estarem sempre disponíveis para nos ajudarem.

## RESUMO

O crescimento visto nos últimos anos no setor do turismo atrelado à tecnologia impulsionou a criação de diversos mecanismos que buscam auxiliar tanto o viajante quanto os profissionais da área. O ramo da hospedagem é profundamente afetado por estas inovações, tendo como maior exemplo o Airbnb, atuando fortemente no mercado de locação de imóveis de curta e média duração desde 2008. Com o crescimento da plataforma e do número de seus usuários, abriu-se uma janela para um novo tipo de investimento. Os proprietários passam a ter a opção de rentabilizar o seu imóvel sem perder a capacidade de usufruir do seu bem. Para garantir uma boa avaliação do turista e, conseqüentemente, uma melhor propaganda no aplicativo, surgem profissionais especializados na administração de imóveis em larga escala no Airbnb. Estes hosts profissionais utilizam ferramentas que auxiliam no controle desses imóveis, porém, dentre as plataformas disponíveis há poucos softwares sólidos no mercado brasileiro que oferecem tais serviços. Para analisar a necessidade de uma plataforma de gestão que atenda as demandas dos profissionais citados, foram realizadas cinco entrevistas online com empresas administradoras de imóveis no Airbnb. Em relação a difusão das plataformas de gestão de imóveis no Airbnb, concluiu-se que o amplo número de softwares utilizados pelas empresas demonstra que o mercado busca tais tecnologias apesar de ainda não haver uma ferramenta eficiente capaz de centralizar e atender a todas as necessidades destes profissionais. Vale destacar também que a maioria destes softwares não foram planejados exclusivamente para o fluxo de trabalho da gestão de imóveis no Airbnb, contribuindo, assim, para a necessidade destes profissionais utilizarem diversas ferramentas para suprir essa lacuna no mercado. Quanto ao entendimento das necessidades do anfitrião, concluiu-se que as plataformas proporcionam aos usuários experiências abaixo do desejado, seja na funcionalidade, interface, serviço de atendimento entre outros problemas relatados. Mesmo com a baixa entrega, os hosts acabam fazendo o uso das mesmas. No que diz respeito ao valor percebido das funcionalidades das plataformas, concluiu-se que apesar de a maioria dos entrevistados reconhecerem a importância das ferramentas ao seu serviço, todos apontam erros ou possíveis melhorias nas plataformas. Questionando este fato, observou-se que a escolha das plataformas é altamente relacionada com o país sede. Baseado na verificação das demandas do mercado, foi analisada a necessidade de uma plataforma de gestão para o controle gerencial de hospedagens do Airbnb e concluiu-se que a probabilidade de haver uma carência na oferta de tais softwares é alta.

Palavras-chave: administração de imóveis; locação de imóveis; tecnologia; turismo.

## ABSTRACT

The technology-linked growth observed in the tourism sector in the past years drove the creation of several mechanisms that seek to aid both the traveler and the professional of the field. The hospitality industry is profoundly affected by these innovations, and the major such example is Airbnb, which has had a strong presence in the short- and mid-term property leasing market since 2008. Along with the growth of the platform and that of its userbase, a new investment opportunity arose. The owners were introduced to the option to capitalize on their property without losing the possibility of making use of it. To ensure a good review from tourists and, as a consequence, better publicity in the application, professionals who are specialized in large-scale management of properties on Airbnb have appeared. These professional hosts make use of tools that help them control these properties. However, among the available platforms, there are only a few pieces of software that offer such services in the Brazilian market. In order to analyze the need for a management platform that meets the demands of these professionals, five online interviews were conducted with companies that manage properties on Airbnb. Regarding the dissemination of platforms of Airbnb property management, it is possible to conclude that the wide variety of software used by the companies shows that the market seeks such technologies besides there still not being an effective tool capable of centralizing and fully meeting the needs of these professionals. It is also worth noting that most such applications have not been planned specifically for the Airbnb property management workflow, which is among the reasons why professionals in this field resort to using several different tools to fill this gap in the market. As for the understanding of the host's needs, it has been concluded that these platforms fall short of providing the users with the quality expected from the service in terms of functionality, interface, support, and other reported issues. Despite being faced with low-quality service, hosts end up choosing the same platforms. In regard to the perceived value in the platforms' functionalities, it has been concluded that, although most interviewees have acknowledged the importance of these tools to their services, they all highlight problems or indicate possible improvements to the platforms. When questioned about the platform choice, it has been observed that it is tightly linked to the host's country. With basis on the assessment of the market's demand, the need for a platform for the administration of the managerial control of Airbnb hosting was analyzed, which led to the conclusion that it is highly likely that there is a deficiency in the supply of such software.

Keywords: property administration; property leasing; technology; tourism

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
<b>1.1</b>	<b>Objetivo</b> .....	<b>12</b>
1.1.1	Objetivo Geral.....	12
1.1.2	Objetivo Específico.....	12
<b>1.2</b>	<b>Justificativa</b> .....	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>14</b>
<b>2.1</b>	<b>Turismo</b> .....	<b>14</b>
2.1.1	Crescimento do turismo nos últimos anos.....	14
2.1.2	Impacto da pandemia de Coronavírus no setor do turismo .....	16
2.1.3	Tecnologia no turismo .....	17
<b>2.2</b>	<b>Hospedagem e Airbnb</b> .....	<b>18</b>
2.2.1	História dos hotéis .....	18
2.2.2	Airbnb: história e funcionamento .....	19
2.2.3	Benefícios e desafios do Airbnb para os <i>hosts</i> .....	20
2.2.4	A profissionalização dos anfitriões do Airbnb .....	21
<b>2.3</b>	<b>Gestão de imóveis</b> .....	<b>22</b>
2.3.1	Gestão e suas classificações .....	22
2.3.2	Gestão de hotéis e pousadas .....	25
2.3.3	Gestão de imóveis no Airbnb .....	27
<u>2.3.3.1</u>	<u>Gestão de um novo imóvel no Airbnb</u> .....	<u>27</u>
<u>2.3.3.2</u>	<u>Gestão do anúncio no Airbnb</u> .....	<u>29</u>
<u>2.3.3.3</u>	<u>Gestão da reserva do imóvel no Airbnb</u> .....	<u>29</u>
<u>2.3.3.4</u>	<u>Relação entre o host profissional e o proprietário do imóvel</u> .....	<u>30</u>
2.3.4	Dificuldades na gestão de imóveis no Airbnb .....	30
2.3.5	Aplicativos de gestão de imóveis no mercado.....	33
<b>3</b>	<b>ESTRATÉGIA DE PESQUISA</b> .....	<b>35</b>
<b>3.1</b>	<b>Montagem do roteiro da entrevista</b> .....	<b>35</b>
<b>3.2</b>	<b>Resultados preliminares da entrevista piloto</b> .....	<b>36</b>
<b>3.3</b>	<b>Abordagem dos entrevistados</b> .....	<b>36</b>
<b>3.4</b>	<b>Realização das entrevistas</b> .....	<b>37</b>
<b>3.5</b>	<b>Análise das respostas</b> .....	<b>37</b>
<b>4</b>	<b>RESULTADOS</b> .....	<b>38</b>



<b>5</b>	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>44</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>46</b>

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com o Anuário Estatístico de Turismo (BRASIL, 2020), tendo como ano base 2019, no Brasil, a movimentação de passageiros em rodoviárias e aeroportos somaram mais de 130 milhões de embarques e desembarques, enquanto a parcela internacional aumentou cerca de 82% em 10 anos. O mesmo anuário menciona que, em paralelo, houve um aumento de quase 70% no número de meios de hospedagem em 2019 quando comparado ao ano de 2017. O crescimento visto nos últimos anos no setor do turismo impulsionou e incentivou a evolução das tecnologias voltadas para esta área.

Buscando inovar nos meios tradicionais de hospedagem, como hotéis, pousadas e agências, houve uma crescente utilização da internet para auxiliar no planejamento de toda viagem, desde o traslado até a estalagem. Quando arquitetada de forma online, a viagem tende a ser mais personalizada quando comparada à maneira convencional (OLIVEIRA, 2012).

No mercado de turismo e viagem, a tecnologia voltada para o ramo de hospedagem com maior renome é o Airbnb. Atuante no setor desde 2008, a plataforma já atingiu a marca de 1 bilhão de hospedagens realizadas (AIRBNB, 2021). Segundo o site, o portal tem a função de unir quem procura um local para se hospedar ao responsável por um imóvel disponível para locação, buscando facilitar o processo para ambas as partes com prioridade na segurança. Em 2019, a internet ocupou o primeiro lugar como a fonte de informação mais utilizada para a organização da viagem no Brasil (AET, 2020).

Entretanto, o ano de 2020 foi marcado por uma queda brutal na contribuição do setor de Viagem e Turismo no PIB mundial por conta da pandemia de COVID-19. A contribuição do setor em 2019 foi 10,4% e passou para 5,5% no ano de 2020 (WTTC, 2021). Segundo o IBGE, a pandemia causada pela COVID-19 fez com que o índice de atividades turísticas no Brasil tivesse uma queda de 36,7% em 2020 em relação ao ano anterior, com destaque para os estados do Sudeste.

Neste cenário, houve um aumento da procura por turismo de isolamento, onde o viajante escolhe se isolar, muitas vezes relacionado ao turismo de aventura e ao turismo rural (BRASIL, 2020). Diante disso, os aplicativos de hospedagem auxiliam na isolamento, visto que o turista deixa de compartilhar as áreas comuns com os outros hóspedes, como é comum em hotéis e pousadas.

Independentemente da pandemia, o Airbnb pode fornecer uma experiência mais econômica, em 2019 uma pesquisa realizada pela Morgan Stanley, demonstrou que 55% dos usuários do Airbnb utilizam a ferramenta pelo seu melhor preço. Além disso, nesta mesma pesquisa foi observado que 33% dos usuários escolhem o aplicativo também pela localização do imóvel, onde 31% concordam que ficar hospedado em um imóvel do Airbnb promove uma experiência interessante, denominada como experiência única pelo próprio Airbnb.

Sob o ponto de vista oposto, com o crescimento da plataforma e do número de seus usuários, abriu-se uma janela para um novo tipo de investimento. Os proprietários passam a ter a opção de rentabilizar o seu imóvel sem perder a capacidade de usufruir do seu bem. Para aqueles que já possuíam um imóvel alocado em uma imobiliária, a flexibilidade e praticidade da plataforma tornam-se um atrativo. Apesar disso, não é garantido que os proprietários tenham uma renda maior alugando pelo Airbnb se comparado a outras formas convencionais de aluguel.

Uma das razões para este fato é a demanda de tempo exigida pela plataforma para a realização das tarefas de hospedagem. O pronto atendimento ao turista interessado no aluguel, a organização e limpeza do imóvel, assim como a disponibilidade do *host* para responder às necessidades dos hóspedes são atributos que agregam uma boa avaliação. Dentro do aplicativo, esta avaliação mede o índice de satisfação do turista que, por sua vez, auxilia na propaganda do imóvel e contribui na escolha da locação do próximo hóspede.

Dentro deste cenário, surgem profissionais especializados na gestão de imóveis em larga escala no Airbnb. Apesar de não consolidado, esse mercado tende a evoluir, seguindo o crescimento do aplicativo. O escopo deste serviço abrange desde a publicação do anúncio do imóvel na plataforma até a análise das taxas de locação em períodos de menor e maior procura, como feriados nacionais e épocas de temporada. Ficam responsáveis pelo contato com o turista em todas as fases do ciclo da hospedagem e, também, com a equipe de logística do imóvel, como o anfitrião e os profissionais da limpeza.

Para auxiliar na administração das tarefas de gestão, há plataformas voltadas para esses profissionais que fazem a integração do Airbnb com as ferramentas disponibilizadas de gestão de propriedades. Contudo, essas plataformas, ou portais, atuam de forma generalizada, uma vez que abrangem vários aplicativos de hospedagem não aprofundando nas particularidades de cada um. No Brasil, há

poucas ferramentas sólidas no mercado que oferecem tais serviços. Sendo a grande maioria estrangeiros, não consideram as individualidades brasileiras, como a lei e os feriados nacionais. Além disso, possuem uma barreira linguística que dificulta tanto na utilização do instrumento, quanto na solicitação de auxílio. O preço cobrado em Dólar e Euro também são um agravante da sua operação no Brasil.

Com base nisso, questiona-se se há espaço no mercado nacional para a entrada de um novo produto voltado para as necessidades dos profissionais que administram imóveis em larga escala no Airbnb. Este trabalho irá analisar o mercado destes profissionais e suas demandas para esta ferramenta.

Devido às diversas disciplinas de gestão presentes na grade curricular do curso de Engenharia Civil, percebe-se mais uma ramificação na atuação dos profissionais do meio da construção civil, mostrando a constante evolução do setor.

Outro fato que a pesquisa expõe é a gama de possibilidades de investimentos no setor do turismo, onde proprietários terão mais liberdade e facilidade em acessar aplicações financeiras atrativas.

## **1.1 Objetivo**

### 1.1.1 Objetivo Geral

O objetivo principal deste trabalho é analisar a necessidade de uma plataforma de gestão para o controle gerencial de hospedagens do Airbnb tendo como base a verificação das demandas do mercado.

### 1.1.2 Objetivo Específico

- Verificar a demanda do mercado para a plataforma de gestão de imóveis no Airbnb;
- Analisar a difusão das plataformas de gestão de imóveis no Airbnb e a relevância para o *host* profissional;
- Entender o suprimento das necessidades do anfitrião e quais as plataformas mais utilizadas;
- Compreender o valor percebido das funcionalidades das plataformas e o preço que o mercado se dispõe a investir.

## 1.2 Justificativa

Tendo em vista que a cada quatro novos empregos digitais criados um é relacionado ao setor de Viagem e Turismo (WTTC, 2021), percebe-se uma grande influência das tecnologias que auxiliam o viajante a ter uma melhor experiência, seja para economizar tempo e dinheiro ou para facilitar algum processo da viagem.

Os aplicativos de hospedagem consolidaram-se no ramo do turismo e ocuparam em 2019, juntamente com hostel, albergue, camping, resort e imóvel alugado por temporada, o segundo lugar no tipo de hospedagem mais utilizado pelo turismo doméstico brasileiro (BOLETIM DE TURISMO, 2019). Destaca-se o Airbnb que já completou 1 bilhão de hospedagens pelo mundo (AIRBNB, 2021).

Junto com estes fatos surge um problema atrelado à gestão dos imóveis: a falta de expertise, experiência e tempo dos *hosts*, age de contramão a um bom serviço de hospedagem, ocasionando uma insatisfação do turista e, conseqüentemente, um pior rendimento do imóvel. Com isso houve uma profissionalização do serviço de gestão das propriedades oferecidas nestes *marketplaces*.

Para isso, os profissionais utilizam plataformas de gestão como instrumento de trabalho para auxiliar no controle de suas atividades. No Brasil, não há um portal consolidado voltado para as peculiaridades do Airbnb e que supra as dificuldades linguísticas. Contestase, então, a necessidade de um novo produto tendo como base as demandas do mercado.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Neste capítulo serão discutidos assuntos que possuem uma grande influência no tema deste trabalho.

