

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
CURSO DE GESTÃO DA INFORMAÇÃO

GUSTAVO RODRIGUES CAMPOS

ECONOMIA COMPARTILHADA: uma avaliação dos ofertantes de bens e serviços
da cidade de Uberlândia (MG), 2018.

UBERLÂNDIA

2018

Gustavo Rodrigues Campos

ECONOMIA COMPARTILHADA: uma avaliação dos ofertantes de bens e serviços da cidade de Uberlândia (MG), 2018.

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Gestão da Informação, da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel.

Orientadora Profa. Dra. Aracy Alves de Araújo

UBERLÂNDIA

2018

Gustavo Rodrigues Campos

ECONOMIA COMPARTILHADA: uma avaliação dos ofertantes de bens e serviços da cidade de Uberlândia (MG), 2018.

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Gestão da Informação, da Universidade Federal de Uberlândia, como exigência parcial para a obtenção do título de Bacharel.

Banca examinadora:

Prof^ª. Dra. Aracy Alves de Araújo – FAGEN – UFU
Orientadora

Prof Regis Michel dos Santos Sousa – FAGEN – UFU
Membro

Prof^ª Mestre Sara Luzia Melo – FACOM – UFU
Membro

Uberlândia, de 16 Agosto de 2018

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que me apoiaram durante essa jornada, em especial ao meus pais Newton Assunção de Campos e Giana Elena Jeronymo Rodrigues Campos. A minha orientadora Prof^a Dra. Aracy Alves de Araújo, meus avós, meus irmãos e a toda equipe que me acolheu no CIAEM (Incubadora de Empresas de Base Tecnológica da UFU), IARTE, Lojista Online e Associação de Food Trucks no qual me proporcionaram vivenciar na prática diversas atividades e me fizeram evoluir. Aos meus amigos que mantiveram, se inseriram nessa jornada durante a faculdade. Bora fazer acontecer!

RESUMO

A partir do surgimento de um novo modelo econômico, com a redução dos custos de transações causados pelos avanços tecnológicos, a conexão *on-line* e direta entre consumidores e vendedores se tornou mais fácil, possibilitando o compartilhamento de bens e serviços entre pessoas conectadas independente de se conhecerem. Empresas vem se adaptando ou surgindo dentro da economia compartilhada, como é denominado esta nova forma das pessoas se relacionarem e comercializarem com base no compartilhamento de bens e serviços, de uma forma mais rápida, com menor custo das transações e não dependendo necessariamente de troca monetária. O objetivo deste trabalho é avaliar o mercado de economia compartilhada da cidade de Uberlândia, verificando as organizações atuantes, as áreas que englobam, identificando as características com base na visão dos ofertantes de bens e serviços deste mercado, além de verificar como os empreendedores entendem o conceito por trás desta nova economia. O referencial teórico foi desenvolvido acerca do tema economia compartilhada, abordando seu surgimento, até o contexto atual, de forma global e nacional. Foi feita uma pesquisa de caráter qualitativo, a partir de um roteiro semiestruturado e observação, utilizando o estudo de caso como estratégia. Foram realizadas entrevistas em profundidade com os gestores de quatro organizações atuantes na cidade, onde verificou-se principalmente que a colaboração como a base do consumo compartilhado. Podendo unir as pessoas de forma local, pessoal ou pela internet, gerando interações de uma forma que nunca tinha sido possível antes, tornando-se cidadãos ativos com as empresas, participando em decisões estratégicas das empresas, com informações fornecidas. Vem crescendo cada vez mais na cidade em questão, que possui um grande potencial de crescimento e fomento deste mercado.

Palavras-chave: Economia compartilhada, consumo colaborativo, economia colaborativa.

ABSTRATIC

From the emergence of a new economic model, with the reduction of transaction costs caused by technological advances, the online and direct connection between consumers and sellers has become easier, allowing the sharing of goods and services between people connected independently of if they know each other. Companies are adapting or emerging within the shared economy, as this new form of people is related and commercialized based on the sharing of goods and services, in a faster way, with lower cost of transactions and not necessarily depending on monetary exchange. The objective of this work is to evaluate the shared economy market of the city of Uberlândia, verifying the organizations involved, identifying the characteristics based on the view of the suppliers of goods and services in this market, as well as to verify how the entrepreneurs understand the concept behind this new economy. The theoretical framework was developed on the theme shared economy, addressing its emergence, up to the current context, in a global and national way. A qualitative research was done, based on a semi structured script and observation, using the case study as a strategy. In-depth interviews were conducted with the managers of four organizations operating in the city, where it was mainly found that collaboration as the basis of shared consumption. It can bring people together locally, personally or through the internet, generating interactions in a way that has never been possible before, becoming active citizens with companies, participating in strategic decisions of companies with information provided. It is growing more and more in the city in question, which has great potential for growth and development of this market.

Keywords: Sharing economy, collaborative consumption, collaborative economy

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. REVISÃO DE LITERATURA	9
3. METODOLOGIA	19
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES	22
5. CONCLUSÃO	29
REFERÊNCIAS	30
ANEXO	33

1. INTRODUÇÃO

A Economia Compartilhada ou Colaborativa (EC) surgiu nos Estados Unidos em meados da década de 90. O termo, segundo Schor (2014) refere-se ao mesmo modelo econômico da redução dos custos de transações causados pelos avanços tecnológicos, para explorarem os mercados secundários, com a de recirculação de bens, em meados da década de 90.

