

# ANÁLISE DA OFERTA E DESEMPENHO DA PLATAFORMA AIRBNB EM FLORIANÓPOLIS EM 2018, 2019 E OS IMPACTOS INICIAIS DA PANDEMIA EM 2020

**ANALYSIS OF THE OFFER AND PERFORMANCE OF THE AIRBNB PLATFORM IN FLORIANÓPOLIS IN 2018, 2019 AND THE INITIAL IMPACTS OF THE PANDEMIC IN 2020**

DIOGO ANTUNES DE SOUZA RANGEL<sup>i</sup>  
TIAGO SAVI MONDO<sup>ii</sup>

## Palavras-chave

Turismo;  
Economia  
Compartilhada;  
Airbnb;  
Hotelaria;  
Covid-19.

## Resumo

Advinda das inovações tecnológicas e da difusão das ferramentas digitais, a economia compartilhada propiciou a formação de novos modelos de negócio que afetaram de maneira forte a forma em que produtores e consumidores interagem. A indústria do turismo é impactada por tal fenômeno através do avanço e popularidade das plataformas *peer-to-peer*, tal qual a Airbnb. Como resultado, percebe-se um aumento na oferta de inventário turístico em diversos destinos no mundo e, portanto, cria-se um alerta no setor hoteleiro quanto a potencial ameaça competitiva que representa. Este estudo objetiva analisar a oferta de propriedades na Airbnb na cidade de Florianópolis entre os anos de 2018 a 2019 bem como oferece uma análise comparativa da taxa ocupacional do setor hoteleiro e a plataforma. Através de dados extraídos da plataforma AirDNA.co o estudo revela um setor em expansão e alta performance até a descoberta da pandemia de Covid-19, cujo impacto foi brutal para o turismo global com consequente desaceleração econômica. Em Florianópolis percebeu-se um aumento considerável da oferta de residências de 2018 para 2019 e uma diminuição em 2020. Além disso, a diária média obteve um aumento nos anos pesquisados o que, mesmo com uma ocupação com tendência de queda, colocou o faturamento global deste segmento de oferta de alojamento mais alto em 2019 e 2020 quando comparados com 2018. Quando comparada a ocupação do AirBnb com a da Hotelaria durante a pandemia, também se viu o alojamento alternativo se saindo melhor que o tradicional.

ISSN

2594-8407

Revisado por  
pares

Submetido em  
05/01/2021  
Aprovado em  
14/04/2021



## Keywords

Tourism;  
Shared Economy;  
Airbnb;  
Hospitality;  
Covid-19.

## Abstract

*Coming from technological innovations and the diffusion of digital tools, the shared economy provided the formation of new business models that affected the way in which producers and consumers interact. The tourism industry is impacted by this phenomenon through the advancement and popularity of peer-to-peer platforms, such as Airbnb. As a result, there is an increase in the supply of tourism inventory in various destinations around the world and, therefore, an alert is created in the hotel sector regarding the potential competitive threat it represents. This study aims to analyze the offer of properties on Airbnb in the city of Florianópolis between the years 2018 to 2019 as well as offering a comparative analysis of the occupational rate of the hotel sector and the platform. Using data extracted from the AirDNA.co platform, the study reveals an expanding and high performing sector until the discovery of the Covid-19 pandemic, whose impact was brutal for global tourism with a consequent economic slowdown. In Florianópolis, there was a considerable increase in the offer of residences from 2018 to 2019 and a decrease in 2020. In addition, the average daily rate increased in the years surveyed, which, even with a declining occupation, placed the global bill of this segment of higher accommodation offer in 2019 and 2020 when compared to 2018. When comparing the occupation of AirBnb with that of Hotelaria during the pandemic, alternative accommodation was also seen to be doing better than traditional.*

## INTRODUÇÃO

As inovações digitais surgiram em tempos recentes e já são consideradas não apenas uma tendência tecnológica, mas também essenciais para a sobrevivência e evolução da humanidade enquanto atravessa o século XXI. Tal fenômeno foi consequência de uma migração natural do plano físico para o virtual, proveniente da tecnologia da informação (TI) e adaptação tecnológica. Tal mudança é vista em praticamente todos os setores econômicos e já é presente no cotidiano de milhões de usuários.

Consoante, a TI transformou drasticamente a indústria turística (Sheldon, 1997). Desde o desenvolvimento de Sistemas de Reservas Computadorizados (*Computer Reservation Systems* – CRSs) na década de 1960, a indústria do turismo sempre foi confrontada com o surgimento tecnológico que apresenta tanto desafios como oportunidades, de modo que continua a evoluir e impactar o modo como viajantes ganham acesso e se utilizam de informações referentes a viagens (Xiang, Choe e Fesenmaier, 2014).

O desafio atual imposto às redes hoteleiras é diferente pois advêm de outra mudança, desta vez, proveniente das plataformas de compartilhamento *peer-to-peer* (P2P) tal qual a Airbnb (Akbar e Tracogna, 2018). Cabe ressaltar que existe uma grande diferença entre os canais de distribuição referentes



às OTAs (*Online Travel Agencies*), que intermediam hotel e hóspede, ou seja, operam na modalidade *Business-to-Peer (B2P)*, das plataformas *peer-to-peer* como a Airbnb, que conforme o termo se refere, intermedia a relação entre pessoa-pessoa, nesse caso, hóspede e anfitrião.

A Airbnb, provedora de acomodações de viagens e pioneira da economia compartilhada atendeu mais de trinta milhões de clientes desde seu surgimento sem, no entanto, ser proprietária de sequer um quarto. O seu atributo mais forte está na sua proposta de valor que combina atributos práticos, como benefícios de hospedar-se em uma casa e uma experiência de viagem autêntica quando comparada a uma estadia tradicional em um hotel (Guttentag e Smith, 2017). Desde sua criação em 2008, a empresa cresceu substancialmente em todo o mundo e hoje é considerada líder mundial na oferta de meios de hospedagem através de uma plataforma pautada no consumo colaborativo. Isso pode ser observado através da sua expansão em outras modalidades como a oferta de experiências, pacotes turísticos, guias online, locais de eventos e até mesmo causas sociais como moradias gratuitas para refugiados (Sundararajan, 2017).

Os recursos tecnológicos advindos do processo de inovação no setor reconfiguraram de forma disruptiva as regras do jogo para ambos os aspectos de oferta e demanda no mercado de acomodações de viagens. O desafio mais recente trata-se da *Airbnb*, que oferece acomodações ao redor do mundo (Zach, Nicolau e Sharma, 2020). Tal afirmação levanta questionamento e traz a luz uma problemática que engloba o real impacto da plataforma no setor hoteleiro. Tal debate torna-se o centro do foco desta pesquisa e serve como elo de conexão entre a denominada *Lodging Industry*, ou seja, o setor hoteleiro tradicional, e a *Home Vacation Industry*, a dizer, o mercado de locações de temporada, que tem o imóvel particular como equipamento de acomodação para estadias de curta duração.

Importante ainda destacar que Florianópolis foi o destino doméstico mais procurado para Ano-Novo na plataforma Airbnb e foi o segundo destino turístico mais visitado por viajantes, alcançando 19,6% do mercado em 2017 (Airbnb, 2020). Ademais, no mesmo ano a capital catarinense destacou-se na liderança quanto a viajantes que alugaram um imóvel de temporada como escolha de acomodação, com 37,2%. Sendo assim, é de fácil percepção concluir que a cidade representa um dos destinos prediletos e uma potência turística do Brasil.

Sendo assim, o presente estudo objetiva analisar a oferta da plataforma Airbnb entre os anos de 2018 e 2019 na cidade de Florianópolis, capital catarinense um dos principais destinos turísticos do Brasil, especialmente durante a temporada de verão. Uma vez que inexistem pesquisas que apresentem tais dados,



faz-se oportuna a observação e acompanhamento desse mercado bem como a avaliação e análise de seu desempenho, para assim identificar qual é seu real impacto na economia local.

Além dessa introdução, o artigo está dividido em mais 4 seções. A seguir apresentamos a revisão de literatura do estudo, seguida da apresentação dos procedimentos metodológicos. A penúltima seção é a de apresentação e discussão dos resultados e finalizamos o documento com nossas considerações finais.