### 2.1 Turismo

#### 2.1.1 Crescimento do turismo nos últimos anos

O turismo representa uma parcela significativa do PIB mundial e apresentou altas taxas de crescimento até o ano de 2020. Viagem e turismo foi o setor que mais cresceu em 2018, ultrapassando em 3,9% a indústria automotiva e 3,3% o setor da saúde. No mesmo ano, contribuiu com mais de oito trilhões de dólares para o produto interno bruto mundial (BENCHMARKING RESEARCH TRENDS, 2019). De acordo com o Anuário Estatístico de Turismo (2020), que junta várias informações informativas relativas ao turismo brasileiro em 2019 houve um aumento de 3,9% de chegadas de turistas no mundo quando comparado ao ano de 2018. Dentre os destinos, destacam-se o continente europeu, totalizando mais da metade das chegadas no mundo com alta de 4,2%, e os Estados Unidos, como o país com a maior receita cambial do mundo com 14,3% do total. Já o Brasil obteve no ano de 2019 mais de 6,3 milhões de chegadas de turistas internacionais, um decréscimo de quase 1% em relação ao ano anterior. (BRASIL, 2020)

No âmbito nacional, o brasileiro busca destinos turísticos próximos à região onde mora. De acordo com uma pesquisa realizada pelo IBGE em parceria com o Ministério do Turismo no ano de 2019, onde foram analisados 21,4 milhões de viagens, 96,1% tiveram um destino nacional. Dentre as motivações das viagens de cunho pessoal, 31,5% foram resultadas pelo lazer e destas, 34,3% tiveram como motivo sol e praia.

A mesma pesquisa computou o número de recepção e emissão de turistas por região do Brasil, assim como as dez unidades brasileiras mais procuradas para viagens nacionais. Em primeiro lugar encontra-se o estado de São Paulo, com 18,9% de recepção de turistas. Este valor pode estar associado ao turismo com motivo profissional. Tais resultados são mostrados na Figura 1.

**Figura 1 - Regiões do Brasil segundo a emissão e recepção de turistas**



Fonte: BRASIL (2019)

No cenário econômico, o Brasil obteve uma participação de 0,4% na receita cambial turística durante os anos de 2017 a 2019, sendo o número mais baixo desde 2004. Em contrapartida, houve um aumento de mais de 72% no desembolso de recursos realizados por instituições financeiras federais para o financiamento do turismo no Brasil no ano de 2017 quando comparado ao ano de 2016. Este aumento continuou nos anos seguintes chegando a um aumento de 823,7% no ano de 2019 quando comparado ao ano de 2016 (BRASIL, 2020).

### 2.1.2 Impacto da pandemia de Coronavírus no setor do turismo

A pandemia de COVID-19 afetou diretamente o modo de vida dos indivíduos. Além da saúde, os processos de trabalho e a vida pessoal foram modificados para adequarem-se às medidas adotadas para conter a disseminação do vírus. Desde março de 2020, diversos campos da economia sofreram com as restrições no funcionamento devido à necessidade do distanciamento social, o impacto no Setor do Turismo será analisado neste capítulo.

O Ministério do Turismo, a partir do Relatório de Impacto da Pandemia de COVID-19 (BRASIL, 2020b), separou a pandemia em 3 fases: isolamento social, estabilização e recuperação. A primeira fase ocorreu entre março e agosto de 2020, quando as atividades turísticas estavam quase nulas devido às medidas de combate ao coronavírus. Nestes meses, a atuação de setores relacionados ao turismo tinham a tendência a cair cerca de 90% com exceção de bares e restaurantes que tinham a propensão de queda de 50% de suas atividades neste período.

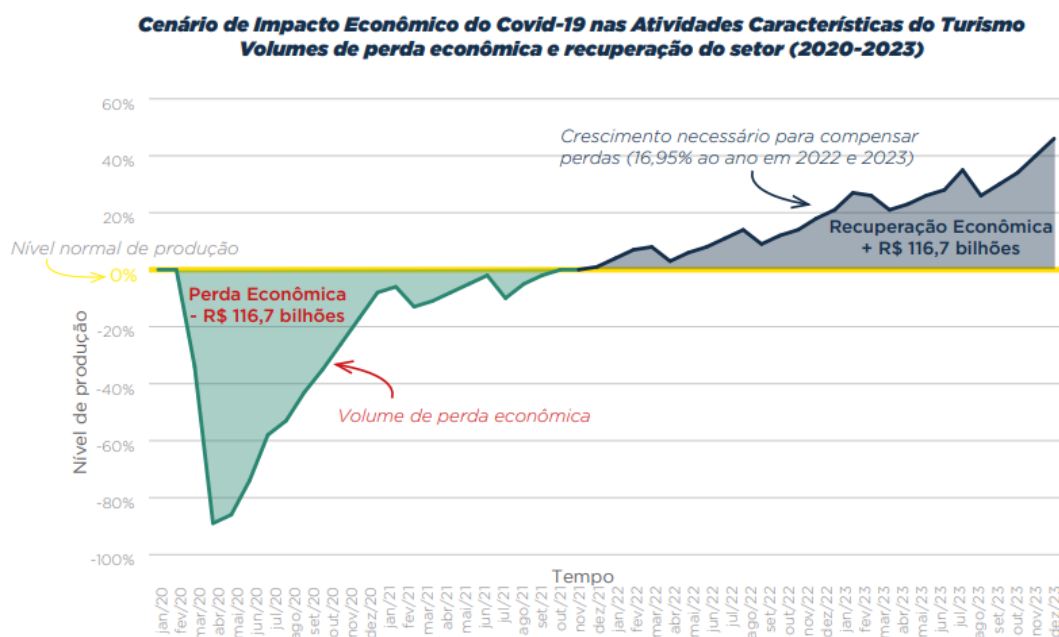
A segunda fase denomina-se estabilização, onde a projeção de duração seria até agosto de 2021, neste estágio as atividades relacionadas ao turismo voltam a operar em sua normalidade após cerca de nove meses. Por fim, o relatório entrega a fase três, de recuperação, o qual a partir da imunização da população, o turismo volta a crescer. Vale ressaltar que esta projeção não se cumpriu, devido ao surgimento das novas variantes.

Um estudo realizado pela FGV, publicado em abril de 2020, analisou um cenário onde o Brasil teria uma interrupção nas atividades por três meses. A partir desta hipótese, as perdas econômicas do setor do Turismo quando comparadas ao PIB do ano de 2019 totalizariam R\$ 116,7 bilhões entre os anos de 2020 a 2021. Como se sabe, a pandemia de COVID-19 se estendeu por um período muito maior do que os três meses supostos pela Faculdade Getúlio Vargas e, por consequência, o reequilíbrio dos negócios também tardou. Com isso, é possível afirmar que as perdas econômicas do setor foram superiores ao resultado.

Apesar disto, é interessante ressaltar o gráfico publicado pelo estudo da FGV na figura 2, o qual apresenta o volume de perda e previsão de recuperação do setor do turismo entre os anos de 2020 a 2023.



**Figura 2 - Volume de perda econômica e recuperação do setor**



Fonte: FGV.

Nota: Cálculo realizado com valores de 2019.

Fonte: FGV (2020)

Para analisar o comportamento dos turistas, uma pesquisa realizada no Brasil em agosto (FREIRE e ALDRIGUI, 2020) com mais de 3.000 participantes teve como resposta: 26,1% dos participantes não pretendiam viajar até haver vacinas, 46,4% tinham a vontade, porém iriam esperar o número de casos abaixar, 7% dos pesquisados possuem interesse em viagem apenas para mudar sua localização e realizar a quarentena em um lugar diferente, 18,8% do restante já voltaram ao cotidiano, respeitando os protocolos de segurança e por fim 1,6% dos respondentes afirmaram que a pandemia não impacta em suas vidas.

### 2.1.3 Tecnologia no turismo

Atrelado ao crescimento do setor no decorrer dos anos, o turismo passou a exigir de quem trabalha no ramo uma demanda de maior qualidade, menor preço, mais opções e menos burocracia. Desta forma começaram a surgir tecnologias que além de facilitar, impulsionam o crescimento do setor. Traslado, hospedagens, experiências, vários outros serviços passaram a ser mais independentes e fora do convencional. Estas tecnologias têm em sua maioria o objetivo de facilitar e acelerar processos que antes pareciam ser muito cansativos.

Antes mesmo de sair de casa, o turista consegue adaptar e definir o roteiro da viagem de acordo com o seu gosto através das diversas opções oferecidas pelas agências online de viagens. Outro exemplo é a comodidade em comprar as passagens de traslado até o destino por meio dos sites das companhias aéreas e rodoviárias. Hoje, o viajante possui ainda outras opções de locomoção, como o aplicativo BlaBlaCar, o qual conecta pessoas que compartilharão o mesmo trajeto e aceitam dividir o mesmo carro.

Dentro do setor de turismo, o ramo de hospedagem se destaca no desenvolvimento de tecnologias. Airbnb, Booking e Trivago são algumas das muitas plataformas que facilitam a escolha, reserva e pagamento do turista. Na mesma plataforma, os aplicativos ainda oferecem a reserva de atrações, deixando ainda mais completa a experiência do viajante. Na sequência será abordado o tema da hospedagem e do aplicativo de maior renome mundial nesta área, o Airbnb.

## **2.2 Hospedagem e Airbnb**

### **2.2.1 História dos hotéis**

Para Gustavo Syllas, pesquisador do setor e CMO de um dos maiores resorts do Brasil, a Costa do Sauípe, os hotéis possuem uma origem longínqua e surgiram a partir da necessidade de abrigo e comida para os viajantes que passavam pelas cidades. Segundo Juliana G. Vieira, especialista no ramo de hotelaria e relatora do hospedin, a maior parte dos historiadores acredita que o crescimento dos hotéis em nível mundial é consequência das olimpíadas, os eventos duravam dias e as pessoas necessitavam de um lugar para dormir e se alimentar durante o período.

O hotel Nishiyama Onsen Keiunkan é reconhecido pelo Guinness World Records (GUINNESS BOOK, 2016), como o hotel mais antigo do mundo fundado no ano 705, no Japão. Apesar disso, foi a partir do século XIX que houve um aumento das exigências de conforto e serviços da classe mais rica em suas estadias, derivado dessas demandas originou-se os hotéis como se conhece. Para suprir essas necessidades, os hotéis oferecem segurança, comida e serviço de limpeza durante a hospedagem.

Atualmente, os hotéis variam a partir de suas finalidades, localizações, serviços e qualidade. A divisão mais comum entre estas hospedagens vem a partir do número de estrelas que estes recebem, pelo mundo vários hotéis são classificados

desta maneira, quanto maior a quantidade de estrelas, maior é a qualidade de seus serviços. Segundo a renomada revista de turismo Condé Nast Traveler, dentre os hotéis melhor avaliados temos: Baur au Lac na Suíça, The Peninsula House na Costa Rica, Freehands em Las Vegas nos Estados Unidos e no Brasil um bom exemplo de hotel de luxo é o Copacabana Palace.

### 2.2.2 Airbnb: história e funcionamento

As informações aqui apresentadas foram obtidas da página do Airbnb (AIRBNB, 2021).

Além das formas mais tradicionais, quando se trata locação de imóveis, de curta, média ou até longa duração, é possível encontrar dezenas de aplicativos e portais com funções parecidas ou iguais ao Airbnb. Porém, este recebeu o maior foco nesta pesquisa devido ao seu impacto no mercado e sua supremacia diante de outros concorrentes.

Inicialmente nomeado Airbed & Breakfast, o Airbnb surgiu em 2007 quando Brian e Joe, dois dos três fundadores estadunidenses, receberam os primeiros hóspedes. Em 2008 a empresa foi lançada oficialmente em março durante o SXSW, South by Southwest, um festival de cinema, música e tecnologias que acontece em Austin, Texas, Estados Unidos, consegue suas primeiras duas reservas. Nesta época, a empresa alugava apenas quartos com café da manhã incluso na estadia. Em agosto do mesmo ano, o site do Airbed & Breakfast é lançado a tempo da Convenção Nacional Democrata, nos Estados Unidos, obtém 80 reservas. No ano de 2009, o nome é alterado para Airbnb e a expandem a opção de reservas para apartamentos, casas inteiras e alojamento para férias (AIRBNB, 2021).

Em 2010 é lançada a primeira aplicação e funcionalidade de reserva imediata e em junho de 2011 ocorre a expansão internacional com abertura de escritórios na Alemanha. No ano de 2012, em resposta ao Furacão Sandy, uma parceria com a Câmara de Nova Iorque é formada para a hospedagem de residentes desalojados e assim surgiu a ferramenta de resposta a desastres. Através de uma plataforma voltada para esse projeto, anfitriões oferecem acomodações gratuitas para pessoas que ficaram desalojadas devido a situações de emergência. Desde 2012 mais de 75 mil pessoas encontraram acomodações em momentos de crise (AIRBNB, 2021).

Em março de 2015 o Airbnb tornou-se prestador oficial de alojamentos alternativos para os Jogos Olímpicos do Rio 2016 e em 2016 lançou as experiências,

atividades presenciais oferecidas por especialistas locais. Em 2020, as experiências online foram oferecidas em resposta à necessidade dos anfitriões em compensar os rendimentos perdidos por conta da pandemia de COVID-19. Em março de 2017 a empresa lançou a marca chinesa Aibiyng e dois anos mais tarde anunciou a parceria de nove anos com o Comitê Olímpico Internacional. No ano da pandemia de COVID 19, o Airbnb lançou os alojamentos de linha de frente para alojar com segurança os profissionais da saúde.

Ainda em 2020, foi lançado o protocolo de higienização avançada para aumentar a confiança de anfitriões e hóspedes quanto à pandemia e em dezembro deste mesmo ano tornaram-se uma empresa de capital aberto.

De acordo com o Airbnb, o hóspede realiza apenas três passos para utilizar a plataforma e usufruir dos benefícios. O primeiro é a pesquisa. Através dos filtros o viajante consegue customizar e afinar sua busca e, assim, facilitar a exploração por alojamentos ou experiências. O segundo passo é a reserva, é nesta etapa que, com apenas alguns cliques o hóspede consegue realizar a sua reserva baseado nos detalhes sobre o anfitrião, comentários de hóspedes anteriores e opções de cancelamento. Por fim, a terceira etapa é chamada de “vá”, onde o turista entrar em contato com o anfitrião para obter dicas locais e tirar suas dúvidas. O site disponibiliza também uma central de ajuda com artigos e dicas de suporte divididos em: reservas e viagens, como hospedar, como oferecer experiências e como gerenciar viagens da empresa.