A EC se desenvolveu com a criação de sites de recirculação de bens, como *eBay* e *Craigslist*. Esses sites utilizaram a conectividade para ligar pessoas interessadas em comprar e vender mercadorias já utilizadas. Villanova (2015) ressalta que a facilidade gerada com as transações on-line e a conexão direta entre consumidores e vendedores, fez com que relações *peer to peer* (de pessoa para pessoa) possibilitassem compartilhamento de bens e serviços entre pessoas conectadas, independente de se conhecerem.

No Brasil, de acordo com Oliveira (2016), o movimento da economia compartilhada ganhou força através de empresas que aproximam quem tem algo que usa pouco, de pessoas que querem alugar ou emprestar estes objetos, estas empresas atuam com modelo de negócio que tem capacidade de ganhar escala a partir do lucro de como, por exemplo, compartilhamento de automóveis, espaços de trabalho (coworking), sistemas de carona, bicicletas (bike sharing), hospedagem, e de plataformas que promovem a troca de produtos e serviços, além do financiamento coletivo (crowdfunding).

Para Botsman; Rogers (2011) a colaboração como a base do consumo colaborativo, pode unir as pessoas de forma local, pessoal ou pela internet, gerando interações de uma forma que nunca tinha sido possível antes, tornando-se cidadãos ativos, onde os autores verificaram que, no caso de compartilhamento de bicicletas um crescimento de mais de 200% por ano, e possui milhões de pessoas de todo mundo participando desta nova forma de consumir. E passear pela cidade em um *bike sharing* local pode ser associado a umas férias na qual foi chegar ao destino pelo BlaBlaCar (aplicativo de compartilhamento de carona), pegar um Uber para se hospedar via Airbnb, enquanto o proprietário está em outra cidade pedindo *delivery* pelo *Ifood*.

Benedito; Dias (2017) destacaram que novos modelos de negócios cada vez mais inovadores no framework da economia compartilhada surgem devido à capacidade de compartilhar ativos excedentes, que buscam não apenas gerar lucro para os empreendedores, mas também gerar renda ou benefícios para os usuários. Gansky (2010) já complementa dizendo que o desenvolvimento da Economia Compartilhada é influenciado pelos avanços tecnológicos, pois o compartilhamento entre desconhecidos é fomentado pelas redes sociais. E

por outras vias Villanova (2015) já conclui que o desconhecimento a cerca desse fenômeno faz com que ele seja equivocadamente confundido com economia social.

De acordo com o Portal Sparks & Honey Cultural Strategists (2015) o compartilhamento é natural do ser humano, considerando a Economia Compartilhada um novo modelo econômico no qual as marcas vão necessitar de aderirem ao modelo coletivo. Benedito; Dias (2017) complementam dizendo que os clientes vão colaborar diretamente para as tomadas de decisões estratégicas, pois cada vez mais as organizações estarão próximas de seus clientes finais, que por consequência o autor complementa que definirá o futuro da economia global e do trabalho.

Diante do cenário exposto, questiona-se qual o perfil do mercado de economia compartilhada? Para atender a esse questionamento, será realizado um levantamento das organizações da economia compartilhada na cidade de Uberlândia. Os objetivos específicos dessa pesquisa são: categorizar por área de atuação os empreendimentos compartilhados, fazer levantamento dos negócios compartilhados na cidade de Uberlândia, identificar características do mercado e verificar se os ofertantes conhecem o conceito de economia compartilhada. Sendo o trabalho dividido em 5 capítulos, o 1 consta a introdução corrente; o 2 é a Revisão de Literatura no qual aborda sobre o surgimento da economia compartilhada, o que vem acarretando, até chegar no contexto atual, passando pelos principais aspectos teóricos; o capítulo 3 expõe a Metodologia; no 4 apresentado os resultados e feita as discussões e no 5 é realizado a conclusão.

O desenvolvimento dessa pesquisa será feito através de observação e a aplicação entrevista em profundidade analisadas qualitativamente.

2. REVISÃO DE LITERATURA

A Economia Compartilhada (EC) possui várias denominações, segundo Gansky (2010) economia *mesh*, de acordo com Botsman; Rogers (2011) “consumo colaborativo”, ou como convencionado a chamar, economia colaborativa ou “*sharing economy*”, que segundo Gansky (2010) “são modelos de negócio ou organizações com foco no compartilhamento”, que é uma nova tendência que se expande cada vez mais. Já para Sudararajan (2016) a “EC já é considerada um sistema econômico”, com outra abordagem, porém com uma mesma frequência de pensamentos, Botsman; Rogers (2011) conclui que “são práticas comerciais sem que exista necessariamente troca monetária e/ou aquisição de um produto, mas possibilitam o acesso a bens ou serviços”.