## REVISÃO DE LITERATURA

A internet agora detém um volume imenso de informações que essencialmente, representam a “memória externa” de diversas pessoas, e como resultado, indivíduos agora se tornaram incrivelmente dela dependentes durante o seu dia a dia (Sparrow, Liu e Wegner, 2011). Consequentemente, ferramentas de busca se tornaram a força dominante que influencia o acesso de viajantes a produtos turísticos (Xiang, Wober e Fesenmaier, 2008). Em segundo, o tremendo crescimento da *social media* modificou a dinâmica da comunicação online (Sigala, Christou e Gretzel, 2012). Em terceiro, a evolução da tecnologia mobile, particularmente com a adoção de smartphones e seus aplicativos de viagem, permite o surgimento de novas células de busca de informação, caracterizando a necessidade de uso “*on-the-go*”, ou seja, os usuários tomam suas decisões à medida em que estão viajando (Wang, Park e Fesenmaier, 2012).

Assim, a chamada Era da Informação foi tomando forma e segue em aperfeiçoamento, instalando-se de forma permanente e atuante na vida dos cidadãos que nela encontram grandes vantagens, pois proporciona diversos benefícios como: redução do tempo de execução de incontáveis tarefas, maior customização do produto e/ou serviço consumido, maior comodidade, facilidades quanto a pagamento dentre tantas outras. A crescente dependência da tecnologia digital é reconhecida em diversas indústrias e a turística não é exceção (Buhalis, et. al., 2019). Ademais, a transformação digital é o resultado de diversas inovações que introduzem novos atores, estruturas, práticas e valores, que podem modificar, corromper ou complementar regras existentes em organizações ou no mercado. Tal influência reflete inclusive o modo que as empresas se relacionam com seus clientes bem como moldam seus modelos operacionais (Cobos et.al., 2016).

Como exemplo, podemos destacar as operações do setor hoteleiro que sofreu grande alteração advinda de ferramentas inovadoras que viabilizaram um aumento da dominância das OTAs e plataformas *peer-to-peer*, atreladas por sua vez a propagação massiva de smartphones e aplicativos. Quanto a primeira, é ilustrada por meio dos canais de distribuição, que oferecem aos hotéis a oportunidade de maior visibilidade



(*billboard effect*) e aumento da demanda (Raguseo, Neirotti e Paolucci, 2017). Em contrapartida, tais facilitadoras capturam uma fatia significativa do faturamento por meio do comissionamento das reservas bem como impõem restrições que impedem a liberdade de hotéis em reajustar tarifas (Alrawadie, Alrawadie e Cetin, 2020).

A proposta de valor oferecida pelas redes hoteleiras, que contempla serviço e experiência padronizado bem como programas de fidelização (*Loyalty Programs*), permitiram vantagem duradoura sobre os hotéis independentes e sobretudo viajantes frequentes (Chathoth, 2016).

Existem diversos fatores para o êxito destas plataformas. Primeiramente, observa-se seu rápido crescimento aliado ao fato de não precisarem da propriedade dos insumos compartilhados (o ciclo de desenvolvimento e construção de um hotel demanda tempo e custos consideráveis), o que leva a uma redução de aportes enorme, por vezes de custo marginal zero (Rifkin, 2014). Em segundo, tem-se o aumento da demanda quanto a autenticidade proveniente de se hospedar na residência de outra pessoa, em oposição a um quarto de hotel replicável (Lalicic & Weismayer, 2017). Um estudo recente sugere que a autenticidade de propriedades da Airbnb aumenta a percepção de valor percebida pelos hóspedes (Liang, Choi e Joppe, 2018). Em terceiro, a realidade apresenta um cenário no qual locadores não estão sujeitos a mesma legislação enfrentada por hotéis bem como medidas sanitárias e de segurança requisitadas por autoridades locais (Edelman, Luca e Svirsky, 2017). Em quarto, tais modelos de negócio promovem a Economia Colaborativa, fenômeno já compreendido como tendência global sendo que seu uso extensivo, por meio do aproveitamento de recursos subutilizados, já parece capturar o espírito da era hodierna que exige um sistema mais sustentável (Albinsson, Yasanthi-Perera, 2012).

Deste modo, a economia colaborativa traz a possibilidade de todos compartilharem entre si, rompendo, portanto, com o modelo tradicional que centraliza a empresa como principal provedora de produtos e serviços.

Conforme descrito por Christensen e Raynor (2015), a inovação disruptiva trata-se de um produto que introduz um pacote de benefícios alternativo, geralmente centrado em ser financeiramente acessível, descomplicado, conveniente e mais simples, ou seja, trata-se de um produto inferior se comparado diretamente a competidores, mas que não obstante, diante de seu *set* de atribuições únicas, oferece excelente proposta de valor aos consumidores. Tais características encaixam ao modelo proposto pela Airbnb: embora suas acomodações entreguem produto inferior ao mercado competidor, em grande parte representado pela cadeia hoteleira que lidera atributos como limpeza e segurança, via de regra possuem



menor preço, potencializam experiências locais e autênticas além de oferecer os diversos benefícios que se obtêm quando alugamos uma casa.

A atividade da economia compartilhada é hoje centrada em plataformas online, com base no compartilhamento de insumos subutilizados ou serviços entre pessoas, gratuitamente ou não (Hall e Pennington, 2016). É verdade que plataformas físicas já existiram por séculos como, por exemplo, as feiras locais. Ainda assim, os recentes avanços na tecnologia da informação permitiram uma adaptação dramática, equiparando capacidade e demanda e assim, o acesso a ativos compartilhados e recursos que até então tinham que ser adquiridos ou alugados. Ademais, essas plataformas se renovam por meio de processos de criação de valor com caráter circular, interativo e de aprimoramento contínuo. Além disso, em oposição ao modelo tradicional de geração de receitas que tem caráter unilateral, como vender para um cliente, plataformas de compartilhamento focam em extrair parte do valor de uma transação, contemplando um modelo de faturamento multifacetado (a Airbnb cobra anfitriões cerca de 3% de comissão da reserva e uma taxa de serviço aos hóspedes entre 0 a 20%). Por fim, o ecossistema da plataforma permite aos consumidores serem também fornecedores, tornando-os, portanto, *prosumers* (produtor e consumidor). Assim, percebe-se que as plataformas se demonstram como integradoras de recursos, envolvendo consumidores e parceiros de negócios em um processo de co-criação de valores (Muzellec, Ronteau e Lambkin, 2015).

O setor hoteleiro é o exemplo perfeito para elucidar a disrupção consequente da economia compartilhada aliada às inovações digitais. Plataformas que visam o compartilhamento de imóveis de temporada sofreram e ainda são alvo de ataques e acusações daquele, que alega prejuízos estrondosos devido à perda de mercado proveniente da ilegalidade de atuação de plataformas como a *Airbnb*, *HomeAway* e *Flipkey*, que intermediam a locação de imóveis diretamente entre proprietário e inquilino, locador e locatário, anfitrião e hóspede.

Consoante, um estudo recente elaborado pela Smith Travel Research (STR) demonstrou que Airbnb detinha 1.8% a 8.9% da fração dos melhores mercados hoteleiros no mundo (Haywood et. al., 2017). As dinâmicas de oferta de acomodações por parte da plataforma são mais flexíveis do que de hotéis tradicionais, de modo que o volume total pode gerar substancial ameaça ao setor hoteleiro, no presente e futuro (Haywood, 2017).

Ainda assim, os impactos gerados pela *Airbnb* na performance do setor hoteleiro foram e continuam sendo tópico de muitas pesquisas, contudo, os resultados da maioria se demonstram inconclusivos no âmbito de



concorrência, influência e legislação. Ademais, muitos estudos foram limitados seja em aspectos geográficos, temporais e/ou hipóteses formuladas. A teoria disruptiva da inovação oferece um contexto relevante quando é considerado o impacto da *Airbnb* no desempenho do setor hoteleiro, sugerindo um resultado negativo em métricas de indicadores de performance como *RevPAR*(Receita por quarto disponível), *ADR*(Diária média) e *OC*(Ocupação). Ademais, diante dos esforços dispendidos pela empresa em expandir seu nicho para atrair consumidores do *mainstream* hoteleiro, incluindo executivos em viagem de trabalho, aponta-se um impacto negativo no setor hoteleiro em diversas segmentações e tipos de hotel (Dogru, Mody e Suess, 2019).

## PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho tem como objetivo a análise da oferta de propriedades da plataforma *Airbnb* na cidade de Florianópolis entre os anos de 2018 e 2019 para fins de coleta de dados que auxiliem na compreensão de seu desempenho bem como seu impacto na indústria turística e setor hoteleiro local.

O estudo foi iniciado por meio de pesquisa exploratória, com levantamento bibliográfico de obras e artigos. Para a análise da oferta da *Airbnb* foram extraídos dados da plataforma *AirDNA* entre abril a agosto de 2020, referentes aos anos de 2018, 2019 e 2020. A *AirDNA* é líder mundial no que tange a oferta de dados referentes locação de imóveis de temporada e acompanha diariamente a *performance* de mais de 10 milhões de *listings* em 80 mil nichos globalmente. Através de seus algoritmos, revolucionou a indústria ao decifrar os verdadeiros potenciais de faturamento e demanda de mercados, auxiliando assim profissionais do setor hoteleiro, imobiliário, turístico, acadêmico dentre tantos outros (*Airdna.CO*, 2020). Os dados coletados da *Airbnb* foram divididos em cinco indicadores de desempenho entre os anos de 2018 a 2019: número de *listings* (espaços inteiros) ofertados, taxa de ocupação, tarifa média ou *Average Daily Rate* (ADR), Faturamento Mensal e Faturamento Anual. Importante ainda destacar que, embora no momento a plataforma ofereça quatro modalidades de acomodação: espaço inteiro, quarto inteiro, quarto de hotel e quarto compartilhado, foram utilizados dados somente da primeira categoria já que compreende mais de 90% do número total de acomodações e reflete o imóvel de temporada padrão.

Após a coleta de dados prosseguiu-se com a análise individual e comparativa dos indicadores entre o período estudado e por fim uma análise geral e conjunta dos dados. Em seguida, foi realizada uma análise comparativa da taxa de ocupação entre a *Airbnb* e o setor hoteleiro local entre 2019 a julho de 2020. Os



dados da hotelaria foram retirados de pesquisa elaborada pelo Sindicato de bares e restaurantes de Florianópolis (SITRATUH, 2020).

As figuras coletadas do site estão em inglês. Optou-se por apresentar dessa maneira para manter exatamente o que foi apresentado pelo site.

Por fim, diante da pandemia de COVID-19 proveniente da China em 2020, fez-se necessário ainda analisar seu impacto no objeto de estudo desta pesquisa. Assim, foi realizada uma análise comparativa do desempenho da plataforma Airbnb entre março a junho de 2019 e 2020.

Os dados foram retirados do site Airdna e tabulados em planilha de dados Excel para melhor visualização e comparações entre os anos de 2019 e 2020. Utilizou-se somente as comparações dos indicadores para a análise do presente artigo.

## RESULTADOS

### Quantidade de *listings* – Número total de Espaços Inteiros

O número de espaços inteiros reflete não apenas o total de propriedades disponível para locação nessa categoria, como também retrata o potencial de ocupação, ou seja, a quantidade de hóspedes poderá acomodar. Foram utilizados somente os dados dos *listings* ativos, ou seja, somente aqueles que estavam disponíveis e ofertados na plataforma na data de pesquisa.

A iniciar a análise de espaços inteiros revela-se um acréscimo total de 55% entre o período desde janeiro de 2018 até dezembro de 2019, iniciando-se com um total de 10.425 propriedades até alcançar o montante de 16.122 propriedades ofertadas na plataforma.

Ainda assim, embora configure um aumento significativo na quantidade de unidades ofertadas, verifica-se um padrão oscilante que corrobora picos de temporada, com crescimento da oferta à medida que se inicia o verão e diminuição moderada já em torno de abril, quando cai a demanda turística. Esse padrão pode estar associado ao retorno dos proprietários aos imóveis, já que muitos os disponibilizam somente durante o verão.





Não obstante, embora com padrão oscilante, a análise comparativa entre meses demonstra um aumento progressivo na oferta de Espaços Inteiros sem nenhuma redução na quantidade de propriedades ofertadas entre os anos de 2018 e 2019. É observado ainda um aumento médio de 31%, sendo menor em novembro, com 18% de acréscimo e ápice em março com aumento de 43% no número de *listings*.

Tabela 1 – Número de Espaços Inteiros / *Active Listings*

Mês	Nº Espaços Inteiros	Mês	Nº Espaços Inteiros	Diferença	% Acréscimo entre meses
Jan/18	10425	Jan/19	14370	+3945	38%
Fev/18	10621	Fev/19	13948	+3327	31%
Mar/18	10036	Mar/19	14307	+4271	43%
Abr/18	9391	Abr/19	12745	+3354	36%
Mai/18	8959	Mai/2019	11900	+2941	33%
Jun/18	8609	Jun/19	11692	+3083	36%
Jul/18	8655	Jul/19	11551	+2896	33%
Ago/18	8437	Ago/19	11378	+2941	35%
Set/18	8500	Set/19	11084	+2584	30%
Out/18	8953	Out/19	10886	+1933	22%
Nov/18	9857	Nov/19	11611	+1754	18%
Dez/18	13103	Dez/19	16122	+3019	23%

Fonte: AirDna (2020).

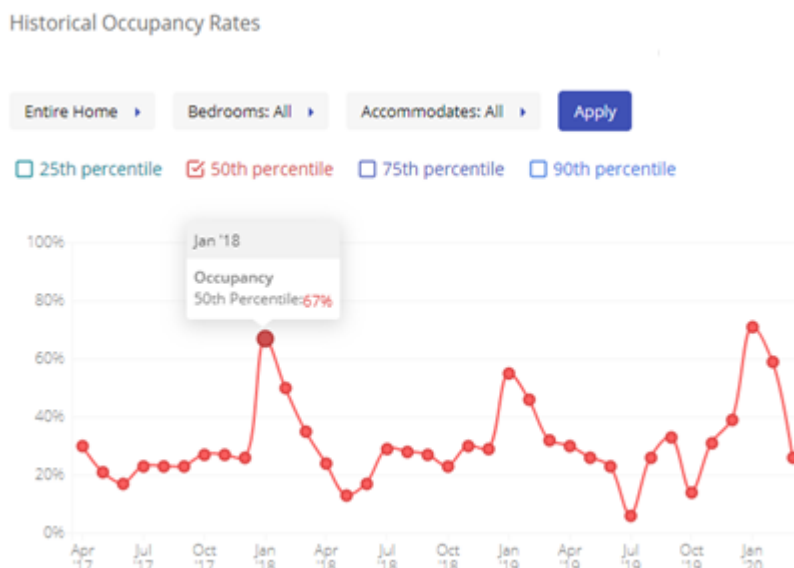
## Taxa de Ocupação

A taxa de ocupação é outro indicador essencial para análise de desempenho da plataforma pois não apenas demonstra quantas propriedades foram alugadas em determinado período como também identifica períodos sazonais, ou seja, de alta e baixa demanda.

A análise comparativa entre os anos de 2018 e 2019 revela uma média anual similar, senão quase equivalente, com taxa de ocupação média de 31% em 2018 e de 30% em 2019. Não obstante, os meses referentes a alta Temporada - dezembro, janeiro e fevereiro, em especial os dois últimos, demonstram o maior índice de ocupação em todo o período de cada ano, destacando-se janeiro.



Figura 1 – Taxa de Ocupação / *Occupancy rates*



Fonte: airdna.co (2020)

Ainda assim, a taxa ocupacional não se demonstra estável ou similar em grande parte dos meses considerando-se o percentual da diferença entre cada mês individualmente. Verifica-se em realidade, uma redução da taxa ocupacional em 2019 em diversos meses, incluindo períodos de alta temporada como janeiro e fevereiro, com uma queda de 12% e 4% respectivamente, embora ainda figurem como meses de maior ocupação. Percebe-se ainda queda acentuada em julho de 2019 com redução de 23% e queda moderada de 9% em outubro de 2019.

Os demais meses apresentam reduções menores, não passando de 4%. Ao lado oposto temos destaque somente para maio com um 13% de aumento, 10% em dezembro e 6% nos meses de abril, junho e setembro.

Por fim, afere-se que a taxa de ocupação em 2019 foi abaixo da média do ano anterior, com queda também no período da temporada contudo que indica levante ao final do ano.