### 2.2.3 Benefícios e desafios do Airbnb para os *hosts*

Muitos proprietários de imóveis começaram a considerar o Airbnb uma fonte de renda a mais. Imóveis que antes eram vistos como passivos (não rentáveis), ou até mesmo locados de outras maneiras, passaram a ser formas lucrativas mais atrativas. Os valores do Airbnb, em princípio, são muito interessantes sob uma ótica financeira, já que sua renda potencial é superior ao método de locação mais tradicional com imobiliárias, apesar disso, para alcançar esse faturamento o proprietário deve se atentar a vários fatores que podem alterar intensamente os resultados.

O imóvel deve ter uma alta taxa de ocupação, preços atrativos, bons serviços e conseqüentemente uma boa avaliação no portal do Airbnb, adverso a isso, a renda pelo aplicativo será inferior a um método tradicional de locação. Para melhorar esses indicadores, os proprietários devem investir tempo para aprender e gerenciar seus

imóveis. Um agravante também é o número de imóveis e anúncios em que os investidores passam a gerenciar, quanto maior o número de hospedagens oferecidas, maior o tempo que deverá ser destinado à administração.

Há também o proprietário que anseia lucrar com o seu imóvel, mas não quer ocupar-se com os processos da hospedagem. De frente com todas estas questões, surgem os *hosts* profissionais.

#### 2.2.4 A profissionalização dos anfitriões do Airbnb

O Airbnb já ultrapassou a marca de 4 milhões de anfitriões cadastrados pelo mundo, com cerca de 5,6 milhões de anúncios ativos no momento (AIRBNB, 2021), toda essa demanda de serviços ocupa muito tempo dos donos de imóveis. Por ausência desse tempo ou vontade surge uma nova profissão, os *hosts* profissionais. Estes profissionais têm como objetivo administrar e cuidar de todos os trâmites e preocupações de uma gestão de imóvel. Por possuírem mais experiência, tempo dedicado exclusivo para estas tarefas e a expertise necessária estes *hosts* proporcionam uma significativa melhoria nos indicadores mencionados anteriormente.

Desde seu lançamento, o Airbnb já faturou 110 bilhões de dólares para seus anfitriões cadastrados, com mais de 1 bilhão de hospedagens realizadas (AIRBNB, 2021). Com o mercado aquecido pós-pandemia, cada vez mais pessoas tendem a se profissionalizar para se tornarem um *host*, com isso surgem treinamentos e concorrência nesta nova profissão, o que consequentemente eleva o nível dos profissionais que fazem a gestão dos imóveis.

De forma resumida, o *host* é responsável por toda a gestão da locação da hospedagem, começando pelo pré agendamento (preço, anúncios e propagandas), passando pela preparação e hospedagem (entrega das chaves, atendimento ao turista) e finalizando com os pós-estadia (limpeza, organização e conferência). Além disso, o *host* realiza o serviço de prestação de contas, projeções e de novas estratégias ao proprietário, mantendo uma relação de transparência a fim de haver um desenvolvimento mútuo.

## 2.3 Gestão de imóveis

### 2.3.1 Gestão e suas classificações

Para compreender todas as tarefas dos gestores, é importante primeiro entender o que é gestão. Segundo o dicionário Dicio, gestão por definição é o ato gerir, governar ou dirigir alguma tarefa, cooperativa, ou até um grupo de pessoas, esta pode ser classificada de diversas maneiras, mas por consequência os gestores tendem a buscar um melhor resultado para as partes interessadas. Nos tempos atuais atrelamos muito esse termo a corporativas onde os gestores administram recursos de maneira eficaz a fim de manter ou conquistar um objetivo.

O nascimento e expansão da gestão não são exatamente conhecidos, já que, mesmo involuntariamente, as pessoas sempre usaram a gestão para alcançar seus objetivos. Trazendo para o lado empresarial, em 1911, o engenheiro Frederick Taylor publicou o “Princípios de Administração Científica” onde abordou vários temas referentes à gestão que rapidamente se espalharam por toda a Europa sob o nome de taylorismo. Nesta monografia, Taylor trata de princípios da gestão como: (1) planejamento, o qual propunha a substituição dos métodos puramente empíricos em processos estudados e analisados, onde se pensava antes de fazer, a fim de qualificar o tempo do operário; (2) preparo de trabalhadores, onde a partir da aptidão e facilidade dos trabalhadores, estes recebiam treinamento e tarefas diferentes, fazendo com que a produtividade fosse superior; (3) execução, que tinha como objetivo descartar movimentos inúteis a produção. Estudo da estamina dos funcionários, medir e analisar o tempo das atividades e a partir disso realizar melhorias; (4) esquematização de cargos e tarefas, essa parte definiu para cada função suas atividades, incentivos financeiros e morais para os trabalhadores e o aprimoramento do ambiente de trabalho, para que os funcionários tenham uma maior produtividade; (5) padronização, que neste princípio Taylor explicava como deve-se padronizar a produção, a fim de obter produtos iguais e padronização do processo, onde os operadores eram geridos por superiores que possuíam maior conhecimento técnico. Para entender melhor, na sequência é possível visualizar os princípios da gestão

**Figura 3 - Princípios da Gestão**



**Fonte: Autoria própria (2022)**

Continuando no ramo empresarial, Gilberto de Souza, sócio fundador da Nortus, empresa especializada em gestão empresarial, a gestão pode ser classificada de maneiras diferentes. Pode se ordenar a partir de que ou quem está sendo gerido. Cita-se: (1) gestão de pessoas, relacionada diretamente aos recursos humanos das cooperativas, a fim de potencializar a produtividade dos colaboradores; (2) gestão de processos, que esquematiza e desenha o percurso das atividades da empresa; (3) gestão do trabalho, que proporciona uma rotina a ser seguida e metas a serem batidas; (4) gestão de tempo, otimizando o tempo de todas as áreas envolvidas de uma atividade a fim de cumprir prazos e aumentar a produtividade da equipe.

De forma similar, a gestão também pode ser encontrada no livro de Taylor, de 6 maneiras em relação ao fator de tomada de decisão: (1) gestão democrática, onde todas as partes interessadas têm poder de escolha e o líder discute todos às ideias com os colaboradores; (2) gestão centralizadora, que remete quase a oposição do caso anterior, onde a tomada de decisão cabe aos cargos altos e os outros colaboradores não possuem um voto significativo em geral; (3) foco em processos, neste caso, os esforços são gasto em uma padronização da operação da empresa, às decisões tem foco no perfeccionismo e na melhoria contínua da produção da empresa; (4) foco em resultados, realiza medidas em busca de um melhor resultado, muito baseado no cumprimento ou até superação de metas; (5) cadeia de valor, criado por Michael Porter em 1985, tem em foco cada parte do processo e tenta dar importância máxima a cada um, a fim de que como resultado obtenha-se um custo reduzido e aumento de ganhos em cada processo; (6) PDCA, um ciclo que é muito validado pelo mundo todo, onde cada letra representa uma ação, sendo estas P –

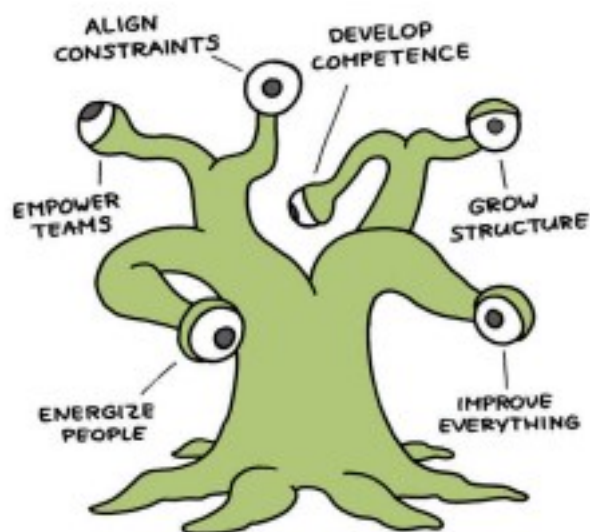
Plan (planejar), D – Do (fazer), C – Check (verificar), A – Act (atuar ou ajustar), neste tipo de gestão o objetivo é o aprimoramento contínuo seguindo o ciclo, que a partir de qualquer uma das ações, inicia-se uma melhoria que impacta nos passos seguintes (DEMING, 1990)

Outra maneira de categorizar o tipo de gestão é baseada na área de conhecimento. Esse tipo de divisão foi criada no século XX, pelo engenheiro de minas Jules Henri Fayol em seu livro “Administração industrial e geral”, o qual separava em: (1) gestão administrativa, conhecida como cabeça das outras gestões, a qual coordena e administra a empresa como um todo; (2) gestão financeira, responsável pela diluição em investimentos, aquisição de materiais, etc; (3) gestão de contabilidade, a qual desenvolve todos os âmbitos relacionados a tributos, pagamentos, balanços patrimoniais e outros fatores relacionados a competências contábeis; (4) gestão de produção, coordenar e sistematizar a produção da empresa em foco da produtividade e praticidade; (5) gestão de segurança, que cuida de ações e políticas que garantem a segurança do trabalho e da produção, tanto dentro quanto fora da empresa; (6) gestão comercial, voltada ao processo de vendas no varejo, atacado, cuidando do relacionamento do cliente com a empresa. Por fim, pode-se rotular a gestão a partir da sua forma de decisão, podendo ser democrática, meritocrática, autoritária, desempenho ou competências.

Segundo Haddara, a gestão possui 4 versões. Sua primeira fase, conhecida como gestão 1.0 é conhecida pela sua hierarquia bem pronunciada, O taylorismo é um exemplo dessa versão em que às ordens vem de forma vertical. A segunda versão (2.0) tentou corrigir alguns problemas da primeira, porém sem muito resultado, já que sua gestão ainda é bem conhecida pelo sistema top-down (hierarquia vertical elevada). Contudo, nesse segundo momento, existem como principais diferenças a inclusão de indicadores e aumento do incentivo à competitividade e qualidade na produção.

A gestão 3.0 teve início a poucos anos e difere muito das anteriores. Esta versão tem como foco os trabalhadores e seu desenvolvimento, onde o maior ativo de uma empresa são seus colaboradores. Para Jürgen Appelo, holandês criador e desenvolvedor principal da gestão 3.0, este sistema impõe que o sucesso da empresa depende de todos que trabalham na cooperativa e tem como base 6 princípios, como mostrado na figura 4.



**Figura 4 - Representação da gestão 3.0**

Fonte: Appelo (2011)

Energizar pessoas, manter os participantes engajados e interessados para aumentar a criatividade e a motivação. Empoderar pessoas, as equipes devem ser auto-organizadas e, portanto, necessitam de confiança, treinamento e autorização dos superiores. Alinhar restrições, limitar a liberdade das equipes para que não se torne um fator negativo. Desenvolver competências, treinar e capacitar os colaboradores, além de criar equipes multidisciplinares a fim de aumentar a produção. Aumentar as estruturas, qualificar a comunicação e a colaboração entre diferentes times, com objetivo de uma maior consciência sobre o negócio como um todo. Melhorar tudo, focar nas melhorias constantes, onde os erros são usados como aprendizado, a partir disso é possível criar um crescimento sustentável e previsível.

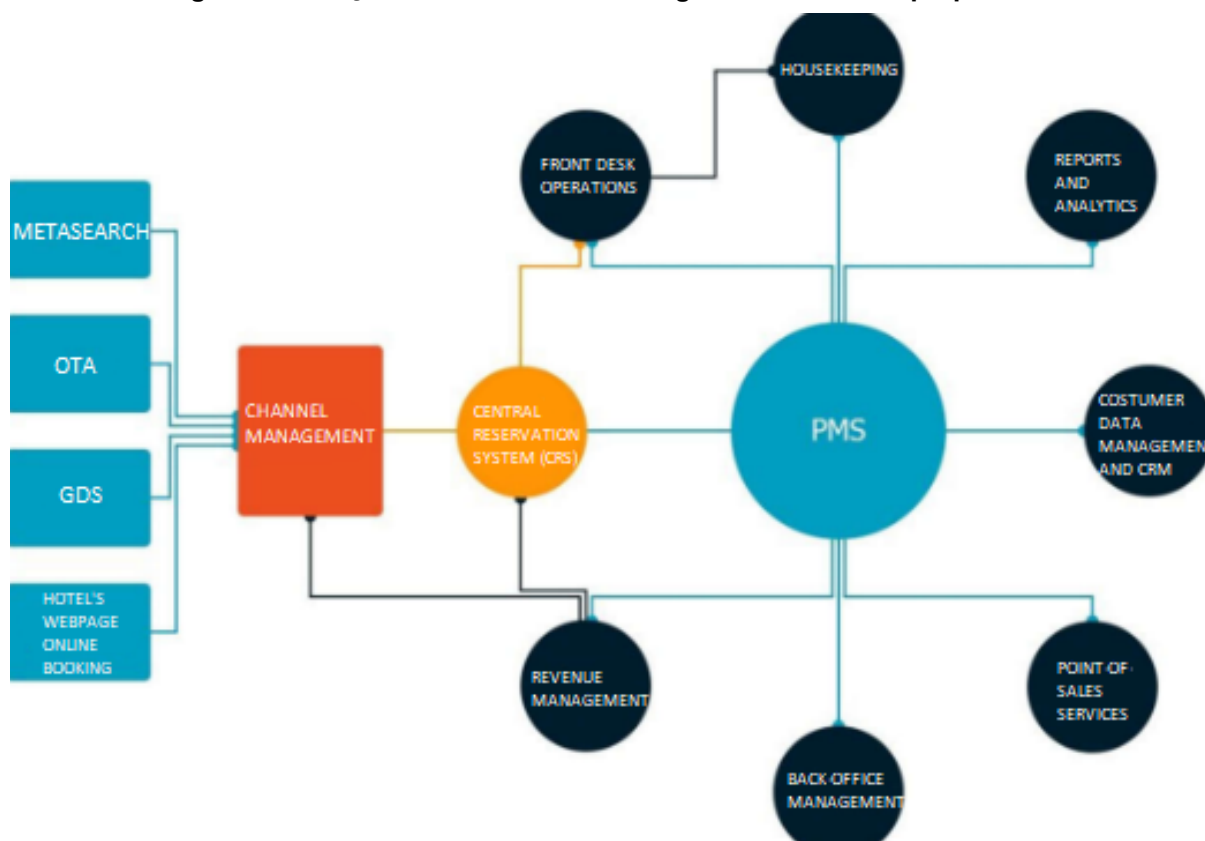
Por fim, a gestão 4.0 ainda está sendo moldada e acompanha a indústria 4.0, onde o foco são as máquinas, a internet e os dados. Nesta versão ocorre uma ligação intensa com as redes sociais, a automação de atividades padrões e a utilização da inteligência artificial para tomada de decisões (ABREU, 2018).