O acesso à internet foi um grande avanço em diversas áreas, e não poderia ser diferente no consumo e então na economia, que de forma conectada vem transformando hábitos e inovando a maneira de se relacionar com bens e serviços. Segundo BELK (2014) “o compartilhamento nasceu juntamente com a humanidade, e com a internet surge o consumo compartilhado”. A EC por Villanova (2015) “surgiu nos Estados Unidos na década de 1990 através da facilidade a partir das transações online, fazendo com que relações diretas entre pessoas tivessem seus custos reduzidos, assim como a conexão direta entre consumidores e vendedores, o que possibilitou o compartilhamento de bens e serviços entre pessoas que estiverem conectadas, independente de se conhecerem”.

Antes da internet era possível ter produtos compartilhados desta forma, porém como defendido por Botsman; Rogers (2011) “os custos para organizar transações entre grupos era muito alto, tornando restrito a pessoas próximas”. Uma vez que, por Schor (2014) “as redes promovem pessoas mesmo desconhecidas a se conectarem e concretizarem trocas, cooperarem e impulsionarem rapidamente plataformas de economia compartilhada através do compartilhamento de informações, fazendo que o acesso a bens e serviços aconteça sem a necessidade da aquisição, fenômeno esse dependente de fatores sociais, tecnológicos e econômicos, visando à criação em modelos de negócios novos, fundamentados na troca e no compartilhamento de produtos entre indivíduos”.

Vindo de maneira tão intensa, a EC está mudando até o paradigma da economia clássica sobre o lucro, que por Drucker (2010) “existem dois significados, o primeiro sendo a base para a empresa sobreviver em questões financeiras, e o segundo refere-se ao trabalhador, no qual seu trabalho rende o lucro monetário”. Pois preocupados com aspectos ambientais, e possibilitando ter um maior acesso aos produtos sem que haja necessidade do aumento da produção, segundo Manica (2017) “as pessoas não estão mais interessadas no bem material, mas em sua utilidade, sendo o objeto pertencente à coletividade e não apenas ao indivíduo, a posse perdeu espaço para experiência, uma tendência, e está diretamente ligada ao surgimento desse novo tipo de comércio”.

E essas transações são feitas por meio do consumo colaborativo, como é no caso no mercado musical, onde os músicos agora disponibilizam on-line seus trabalhos, o consumidor em que ao invés de investir em um CD baixa gratuitamente as músicas, e para ter uma experiência completa vai a um show, sendo a grande mudança à disponibilidade de dados dos clientes, fazendo com que bens físicos sejam consumidos como serviços de acordo com Ramos (2017).

Com estes fatos temos cada vez menos dúvidas do poder da economia colaborativa, que atualmente fomenta negócios baseados no compartilhamento. O *Airbnb* é um exemplo claro, uma plataforma que oferece quartos e imóveis para locação por temporada, que segundo Kaplant e Nadler (2015) “possui hoje um valor de mercado superior a grandes redes de hotéis”, como Hyatt. Sendo que esta empresa impactou o ambiente competitivo da indústria hoteleira, com diferencial detectar necessidades de anfitriões e hóspedes através de uma plataforma digital, e o mais impressionante é possuir esse destaque no mercado sem possuir um único quarto para aluguel, desafiando as noções de posse e consumo estabelecidas. Que segundo Lavaquial (2015) “está conectando empreendedores, já que são consumidores e vendedores simultaneamente, tornando o mundo mais produtivo e reduzindo a ociosidade dos ativos”.

No Rio de Janeiro, sendo o principal concorrente das redes hoteleiras, só o Airbnb teria 40 mil leitos, o equivalente a cerca de 50% da capacidade hoteleira segundo a colunista Ligia Aguilhar de O Estado de São Paulo, na qual esse novo modelo de negócios fez com que várias empresas começassem a ver oportunidade nesse novo tipo de economia. Que é uma chance dentro do capitalismo, para alavancarem seus negócios e também para as pessoas físicas, onde é possível reduzir custos ou gerar renda com esse movimento, fazendo atividades nas horas vagas, compartilhando veículos, espaço no imóvel ou ele todo enquanto está fora. Além de poder trocar objetos, trabalhos e isso sem falar de projetos que podem ser viabilizados, via financiamento coletivo, como gravar filmes, CDs ou publicar um livro, permitindo a diversificação das fontes de renda e a menor dependência de empregadores (DUBOIS; SCHOR; CARFAGNA, 2014 apud VILLANOVA, 2015).

Em 2014 houve uma movimentação de mais de 110 bilhões de dólares em empreendimentos colaborativos, segundo a revista Forbes. O compartilhamento tem a possibilidade de diversos benefícios, segundo Gansky (2010), econômicos de diversas formas, pode ser uma renda por meio do aluguel de bens, revenda, além da prestação de serviços, sendo possível ainda reduzir os custos por meio de empréstimos e trocas de bens e serviços. Além de estarem preocupados com aspectos ambientais, possibilitando ter um maior acesso aos produtos sem que haja necessidade do aumento da produção, devido às pessoas não estarem interessadas no bem material, mas em sua utilidade, sendo o objeto pertencente à coletividade e não apenas ao indivíduo, a posse perdeu espaço para experiência esta é uma tendência e está diretamente ligada ao surgimento desse novo tipo de comércio, por meio do Consumo Colaborativo. Como indica os estudos do Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Relações Internacionais (IDDRI) de Paris na qual com uma boa gestão de bens compartilháveis, seria possível reduzir os gastos das famílias em 7% do orçamento e a produção do lixo doméstico na ordem de 20%.