Tabela 2 – Taxa de Ocupação / *Occupancy rates*

Período/Mês	Taxa de Ocupação Média	Período/Mês	Taxa de Ocupação Média	% Diferença
Jan/18	67%	Jan/19	55%	-12%
Fev/18	50%	Fev/19	46%	-4%
Mar/18	35%	Mar/19	32%	-3%
Abr/18	24%	Abr/19	30%	6%
Mai/18	13%	Mai/2019	26%	13%
Jun/18	17%	Jun/19	23%	6%
Jul/18	29%	Jul/19	6%	-23%
Ago/18	28%	Ago/19	26%	-2%
Set/18	27%	Set/19	33%	6%
Out/18	23%	Out/19	14%	-9%
Nov/18	30%	Nov/19	31%	1%
Dez/18	29%	Dez/19	39%	10%
Taxa Média Anual	31%	Taxa Média Anual	30%	-1%

Fonte: AirDna (2020).

### Tarifa Média Diária / ADR – *Average Daily Rate*

A Tarifa Média Diária (Average Daily Rate – ADR) trata-se de uma importante métrica na hotelaria, pois indica o preço médio pago por cada quarto de hotel durante um determinado período. Para ser calculada é necessário dividir a receita total gerada pelo número total de quartos vendidos (Pan, 2007). Já para realizar a análise da ADR proveniente das propriedades listadas na Airbnb, a Airdna.co combina o total de receitas gerado das reservas somadas as taxas de limpeza e posteriormente dividindo o valor total pelo número de espaços inteiros reservados em determinado período.

Verifica-se no estudo um aumento na tarifa média anual no comparativo entre os anos de 2018 e 2019, registrando o preço médio de R\$274 em 2018 e um aumento de 16% em 2019 com o valor anual médio de R\$317 na tarifa diária. Contudo, o aumento na média anual não significa aumento no comparativo individual entre os meses de 2018 e 2019, que demonstra oscilações e inclusive decréscimo da tarifa média diária em quatro meses de 2019 dentre os quais janeiro (diferença de -R\$3), fevereiro (diferença de -R\$21), maio (diferença de -R\$64) e dezembro (diferença de -R\$8).

Dentre os meses com maior aumento da ADR destacam-se em ordem crescente outubro com 37%, setembro com 40%, julho com 59% e agosto com um acréscimo de 74%. Ressalta-se que esses meses que



apresentam maior incremento tarifário englobam todos um período ainda considerado de baixa temporada, inferindo-se portanto um novo patamar a partir do período pré-temporada.

Em relação aos meses com pior desempenho no que tange a oscilação tarifária, maio demonstra o pior resultado com uma diminuição de 21% no comparativo, seguido de fevereiro com uma redução modesta de 6% e por fim os meses de dezembro e janeiro, ambos com uma redução de menos de 2%, considerando-se portanto que o preço desses períodos manteve-se praticamente estável.

Tabela 3 – Tarifa Média Diária / *Average Daily Rate* – ADR

Mês	ADR	Mês	ADR	% Diferença de Preço
jan/18	R\$ 397	jan/19	R\$ 394	-1%
fev/18	R\$ 340	fev/19	R\$ 319	-6%
mar/18	R\$ 257	mar/19	R\$ 305	19%
abr/18	R\$ 222	abr/19	R\$ 258	16%
mai/18	R\$ 300	mai/19	R\$ 236	-21%
jun/18	R\$ 216	jun/19	R\$ 225	4%
jul/18	R\$ 200	jul/19	R\$ 318	59%
ago/18	R\$ 201	ago/19	R\$ 350	74%
set/18	R\$ 225	set/19	R\$ 316	40%
out/18	R\$ 247	out/19	R\$ 339	37%
nov/18	R\$ 269	nov/19	R\$ 346	29%
dez/18	R\$ 409	dez/19	R\$ 401	-2%
Média 2018	R\$ 274	Média 2019	R\$ 317	16%

Fonte: AirDna (2020).

É possível deste modo aferir um padrão ao seccionar o período anual nos quais os meses de temporada (dezembro, janeiro e fevereiro) figuram diferença tarifária estável, seguida de um aumento médio de 17% nos meses de março e abril (período pós-temporada), queda abrupta em maio com diminuição de 21% e volta da estabilidade em julho com aumento simbólico de 4%. Posteriormente é visível o levante progressivo em todos os meses até novembro, com aumento médio de 48% neste que pode ser considerado o período Pré-Temporada.

Evidencia-se, portanto, que o Ano de 2019 apresenta um levante do ADR total e um novo patamar tarifário, especialmente para os meses de baixa temporada que compreende o período Pré-Temporada, seguindo com aumento progressivo conforme aproximasse dos meses de temporada de verão, logo, maior fluxo turístico.

Tabela 4 – Tarifa Diária Média – Comparativo entre 2018 e 2019

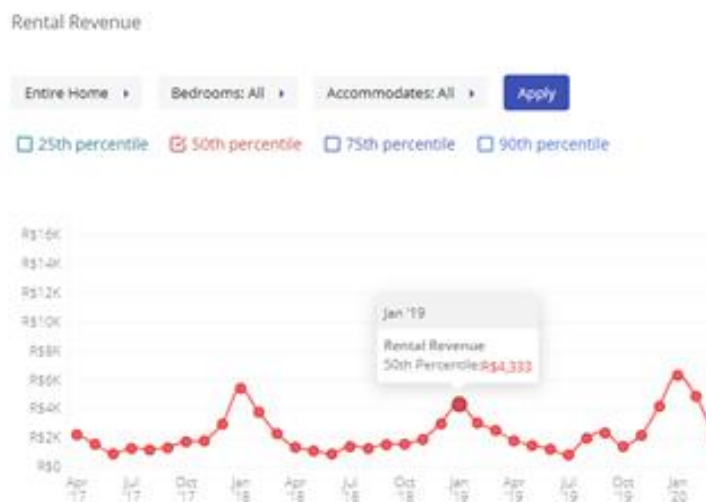
Período	Mês/Ano	% Diferença de Preço entre Meses	% Diferença Média Períodos
Pós-Temporada	Março/2018/2019	19%	17%
	Abril/2018/2019	16%	
Baixa Temporada	Maió/2018/2019	-21%	-9%
	Junho/ 2018/2019	4%	
Pré-Temporada	Julho/2018/2019	59%	48%
	Agosto/2018/2019	74%	
	Setembro/2018/2019	40%	
	Outubro/2018/2019	37%	
	Novembro/2018/2019	29%	
Temporada	Dezembro 2018/2019	-2%	-3%
	Janeiro 2018/2019	-1%	
	Fevereiro 2018/2019	-6%	

Fonte: AirDna (2020).

### Faturamento Mensal da Oferta de Espaços Inteiros

A análise comparativa das receitas mensais demonstra determinado padrão em ambos os anos de 2018 e 2019, concentrando os meses com maiores rendimentos justamente durante a temporada, entre dezembro a março. Tal fenômeno é perceptível ao analisar a figura 4 que demonstra períodos de pico ao se aproximar o início da temporada.

Figura 2 – Faturamento Mensal



Fonte: AirDna (2020).

Adiante, a análise individual mensal comparativa atribui melhor desempenho nos meses de agosto e setembro, com um aumento de 53% e 52% nas receitas, respectivamente. Em contrapartida, a temporada de 2019 apresentou 20% a menos em suas receitas nos meses de janeiro e fevereiro e se recupera nos meses seguintes com exceção de julho com queda de 40%, e outubro com redução de 10%. Ainda assim, ao final do ano de 2019 obteve-se um aumento na média anual de 7%, demonstrando, portanto, um aumento tímido, porém positivo neste indicador.

Tabela 5 – Faturamento Mensal

Mês	Média do Faturamento Mensal	Mês	Média do Faturamento Mensal	% Diferença das receitas
Jan/18	R\$5430	Jan/19	R\$4333	-20%
Fev/18	R\$3795	Fev/19	R\$3054	-20%
Mar/18	R\$2316	Mar/19	R\$2544	10%
Abr/18	R\$1376	Abr/19	R\$1823	32%
Mai/18	R\$1136	Mai/2019	R\$1500	32%



Jun/18	R\$909	Jun/19	R\$1246	37%
Jul/18	R\$1429	Jul/19	R\$852	-40%
Ago/18	R\$1303	Ago/19	R\$2000	53%
Set/18	R\$1560	Set/19	R\$2368	52%
Out/18	R\$1594	Out/19	R\$1432	-10%
Nov/18	R\$1919	Nov/19	R\$2199	15%
Dez/18	R\$3000	Dez/19	R\$4200	40%
Média Mensal	R\$2147	Média Mensal	R\$ 2296	7%

Fonte: AirDna (2020).