### 2.3.2 Gestão de hotéis e pousadas

Com o objetivo de aumentar a produção, organizar os afazeres e profissionalizar a gestão de hospedagem, há no mercado diversos sistemas hoteleiros que oferecem ferramentas para atingir este propósito. A automação operacional recebe destaque neste meio por ser um dos instrumentos com grande capacidade de potencializar a assertividade em diversos cenários atrelado a redução de tempo. Com

isso, alguns sistemas surgiram para suprir tais necessidades, sendo alguns destes: o PMS (*Property Management System*), o CMS (*Channel Manager System*), RMS (*Revenue Management System*), o CRM (*Customer Relationship Management*) e o CRS (*Central reservation System*) (ASKSUITE, 2019). Na figura 5 é apresentada a relação entre estes sistemas.

Figura 5 - Relação entre os sistemas de gerenciamento de propriedade



Fonte: Travel Daily Media (2018)

De acordo com o *Travel Daily Media* (2019), o PMS é um software que auxilia na administração do negócio hoteleiro. Criado inicialmente como uma ferramenta para tarefas do *front office* como gerenciamento de taxas, atribuição de quartos aos clientes e reservas, hoje, possui uma operação expandida para todos os aspectos da gestão hoteleira e abrange diversos modelos de hotéis. De forma simplificada, o PMS atua também na gestão da limpeza do hotel, no fornecimento de relatórios e análises, na gestão do *back office*, no gerenciamento de dados do cliente, no CRM (centralizador da gestão de hóspedes em um único sistema), no RMS (ferramenta que auxilia na estratégia de precificação em hotéis), entre outros.

O CMS, sistema de gerenciamento de canais, tem como função oferecer o seu estoque de hospedagens em vários sites simultâneos, fazendo uma integração dos mesmos, oferecendo ao cliente informações atualizadas sobre os preços e a ocupação do imóvel. Em outras palavras, o CMS gerencia os anúncios do hotel com os canais de marketing e vendas como: agências de viagem, sites de busca, plataformas de reservas e o site do próprio hotel (TRAVEL DAILY MEDIA, 2018).

Para integrar o PMS e o CMS, o CRS, sistema central de reservas, centraliza todos os dados do PMS e transfere para o CMS, o qual levará as informações em tempo real para os clientes. Essa ferramenta permite a administração de diversas reservas para várias propriedades acopladas em um único espaço (SITEMINDER, 2021).

### 2.3.3 Gestão de imóveis no Airbnb

Apesar de estarem situados no mesmo ramo, a gestão de imóveis no Airbnb possui suas peculiaridades administrativas em relação à praticada em hotéis e pousadas, visto que a plataforma permite que o proprietário anuncie seus imóveis sem a necessidade de tornar-se uma pessoa jurídica, adquirir experiências no setor da hotelaria ou possuir conhecimento na área, além de locação de quartos ou camas em ambientes compartilhados. Porém, consegue-se identificar o PMS (*Property Management System*), em ação em todas as etapas e adaptado para a atuação no Airbnb.

#### 2.3.3.1 Gestão de um novo imóvel no Airbnb

Para que um imóvel possa ser desfrutado pelo hóspede utilizando o sistema de reservas do Airbnb, este imóvel precisa percorrer um longo caminho. Primeiramente, faz-se necessário o cadastro do próprio *host* dentro do Airbnb, onde somente após a validação da identidade recebe a permissão de usufruir das funcionalidades da ferramenta. Depois, é comum imaginar que o cadastro do imóvel seja a primeira das etapas relacionadas à hospedagem, entretanto, para que se chegue de fato à conclusão deste cadastro é preciso realizar algumas tarefas.

Para que o hóspede possa conhecer a acomodação, o cadastro requer o upload de fotos e de uma descrição das principais características. É nesta fase em que os conhecimentos de marketing, propaganda e design do *host* entram em ação

para atrair o maior número de turistas. As fotografias de dentro e fora do imóvel proporcionam ao turista identificar os pontos fracos e fortes do local, como o tamanho dos cômodos, móveis disponibilizados, as condições de limpeza, a infraestrutura do local, e, é claro, a beleza. As fotografias são um determinante para escolha do turista, pois é através destas que o usuário consegue afastar os riscos que se encontra ao escolher sua hospedagem por meio de um aplicativo de reservas (BAGATINI, 2018).

A descrição do imóvel auxilia o hóspede a compreender o que a acomodação oferece para a sua estadia. Além de características do espaço e as comodidades que possui, é comum encontrar especificações sobre as vias de acesso até o local e o comércio da região, as regras e o guia da casa. Quando o serviço de *host* é profissionalizado, é comum a realização de um inventário para contabilização dos itens do imóvel e a condição dos mesmos.

Realizada esta tarefa, é preciso precificar a hospedagem e algumas variáveis influenciam para esta definição. Esta tarefa é comum à gestão de hotéis e pousadas e a ferramenta que pode ser utilizada é o RMS (*Revenue Management System*). A partir da similaridade dos imóveis em uma mesma localização é possível chegar próximo a um valor de mercado, entretanto, isso nem sempre é possível. Quando isso ocorre, é requerido do *host* a capacidade de colocar um valor no imóvel que corresponda ao tamanho da acomodação e a quantidade de pessoas que abriga, aos móveis e às amenidades disponibilizadas.

Além disso, é normal haver uma variação no preço de acordo com a época do ano. Em datas festivas como o Ano Novo e o Carnaval ou feriados como o dia da comemoração da independência do Brasil (Sete de Setembro) e o Dia de Tiradentes (21 de abril) há um crescimento na procura de hospedagens, conseqüentemente o valor destas acomodações aumenta. Isso ocorre também em imóveis litorâneos, onde a chegada do verão valoriza a estadia. Ao finalizar esta tarefa, o cadastro do imóvel já pode ser concluído.

O preço da hospedagem também pode sofrer variações com a intenção de baratear a reserva do turista. É interessante para o proprietário dar um desconto quando a reserva é feita para o meio da semana, em dias fora da época de temporada e, até mesmo, quando o turista se hospedar por um longo período para ter um maior controle sobre isso, necessita-se de uma boa gestão financeira.

### 2.3.3.2 Gestão do anúncio no Airbnb

Quando o anúncio está disponível para o público começa o contato do *host* com o hóspede. É normal surgirem dúvidas por parte do turista quanto à acomodação, para isso o turista pode entrar em contato com o anfitrião através da plataforma do Airbnb. Neste momento, a rapidez na resposta pode influenciar na reserva hóspede, por isso, é exigido do *host* uma grande disponibilidade de tempo para a gestão do imóvel. Uma descrição completa e detalhada do ambiente pode minimizar as dúvidas e diminuir o número de atendimentos do *host*.

Outro serviço desta etapa é a análise do desempenho do anúncio, para isso há uma gestão focada em resultados. Quando o imóvel apresenta uma baixa taxa de ocupação faz-se necessário algumas mudanças para otimizar as buscas e aumentar a competitividade. O Airbnb disponibiliza semanalmente um indicador de acessos no anúncio, servindo de base para analisar a performance. A plataforma não oferece o serviço de impulsionar a visibilidade do imóvel através de um anúncio pago, entretanto disponibiliza algumas dicas para aumentar a competitividade, tais como: preencher todas as seções do anúncio; facilitar as reservas dos hóspedes mantendo uma resposta rápida; definir preços competitivos; aprender com outros anfitriões; usar os comentários para aprimorar sua locação (AIRBNB, 2021).

### 2.3.3.3 Gestão da reserva do imóvel no Airbnb

A partir do momento em que é feita a reserva de um imóvel, o *host* tem o dever de, a partir de uma gestão de pessoas, colocar sua equipe de *staffs* em ação, sendo estes: a pessoa que realizará a limpeza do local antes e depois da estadia; o responsável pela recepção dos hóspedes e entregas de chaves, quando houver; o encarregado pelo abastecimento de suprimentos como água, papel higiênico, produtos de limpeza, entre outros; e quem mais estiver à frente da preparação do imóvel para a chegada e saída do hóspede;

Além disso, a comunicação com o hóspede é estabelecida a fim de repassar e solicitar algumas informações necessárias, como senhas de portas, informar o nome do anfitrião que os receberão e solicitar o horário de chegada para que este possa estar à espera do turista. É comum o *host* optar por encaminhar, também, algumas mensagens extras com a finalidade de agregar ao relacionamento com o hóspede.

Durante toda a estadia, o *host* se mantém disponível para tirar quaisquer dúvidas que possam surgir, como o funcionamento de eletroeletrônicos, localização de utensílios, ou até mesmo no caso de adversidades que possam ocorrer com o hóspede.

É nessa etapa também onde ocorrem os trâmites financeiros. O Airbnb deposita o valor diretamente para o proprietário, quando não há a atuação de um *host*, ou faz a divisão de valores para a equipe que realizou o serviço de gestão do imóvel (*host*) e o proprietário. Entretanto, o pagamento da equipe de *staffs* (*equipe de limpeza, por exemplo*) é feito manualmente pela equipe de *hosts* profissionais ou pelo proprietário quando não o imóvel não possui uma gestão profissional.

#### 2.3.3.4 Relação entre o host profissional e o proprietário do imóvel

Esta etapa acontece somente quando o imóvel é gerido por uma equipe de profissionais da área. Quando isso ocorre, os *hosts* profissionais precisam desenvolver uma série de tarefas que em conjunto com o dono do imóvel. A primeira é a apresentação do serviço que será prestado. Para isso, é comum utilizar dados variados sobre a performance do imóvel e gráficos de projeção que auxiliem o proprietário no entendimento de cada processo e dos resultados que almeja alcançar.

Depois, faz-se necessário manter uma atualização do desempenho do imóvel e, quando a taxa de ocupação estiver baixa ou outro ponto precisar de melhorias, apresentar as mudanças propostas para que o cliente aprove antes da execução. Também, é preciso manter uma prestação de contas recorrente com o proprietário.

Além disso, é de extrema importância que haja uma comunicação eficiente entre ambas as partes para que os dias em que o cliente deseje usufruir da sua propriedade sejam bloqueados para a reserva. O serviço de indisponibilizar as datas no aplicativo devem ser feitas de imediato a fim de que não haja brecha de tempo para o turista reservar o imóvel.

#### 2.3.4 Dificuldades na gestão de imóveis no Airbnb

Apesar do Airbnb ter revolucionado o ramo da hotelaria, há ainda muitos pontos capazes de evoluir. Dentro da gestão de imóveis, a dificuldade na realização de algumas atividades se intensifica na medida em que o número de hospedagens geridas aumenta. A comunicação, seja entre o *host* e o turista, o proprietário do imóvel,

ou a equipe de *staffs* entre o *host* e o proprietário do imóvel é um grande foco de possíveis melhorias.

A enorme demanda de comunicação com os turistas interessados em alugar um espaço, durante a hospedagem e após a estadia, é uma das atividades que mais demanda tempo e disponibilidade do gestor. Quando essa comunicação é feita de maneira efetiva, há mais chances de o viajante optar por aquele anúncio ou, no caso da comunicação durante e após a estadia, voltar a se hospedar e ainda indicar o espaço para outras pessoas.

Entretanto, não há um horário comercial para este tipo de atuação e o turista tem a possibilidade de entrar em contato com o *host* quando desejar. É frequente os gestores serem contatados pelos hóspedes solicitando informações sobre o funcionamento do fogão ou da televisão, pedindo ajuda sobre o sistema de aquecimento do chuveiro, ou demandas sobre as características do espaço anunciado a qualquer horário do dia ou da noite. A responsabilidade em ser solícito e estar disponível a qualquer momento para responder os turistas é tarefa também daquele que realiza a gestão apenas do seu imóvel, porém, se complica na medida em que mais anúncios são administrados. A ferramenta utilizada na gestão da hotelaria que auxilia na comunicação entre o *host* e os hóspedes em um único espaço é o CRM (*Customer Relationship Management*).

Outra atividade relacionada à comunicação é a requisição de serviços feita à equipe de *staffs* tanto no momento anterior quanto posterior a estadia. Quando há uma gestão de diversos imóveis, este contato torna-se mais repetitivo e complexo. A falha na transmissão destas solicitações pode influenciar drasticamente na qualidade da estadia do turista, acarretando uma má avaliação da hospedagem e conseqüentemente em um marketing negativo do anúncio.

Quando se trata sobre a comunicação entre o *host* e o dono do imóvel, é exigido do administrador uma visão geral sobre o desempenho do anúncio, métricas de acompanhamento e dados sobre os hóspedes, além de uma prestação de contas minuciosas. Elaborar um *dashboard* para cada cliente antes das reuniões demanda um tempo que poderia ser utilizado em tarefas importantes. Somado a isso, as empresas buscam sempre novos clientes. Para estes casos, para o conhecimento da própria empresa, é interessante saber os resultados gerais, a evolução dos anúncios e as metas atingidas.

Neste mesmo contexto, o gestor deve estar sempre à disposição do proprietário para realizar o bloqueio das datas em que deseja usufruir do seu espaço. Caso o *host* não realize esta tarefa de imediato, corre-se o risco de um turista reservar a hospedagem na mesma data.

Além das atividades voltadas para comunicação, outros serviços requerem um conhecimento especializado do gestor de hospedagens profissional. A precificação de imóveis é uma destas. A escolha do preço do espaço a ser anunciado é afetada por diversos fatores: a localização, as acomodações, a quantidade de pessoas que suporta são variáveis fixas, mais fáceis de serem definidas e analisadas. Porém, a alteração da demanda no decorrer de datas festivas, temporadas e feriados influenciam na mudança deste valor.

Além disso, a prática em oferecer descontos em momentos estratégicos, como em datas não locadas a fim de preencher o espaço da agenda, é de extremo interesse para aumentar a taxa de ocupação. Entretanto há uma dificuldade em obter essa inteligência de negócio e fazer as alterações de preços em todos os anúncios nos momentos oportunos de cada um.

Outro ponto relacionado é o pagamento da equipe de staffs. A plataforma do Airbnb oferece hoje a possibilidade de enviar o valor pago pelo turista para o proprietário e para a empresa de administração de imóveis nas proporções combinadas. Porém, a taxa de limpeza também é dividida entre as partes mesmo que o pagamento da equipe de limpeza seja feito apenas pelos gestores de imóveis. Dessa forma, fica por conta da empresa que administra os imóveis solicitar o repasse deste valor e de outros que possam ocorrer, como o pagamento do anfitrião e da reposição de algum item da propriedade.

As dificuldades listadas se identificam na medida em que o mesmo anúncio é colocado em outras plataformas além do Airbnb. Entretanto, há no mercado ferramentas capazes de amenizar estes problemas, como o CMS e CRS comentados anteriormente.

Quanto aos softwares de gestão que integram essas ferramentas, no contexto brasileiro essas tecnologias ainda são escassas e a utilização das plataformas internacionais acarretam num custo elevado para o gestor, por conta da desvalorização do real quando comparado ao Dólar e ao Euro. Na sequência serão apresentadas algumas destas plataformas.



### 2.3.5 Aplicativos de gestão de imóveis no mercado

Dentre os aplicativos que oferecem o serviço de gestão de imóveis para as plataformas de hospedagem destacam-se: o Hospitable.com, o Beyond, o Syncbnb e o OwnerRez. Estes softwares receberam o prêmio “Fall Awards 2021” na categoria de “Vacation Rental Software” pela G2 Company, o maior marketplace de tecnologias (G2 COMPANY, 2021) e serão apresentados nos parágrafos a seguir.