Apesar do grande potencial da economia compartilhada se desenvolver, ainda é pouco conhecida no Brasil, fato este segundo Villanova (2015) verifica-se devido os poucos estudos desenvolvidos sobre o tema nacionalmente, porém a tendência é favorável à disseminação desta economia, uma vez que visa gerar valor econômico e social, tendo grande potencial em associação com a economia tradicional, porém sendo necessário um maior conhecimento do público em geral, uma vez que equivocadamente ela é confundida com economia social, que não visa lucro. Segundo Lisboa (2017), a academia brasileira, que produziu fascinantes estudos sobre economia solidária e cooperativismo no passado, parece ignorar o mundo da tecnologia e as disputas sobre o significado das “economias do compartilhamento”.

Com a rápida expansão de modelos de negócios de compartilhamento de bicicleta, hospedagem, automóveis, financiamento coletivo entre outros, a economia compartilhada está se desenvolvendo no Brasil, sendo disseminada em capitais e chegando aos poucos em cidades maiores no interior. Além disso, de acordo com o Portal Consumo Colaborativo existe a disseminação de empréstimos, troca e revenda de produtos e serviços por plataformas on-line. Sendo esta a base deste novo modelo econômico, dando oportunidade para vários setores de atuação.

De acordo com Lisa Gansky, autora do livro “Mesh: porque o futuro dos negócios é compartilhar”, os negócios da economia compartilhada, denominada por ela como Mesh, possuem quatro características, o compartilhamento, uso avançado da Web e redes móveis de informação, um foco em mercadorias físicas e materiais (compartilháveis) e o comprometimento com os clientes, através das redes sociais. Sendo que nem todas as empresas ainda possuem as quatro, pois como qualquer grande avanço e crescimento, há diversas maneiras de expressar, no qual alguns empreendimentos começam inteiramente dentro deste modelo e outros estão se movimentando nesta direção. Tornando-se possível a economia compartilhada, segundo Gansky (2011) devido a crescente conexão entre pessoas, negócios, organizações e todo o restante através da internet, este mercado remodelou centenas de indústrias, dezenas de milhares de empresas, comunidades e expectativas em todo o mundo, como no caso da indústria de música, revolucionada pelo compartilhamento de canções através do itunes.

A economia tradicional está sendo transformada pela EC em alguns seguimentos, sendo práticas tradicionais de negócio revisadas. Como no caso do mercado musical, editorial e cinematográfico, no qual teve impacto em diferentes intensidades devido o compartilhamento on-line de produtos, que já é uma prática estabelecida nestes negócios tradicionais. Recentemente, de acordo com Villanova (2015) a indústria hoteleira tem pressionado os órgãos

municipais para que apliquem os mesmos regulamentos hoteleiros para o aluguel de quartos por meio do Airbnb. Que já entra em aspectos jurídicos, com a regulamentação de atividades deste novo modelo economia de grande ascensão mundial, como também é o caso do Uber (empresa americana de economia compartilhada e mobilidade urbana) que já é regulamentada em algumas cidades no Brasil e em outras temos uma batalha por um lado falando da inconstitucionalidade e outro a necessidade mais rápida possível para continuar um crescimento de um movimento que não tem mais como parar.

Empresas como as citadas alcançaram sucesso em pouco tempo desde sua entrada no mercado, isso sem utilizarem os recursos tradicionais empregadas por líderes de mercado, como hotéis e táxis, quebrando sistemas que eram praticamente um monopólio. Que de acordo com Parker, Alstyne e Choudary (2016), aconteceu devido ao chamado por eles “poder da plataforma”, que conecta pessoas a partir de um novo modelo de negócios, em um ecossistema interativo que organizações e recursos trocam e criam valores astronômicos. Na qual revolucionam a economia e a sociedade onde a informação é seu principal recurso, e segundo Behs (2017) qualquer empreendimento em que é importante a informação, é um candidato a fazer parte da revolução da plataforma, na qual plataforma é uma empresa baseada na criação de valor entre consumidores e produtos externos, provendo uma infraestrutura participativa e informacional aberta e, constituindo regras de governança para essas interações e reduzindo ainda mais os custos de transações.

A EC é um fenômeno recente, que de acordo com Schor (2014) possui um futuro ainda incerto, porém, muitos empreendimentos desta economia já se tornaram modelos de negócio bem sucedidos e sustentáveis, comprovando o grande potencial de desenvolvimento econômico existente em torno das atividades de compartilhamento. Ao mesmo tempo, os participantes deste novo modelo oferecem uma postura, que por Gansky (2010) é mais ativa em relação às questões socioeconômicas e de sustentabilidade e desenvolvem modelos de negócio que buscam a geração de valor econômico e social concomitantemente. Pois como são defendidas por Chase (2015), as coisas físicas já possuem um número mais que suficiente, sendo necessário aperfeiçoar e alavancar a capacidade de uso destes ativos, com a finalidade de a sociedade obter ganhos, tratando de um caminho para equilibrar a oferta e a demanda, com menos gastos de recursos e maior produtividade.