### Análise do Faturamento Anual da Oferta de Espaços Inteiros

A análise da receita total anual é essencial para elucidar em número totais o panorama do mercado em questão e sua real capacidade econômica. Primeiramente, verifica-se um cenário de expansão do mercado, com um aumento da receita anual expressivo de 81% dentro do período entre janeiro de 2018 a dezembro de 2019.

Figura 3 – Faturamento Anual



Fonte: AirDna.co (2020)



A análise individual evidencia aumento na receita em todos os meses, com média de aumento de 141% em 2019 e atingindo ápice em agosto com 544% de ganho. Este dado traduz um mercado que se solidifica com maior intensidade na capital catarinense, através de uma demanda progressiva ousa a quintuplicar o ganho de receitas assim como altíssimo desempenho durante a temporada e uma dobra de ganho em praticamente todos os meses do ano.

Ao final de cada período, 2018 obteve receita total de R\$210.561.770,00 e 2019 acumulou R\$381.163.420 em reservas de espaços inteiros, 81% a mais que o período precedido.

Tabela 6 – Faturamento Anual

Mês	Faturamento Anual Médio	Mês	Faturamento Anual Médio	% Diferença
jan/18	R\$ 57.786.600	jan/19	R\$ 77.085.600	33%
fev/18	R\$ 35.766.200	fev/19	R\$ 36.984.900	3%
mar/18	R\$ 14.512.000	mar/19	R\$ 33.962.200	134%
abr/18	R\$ 6.690.620	abr/19	R\$ 16.168.900	142%
mai/18	R\$ 6.852.960	mai/19	R\$ 8.484.580	24%
jun/18	R\$ 2.920.450	jun/19	R\$ 7.078.340	142%
jul/18	R\$ 4.696.390	jul/19	R\$ 10.284.400	119%
ago/18	R\$ 4.379.460	ago/19	R\$ 28.198.300	544%
set/18	R\$ 6.678.160	set/19	R\$ 22.538.800	238%
out/18	R\$ 8.083.830	out/19	R\$ 14.401.400	78%
nov/18	R\$ 13.573.800	nov/19	R\$ 32.024.000	136%
dez/18	R\$ 48.621.300	dez/19	R\$ 94.424.000	94%
Total 2018	R\$ 210.561.770	Total 2019	R\$ 381.635.420	81%

Fonte: AirDna (2020)





## **Análise Final – Desempenho entre 2018 e 2019**

Após a análise individual de cada indicador de desempenho será feito o cruzamento de todos os dados, expostos na tabela 6, permitindo uma visão clara do desempenho da plataforma Airbnb entre os anos de 2018 e 2019.

Em um primeiro momento é interessante observar que, somente ao analisar todos os indicadores simultaneamente é possível aferir o real cenário e performance de determinado período. Isso é evidente quando se observam os dados de julho. Ao considerar a taxa de ocupação deste mês, verifica-se uma queda de 23% e ainda uma redução no faturamento mensal, caindo de R\$1.429 para uma média de R\$852 em 2019. Acaso considerados independentemente, esses dados pintariam um cenário obscuro quanto ao desempenho deste mercado, contudo, torna-se curioso apontar que, ainda que com queda nos indicadores citados, o seu faturamento anual progrediu, com um aumento de 119%, e levando proporcionando ao *Airbnb* mais que dobro de receitas no período.

Percebe-se ainda nesta investigação que, não apenas o número de propriedades aumentou em 33% no período, passando de 8.655 para 11.551 espaços inteiros, mas como também se obteve um aumento na ADR de 59%, elevando a tarifa média de R\$200 para R\$318. São nesses indicadores que é possível compreender o desempenho positivo da plataforma no mês de julho, que compensou a queda da ocupação e receita média mensal através de um aumento na tarifa média bem como devido ao maior número de propriedades ofertadas no mercado, ou seja, o aumento no número de *listings*.

Em termos práticos, verifica-se que, embora este cenário represente a média de desempenho do mercado, é possível que muitos proprietários não alcançaram um bom desempenho já que, ao passo que individualmente reduziram seu faturamento mensal em julho devido à baixa taxa de ocupação, a plataforma obteve desempenho positivo devido ao volume de propriedades ofertadas.

Já o mês de agosto obteve um resultado surpreendente. Apesar de não ter progredido em sua taxa de ocupação, teve um aumento de 35% na oferta de propriedades, com um acréscimo de 74% em sua ADR (passou de R\$201 para R\$350) e por conseguinte um faturamento mensal médio de R\$2000, o que representa 53% a mais. O impacto desta alavancagem está estampado no faturamento anual obtido, com cinco vezes mais receitas do que no ano anterior, com um aumento de 544%, indo de cerca de 4 milhões e meio para 28 milhões de reais, somente em agosto.



Não é necessário seguir com a análise individual de cada mês uma vez é de fácil percepção, especialmente através do faturamento anual informado, que o panorama que se emoldura é de um mercado que não apenas está em expansão como também trabalha com enorme capacidade de geração de receitas, tal qual ilustrado em cada mês do comparativo.

Como análise final, apresenta-se o relatório final dos dados referentes ao comparativo das médias anuais: embora com taxa de ocupação praticamente inalterada, 2019 obteve resultados prósperos, com aumento de 7% no faturamento mensal médio, aumento de 16% da tarifa diária média e um vibrante faturamento anual, com a 81% a mais em suas receitas.

Tal fato apresenta um novo setor econômico vinculado a alojamento na cidade, com potencial criação de empresas de gestão de portfólio de empreendimentos, aumento do volume de vendas nas lavanderias, serviços de limpeza e toda a cadeia produtiva que acompanha a consolidação do aluguel de temporada na cidade. Acompanhar os dados mensalmente se torna relevante para a gestão turística local, pois a médio e longo prazo as composições do mercado turístico no tocante ao alojamento podem sofrer alterações.

Tabela 7 – Análise Final – Cruzamento dos dados coletados

Mês		Nº Espaços Inteiros		↑%	Taxa de Ocupação Média		↑%	ADR		↑%	Faturamento Mensal Médio		↑%	Faturamento Anual		↑%
jan/18	jan/19	10425	14370	38%	67%	55%	-12%	R\$ 397	R\$ 394	-1%	R\$ 5.430	R\$ 4.333	-20%	R\$ 57.786.600	R\$ 77.085.600	33%
fev/18	fev/19	10621	13948	31%	50%	46%	-4%	R\$ 340	R\$ 319	-6%	R\$ 3.795	R\$ 3.054	-20%	R\$ 35.766.200	R\$ 36.984.900	3%
mar/18	mar/19	10036	14307	43%	35%	32%	-3%	R\$ 257	R\$ 305	19%	R\$ 2.316	R\$ 2.544	10%	R\$ 14.512.000	R\$ 33.962.200	134%
abr/18	abr/19	9391	12745	36%	24%	30%	6%	R\$ 222	R\$ 258	16%	R\$ 1.376	R\$ 1.823	32%	R\$ 6.690.620	R\$ 16.168.900	142%
mai/18	mai/19	8959	11900	33%	13%	26%	13%	R\$ 300	R\$ 236	-21%	R\$ 1.136	R\$ 1.500	32%	R\$ 6.852.960	R\$ 8.484.580	24%
jun/18	jun/19	8609	11692	36%	17%	23%	6%	R\$ 216	R\$ 225	4%	R\$ 909	R\$ 1.246	37%	R\$ 2.920.450	R\$ 7.078.340	142%
jul/18	jul/19	8655	11551	33%	29%	6%	-23%	R\$ 200	R\$ 318	59%	R\$ 1.429	R\$ 852	-40%	R\$ 4.696.390	R\$ 10.284.400	119%
ago/18	ago/19	8437	11378	35%	28%	26%	-2%	R\$ 201	R\$ 350	74%	R\$ 1.303	R\$ 2.000	53%	R\$ 4.379.460	R\$ 28.198.300	544%
set/18	set/19	8500	11084	30%	27%	33%	6%	R\$ 225	R\$ 316	40%	R\$ 1.560	R\$ 2.368	52%	R\$ 6.678.160	R\$ 22.538.800	238%
out/18	out/19	8953	10886	22%	23%	14%	-9%	R\$ 247	R\$ 339	37%	R\$ 1.594	R\$ 1.432	-10%	R\$ 8.083.830	R\$ 14.401.400	78%
nov/18	nov/19	9857	11611	18%	30%	31%	1%	R\$ 269	R\$ 346	29%	R\$ 1.919	R\$ 2.199	15%	R\$ 13.573.800	R\$ 32.024.000	136%
dez/18	dez/19	13103	16122	23%	29%	39%	10%	R\$ 409	R\$ 401	-2%	R\$ 3.000	R\$ 4.200	40%	R\$ 48.621.300	R\$ 94.424.000	94%
Média do período / Total Faturamento Anual					31%	30%	-1%	R\$ 274	R\$ 317	16%	R\$ 2.147	R\$ 2.296	7%	R\$ 210.561.770	R\$ 381.635.420	81%