Em primeiro lugar no site da G2 Company, com mais de 101 resenhas, o software de gestão Hospitable.com é pontuado com 4,9 estrelas de 5. A plataforma oferece a automação da comunicação com o hóspede de forma humanizada, através de um sistema de inteligência artificial ; automação de avaliações do hóspede; a atribuição de tarefas à equipe de *staff*; a sincronização das reservas em diferentes plataformas de hospedagem e a centralização das mensagens enviadas pelos hóspedes em cada plataforma em um único espaço; métricas financeiras e operacionais, entre outros. O site da Hospitable.com disponibiliza o preço mensal para a utilização dos seus serviços que varia de acordo com o número de anúncios que serão geridos. A taxa cobrada para dois anúncios é de 20,00 Euros por mês, para 50 anúncios equivale a 331,00 Euros por mês e para 98 anúncios 571,00 Euros mensais. O software é usado em mais de 140 países e possui mais de 291.000 anúncios geridos em sua plataforma (HOSPITABLE.COM, 2021).

O software Beyond atua em mais de 7.500 cidades no mundo e possui mais de 340.000 anúncios. Entre seus serviços, oferece ao cliente o ajuste automático dos preços dos anúncios para a maximização das receitas e ocupações; a sincronização dos anúncios em diferentes plataformas de hospedagem, um espaço para a criação e gerenciamento de um site de reservas de hospedagem próprio do cliente; dados sobre o desempenho dos anúncios em tempo real; orientação de especialistas para os anúncios e a projeção de receitas (BEYOND, 2021). A Beyond possui 65 avaliações no site da G2 Company e uma nota igual a 4,9 estrelas de 5 e está em segundo lugar na colocação no Top 9 “Vacation Rental Software”.

Com o quarto lugar no site da G2 Company na categoria avaliada e 23 avaliações, a OwnerRez oferece a integração entre as plataformas de hospedagem; a criação de mensagens automáticas personalizadas para os hóspedes; a possibilidade de construção de um site de reservas de hospedagem para os clientes não necessitarem de terceiros, como o Airbnb; a contabilidade do negócio e o

gerenciamento dos processos de pagamentos via cartão de crédito ou pagamento manual, além de serviços de gestão de propriedade como relatórios e portais de acessos aos usuários e equipe de staff. O OwnerRez cobra o valor de 35 dólares mensais para a gestão de duas propriedades, \$226,00 por mês para gerir 50 propriedades e \$322,00 mensais para 98 propriedades (OWNERREZ, 2021).

A Syncbnb possui 4,9 estrelas de 5 no site da G2 Company, possui 16 avaliações e ocupa o sétimo lugar na categoria “Vacation Rental Software”. O preço mensal é de 19 dólares para o gerenciamento de até 10 canais ativos na plataforma. O serviço de gestão de imóveis possui a garantia da não ocorrência de reservas simultâneas em um mesmo imóvel na mesma data, porém em sites de hospedagem diferentes; possui um suporte 24 horas por 7 dias da semana e um suporte para mais de 200 plataformas de hospedagem. Além deste serviço, o site disponibiliza outros três produtos, onde o preço é cobrado separadamente. São estes: impulsionador de receitas, construtor de sites e um motor de reservas para aluguel de temporada, onde o cliente transforma seu site já existente em um sistema de reserva direta (SYNCBNB, 2021).

O Top 9 da categoria “Vacation Rental Software” da G2 Company é formulado de acordo com a satisfação do usuário calculada a partir dos dados das avaliações. Estão presentes também a Hostaway, em terceiro lugar, a Hostify em quinto, iGMS em sexto, ResNexus em oitavo seguido pela Renatal Network Software em nono. Oito dos nove softwares são da América do Norte, sendo apenas a Syncbnb fundada na Grécia, apenas dois suportam outros idiomas além do inglês, a Syncbnb disponibiliza a plataforma em espanhol e grego e a Hostify em espanhol.

Atualmente, observa-se que o mercado de locação está aquecido, tanto por crescimento histórico, quanto pelo fator pós-pandêmico. O setor do turismo está bem otimista e oportunidades de novas profissões estão surgindo. A quantidade de *hosts* profissionais cresce e junto uma procura por produtos que facilitem o escalonamento de seus serviços. Desta maneira, busca-se através deste trabalho entender a necessidade deste produto através da demanda do mercado atual.

### 3 ESTRATÉGIA DE PESQUISA

Para alcançar o objetivo do trabalho, optou-se por realizar entrevistas online com *hosts*, profissionais ou não profissionais, a fim de verificar a necessidade de um serviço de gestão que auxilie no controle dos imóveis do Airbnb através da verificação das demandas do mercado.

Os entrevistados foram escolhidos através da plataforma do Airbnb usando como critério a disponibilidade de tempo e a disposição do *host* para participar da entrevista. O número mínimo foi de cinco entrevistas com *hosts* profissionais, não excluindo a possibilidade de se realizar entrevistas com *hosts* que não possuem a gestão de imóveis no Airbnb como sua atividade principal. A partir deste número de entrevistas foi possível analisar as características da demanda do mercado sob o ponto de vista dos entrevistados.

O método da entrevista tende a ser mais amplo na obtenção de dados quando comparado a aplicação de um questionário. Uma entrevista pode seguir rumos diferentes conforme o caminho seguido na conversa com o entrevistado.

A fim de auxiliar na realização das entrevistas e para que todos os conteúdos necessários fossem abordados, foi utilizado um roteiro direcionador contendo assuntos importantes. O roteiro encontra-se no Apêndice A deste trabalho.

Para Bardin (2011), o roteiro de uma entrevista é um instrumento de inferência utilizado para verificar os efeitos que as perguntas ou mensagens provocam. A interpretação dos conteúdos por meio da indução permite buscar significados verídicos que se encontram omitidos nas respostas.

Foi realizada uma entrevista piloto com a finalidade de testar a eficiência do roteiro. Os resultados desta entrevista encontram-se no item 3.2 deste capítulo. O roteiro respondido desta entrevista encontra-se no Apêndice B deste trabalho.

Para se obter uma melhor compreensão e análise da entrevista, os dados coletados foram convertidos em tabelas.

#### 3.1 Montagem do roteiro da entrevista

O roteiro da entrevista foi montado com o objetivo de abranger 5 tópicos principais:

1. Informações pessoais e empresariais;

2. Conhecimento e utilização das ferramentas e plataformas de gestão de imóveis;
3. Percepção sobre a performance dos softwares e o suprimento das necessidades da empresa;
4. Valor percebido por cada funcionalidade das plataformas e o preço despendido mensalmente com tais softwares;
5. Percepções sobre o futuro.

A partir destes tópicos, foram desenvolvidas perguntas a fim de coletar os dados necessários para uma posterior comparação e análise das respostas.

### **3.2 Resultados preliminares da entrevista piloto**

Na entrevista piloto percebeu-se que as respostas faziam um *looping* entre as perguntas anteriores e posteriores da primeira parte do roteiro gerando informações repetitivas (dados da atuação do entrevistado como um *host* e dos imóveis que gerencia). Portanto, fez-se necessário alterar a ordem das perguntas.

Ainda com as observações obtidas na entrevista piloto, para conferir uma maior fluidez e continuidade nos assuntos da entrevista, as perguntas foram reordenadas com o objetivo de agrupar os sub assuntos presentes no início do roteiro, sendo estes: apresentação do entrevistado, informações sobre a atividade de *host* e sua empresa, dados sobre os imóveis que gerencia, dados sobre os proprietários do imóvel. Por fim, a primeira parte foi fechada com uma pergunta aberta sobre os desafios da profissão servindo como ligação para iniciar as perguntas técnicas.

### **3.3 Abordagem dos entrevistados**

A abordagem dos entrevistados foi realizada por meio dos anúncios do Airbnb. Utilizando a ferramenta de pesquisa do site, foi feita uma busca por hospedagens em cidades turísticas brasileiras, como Curitiba, Florianópolis, São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Natal.

Por meio dos anúncios encontrados, foi possível acessar ao perfil de cada *host* e através desta página fazer uma breve análise do perfil dos anfitriões. Entrou-se em contato com aqueles que possuíam mais de 5 anúncios de imóveis no Airbnb convidando-os para participar de uma entrevista.

A abordagem de três das cinco empresas entrevistadas deu-se pelo modo descrito acima. Uma destas já pertencente ao grupo de conhecidos dos autores e a última foi abordada por meio de uma indicação de uma das entrevistadas.

### **3.4 Realização das entrevistas**

Antes da entrevista, foi solicitado aos entrevistados as devidas autorizações do uso de imagem e gravação durante todo o processo para futuras consultas dos autores do trabalho.

As entrevistas foram realizadas por meio de vídeo chamada. Primeiramente foi explicado o objetivo deste trabalho e solicitado para que o entrevistado se apresentasse. Nesta primeira conversa, muitas das perguntas presentes no roteiro já foram respondidas.

Depois, o roteiro foi seguido a fim de se obter todas as informações almejadas e as respostas foram transpassadas de forma literal para o roteiro. O roteiro respondido das entrevistas encontra-se no Apêndice B deste trabalho.

### **3.5 Análise das respostas**

A partir das respostas coletadas, foram criados quadros de perguntas e respostas para uma melhor visualização e análise. As perguntas que possuíam o tema similar foram unidas na mesma linha, assim como as respostas semelhantes nas colunas.

As perguntas foram divididas em dois quadros, um abordando o perfil das pessoas desta área de atuação e outro de caráter técnico contendo assuntos específicos da gestão de anúncios no Airbnb.

Foi adicionado ao quadro uma coluna contendo os assuntos correlatos abordados no capítulo 2, facilitando ao leitor a conexão entre os temas abordados neste trabalho e nas entrevistas realizadas.

Após a montagem, pôde-se examinar com maior clareza o cenário estudado para obter as conclusões.

## 4 RESULTADOS

No Quadro 1 encontram-se os perfis e características dos envolvidos (players) no negócio.

**Quadro 1 - Caracterização dos players**

Tema	Respostas	Assuntos correlatos abordados na Revisão Bibliográfica (Item referencial)
Perfil dos entrevistados	Homens com idade em torno de 29 anos. Todos possuíam como atividade principal a gestão de imóveis de temporada e trabalhavam no ramo a cerca de 4 anos.	A profissionalização dos anfitriões do Airbnb (Item 2.2.4).
Perfil das empresas de aluguel de imóveis de temporada	O perfil das empresas foi separado em dois grupos:  1) Empresas com cerca de 20 imóveis (Entrevistado 2 e 5);  2) Empresas que possuem entre 250 a 350 imóveis (Entrevistado 2, 3 e 4).	A profissionalização dos anfitriões do Airbnb (Item 2.2.4).
Atuação territorial das empresas de aluguel de imóveis de temporada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duas empresas com sede em Florianópolis atuando com foco no litoral catarinense (Entrevistado 1 e 4);</li> <li>• Uma empresa de São Paulo com foco na cidade de São Paulo (Entrevistado 5);</li> <li>• Uma empresa de Curitiba com atuação focada no sul do Brasil (Entrevistado 2);</li> <li>• Uma empresa de Natal com foco no Nordeste (Entrevistado 3).</li> </ul>	A profissionalização dos anfitriões do Airbnb (Item 2.2.4) e Crescimento do turismo nos últimos anos (Item 2.1.1).
Perfil dos proprietários	A maioria dos proprietários não mora na mesma cidade que tem o imóvel;  A maioria tem mais de 55 anos;  A maioria é empresário e/ou investidor;  Em termos gerais não há distinção entre os sexos.	

Fonte: Os autores (2022)

Como visto no item 2.2.4, “A profissionalização dos anfitriões do Airbnb”, a profissão de *host* é muito recente no Brasil. Observa-se que a média de idade destas empresas girou em torno de apenas 4 anos, com o início da atuação por volta de 2018.

É interessante analisar que após dois anos desempenhando essa função, o mundo foi atingido pela pandemia do COVID-19. a pandemia afetou drasticamente, chegando a quase anular as atividades deste setor nos primeiros meses de isolamento. Desta forma, pode-se concluir que a pandemia dificultou a expansão do mercado e o surgimento de novos *hosts*.

Outro ponto que merece destaque é a atuação territorial das empresas. Quatro entre as cinco empresas entrevistadas possuem sede em uma das 10 Unidades da Federação mais procuradas para viagens nacionais, como mostrado no item 2.1.1. “Crescimento do turismo nos últimos anos”.

Sobre o perfil dos proprietários, pode-se afirmar que a faixa etária se concentra em 55 ou mais anos, normalmente moram em cidades diferentes da localização do imóvel, muito devido ao fato que utilizam a locação com foco no investimento. Em relação ao gênero dos proprietários houve a conclusão que não há uma tendência desta categoria. A seguir é apresentado o quadro 2 com as respostas técnicas

**Quadro 2 - Respostas técnicas**

<b>Pergunta</b>	<b>Resposta Positiva</b>	<b>Resposta Negativa</b>	<b>Observações</b>	<b>Assuntos correlatos abordados na Revisão Bibliográfica</b>
Utiliza alguma plataforma que auxilia na gestão dos imóveis? Qual?	Entrevistado 1		Stays, Pipefy, Trello, Slack, Youngas e Sirena.	Aplicativos de Gestão de imóveis do mercado (Item 2.3.5).
	Entrevistado 2		Stays e Pricelabs.	
	Entrevistado 3		Stays, Pipefy, Jestor.com e Granaton.	
	Entrevistado 4		Avantio e Pricelabs.	
	Entrevistado 5		Stays e OwnerPro.	
Qual a importância deste serviço para o desempenho da sua empresa? Dentre as		Entrevistado 1	Desenvolve a própria plataforma.	Gestão de hotéis e pousadas (Item 2.3.2); Gestão de imóveis no Airbnb (Item 2.3.3); Dificuldades na gestão de imóveis no Airbnb (Item
	Entrevistado 2		Muito importante, facilita as tarefas e prestação de contas para clientes. Controle financeiro e pagamento de prestadores de serviço.	

funcionalidades oferecidas pela plataforma que utiliza, quais são as mais importantes, na sua opinião?	Entrevistado 3		Muito importante. Integração do Jestor.com, banco de dados, estatísticas e fluxo de atividade.	2.3.4).
	Entrevistado 4		Muito importante. <i>Channel manager</i> .	
	Entrevistado 5		Muito importante. <i>Channel manager</i> . Concentrar várias atividades em uma plataforma só.	
Na sua opinião, dentre os serviços oferecidos, algum pode ser aprimorado?	Entrevistado 1		Stays: Interface ruim, demora para atualizar (melhorias), feriado trabalha em horário reduzido. PriceLabs: erro na precificação por não categorizar os imóveis e a plataforma não ser brasileira.	Aplicativos de Gestão de imóveis do mercado (Item 2.3.5).
	Entrevistado 2		Stays: Interface ruim. PriceLabs: erro na dashboard e dificuldade de comunicação.	
	Entrevistado 3		Granaton: pode ser melhorado.	
	Entrevistado 4		Avantio: Criação de anúncio.	
	Entrevistado 5		Stays: interface ruim.	
Há alguma ferramenta de gestão que você gostaria de incluir nesta plataforma?	Entrevistado 1		Possibilidade de dividir os imóveis para franqueado; sem conciliação para extratos bancários.	Dificuldades na gestão de imóveis no Airbnb (Item 2.3.4).
	Entrevistado 2		Atendimento para o B2C, parceria para serviços terceirizados, integração com WhatsApp ou Telegram, vínculo com plataforma de pagamento para geração de boleto e notas fiscais.	
	Entrevistado 3		Não, já utilizo diversos aplicativos paralelos que suprem todas as minhas necessidades.	
	Entrevistado 4		Integrar sistemas financeiros e integrar as plataformas.	
		Entrevistado 5		
Qual o valor pago para a utilização da plataforma?	Entrevistado 1		Stays: por anúncio 23,52 reais.	Aplicativos de gestão de imóveis no mercado (Item 2.3.5).
		Entrevistado 2	Stays: 30 ou 35 reais por anúncio.	