O consumidor tradicional também evolui, onde agora também conseguem gerar renda além de consumir, tem a opção de disponibilizarem seus objetos ou serviços, e quando necessitam de alguns itens que não possuem ou outros recursos em eventuais necessidades buscam a solução da mesma forma que ofertam, porém estando do outro lado da economia neste

outro momento, em 2014 a Forbes estimou que a EC gerou uma receita 3,5 bilhões de dólares para os usuários (fornecedores) desses serviços. Essa troca de acordo com Oliveira (2016) surge de questionamentos como: “O que você quer? Alguém deve ter”. De acordo com Kotler (2010), a era do compartilhamento surge como resultado de celulares e computadores baratos, acesso a rede com baixo custo e fonte aberta. Avanços tecnológicos aliados ao surgimento e à popularização das redes sociais têm aumentado a conectividade e a interatividade entre grupos e pessoas. Agora, é possível que estes se expressem e colaborem entre si mais do que nunca, os indivíduos criam notícias, entretenimento e não só consomem. O autor ainda afirma que tem sido possível consumidor influenciar outros consumidores com suas opiniões e experiências, nessa nova era de consumo. Diante disso, ocorreu a diminuição do controle da marca por parte da própria empresa devido à influência da propaganda ter diminuído consideravelmente.

E de certa forma possuem alguns fatores que interrompem o fluxo natural desta nova economia, como os listados por Chase (2015), no qual instituições financeiras, organizações privadas, governos, órgãos reguladores e a sociedade que, de alguma forma, são beneficiados pelo modelo tradicional, por outro lado para este mesmo autor as empresas que lutam contra governos que impõem condições consideradas atrasadas e obsoletas estão fazendo história. Para Sparks & Honey Cultural Strategists (2015), o compartilhar faz parte da natureza humana, o que existe de novo são as plataformas de que torna este fato de maneiras instantâneas, que combinadas a dispositivos tecnológico permitem de qualquer lugar do planeta o compartilhamento, facilitando ainda mais com sistemas de pagamentos que aceleram e facilitam qualquer transação online. Com a combinação destes fatores temos a potência de uma economia ainda pouco explorada se comparada com seu potencial.

De acordo com Benedito; Dias (2017) com o surgimento da internet e união com o sistema capitalista em sua forma mais tradicional a EC surge como diferencial competitivo frente ao padrão de indústria moroso, fechado e centralizado. As plataformas que sustentam esta nova dinâmica de consumo possuem grande potencial de organizarem, conectarem, agregarem valor e com isso os participantes individuais possuidores de recursos excedentes que estão dispostos a compartilhar, em troca de remuneração e outros benefícios possuem importância.

Uma mudança no significado de valor de um produto é questionada na economia compartilhada, que segundo Bockmann (2013), o valor para o consumidor é determinado como a diferença entre o custo incorrido pelo mesmo e o benefício percebido, onde ao ter acesso a um produto ou adquiri-lo, o consumidor tem um benefício, porém é necessário custos de manutenção para a que continue tendo sua funcionalidade. Assim, o cliente possui um

questionamento baseada nesta diferença para verificar se será motivado a concluir o processo de aquisição. Com isso produtos com um maior valor como imóveis e automóveis tem uma atenção maior e seu valor questionado. O autor ainda traz um paralelo entre a criação de valor e os 4 C's do marketing, onde Clientes compram apenas o que é de extrema necessidade ou será de uso diário, se possuem acesso ao mesmo produto ou serviço com um Custo menor e qualidade maior ou igual, na parte de Comunicação buscam outros consumidores como consultores e a Conveniência na qual disponibilizam algo que possuem ou busquem o que ainda não tem acesso.

Muitas das iniciativas de compartilhamento ou troca de acordo com Schor (2014) não buscam a maximização das receitas, mas possuem como objetivo das atividades servir às necessidades da comunidade. Dessa forma como é defendido por Botsman; Rogers (2011) são práticas que permitem que produtos de propriedade de uma empresa ou de uma pessoa física sejam compartilhados, sendo um mercado impulsionado pelas tecnologias onde trocas entre pessoas desconhecidas são realizadas, retomando o escambo neste mercado de redistribuição. E estes mesmos autores defendem que o estilo de vida colaborativo é caracterizado por reunir pessoas com interesses parecidos, as quais estão preparadas a trocar e compartilhar ativos menos tangíveis, como tempo ou habilidades, onde já existem plataformas de troca de bancos de horas, que viabilizam a permuta multilateral de serviços e são exemplos deste sistema.

Podemos ressaltar alguns exemplos da oferta de serviços compartilhados, temos vários estilos, como o site que une locadores e locatários em todo o Brasil, Aloga oferece aluguel de produtos com a utilização geralmente de uma diária, que desejam ter acesso a certos benefícios de produtos sem a necessidade de comprá-los, e também fazer um dinheiro extra com bens que não usam com tanta frequência, como par de luvas de boxes, drones, furadeira, bicicleta, entre outros. Já o site Tem Açúcar? foi criado em 2015 pela Camila Carvalho que teve a ideia do negócio pensando em reforçar laços de convívio em vizinhanças e evitar o consumo de objetos que são usados raramente, onde não tem a necessidade de compra, ou podendo ser algo mais simples como uma xícara de açúcar, o início ocorreu no Rio de Janeiro, e em um ano já possuía 79 mil cadastro em 2175 cidades pelo Brasil.