Fonte: AirDna (2020)

### Análise Taxa Ocupacional – Airbnb e Setor Hoteleiro

Para fins de dirimir o debate no que tange a potencial ameaça da Airbnb ao setor hoteleiro, provoca-se a questão ao oferecer a análise comparativa entre as taxas ocupacionais de ambos entre o período de janeiro 2019 até junho de 2020. Os dados apresentados revelam um panorama que dá evidências quanto a



disrupção uma vez que em determinados períodos a *Home Vacation Industry* obteve resultados superiores no comparativo.

Primeiramente percebe-se médias muito distintas no período de 2019: o setor hoteleiro obteve média de 58% ao passo que a Airbnb atingiu 30% somente. Esse desempenho é visível uma vez que ao longo de 2019 a *Loding Industry* foi superior em todos os meses.

Outrossim, a análise comparativa entre o período de 2019 e 2020 revela um melhor desempenho da Airbnb, uma vez que aumentou sua taxa de ocupação média ao passo que o setor hoteleiro, embora com boa performance, teve redução em seu desempenho. Como exemplo temos os meses de janeiro e fevereiro, nos quais a Airbnb aumentou sua taxa de ocupação 13% no período, ao passo que o setor hoteleiro teve queda de 11% em janeiro e 65% em fevereiro. Apesar disso o setor hoteleiro seguiu com melhores índices individuais, alcançando 78% em janeiro no período. Tal comportamento poderia de fato sugerir uma migração dos viajantes para outra opção de acomodação, inclusive no período de alta temporada.

O período de março foi marcado com o início da pandemia de COVID-19, proveniente da China e que impactou profundamente o turismo global e local. Os dados apresentam uma melhor performance do setor hoteleiro com 28% e retração na Airbnb com menos 44% na ocupação no comparativo. Já abril foi o oposto: a plataforma obteve 67% a mais enquanto a hotelaria afundou 96%.

Os meses consecutivos de maio e junho apresentam queda de desempenho, sendo o setor hoteleiro mais impactado no primeiro enquanto a Airbnb atingiu pior resultado no segundo. Por fim, em julho a Airbnb demonstrou levante significativo de 283% ao passo que a hotelaria permaneceu no vermelho, com piora de 68%.

Tabela 8 – Análise Taxa Ocupacional – Hotelaria e Airbnb

Mês	OM Hotelaria	OM AirBnb
jan/19	78%	55%
jan/20	70%	62%
dif. Período	-11%	13%
fev/19	67%	46%
fev/20	24%	52%
dif. Período	-65%	13%
mar/19	65%	32%

mar/20	80%	18%
dif. Período	22%	-44%
abr/19	54%	30%
abr/20	2%	50%
dif. Período	-96%	67%
mai/19	46%	26%
mai/20	10%	11%
dif. Período	-77%	-58%
jun/19	43%	23%
jun/20	16%	3%
dif. Período	-62%	-87%
jul/19	50%	6%
jul/20	16%	23%
dif. Período	-68%	283%

Fonte: AirDna (2020) e SHBS (2020).

Por fim, a análise revela que, dentre os sete meses pesquisados em 2020, a Airbnb obteve melhor desempenho em cinco meses no comparativo entre 2019. Isso está demonstrado quando se verifica a diferença entre períodos, enquanto o setor hoteleiro teve queda de 46% e a Airbnb demonstrou estabilidade com 4% até a análise presente. Ademais, a média anual de ambos os competidores demonstra que, até a análise presente, suas taxas de ocupação seguem equiparadas. Importante salientar que novas comparações seriam relevantes para a análise, como por exemplo o faturamento ou a diárias médias nos hotéis. Porém, não foi possível coletar tais dados, ou por restrições dos hotéis, ou por falta de informações públicas.

### **Covid-19 e o Impacto no Desempenho do AirBnb em Florianópolis-SC**

A pandemia do vírus *SarsCov2* (também referido como *corona vírus* ou *Covid19*), é marcada como um dos eventos mais impactantes do século XXI. Em seu estágio inicial afetou o turismo global de forma brutal e ganhou notoriedade, desde a sua descoberta em janeiro de 2020, devido ao surto proveniente da China. Estimativas recentes indicam que 75 milhões de empregos no setor turístico estão em risco iminente



ao passo que a indústria perderá mais de U\$2.1 trilhão de dólares em *turnover*, ou seja, a rotatividade de funcionários nas empresas (WTTC, 2020).

No Brasil o cenário é tampouco otimista. Um estudo elaborado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) em abril de 2020 indica o início de uma recessão no turismo global que avançará até meados de 2021, quando iniciaria modesta recuperação. Isto representa um prejuízo de R\$116,7 bilhões para o turismo. Já outra pesquisa elaborada pela empresa *HotelInvest* e parceiros em maio de 2020 projeta uma recuperação do setor hoteleiro brasileiro ainda mais lenta, prevendo uma reestruturação em cerca de 2,6 anos, num cenário otimista, a até 4 anos, num cenário conservador (HotelInvest, 2020).

Ante o exposto, o presente estudo extrapolou seu objeto de estudo para avaliar brevemente os impactos locais da pandemia no desempenho da plataforma Airbnb na cidade de Florianópolis, através de análise comparativa entre os meses de março a junho de 2019 e 2020. Assim, os dados coletados expõem com clareza os impactos econômicos advindos da pandemia. Primeiramente foi identificada uma queda progressiva na oferta, com diminuição de 10% em junho de 2020. Em segundo, a taxa de ocupação e faturamento mensal médio tiveram forte queda, com exceção de abril. Em contrapartida, a ADR progrediu em até 60% a mais em junho, sugerindo que, mesmo diante da crise, o crescimento do patamar tarifário permanece. Por fim, o faturamento no período total obteve um aumento de 72% na média, o que revela que, embora os anfitriões tenham sido impactados individualmente, a Airbnb permaneceu com um saldo positivo e inclusive progresso no comparativo. Tal resultado foi impulsionado pelo volume de imóveis alugados no período, conforme revela a tabela, com um aumento médio de 79%.

De acordo com Chen et. al (2020), quando comparadas as perdas de faturamento entre a Airbnb e anfitriões entre os meses de janeiro a março de 2020 em Sidney na Austrália, os proprietários sofreram um impacto até oito vezes maior. O autor afere tal resultado como proveniente dos efeitos da terceirização dos serviços de hospedagem, que transfere aos locadores os maiores riscos, corroborando assim com os impactos percebidos pela análise local elaborada.

Tabela 9 – Análise do impacto da pandemia *corona vírus* -Covid-19

Mês		Nº Espaços Inteiros		↑%	Taxa de Ocupação		↑%	ADR		↑%	Faturamento Mensal Médio		↑%	Faturamento Período		↑%	Nº Imóveis Locados		↑%
mar/19	mar/20	14307	14124	-1%	32%	18%	-44%	R\$ 305	R\$ 300	-2%	R\$ 2.544	R\$ 1.633	-36%	R\$ 33.962.200	R\$ 34.731.500	2%	8391	12104	44%
abr/19	abr/20	12745	12129	-5%	30%	50%	67%	R\$ 258	R\$ 300	16%	R\$ 1.823	R\$ 3.353	84%	R\$ 16.168.900	R\$ 57.576.100	256%	5062	11276	123%
mai/19	mai/20	11900	11006	-8%	26%	11%	-58%	R\$ 236	R\$ 311	32%	R\$ 1.500	R\$ 902	-40%	R\$ 8.484.580	R\$ 10.728.800	26%	2929	4649	59%
jun/19	jun/20	11692	10547	-10%	23%	3%	-87%	R\$ 225	R\$ 359	60%	R\$ 1.246	R\$ 651	-48%	R\$ 7.078.340	R\$ 10.026.000	42%	2870	5493	91%
Faturamento Médio no período total														R\$ 65.694.020	R\$ 113.062.400	72%			79%

Fonte: AirDna (2020).