Você considera caro o valor pago para a utilização desta plataforma?	Entrevistado 3		Stays: 22,80 reais por anúncio. Jestor.com: 3.000 reais por mês.	
		Entrevistado 4	Avantio: 4 dólares por anúncio. PriceLabs: 4 dólares por anúncio.	
	Entrevistado 5		Stays: 75 reais por imóveis.	
Você acredita que conseguiria gerenciar o seu negócio, com as mesmas ferramentas que possui hoje, se triplicar o número de imóveis que você administra?		Entrevistado 1	Não, desenvolverá as próprias plataformas para não depender de nenhuma plataforma.	Dificuldades na gestão de imóveis no Airbnb (Item 2.3.4).
	Entrevistado 2		Sim, mas precisaria de mais funcionários.	
	Entrevistado 3		Sim, acredita que consegue manter o padrão com as ferramentas atuais.	
	Entrevistado 4		Sim, mas teriam problema de integração e processos internos.	
		Entrevistado 5	Não, precisaria de um serviço jurídico, um auxílio em Business Intelligence e outros.	

Fonte: Os autores (2022)

A otimização das tarefas auxilia para uma maior eficiência na rotina dos *hosts*. Dentre as plataformas informadas pelos entrevistados com foco na facilitação dos processos, encontram-se: o Pipefy e o Trello para a gestão de tarefas, o PriceLabs para a precificação de imóveis, o Sirena para a comunicação com os hóspedes, o Granaton e o OwnerPro para a gestão financeira, o Jestor.com para indicadores de anúncios, o Youngas para gestão de franquias e o Slack para comunicação interna.

faz-se necessário o uso de uma plataforma que integre todas as gestões com as plataformas de hospedagens, o *Channel Manager System*. Para isto, os entrevistados utilizam a plataforma da Avantio e da Stays, sendo esta última utilizada por 4 entre os 5 *hosts*.

Vale ressaltar que apesar da popularidade da Stays no mercado brasileiro, o software não foi mencionado como uma das principais plataformas em termos de gestão de imóveis do Airbnb no item 2.3.5 “Aplicativos de gestão de imóveis no mercado” por não estar presente no ranking dos softwares mais utilizados internacionalmente. O domínio desta plataforma no Brasil é justamente por ser a única empresa nacional encontrada nesta pesquisa, oferecendo um suporte em português e cobrando de seus usuários um preço em reais. Como o trabalho tem foco qualitativo,

não foi possível obter as informações do mercado como um todo, possibilitando a existência de outras plataformas brasileiras que não foram mencionadas nas respostas.

Ao serem questionados sobre a importância das ferramentas oferecidas pelas plataformas ao serviço desempenhado pelas empresas, quatro entre os cinco entrevistados apontaram como “muito importante” e metade destes colocaram o CMS como a funcionalidade mais importante. Nas respostas também apareceram a funcionalidade de gestão financeira, de anúncios, de tarefas e indicadores.

Apesar da importância reconhecida pelos entrevistados, todos apontam erros ou possíveis melhorias nas plataformas, a fim de melhorar performance, facilidade, praticidade ou integração. A interface da Stays foi criticada por 3 hosts. Já na plataforma de preço Price Labs dois entrevistados reportaram erros no atendimento, sendo um no funcionamento da precificação e o outro nos dados e *dashboards* relatados pela plataforma. Outro software que apresentou problemas em seu uso foi o Granaton, que se mostrou difícil de utilizar, por fim a Avantio, o qual apresentou problemas na criação de anúncios.

Abordando a questão monetária das ferramentas com os *hosts*, encontrou-se uma grande abertura e transparência nos entrevistados ao abordar os valores reais. Apesar dos 5 entrevistados acreditarem que os valores são altos, apenas 3 afirmaram que pagam a mais do que a ferramenta fornece. O Entrevistado 2 e o Entrevistado 4 acreditam que embora alto o valor é justo, já que há uma dependência desta ferramenta para gerenciar a empresa. Outro fator interessante de se notar é o preço elevado cobrado pelas plataformas em caso de poucos imóveis, visto que quanto mais imóveis gerenciados dentro da plataforma, menor o valor cobrado por imóvel.

Na análise das respostas técnicas fica evidente a importância das plataformas que auxiliam o desempenho das funções dos *hosts*. Entretanto, o amplo número de plataformas utilizadas pelas empresas demonstra que no mercado ainda não há um software eficiente capaz de centralizar e atender a todas as necessidades destes profissionais. Vale destacar também que a maioria destes softwares não foram planejados exclusivamente para o fluxo de trabalho da gestão de imóveis no Airbnb, contribuindo, assim, para a necessidade destes profissionais utilizarem diversas ferramentas para suprir essa lacuna no mercado.

Além da quantidade de plataformas para suprir a demanda dos serviços, as mesmas proporcionam aos usuários experiências abaixo do desejado, seja na

funcionalidade, interface, serviço de atendimento entre outros problemas relatados. Mesmo com o menor nível de serviço, os *hosts* acabam por escolher as mesmas, como por exemplo a Stays. Questionando este fato, observou-se que a escolha das plataformas é altamente relacionada com o país sede.

Somando os resultados encontrados à expansão do setor do turismo atrelado às tecnologias e ao cenário pós pandêmico, pode-se concluir que a probabilidade de existir uma necessidade dos *hosts* profissionais por uma plataforma de gestão para o controle gerencial de hospedagens do Airbnb é alta.

## 5 CONCLUSÃO

Em relação às plataformas mais utilizadas pelos *hosts*, nos softwares com foco na facilitação dos processos usados encontram-se: o Pipefy e o Trello para a gestão de tarefas, o PriceLabs para a precificação de imóveis, o Sirena para a comunicação com os hóspedes, o Granaton e o OwnerPro para a gestão financeira, o Jestor.com para indicadores de anúncios, o Youngas para gestão de franquias e o Slack para comunicação interna.

Os entrevistados utilizam a plataforma da Avantio e da Stays atuando como Channel Manager System, sendo esta última utilizada por 4 entre os 5 *hosts*. Um possível motivo para a Stays possuir uma grande relevância no Brasil é justamente por ser a única empresa nacional encontrada nesta pesquisa, oferecendo um suporte em português e cobrando de seus usuários um preço em reais.

No que diz respeito ao preço das funcionalidades das plataformas, concluiu-se que, apesar de a maioria dos entrevistados reconhecerem a importância das ferramentas ao seu serviço (com destaque ao CMS), todos apontam erros ou possíveis melhorias nas plataformas. A interface da Stays foi criticada por 3 dos *hosts* entrevistados. Já na plataforma de preço Price Labs dois entrevistados reportaram erros no atendimento, sendo um destes no funcionamento da precificação e o outro nos dados e *dashboards* relatados pela plataforma. Outro software que apresentou problemas em seu uso foi o Granaton, que se mostrou difícil de utilizar, e por fim a Avantio, a qual apresentou problemas na criação de anúncios.

Quanto à compreensão do preço que o mercado se dispõe a investir, concluiu-se que embora os 5 entrevistados acreditem que os valores cobrados pelas plataformas sejam altos, apenas 3 afirmaram que o preço é alto a partir do retorno que a ferramenta oferece. O Entrevistado 2 e o Entrevistado 4 acreditam que, embora alto, o valor é justo, visto que há uma dependência desta ferramenta para gerenciar a empresa.

Em relação à difusão das plataformas de gestão de imóveis no Airbnb, concluiu-se que o amplo número de softwares utilizados pelas empresas mostra que o mercado busca tais tecnologias apesar de ainda não haver uma ferramenta eficiente capaz de centralizar e atender a todas as necessidades destes profissionais. Vale destacar também que a maioria destes softwares não foram planejados exclusivamente para o

fluxo de trabalho da gestão de imóveis no Airbnb, contribuindo, assim, para a necessidade destes profissionais utilizarem diversas ferramentas para suprir essa lacuna no mercado.

Quanto ao entendimento das necessidades do anfitrião, concluiu-se que as plataformas proporcionam aos usuários experiências com níveis abaixo do desejado, seja na funcionalidade, interface, serviço de atendimento entre outros problemas relatados. Mesmo com a baixa qualidade do serviço de entrega, os hosts acabam por escolher as mesmas plataformas, como por exemplo a Stays. Questionando este fato, observou-se que a escolha das plataformas é altamente relacionada com o país sede.

Baseado na verificação das demandas do mercado, foi analisada a necessidade de plataformas de gestão para o controle gerencial de hospedagens do Airbnb e concluiu-se que há carência na oferta de tais softwares.

Sugere-se para futuros trabalhos, estudos de viés quantitativo, a fim de avaliar, não só qualitativamente *hosts* com muitos imóveis, mas também *hosts* com menores quantidades de anúncios no Airbnb, a fim de trazer a necessidade de profissionais menos consolidados, verificar e analisar outras plataformas do mercado e quantificar o potencial do mercado. Como mais uma solução de trabalhos futuros, indicamos a coleta de informações similares ao realizado neste trabalho, com base em entrevistas e qualidade das respostas, porém focando em outros estados brasileiros para entender o comportamento e o perfil dos *hosts* profissionais de outras regiões

Com os resultados aqui apresentados entendeu-se que existe demanda para um trabalho futuro sobre a análise de viabilidade econômica da abertura de empresas voltadas ao setor de tecnologia a fim de suprir a demanda do mercado.

## REFERÊNCIAS

AIRBNB, Aluguéis por temporada, cabanas, casas de praia, acomodações e experiências únicas. 2021. Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/>

APPELO, APPELO. Management 3.0: Leadgin Agile Developers Developing Agile Leaders, 2010. Acesso em 06 out. 2021

ASKSUITE. 5 sistemas hoteleiros para organizar seu hotel ou pousada. 18 abril. 2019. Disponível em: <https://asksuite.com/br/blog/sistemas-hoteleiros>. Acesso em: 06 out. 2021

BAGATINI, V.O. Os atributos que determinam a escolha de um meio de hospedagem através do site de reservas do Airbnb. Dissertação (Graduação Profissional em Administração de Empresas) - UFRS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2018.

BARDIN, L. (2011). Análise de conteúdo. São Paulo: Edição: 70. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v6n2/v6n2a03.pdf>. Acesso em: 04 dez. 2021.

BEYOND, Build Your Dream on Our Platform. 2021 Disponível em: <https://www.beyondpricing.com/> Acesso em: 06 out. 2021.

BRASIL. Ministério de Turismo. Boletim de Turismo Doméstico Brasileiro, 2019. [http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda\\_tur%C3%ADstica-nacional.html](http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda_tur%C3%ADstica-nacional.html). Acesso em: 7 out. 2021.

BRASIL. Ministério de Turismo. Relatório de Impacto da Pandemia de COVID-19 nos setores de turismo e cultura no Brasil, 2020. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/boletins.html>. Acesso em: 7 out. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. Anuário Estatístico de Turismo 2020: - Ano Base 2019, 2020. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>. Acesso em: 06 out. 2021

CONDÉ NAST TRAVELER, Editors. The Best Hotels in the World: 2021 Readers' Choice Awards, 05 out 2021. Disponível em: <https://www.cntraveler.com/gallery/the-best-hotels-in-the-world> . Acesso em: 20 mai. 2022.

DEMING, WILLIAM. Qualidade: A Revolução da Administração, 1990. Dicio, dicionário 2021 <https://www.dicio.com.br>

GESTÃO In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2022. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/gestao/#:~:text=Significado%20de%20Gestão,atual%20culpa%20a%20gestão%20anterior>. Acesso em: 06 out. 2021.

EBIOGRAFIA. FAYOL. Disponível em: [https://www.ebiografia.com/jules\\_henri\\_fayol/#:~:text=Fayol%20definiu%2014%20princípios%20gerais,dos%20Interesses%20Individuais%20aos%20da](https://www.ebiografia.com/jules_henri_fayol/#:~:text=Fayol%20definiu%2014%20princípios%20gerais,dos%20Interesses%20Individuais%20aos%20da) Acesso em: 04 dez. 2021.

FAYOL, H. Administração industrial e geral 10. ed. São Paulo: Atlas, 1990

FGV (Fundação Getúlio Vargas). 1ª Edição: Impacto Econômico do COVID-19: Propostas para o Turismo Brasileiro, 2020.

FREIRE E ALDRIGUI. Como voltaremos a viajar? Veja os resultados da nossa pesquisa. 5 out. 2020. Disponível em: <https://www.viajenaviagem.com/como-brasileiros-voltarao-viajar-pandemia/>. Acesso em: 7 out. 2021.

G2 COMPANY. Onde você busca Software. 2021. Disponível em: <https://www.g2.com/>. Acesso em: 07 out. 2021

GUINNESS BOOK. 2016. E-book: Estante-virtual. Acesso em: 06 out 2021

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <https://g1.globo.com/turismo-e-viagem/noticia/2021/02/11/setor-de-turismo-despenca-367percent-em-2020-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 7 out. 2021.

HADDARA, Moutaz et al. The Readiness of ERP Systems for the Factory of the Future. Procedia Computer Science Disponível em: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915027337>. Acesso em: 07 out. 2021

OLIVEIRA, M. M. Agente de viagens ou internet: o que interfere na escolha dos clientes? Dissertação (Mestrado Profissional em Administração de Empresas) - FGV - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2012.