E um grande exemplo, que foi replicado rápido é o bike sharing, na qual é possível alugar uma bicicleta por hora, dia, semana ou mês, um dos primeiros começou em 2005 na França em Velo'v de Lyon, ele disponibiliza mais de duas mil bicicletas em mais de 170 estações na área urbana de Lyon (perto de estações de transportes públicos), logo foi para Paris e inspirando outras cidades, como Nova York, Londres, Rio de Janeiro e São Paulo, geralmente

cada local com uma empresa patrocinadora da ideia, sendo um meio de transporte limpo e flexível, sendo barata e em alguns locais os primeiros minutos saem gratuitos.

Dessa maneira verifica-se que a economia compartilhada está em diversos setores e de diversas formas, algumas se tornando regionais, outras nacionais e grandes empresas hoje conhecidas, não por serem frutos desta nova economia, mas por terem serviços tão atrativos mundialmente, como Uber, Airbnb, Netflix, foram e são grandes inspirações para novos negócios que vem surgindo com a base do compartilhamento e a oportunidade de negócios para quem possui o bem (como Uber para quem tem veículos e Airbnb para imóveis). Outros verificam uma oportunidade no mercado para oferecer produtos, como Netflix que possui a plataforma mais acessada de filmes, séries, documentários, de forma a ser mais acessível para o consumidor final, sendo hoje em dia além de uma plataforma, uma produtora com produtos exclusivos para seus clientes.

A maioria dos sites de economia compartilhada de acordo com Schor (2014) divulga suas credenciais verdes e vários consumidores se preocupam com o impacto ecológico, os melhoramentos ecológicos do compartilhamento geralmente são vistos como óbvios, onde os negócios secundários reduzem a demanda por novos produtos, de modo que as pegadas de carbono diminuam. Como é citado pelo autor, permanecer em imóveis já existentes reduz a demanda por novos hotéis, sem que haja a necessidade de novas construções, assim como o compartilhamento de carros reduz as novas compras e fabricação de automóveis. Porém apesar de acreditarem de forma geral que o setor ajuda na redução de gases carbono, há quase nenhum estudo analisando os impactos. Neste ponto, eles estão muito atrasados, ficando aqui uma sugestão para futuros estudos a cerca do tema Economia Compartilhada.

Porém Freitas, Petrini e Silveira (2016) realizaram um estudo para estabelecer um diálogo entre Economia Compartilhada e Consumo Sustentável, com o objetivo de compreender o consumo colaborativo no setor varejista, tratando da manifestação do desenvolvimento sustentável. Os autores realizaram uma busca estruturada através de análise bibliométrica nas principais bases de dados da área. E ao definirem consumo colaborativo como uma rede baseada no compartilhamento de produtos e serviços, identificaram 254 sites, e visitaram 72, onde dois grandes grupos foram identificados, Novas Oportunidades Econômicas (NOE) e Consumo de Intenção Ideológica (CII). No qual os consumidores associados podem possuir perfis bem diferentes, onde no NOE o consumidor tem interesse no acesso ao bem, já no CII o estilo de vida colaborativo e a busca de um bem comum são os maiores atrativos. Com isso estão pressionando empresas do varejo a repensarem na sua atuação, principalmente

quando se trata de inovação, uma vez que a economia compartilhada já possui seguidores imersos destes modelos de negócios que conectam diretamente consumidores.

Com isso tem-se mais estudos abordando o lado dos consumidores, diferente do que temos como objetivo. E tratando de mercados específicos começamos com *coworking*, uma vez que são espaços que estão aumentando na cidade de Uberlândia e provavelmente o maior número de empresas de Economia Compartilhada da cidade estão neste mercado. E quando se trata deste assunto não poderíamos deixar de citar um estudo realizado em Campinas.

Benedito; Dias (2017) realizaram um estudo sobre os espaços de *coworkings* retratando as mudanças no estilo tradicional de trabalho ocorrida nos últimos anos. Os autores realizaram sua pesquisa na região metropolitana de Campinas e tinham como intuito principal ampliar o conhecimento sobre o potencial econômico das atividades realizadas dentro dos espaços de *coworking*. Foi feito um mapeamento dos espaços de *coworking* existentes e posteriormente a coleta de dados foi realizada com a aplicação de vinte e duas entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram realizadas com administradores e usuários destas plataformas físicas de compartilhamento. Além disso, os autores realizaram uma revisão de literatura sobre o tema. Os autores concluíram que os *coworkings* geram possibilidades, inspiram os indivíduos e organizações a mudarem a forma com que trabalham e lidam com suas carreiras, devido à rede de networking e colaboradas pelas diversas áreas da economia regional e usuários atuantes.

Já pensando em um mercado diferente, Minano; Santos (2015) realizaram um estudo sobre os serviços de compartilhamento de bicicletas no Brasil, e compararam alguns aspectos com cidades europeias, como a sustentabilidade, mobilidade e economia. Para analisar o mercado brasileiro os autores, através de e-mail, em outubro de 2014, enviaram a todos os usuários do Bike Brasília, Bike Sampa, Bike Rio e Bike PE um questionário, no qual foram obtidos 381 formulários preenchidos corretamente, já o serviço europeu foi caracterizado por referências bibliográficas de estudos de caso. Foram verificados os modais de transportes que eram usados antes, no Brasil a quantidade de pessoas que andavam a pé e de carro antes desse serviço foi maior que na Europa, onde utilizam mais o *bike sharing* como alternativa ao transporte público. Os europeus quando se trata de viagens compartilhadas com outros modais de transporte público também possuem uma taxa maior, além dessas informações os autores conseguiram verificar que para cada bicicleta compartilhada no mercado brasileiro foi convertido em 1,3 novas bicicletas privadas nas ruas.