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa logrou alcançar o objetivo proposto, ou seja, demonstrar com análise de evidências coletadas, impacto e desempenho da plataforma Airbnb na cidade de Florianópolis. Ademais, elucidou sobre o papel e importância da economia colaborativa no cotidiano bem como sua rápida assimilação social, alterando a forma de como os agentes nela atuam ao apresentar novas possibilidades para o consumo de bens. Como consequência, modificou o comportamento dos consumidores ao apresentá-los a um futuro que prioriza a comodidade, customização e facilidades bem como os desperta para um posicionamento mais sustentável e responsável.

A análise dos dados expõe não apenas um mercado local em ampla expansão, comprovado através da análise integral e conjunta de cada indicador de desempenho, mas também aponta padrões de consumo. Cabe frisar ainda que o levantamento de dados realizado já é habitual no setor hoteleiro. A análise e acompanhamento dos indicadores é tarefa diária e uma prática essencial para implementar estratégias de *revenue management*, ou seja, maximização das receitas. Através de ferramentas como o *forecasting*, ou seja, a capacidade de prever como o mercado se comportará, torna-se mais fácil de um ponto de vista comercial, ofertar bens que se sejam mais competitivos e suscetíveis a êxito.

A análise comparativa entre o setor hoteleiro e a Airbnb demonstrou um desempenho superior da plataforma quanto a taxa ocupacional na capital catarinense. Diante de tal desempenho, é compreensível a temeridade de parte do setor hoteleiro quanto ao avanço das plataformas de locação de temporada, afinal, é perceptível tanto sua forte ocupação e presença no mercado quanto sua progressiva e impetuosa expansão. Trata-se, portanto, de uma realidade na qual já se tornam grandes *players* frente a *Lodging Industry* e de fato não devem passar despercebidas, justamente por sua elevada performance. Oposto à práxis defasada, no qual a locação de imóveis era feita principalmente através das imobiliárias ou corretores de imóveis, hoje temos menos burocracia e maior facilidade através das plataformas *online*. A figura do corretor foi retirada e substituída não por outro agente, mas sim por uma intermediação direta entre locador e locatário, que se comunicam instantaneamente, alterando, portanto, a dinâmica na qual tais transações são realizadas, inclusive com maior celeridade.

Na mesma linha, Lane e Woodworth (2016) aponta dois principais impactos da Airbnb no setor hoteleiro. Para hotéis existentes, o crescimento da ADR será limitado. A natureza fluida da oferta da Airbnb sugere



que os preços máximos alcançados em períodos de alta demanda, serão mitigados. Ao se estudar os ciclos da indústria hoteleira, sabe-se que o aumento da competição resulta em uma oferta que pode prejudicar a liberdade tarifária de um hotel, inclusive forçando a queda de preços. Outro impacto dá-se frente a novos empreendimentos. A Airbnb pode criar impedimentos para a construção de novos hotéis e, portanto, reduziria o crescimento da oferta hoteleira em diversos mercados (Lane e Woodworth, 2016).

Verifica-se assim que a Economia Compartilhada exerce influência em inúmeras indústrias. O setor hoteleiro é especialmente vulnerável frente a estratégia imposta pelas plataformas de compartilhamento, tal qual demonstra o desempenho da Airbnb. Diante disso, o autor Akbar e Tracogna (2018) sugerem que as redes hoteleiras devem revisitar seu modelo de negócios para se adaptar à nova realidade para se resguardarem de possíveis impactos. Primeiramente, os hotéis podem absorver processos e práticas já previstos nas plataformas de compartilhamento e agrupar propriedades com serviços tipicamente encontrados em hotéis como restaurantes, *spas*, e *wellness centers*. Em segundo, devem limitar as incertezas através de serviços que ofereçam suporte e segurança (sistemas de pagamento, garantia de qualidade etc.). Em terceiro, seria ideal que praticassem os princípios da EC ao estender suas operações por meio da oferta de produtos similares.

Esse movimento já é percebido quando são analisadas cadeias hoteleiras que oferecem aos seus hóspedes produtos que competem diretamente. Como exemplo, temos a conhecida rede Accor que através de sua plataforma *Onefinestay.com* oferece propriedades exclusivas ao redor do mundo em conjunto com serviços personalizados como limpeza semanal, *chauffeur*, *delivery* de mercado, agendamento de experiências, *concierge*, *chef* particular dentre tantos outros (Accor, 2020).

Ainda nessa linha, outro exemplo pode ser notado ao verificar a trajetória da empresa *Oasis Collections*, pioneira na oferta de um produto que combina a comodidade da estadia caseira e serviços semelhantes aos de um hotel (“*hotel-like stay*”). Hoje pertencente a plataforma *Vacasa.com*, a *startup* já foi parte tanto da rede Accor em 2016 bem como foi adquirida parcialmente pela renomada cadeia Hyatt, em 2017, revelando, portanto, uma possível tendência e adaptação ao mercado (Oasis, 2020).

Ainda no que tange os dados coletados, temos um período anual marcado por sazonalidade advinda da temporada de verão, ou seja, entre os meses de dezembro a março, sempre com melhor faturamento. O número total de propriedades ofertadas também aumentou, subindo de 10.425 em janeiro de 2018 a 16.122 em dezembro de 2019, ou seja, um aumento de 65% no número imóveis. Ocorre ainda elevação da oferta a medida em que se aproxima a temporada e posterior queda a partir de março, quando reduz a procura. É



possível deduzir que tal queda é devida do retorno de muitos proprietários as suas casas, já que muitos anunciam seus imóveis apenas durante o período de férias.

Outro resultado relevante foi o aumento considerável da tarifa média diária ao longo de 2019, que se intensificou já a partir de junho e chegou a um acréscimo de 74% no mês de agosto, levando a tarifa de R\$201 para R\$350. Tal movimento pode ser percebido em praticamente todos os meses e pode indicar um novo patamar tarifário médio para locações de imóveis na capital catarinense, mesmo que sua taxa de ocupação tenha sido negativa em alguns meses do ano.

O faturamento anual é outro indicador que retrata o excepcional desempenho da plataforma ao alcançar 81% a mais em receitas. Trata-se de uma evidência cabal quanto ao impacto econômico que ela traz ao turismo local, somando cerca de R\$380 milhões em reservas ao longo do ano de 2019. Não obstante, fez-se oportuna e necessária a análise dos impactos da pandemia do Covid-19 no setor turístico. De início, os dados revelam queda em praticamente todos os indicadores de desempenho. É visível que o setor turístico global passará por uma recessão, devendo enaltecer o turismo doméstico e predileção por parceiros internacionais fronteiriços (HotelInvest, 2020). A autora Sheresheva (2020) reitera tal tendência e enaltece a importância do poder público em dar suporte ao turismo doméstico e receptivo bem como identificando-o como um motor econômico, defendendo inclusive a exploração de taxas turísticas. Indo além, a autora revela também um cenário de renascimento pós-pandemia na China, com um aumento na demanda turística local, proveniente de uma busca por um estilo de vida ativo, outrora reprimido diante do dramático e forçado *lockdown* resultante da quarentena estipulada pelas autoridades.

Conforme exposto, pesquisas e estudos estão em andamento não apenas para desvendar tal fenômeno, mas principalmente na busca de dados que auxiliem na criação de um plano de recuperação confiável, reafirmando novamente o papel vital que a pesquisa científica representa no gerenciamento de crises. Em suma, a pandemia revela que o turismo deve ser compreendido em um contexto econômico e político global para que assim, através destas pesquisas, surjam novos paradigmas de enfrentamento e adaptação a tais fenômenos (Zenker & Kock, 2020).