OWNER REZ, 2021 Disponível: <https://www.ownerreservations.com/>. Acesso em: 06 out. 2021

Nowak, B., Allen, T., Rollo, J., Lewis, V., He, L., Chen, A., ... & Young, E. (2015). Global insight: Who will Airbnb hurt more - hotels or OTAs? Morgan Stanley. Research. Disponível em: <https://docplayer.net/28102842-Global-insight-whowill-airbnb-hurt-more-hotels-or-otas.html>. Acesso em: 26 jun. 2022

SITEMINDER. What is a CRS (central reservation system)?. Disponível em: <https://www.siteminder.com/crs-central-reservation-system-definition/>. Acesso em: 06 out. 2021

SYNCBNB, Synchronize your BnB bookings and rates across multiple channels. 2021 Disponível em: <https://www.syncbnb.com/>. Acesso em: 06 out. 2021

TAYLOR, Frederick. Princípios de Administração Científica: 1911. Acesso em: 06 out 2021

TRAVEL DAILY MEDIA. Expert insights on implementing Property Management Systems (PMS). 9 mai. 2019. Disponível em: <https://www.traveldailymedia.com/implementing-property-management-systems/>. Acesso em: 06 out. 2021

TRAVEL DAILY MEDIA. Hotel channel managers: Key providers and how to choose one. 30 dez. 2018. Disponível em: <https://www.traveldailymedia.com/hotel-channel-managers>. 06 out. 2021

WTTC (World Travel & Tourism Council). BENCHMARKING RESEARCH TRENDS 2019. Disponível em:

<https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/Benchmarking%20Trends%20Report%202019.pdf?ver=2021-02-25-182807-540>. Acesso em: 9 out. 2021.

WTTC (World Travel & Tourism Council). Economic Impact Reports. 2 jul. 2020.

Disponível em: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>. Acesso em: 7 out. 2021.



## APÊNDICE A - Roteiro da entrevista

### ROTEIRO DE ENTREVISTA

1- Dados da atuação do entrevistado como um host e dos imóveis que gerencia:

Nome:

Idade:

É a sua atividade principal? Se sim, possui uma empresa neste ramo?

Há quanto tempo atua no mercado?

Trabalha sozinho ou tem alguém que o ajuda?

Quantos imóveis gerencia no Airbnb?

Os imóveis estão anunciados em quais plataformas além do Airbnb?

Os imóveis estão alocados em uma mesma região?

Os proprietários geralmente moram na mesma cidade dos seus imóveis?

Qual a idade aproximada dos proprietários?

Qual porcentagem é cobrado do proprietário por locação? Ou como é feita essa cobrança?

Quais são os problemas/desafios mais recorrentes encontrados por você na gestão de imóveis pelo Airbnb?

2- Conhecimento e utilização de plataformas de gestão de imóveis, assim como a relevância para o desempenho de seu trabalho:

Você conhece as ferramentas de gestão de imóveis?

Utiliza alguma plataforma que auxilia na gestão dos imóveis? Qual?

Qual a importância deste serviço para o desempenho da sua empresa?

3- Performance da plataforma utilizada e o suprimento das demandas dos hosts:

Como você classifica o desempenho da plataforma?

As funcionalidades da plataforma suprem todas as suas demandas?

Na sua opinião, dentre os serviços oferecidos, algum pode ser aprimorado?

Há alguma ferramenta de gestão que você gostaria de incluir nesta plataforma?

4- Valor percebido de cada funcionalidade e o custo que estaria disposto a pagar pelo software que utilizam hoje:

Dentre as funcionalidades oferecidas pela plataforma que utiliza, quais são as mais importantes, na sua opinião?

Qual o valor pago para a utilização da plataforma? Você considera caro o valor pago para a utilização desta plataforma?

5- Percepções sobre o futuro:

Você tem interesse em se aprimorar na área da gestão de imóveis?

Você acredita que conseguiria gerenciar o seu negócio, com as mesmas ferramentas que possui hoje, se triplicar o número de imóveis que você administra?

Daqui 5 anos, como você vê a sua atuação como host do Airbnb?

Observações:

## APÊNDICE B - Respostas da entrevista

### RESPOSTAS DA ENTREVISTA

#### ENTREVISTA PILOTO

1- Dados da atuação do entrevistado como um host e dos imóveis que gerencia:

Nome: Fillipi Siqueira Floriano de Mattos.

Idade: 31.

É a sua atividade principal? Se sim, possui uma empresa neste ramo? Não.

Há quanto tempo atua no mercado? -.

Trabalha sozinho ou tem alguém que o ajuda? Uma pessoa de limpeza, uma pessoa para liberar a entrada.

Quantos imóveis gerencia no Airbnb? 10.

Os imóveis estão anunciados em quais plataformas além do Airbnb? Alguns sites, aplicativos que alugam quartos por curtos períodos. Utilizo outras plataformas como facebook e instagram.

Os imóveis estão alocados em uma mesma região? Sim, em Curitiba.

Os proprietários geralmente moram na mesma cidade dos seus imóveis? Não, o proprietário tem centenas de imóveis.

Qual a idade aproximada dos proprietários? 30.

Qual porcentagem é cobrado do proprietário por locação? Ou como é feita essa cobrança? 10%.

Quais são os problemas/desafios mais recorrentes encontrados por você na gestão de imóveis pelo Airbnb? -.

2- Conhecimento e utilização de plataformas de gestão de imóveis, assim como a relevância para o desempenho de seu trabalho:

Você conhece as ferramentas de gestão de imóveis? Você conhece as ferramentas de gestão de imóveis? Não.

Utiliza alguma plataforma que auxilia na gestão dos imóveis? Qual? Para a gestão financeira controlo por Excel. Utilizo o Whatsapp para contato dos staffs.

Qual a importância deste serviço para o desempenho da sua empresa? É muito importante para organização.

3- Performance da plataforma utilizada e o suprimento das demandas dos hosts:

Como você classifica o desempenho da plataforma? Bom.

As funcionalidades da plataforma suprem todas as suas demandas? Sim.

Na sua opinião, dentre os serviços oferecidos, algum pode ser aprimorado? Sim, possuir um chatbot no WhatsApp, disponibilização de links para uso do BI, integração do API do Airbnb para automatizar precificação, reservas feitas através do WhatsApp. Há alguma ferramenta de gestão que você gostaria de incluir nesta plataforma? Sim, o BI.

4- Valor percebido de cada funcionalidade e o custo que estaria disposto a pagar pelo software que utilizam hoje:

Dentre as funcionalidades oferecidas pela plataforma que utiliza, quais são as mais importantes, na sua opinião? Vejo valor na simplicidade de uso e na gratuidade do produto.

Qual o valor pago para a utilização da plataforma? Você considera caro o valor pago para a utilização desta plataforma? O Excel é usado sem nenhum custo.

5- Percepções sobre o futuro:

Você tem interesse em se aprimorar na área da gestão de imóveis? Sim, até os 35 anos quero ter 150 imóveis e ter minha renda vinda deste modelo de negócio.

Você acredita que conseguiria gerenciar o seu negócio, com as mesmas ferramentas que possui hoje, se triplicar o número de imóveis que você administra? Não, não é escalonável. Somente com o aumento da equipe.

Daqui 5 anos, como você vê a sua atuação como host do Airbnb? Pela tendência da economia compartilhada, me vejo crescendo.

Observações: Possui um pensionato para estudantes.

## ENTREVISTA 1

1- Dados da atuação do entrevistado como um host e dos imóveis que gerencia:

Idade: 28.

É a sua atividade principal?

Se sim, possui uma empresa neste ramo? Sim e sim (Seazone).

Há quanto tempo atua no mercado? 3 anos.

Trabalha sozinho ou tem alguém que o ajuda?

Somos 6 sócios e 15 franqueados.

Quantos imóveis gerencia no Airbnb?

340 mais ou menos em 10 cidades, sendo que destes 315 estão ativos e temos em torno de 400 imóveis na carteira.

Os imóveis estão anunciados em quais plataformas além do Airbnb?

Airbnb, booking e site próprio.

Os imóveis estão alocados em uma mesma região?

Não, estão localizados em Florianópolis, Itapema, Balneário Camboriú, Búzios, Bombinhas, Gramado, entre outros. Em cada cidade tem pelo menos um anfitrião. Cada franqueado cuida de uma região.

Os proprietários geralmente moram na mesma cidade dos seus imóveis?

A maioria mora. Antes o imóvel era a segunda casa dele, hoje é um investimento.

Qual a idade aproximada dos proprietários?

Não é jovem, normalmente senhores que têm dificuldade com tecnologia. Faixa de mais de 55 anos, homens em sua maioria e com um poder aquisitivo alto, empresários, médicos, advogados.

Qual porcentagem é cobrado do proprietário por locação? Ou como é feita essa cobrança?

Temos uma precificação dinâmica somada à taxa de limpeza. Da diária cobramos de 20 a 25% do proprietário mais 100% da taxa de limpeza. Fazemos a conta inversa, primeiro sei o quanto quero ganhar, depois adicionamos os 15% do Airbnb.

Quais são os problemas/desafios mais recorrentes encontrados por você na gestão de imóveis pelo Airbnb?

A operação. Antes de termos o método da franquia, nossa atuação era restringida em um território. Tínhamos medo de perder qualidade fazendo franquia, mas isso não aconteceu devido a medição dos indicadores e porque o franqueado é o dono do negócio também. Mesmo assim, a operação tem muitas variáveis que não dependem

do franqueado, como a qualidade do imóvel e a limpeza. A operação depende apenas das pessoas, por isso é um desafio o alinhamento das pessoas.

2- Conhecimento e utilização de plataformas de gestão de imóveis, assim como a relevância para o desempenho de seu trabalho:

Você conhece as ferramentas de gestão de imóveis?

Sim.

Utiliza alguma plataforma que auxilia na gestão dos imóveis? Qual?

Usamos o Stays como channel manager. Possuímos um PMS próprio. Usamos Google Sheets, Google forms e Google Script. O Pipefy para fazer a implantação do imóvel. Trello. Slack. Youngas para a comunicação de franquias. Temos um serviço para o atendimento ao hóspede com um telefone para 8 atendentes, utilizamos o Sirena para isso.

Qual a importância deste serviço para o desempenho da sua empresa?

Antes me via muito dependente, hoje após desenvolver as minhas próprias ferramentas consigo moldar o processo de acordo com minhas necessidades. A única dependência é a do Airbnb.

3- Performance da plataforma utilizada e o suprimento das demandas dos hosts:

Como você classifica o desempenho da plataforma?

Elas atendiam quando tínhamos poucos imóveis, em escala não atendem bem.

As funcionalidades da plataforma suprem todas as suas demandas?

Não.

Na sua opinião, dentre os serviços oferecidos, algum pode ser aprimorado?

Sim, a Stays possui uma interface não é muito boa. A empresa demora para atualizar, não atualiza de acordo com a minha demanda. Em feriados trabalham em um horário reduzido, isso é ruim visto que nos feriados é quando temos a maior demanda. A parte financeira é muito complexa e não dá o resultado certo. Na parte de precificação há uma dificuldade por conta dos softwares não serem brasileiros e o sistema não possuir uma classificação dos imóveis e, assim, não precificar corretamente.

Há alguma ferramenta de gestão que você gostaria de incluir nesta plataforma?

Sim, a Stays não tem a possibilidade de dividir imóveis para franqueados. Não tem conciliação com os extratos bancários.

4- Valor percebido de cada funcionalidade e o custo que estaria disposto a pagar pelo software que utilizam hoje:

Dentre as funcionalidades oferecidas pela plataforma que utiliza, quais são as mais importantes, na sua opinião?

O channel manager (Stays), é muito difícil ter acesso ao API interno do Airbnb.

Qual o valor pago para a utilização da plataforma? Você considera caro o valor pago para a utilização desta plataforma?

A Stays varia por imóveis, pagamos em torno de 7 a 8 mil por mês. Equivale a 90% do custo. É muito caro pelas ferramentas que eles oferecem para a gestão, mas é barato pela API que ele fornece e conseguimos acoplar ao nosso sistema.

5- Percepções sobre o futuro:

Você tem interesse em se aprimorar na área da gestão de imóveis?

Sim, tenho foco total na operação, melhorar o check in, melhorar a estrutura financeira, ter uma estrutura onde franqueados e proprietários ganham dinheiro.

Você acredita que conseguiria gerenciar o seu negócio, com as mesmas ferramentas que possui hoje, se triplicar o número de imóveis que você administra?

Não. Estamos desenvolvendo plataformas para aumentar de tamanho. Estamos atrás de investimento para crescer. Sem investimento conseguiremos crescer em até 700 imóveis, com investimento 1000 imóveis. No ano que vem queremos ter 3000 imóveis. Não queremos ter dependência de nenhuma plataforma, por isso estamos desenvolvendo as próprias.

Daqui 5 anos, como você vê a sua atuação como host do Airbnb?

Sendo a maior administradora de imóveis da América Latina, já temos as localizações que queremos atuar. Em 5 anos queremos “ultra escalar” todos os processos. Queremos ter uma plataforma para tudo, gerir mini processos e escalar essas atividades dentro de uma plataforma.

Observações: Alguns sócios são engenheiros de controle de automação, por isso a empresa possui um viés voltado para a criação dos próprios softwares. A empresa possui uma vertente voltada para a construção de imóveis para aluguel de temporada.

## ENTREVISTA 2

1- Dados da atuação do entrevistado como um host e dos imóveis que gerencia:

Idade: 28.

É a sua atividade principal?

Se sim, possui uma empresa neste ramo? Sim e sim, a Super Vou.

Há quanto tempo atua no mercado?

O primeiro sócio começou há 5 anos e eu comecei a atuar há 1 ano e meio.

Trabalha sozinho ou tem alguém que o ajuda?

Somos dois sócios.

Quantos imóveis gerencia no Airbnb?

25.

Os imóveis estão anunciados em quais plataformas além do Airbnb?

Estão anunciados somente no Airbnb.

Os imóveis estão alocados em uma mesma região?

Não, temos imóveis em Bombinhas, Itapema, Guaratuba, Matinhos, Pontal, Curitiba, Fazenda Rio Grande, São José dos Pinhais e Fortaleza.

Os proprietários geralmente moram na mesma cidade dos seus imóveis?

Poucos moram no mesmo local.

Qual a idade aproximada dos proprietários?

Perto de 60 anos. Normalmente atendemos um casal. Empreendedores, normalmente são donos de negócios.

Qual porcentagem é cobrada do proprietário por locação? Ou como é feita essa cobrança?

20% fora os 15% do Airbnb. Os 20% não contam os gastos de operação como a limpeza, por exemplo.

Quais são os problemas/desafios mais recorrentes encontrados por você na gestão de imóveis pelo Airbnb?

As plataformas não parecem ter sido desenhadas para esse modelo de negócio, parecem apenas ter migrado do ramo de hotelaria. Falta dinamismo nas plataformas. Problemas em encontrar uma plataforma que seja de fácil utilização para toda equipe de staffs. Não há um meio para a equipe de limpeza comprovar que realizou o serviço, por exemplo.

2- Conhecimento e utilização de plataformas de gestão de imóveis, assim como a relevância para o desempenho de seu trabalho:

Você conhece as ferramentas de gestão de imóveis?



Sim, porém conheci através da prática.

Utiliza alguma plataforma que auxilia na gestão dos imóveis? Qual?

Sim, a Stays para gestão (a Stays possui ferramentas que auxiliam nas reservas, calendário, bloqueios automáticos de reservas, contabilidade, financeiro) e PriceLabs para a precificação do imóvel.