Seguindo o mesmo tema de *bike sharing*, Ferraz, Assis e Hecksher (2016) realizaram um estudo com o intuito de analisar a inovação da Bike Rio, responsável pelo compartilhamento de bicicletas na cidade do Rio de Janeiro, analisando dados sobre o serviço, o modelo de

negócios, circunstâncias de utilização pelos usuários e nível de satisfação. Com base da metodologia na teoria da Inovação Disruptiva os autores realizaram coleta de dados secundários em 2015, pela internet com 30 usuários da Bike Rio e pesquisa exploratória realizada com usuários do serviço. Verificaram que este modelo apresenta características predominantes de inovação disruptiva de baixo mercado, além de sugerirem que a empresa deve focar na manutenção das bicicletas e tecnologia das estações.

Por outros meios Soares, Dias e Filho (2017) realizaram um estudo sobre os conceitos de experiência do turista e de hospedagem, através do caso do Airbnb. Com uma abordagem qualitativa, os autores buscaram fundamentar a discussão através do levantamento bibliográfico e em sites de informações, e o método netnográfico possibilitou reunir depoimentos de turistas que em sua viagem, se hospedaram pelo aplicativo em questão, em Natal, Rio Grande do Norte. Ao todo 340 comentários de usuários no Airbnb foram analisados pelo software de análise qualitativa e mista Nvivo, formando uma nuvem de palavras que auxiliou na categorização dos resultados. Foram elencadas as 30 palavras mais citadas nos comentários dos turistas, porém, 27 foram derivadas no agrupamento do software por terem ligação. Além de possibilitar relações interpessoais, fornece informações seguras aos envolvidos, isso para atender ao perfil de uma demanda que busca a experiência diferenciada do começo ao fim da sua viagem. Esse comportamento é influenciado pela disponibilidade e acesso das ferramentas tecnológicas, incorporadas a atividades turísticas e que atendem às novas necessidades dos turistas que não estão sendo atendidas, ou não, satisfatoriamente, pelas estruturas mais tradicionais de hospedagem.

Com um foco diferente no mercado, Lima (2016) analisou na cidade de Porto Alegre a maneira que o Consumo Colaborativo praticado a partir da plataforma de redistribuição “Tem Açúcar?” é capaz de modificar a vida de seus usuários na cidade em questão, identificando o desenvolvimento da plataforma, o papel das redes sociais e as características do conceito por trás dessa nova maneira de consumir. Por meio de uma pesquisa teórico-aplicada de caráter exploratório, com abordagem qualitativa, busca de dados secundários no ambiente virtual, seguida de entrevista em profundidade e por fim estudo de caso, o autor conseguiu verificar que os consumidores vêm mudando a forma como consomem baseando na cooperação aliada à tecnologia. A reutilização através do compartilhamento dos produtos ocorre principalmente pelas relações sociais, uma vez que se trata de um mercado de redistribuição. Os usuários podem ser adeptos ao compartilhamento de alguns itens e não de outros, sendo um problema não só a confiança, mas a facilidade oferecida no acesso do produto, no qual foi constatado que

a “Tem Açúcar?” apresentou uma estrutura dinâmica e funcional, além do uso de matéria prima ser menor, o tempo de vida útil de um produto maximizado e a de lixo diminuída.

Com uma linha de raciocínio diferente, mas com resultados relacionados, Costa (2016) realizou um estudo com o objetivo principal de identificar qual a percepção dos alunos do curso de Administração de um centro universitário de Brasília a respeito dos aplicativos de transporte individual com base na economia compartilhada, quais são mais utilizadas em Brasília e qual é a melhor avaliada pelos entrevistados. Com base em uma pesquisa descritiva, com uma amostra de 368 alunos com idade entre 16 e 65 anos, a autora por meio de uma análise quantitativa de tendências, ações ou opiniões de uma população, observou que os 3 aplicativos mais usados são Uber, Easy Taxi e 99Taxi. Sendo os serviços de Taxi com a maioria das avaliações de usuários satisfeitos ou indiferentes, sendo o último destes com a maior taxa negativa de avaliação. Já o Uber prevaleceu avaliações muito satisfeitas ou satisfeitas, uma empresa da economia compartilhada, fator que a autora verificou ser a explicação por ser seguro, econômico, prático e proporciona a sustentabilidade, diferenciando principalmente neste último aspecto.

Seguindo o mesmo tema transportes na EC, Ota, Pião e Melo (2017) tiveram como objetivo analisar o modelo de negócios da economia compartilhada sob a perspectiva dos empreendedores. Através de uma revisão bibliográfica sobre economia compartilhada e modelo de negócios e por meio de estudos de caso múltiplos com 3 empresas da cidade de São Paulo, uma startup e duas empresas que atuam no segmento de compartilhamento de veículos. O autor aplicou questionários via e-mail, com uma pesquisa explanatória e verificou que apenas uma das empresas apontou a redução de custos como foco da atuação da empresa. E os serviços da EC focam em alto desempenho e inovação, atingindo os consumidores que com outra percepção, as autoras destacam que a inovação está ligada a empreendimentos de plataformas tecnológicas no geral, não somente a economia compartilhada.