Finalmente, após a análise dos resultados, os autores recomendam agora um aprofundamento deste estudo, com o cruzamento de dados de outros indicadores de desempenho entre a *Lodging Industry* e a *Vacation Rental Industry* no mercado de Florianópolis, capital catarinense. Uma vez que, tanto hotéis quanto imóveis de temporada compartilham similaridades quanto a sua oferta turística, justamente por se tratar de equipamento de mesma área – acomodações, é necessário portanto a elaboração de uma pesquisa que





confronte o desempenho de ambos os cenários. Somente desta forma, estaremos mais próximos da resposta quanto ao comportamento da *Airbnb* no setor hoteleiro.

Estudar a história através dos dados nos proporciona um olhar mais perspicaz quanto ao real cenário presente bem como futuro, nos auxiliando a criação de um planejamento pautado em evidências que balizam previsibilidade quanto a comportamentos futuros. Espera-se que esta pesquisa tenha elucidado ao leitor de forma clara e objetiva sobre a importância de se obterem mais estudos sobre os tópicos nele discorridos, especialmente no que se refere a economia compartilhada, já que considerada não apenas necessária, mas como também, parte inevitável de nosso cotidiano. Não obstante, o autor acredita que, independentemente da resposta, as plataformas digitais permanecerão, e sendo assim, o setor hoteleiro deve não somente se adaptar, mas também dar boas-vindas aos novos *players* da era da informação.

Por último, como limitações do trabalho, identificamos a fraca relação com os números da hotelaria da cidade, em virtude de não encontrarmos dados públicos e os hotéis não divulgarem dados compilados. Outra questão que consideramos limitante relaciona-se a discussão do estudo. Não encontramos muitos estudos nacionais sobre o tema e tivemos que recorrer a uma discussão com dados mais internacionais, o que de certa maneira, pode não contemplar todas as questões específicas do Airbnb no Brasil. Por último, consideramos que uma pesquisa mais aprofundada no tocante à relação estatística dos indicadores poderia ser feita. Entretanto, a plataforma Airdna só informa os dados absolutos, sem acesso ao banco de dados, o que inviabilizou esse desejo da pesquisa.

## REFERÊNCIAS

- Accor (2020). Informações sobre a rede Accor. Disponível em <http://www.accorhotels.com>. Acesso em 20 de Junho de 2020.
- Airdna.CO (2020) Dados sobre o site AirDna.Co. Disponível em <http://www.airdna.co> Acesso em 20 de Junho de 2020.
- Akbar, Y. H., & Tracogna, A (2018). The sharing economy and the future of the hotel industry: Transaction cost theory and platform economics. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 91-101.
- Albinsson, P. A., & Yasanthi Perera, B (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of consumer Behaviour*, 11(4), 303-315.
- Alrawadieh, Z., Alrawadieh, Z., & Cetin, G (2020). Digital transformation and revenue management: Evidence from the hotel industry. *Tourism Economics*, 1354816620901928.



- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*.
- Chathoth, P. K (2016). Historical evolution of hotel chains. *The Routledge Handbook of Hotel Chain Management*, 53-66.
- Chen, G., Cheng, M., Edwards, D., & Xu, L (2020). COVID-19 pandemic exposes the vulnerability of the sharing economy.
- Christensen, C. M., Raynor, M. E., & McDonald, R (2015). What is disruptive innovation. *Harvard business review*, 93(12), 44-53.
- CBRE (2016). Hotels Research. Disponível em: <https://www.cbre.us/cbre%20hotels/our-services/cbre-hotels-americas-research>. Acesso em 20 de Junho de 2020.
- Cobos, L. M., Mejia, C., Ozturk, A. B., & Wang, Y (2016). A technology adoption and implementation process in an independent hotel chain. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 93-105.
- Dogru, T., Mody, M., & Suess, C (2019). Adding evidence to the debate: Quantifying Airbnb's disruptive impact on ten key hotel markets. *Tourism Management*, 72, 27-38.
- Edelman, B., Luca, M., & Svirsky, D (2017). Racial discrimination in the sharing economy: Evidence from a field experiment. *American Economic Journal: Applied Economics*, 9(2), 1-22.
- Guttentag, D. A., & Smith, S. L (2017). Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. *International Journal of Hospitality Management*, 64, 1-10.
- Hall, S., & Pennington, J (2016). How much is the sharing economy worth to GDP?. In *World Economic Forum*, available at: [www.weforum.org/agenda/2016/10/what-s-the-sharing-economy-doing-togdp-numbers/](http://www.weforum.org/agenda/2016/10/what-s-the-sharing-economy-doing-togdp-numbers/) (accessed September 1, 2018).
- Haywood, J., Mayock, P., Freitag, J., Owoo, K. A., & Fiorilla, B (2017). Airbnb & hotel performance. *STR publication*.
- HotelInvest (2020). Estudo de recuperação da hotelaria. Disponível em: <https://conteudo.hotelinvest.com.br/recuperacaohoteleira>. Acesso em 20 de Junho de 2020.
- Lalicic, L., & Weismayer, C (2017). The role of authenticity in Airbnb experiences. In *Information and communication technologies in tourism 2017* (pp. 781-794). Springer, Cham.
- Lane, J., & Woodworth, R. M (2016). The sharing economy checks in: An analysis of Airbnb in the United States. *CBRE Hotel's Americas Research*.



- Liang, L. J., Choi, H. C., & Joppe, M (2018). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(1), 73-89.
- Muzellec, L., Ronteau, S., & Lambkin, M (2015). Two-sided Internet platforms: A business model lifecycle perspective. *Industrial Marketing Management*, 45, 139-150.
- Oasis (2020). Informações sobre o Oasis Collection. Disponível em: <http://www.oasiscollection.com>. Acesso em 20 de Junho de 2020.
- Pan, C. M (2007). Market demand variations, room capacity, and optimal hotel room rates. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3), 748-753.
- Raguseo, E., Neirotti, P., & Paolucci, E (2017). How small hotels can drive value their way in infomediation. The case of 'Italian hotels vs. OTAs and TripAdvisor'. *Information & Management*, 54(6), 745-756.
- Rifkin, J (2014). *The zero marginal cost society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*. St. Martin's Press.
- Sheldon, P (1997). Tourism Information Technology (Wallingford: CAB International). *AVIATION AND TOURISM*, 360.
- Sheresheva, M. Y (2020). Coronavirus and tourism. *Population and Economics*, 4, 72.
- Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U (Eds.) (2012). *Social media in travel, tourism and hospitality: Theory, practice and cases*. Ashgate Publishing, Ltd.
- SINTRATUH (2020). Dados de ocupação hoteleira em Florianópolis. Disponível em <http://www.sintratuh.org.br> Acesso em 20 de Junho de 2020.
- Sparrow, B., Liu, J., & Wegner, D. M (2011). Google effects on memory: Cognitive consequences of having information at our fingertips. *science*, 333(6043), 776-778.
- Sundararajan, A (2017). *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. Mit Press.
- Wang, D., Park, S., & Fesenmaier, D. R (2012). The role of smartphones in mediating the touristic experience. *Journal of Travel Research*, 51(4), 371-387.
- WTTC (WTTC) (2020) World Travel & Tourism Council. Disponível em: <https://www.wttc.org/about/media-centre/press-releases/press-releases/2020>.
- Xiang, Z., Choe, Y., & Fesenmaier, D. R (2014). Searching the travel network. *The Routledge Handbook of Tourism Marketing*, 281-298.

Xiang, Z., Wöber, K., & Fesenmaier, D. R (2008). Representation of the online tourism domain in search engines. *Journal of Travel Research*, 47(2), 137-150.

Zach, F. J., Nicolau, J. L., & Sharma, A (2020). Disruptive innovation, innovation adoption and incumbent market value: The case of Airbnb. *Annals of Tourism Research*, 80, 102818.

Zenker, S., & Kock, F (2020). The coronavirus pandemic–A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164.

**Nota** - Trabalho apresentado no XVII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo (ANPTUR) no ano de 2020.

### INFORMAÇÕES DO (S) AUTOR (ES)

---

i **DIOGO ANTUNES DE SOUZA RANGEL** – Tecnólogo em Hotelaria pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC).  
E-mail: diogo.as.rangel@gmail.com

ii **TIAGO SAVI MONDO** – Doutor em Administração na UFSC e Pós-Doutor em Turismo pela UFPR. Professor Efetivo da área de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC). E-mail: tiago.mondo@ifsc.edu.br