Qual a importância deste serviço para o desempenho da sua empresa?

Muito importante, facilitação das tarefas e prestação de contas para os clientes.

3- Performance da plataforma utilizada e o suprimento das demandas dos hosts:

Como você classifica o desempenho da plataforma?

Médio a alto.

As funcionalidades da plataforma suprem todas as suas demandas?

Não, atende cerca de 70% a 80%, é muito engessado.

Na sua opinião, dentre os serviços oferecidos, algum pode ser aprimorado?

Sim, o sistema é muito confuso para deixar as atividades automáticas, tanto para nós quanto para os staffs, por isso acabamos fazendo algumas manualmente. As dashboards do PriceLabs apresentam erros. Dificuldade em falar com a equipe de suporte da PriceLabs.

Há alguma ferramenta de gestão que você gostaria de incluir nesta plataforma?

Sim, serviço de atendimento para o B2C, parceria para indicação de serviços terceirizados, como o de limpeza, integração com plataformas como WhatsApp ou Telegram, disparo de alarmes para os prestadores de serviços, vínculo com plataformas de pagamento para geração de boletos e notas fiscais.

4- Valor percebido de cada funcionalidade e o custo que estaria disposto a pagar pelo software que utilizam hoje:

Dentre as funcionalidades oferecidas pela plataforma que utiliza, quais são as mais importantes, na sua opinião?

Controle financeiro, pagamento de prestadores de serviços.

Qual o valor pago para a utilização da plataforma?

Stays - Fazendo um cálculo grosseiro, atualmente pagamos de 30 a 35 reais por anúncio. Se eu não me engano é 500 reais fixo + 10 ou 20 por anúncio, sendo que quanto mais anúncios, mais barato. Eles possuem também a modalidade com base no faturamento, cobrando uma porcentagem em cima do faturamento, mas não compensa para nós. Price Labs - 10 dólares por anúncio ou 1 dólar por anúncio filho, ou seja, aqueles com uma estratégia de preço repicada.

Você considera caro o valor pago para a utilização desta plataforma?

É um valor justo.

#### 5- Percepções sobre o futuro:

Você tem interesse em se aprimorar na área da gestão de imóveis? Sim, prefiro estudar tópicos e assuntos que tenho interesse ao invés de fazer um curso.

Você acredita que conseguiria gerenciar o seu negócio, com as mesmas ferramentas que possui hoje, se triplicar o número de imóveis que você administra? Sim, mas iria precisar de mais funcionários.

Daqui 5 anos, como você vê a sua atuação como host do Airbnb? Vejo a empresa bem financeiramente, se tornando referência não só em acomodação, mas fazer o site da Super Vou ser uma referência em oferecimento de experiências. A projeção de 1 ano é chegar em 50 imóveis e mais 1 funcionário.

Observações: A empresa deixa de gerenciar o imóvel se o proprietário não tem a visão de investimento, se não reinveste.

### ENTREVISTA 3

1- Dados da atuação do entrevistado como um host e dos imóveis que gerencia:

Idade:34

É a sua atividade principal? Se sim, possui uma empresa neste ramo?

Sim e sim, a própria Aluguel de Anfitriões

Há quanto tempo atua no mercado?

Já estou neste mercado há 3 anos

Trabalha sozinho ou tem alguém que o ajuda?

Tenho 2 sócios que começaram comigo

Quantos imóveis gerencia no Airbnb?

Atualmente estamos com 250 imóveis

Os imóveis estão anunciados em quais plataformas além do Airbnb?

70% no airbnb, booking, virbo.

Os imóveis estão alocados em uma mesma região?

Em Santa Catarina estão localizados em Florianópolis, Itapema, Porto Belo, Balneário, Bombinhas

Os proprietários geralmente moram na mesma cidade dos seus imóveis?

Não tem um padrão muito específico.

Qual a idade aproximada dos proprietários?

40-60 anos, classe A, A+, normalmente mulheres.

Qual porcentagem é cobrado do proprietário por locação? Ou como é feito essa cobrança?

15% do airbnb, depois de retirado isso, retemos 20% do valor.

Quais são os problemas/desafios mais recorrentes encontrados por você na gestão de imóveis pelo Airbnb?

Conseguirmos escalar o negócio, ganhar volume, hoje é manter o serviço padronizado e qualidade de atendimento com pessoas diferentes.

2- Conhecimento e utilização de plataformas de gestão de imóveis, assim como a relevância para o desempenho de seu trabalho:

Você conhece as ferramentas de gestão de imóveis?

Sim, utilizamos algumas para nos auxiliar

Utiliza alguma plataforma que auxilia na gestão dos imóveis? Qual?

Channel Manager, Avantio, e para a precificação dinâmica (price labs).

Qual a importância deste serviço para o desempenho da sua empresa?  
Muito importante, tentamos usar planilha e não deu certo

3- Performance da plataforma utilizada e o suprimento das demandas dos hosts:

Como você classifica o desempenho da plataforma?  
Poderia melhorar em alguns pontos, o "Avantio" falta coisas como suporte, integração, demora a resolver os problemas.

As funcionalidades da plataforma suprem todas as suas demandas?  
Suprem, com poucos problemas

Na sua opinião, dentre os serviços oferecidos, algum pode ser aprimorado?  
Parte de criação de anúncios, distribuição para as plataformas. Diferentes tamanhos de fotos. Há alguma ferramenta de gestão que você gostaria de incluir nesta plataforma? Integrar os sistemas financeiros, "avantio", pipefy.

4- Valor percebido de cada funcionalidade e o custo que estaria disposto a pagar pelo software que utilizam hoje:

Dentre as funcionalidades oferecidas pela plataforma que utiliza, quais são as mais importantes, na sua opinião?  
Channel management. Sem ele, nossa operação não funcionaria

Qual o valor pago para a utilização da plataforma? Você considera caro o valor pago para a utilização desta plataforma?  
Avantio = 4 dol/propriedade  
Price Labs = Parecido com o Avantio

5- Percepções sobre o futuro:

Você tem interesse em se aprimorar na área da gestão de imóveis?  
Sim, quero me especializar, o ano fecha em março, em abril faz o planejamento para o próximo ano.

Você acredita que conseguiria gerenciar o seu negócio, com as mesmas ferramentas que possui hoje, se triplicar o número de imóveis que você administra?  
Sim, estudamos empresas maiores para verificar, o Avantio e o price labs iriam sem problemas, problema seria com a integração e processos internos.

Daqui 5 anos, como você vê a sua atuação como host do Airbnb?  
Daqui a 3 anos quer ser a maior gestão do Brasil em gestão de imóveis

Observações:

Temos já 15 afiliados. Meta é expandir para Santa Catarina e Brasil futuramente.  
3 clientes, os quais são: Afiliados, Proprietários e hospede

## ENTREVISTA 4

1- Dados da atuação do entrevistado como um host e dos imóveis que gerencia:

Idade: 33

É a sua atividade principal? Se sim, possui uma empresa neste ramo?

Sim, sim Carpe Diem.

Há quanto tempo atua no mercado?

Atuo desde 2018

Trabalha sozinho ou tem alguém que o ajuda?

Eu, mais 53. Tenho outros sócios investidores, 1 empresa e 1 anjo

Quantos imóveis gerencia no Airbnb?

350 atualmente

Os imóveis estão anunciados em quais plataformas além do Airbnb?

Airbnb e Booking mesmo.

Os imóveis estão alocados em uma mesma região?

Mais forte no Nordeste, mas com imóveis no Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco, Sergipe, Bahia, Rio e Minas.

Os proprietários geralmente moram na mesma cidade dos seus imóveis?

Varia muito de região para região. Tem um imóvel na cidade e uma na praia.

Qual a idade aproximada dos proprietários?

Não temos uma idade muito definida

Qual porcentagem é cobrado do proprietário por locação? Ou como é feito essa cobrança?

20% na média. Independente dos 15% do Airbnb. Temos imóveis que não precisamos fazer nada - portaria cuida de tudo, cobra menos. Se nos deslocamos pra fazer o check-in 25%. 30% para mimos como carta a mão, chocolate entre outros

Quais são os problemas/desafios mais recorrentes encontrados por você na gestão de imóveis pelo Airbnb?

turismo, baixa ocupação, aumento de preços dos combustíveis aumentou valor das passagens, perdemos gente pois grandes empresas começaram a contratar em home office.

2- Conhecimento e utilização de plataformas de gestão de imóveis, assim como a relevância para o desempenho de seu trabalho:

Você conhece as ferramentas de gestão de imóveis?

Sim

Utiliza alguma plataforma que auxilia na gestão dos imóveis? Qual?

Sim - PMS - Stays. Pipefy - gerenciar atividades. Power BI - análise de dados. Assinamos plataformas low code. Pegamos estagiários de engenharia de produção. JESTOR.COM. Programei para ver as estatísticas, operação, abrir chamado, fluxo de pagamento ligado no sistema financeiro dele. Granaton (financeiro) cada proprietário tem seu centro de custo, cada imóvel um centro de custo, cada um com seu relatório.

Qual a importância deste serviço para o desempenho da sua empresa?

Muito importante, principalmente a integração de bases

3- Performance da plataforma utilizada e o suprimento das demandas dos hosts:

Como você classifica o desempenho da plataforma?

Em geral ruim, abaixo do necessário

As funcionalidades da plataforma suprem todas as suas demandas?

Não

Na sua opinião, dentre os serviços oferecidos, algum pode ser aprimorado?

Diria que o principal seria o financeiro

Há alguma ferramenta de gestão que você gostaria de incluir nesta plataforma?

Não, porque já uso muita coisa em paralelo. Já uso muita coisa, Notion, Calendary, culture rocks, app para whatsapp, huggy, call we solucao de voz, jestor, culture rocks.

4- Valor percebido de cada funcionalidade e o custo que estaria disposto a pagar pelo software que utilizam hoje:

Dentre as funcionalidades oferecidas pela plataforma que utiliza, quais são as mais importantes, na sua opinião?

A integração JESTOR, banco de dados, estatísticas, fluxo de atividades, CRM.

Qual o valor pago para a utilização da plataforma?

huggy 1300, call 500, jestor 2k999 qultore 14k por ano, head 49,00. 8.000 na Stays

Você considera caro o valor pago para a utilização desta plataforma?

Tá caro porque ainda temos pouco imóvel e pouca reserva, mas não vai aumentar lá na frente.

5- Percepções sobre o futuro:

Você tem interesse em se aprimorar na área da gestão de imóveis?

Fiz cursos, como de corretor, gestão de inovação e especialização, tomada de decisão com análise de dados.

Você acredita que conseguiria gerenciar o seu negócio, com as mesmas ferramentas que possui hoje, se triplicar o número de imóveis que você administra?

Sim, acredito que consigamos manter o padrão com as ferramentas atuais

Daqui 5 anos, como você vê a sua atuação como host do Airbnb? Queremos estar gerenciando 6.000 imóveis

Observações:

## ENTREVISTA 5

1- Dados da atuação do entrevistado como um host e dos imóveis que gerencia:

Idade: 24

É a sua atividade principal? Se sim, possui uma empresa neste ramo?

Sim e sim, possui a Easy Rent

Há quanto tempo atua no mercado?

Atuo a quase 5 anos no mercado

Trabalha sozinho ou tem alguém que o ajuda?

Trabalhei sozinho por 3-4 anos, e comecei a contratar há 1 ano, atualmente gerencio aprox 15 pessoas

Quantos imóveis gerencia no Airbnb?

Gerencio atualmente 20 imóveis

Os imóveis estão anunciados em quais plataformas além do Airbnb?

Trabalho com a booking e Airbnb e cliente direto (instagram ou orgânico)

Os imóveis estão alocados em uma mesma região?

São Paulo maioria, Pirassununga e Ribeirão preto

Os proprietários geralmente moram na mesma cidade dos seus imóveis?

Não, é bem aleatório, temos em Brasília, Cuiabá, LA, Miami, São Paulo, etc

Qual a idade aproximada dos proprietários?

Bem relativo, tem gente de 30(1), 40(3), 60-70, etc. Possuem maior condição de comprar imóvel

Qual porcentagem é cobrado do proprietário por locação?

Ou como é feito essa cobrança? 20% do aluguel além da taxa do Airbnb

Quais são os problemas/desafios mais recorrentes encontrados por você na gestão de imóveis pelo Airbnb?

Acho que tenho como desafio principal:

1- Questão de faxina, profissional que entenda da faxina, da logística

2- Manutenção

3- Manter a nota alta para manter faturamento, ranquear, etc

4 - Hospede

2- Conhecimento e utilização de plataformas de gestão de imóveis, assim como a relevância para o desempenho de seu trabalho:

Você conhece as ferramentas de gestão de imóveis?

Sim

Utiliza alguma plataforma que auxilia na gestão dos imóveis? Qual?



Uso a Stays para o gerenciamento de vários imóveis. Custa muito alto, quero procurar concorrentes ou outros meios mais em conta, além dela para gestão financeira utilizo a Owner pro

Qual a importância deste serviço para o desempenho da sua empresa?  
Pra mim é uma ferramenta essencial para gestão de acima de 10 imóveis

3- Performance da plataforma utilizada e o suprimento das demandas dos hosts:

Como você classifica o desempenho da plataforma?  
Facilita muito nosso desempenho e operação, fica até mais tarde falando, atendimento ao cliente é muito bom

As funcionalidades da plataforma suprem todas as suas demandas?  
Supre as demandas sem dúvida nenhuma

Na sua opinião, dentre os serviços oferecidos, algum pode ser aprimorado?  
Interface "pobre", muito simples, é fácil de usar, mas não é muito atrativa.

Há alguma ferramenta de gestão que você gostaria de incluir nesta plataforma?  
Não, considero que sou bem servido com as ferramentas

4- Valor percebido de cada funcionalidade e o custo que estaria disposto a pagar pelo software que utilizam hoje:

Dentre as funcionalidades oferecidas pela plataforma que utiliza, quais são as mais importantes, na sua opinião?  
Problemas de overbooking, consigo concentrar grande parte do negócio.

Qual o valor pago para a utilização da plataforma?  
1,5% por reserva, resulta em cerca de 1500 por mês com 20 imóveis.

Você considera caro o valor pago para a utilização desta plataforma?  
É caro, porém sou dependente, o preço deveria ser um pouco melhor.

5- Percepções sobre o futuro:

Você tem interesse em se aprimorar na área da gestão de imóveis?  
Já fiz alguns cursos na área, me interessa.

Você acredita que conseguiria gerenciar o seu negócio, com as mesmas ferramentas que possui hoje, se triplicar o número de imóveis que você administra?  
Iria precisar de mais coisas, demanda jurídica, parte de BI, não sei exatamente o que iria precisar além disso, assim de cara.

Daqui 5 anos, como você vê a sua atuação como host do Airbnb?  
No mesmo negócio, quero voar.

Observações:

Morava em SP e comecei a pegar imóveis de pessoas conhecidas e a partir disso começou a evoluir

Atuo na reforma além da gestão dos imóveis