3. METODOLOGIA

Neste trabalho foi utilizado o método de pesquisa exploratória e qualitativa, para avaliar os ofertantes de bens e serviços de economia compartilhada em Uberlândia, e entender mais deste mercado. O instrumento de coleta de dados foi elaborado pelo autor, de acordo com informações coletadas em estudos anteriores relacionados ao tema deste trabalho e de forma que atendesse ao objetivo geral e aos objetivos específicos anteriormente propostos, representados no Quadro 1.

Quadro 1: Características da Mercado de Economia Compartilhada

VARIÁVEL	AUTOR	ESTUDO
Caracterização básica	GANSKY, 2010	mesh : Por que o futuro dos negócios é compartilhar
Impactos no Mercado	BENEDITO; DIAS, 2017	A Economia Compartilhada na região metropolitana de Campinas: vantagens e desvantagens
Hábitos dos Clientes	BOCKMANN, 2013 LIMA, 2016	A Economia Compartilhada: é hora de começar a se importar com o compartilhamento; fatores criadores de valor na economia compartilhada. O meu, o seu, os nossos: uma análise sobre o consumo colaborativo na cidade de Porto Alegre.
Oportunidade Verificada	BOTSMAN; ROGERS, 2011	O que é meu é seu: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo
Diferenciação	COSTA, 2016 SOARES; DIAS; FILHO, 2018	O Que é meu é seu: A Economia Compartilhada e o Transporte Individual A Experiência do turista e a Hospedagem Compartilhada através do uso das Novas Tecnologias no turismo: O caso do Airbnb. Revista Turismo & Desenvolvimento
Impactos sustentáveis	MINANO; SANTOS, 2015	Contribuição dos serviços de bicicleta compartilhada na mobilidade sustentável no Brasil
Entendimento Conceito	SCHOR, 2014	Debating the sharing economy. Great Transition Initiative

Fonte: O autor, 2018.

O roteiro, no Apêndice 1, foi separado em quatro blocos. O primeiro tinha o intuito de obter informações para caracterização da organização e sobre o respondente, a fim de identificar o perfil e as possíveis semelhanças entre elas; o segundo bloco objetivou entender o funcionamento das organizações, assim como suas diretrizes, a fim de identificar se o conceito

da economia compartilhada está ligado aos ofertantes de forma direta ou apenas indireta; o terceiro bloco pretendia obter informações que nos possibilitasse compreender se o conceito de economia compartilhada é aplicado nas organizações e se é entendido de maneira correta; já o quarto bloco teve por objetivo verificar como a economia compartilhada afeta os ofertantes, trazendo benefícios, oportunidades ou desafios.

A primeira etapa da pesquisa foi a revisão de literatura sobre o tema que permitiu o conhecimento de algumas características e conceitos de economia compartilhada que possibilitaram a elaboração do roteiro da entrevista como Apêndice I.

A segunda etapa da pesquisa foi uma busca em sítios da internet localizados por estarem relacionados ao tema de economia compartilhada, isto ocorreu devido à ser um tema ainda com poucos estudos, foi necessário desenvolver coleta de dados secundários coletados durante todo desenvolvimento do trabalho, com o objetivo de listar os ofertantes de Uberlândia e fazer um mapeamento das organizações de economia compartilhada, após a seleção de algumas organizações o autor entrou em contato com ofertantes de todas as áreas de atuação.

O passo seguinte foi a realização de entrevista com os responsáveis pelas organizações. As entrevistas foram realizadas durante o mês de Julho de 2018 com os gestores que se disponibilizaram a participar do estudo, conduzidas somente pelo pesquisador, de forma presencial ou remota, por meio de telefone ou internet.

Para garantir que os objetivos das coletas de dados fossem atingidos, foram feitas algumas etapas, como estudo da empresa e do respondente com informações disponíveis, observação atenta ao entrevistado, busca de imparcialidade em relação a noções pré-concebidas, flexibilidade e adaptabilidade frente a situações nas entrevistas.

Os dados coletados foram analisados de forma qualitativa, por meio da estratégia de estudo de caso, que para Yin (2001) a análise dos resultados não existe um roteiro único. E seguindo a linha traçada por Benedito; Dias (2017) faremos nossa análise, pois cada caso é diferente, e segundo os autores por esse motivo a maior parte da avaliação é realizada juntamente com o trabalho de coleta, pois o roteiro é único e possibilita examinar, classificar e categorizar os dados, opiniões e outras informações obtidas. As referências bibliográficas já revisadas e de outros materiais bibliográficos foram de uso contínuo e imprescindíveis para a composição de uma base teórica sólida que sustenta todo o estudo executado e a pesquisa realizada.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para realizar o levantamento dos ofertantes da economia compartilhada atuantes na cidade de Uberlândia, o autor utilizou-se de observação e pesquisa em sítios da internet, assim, foi possível identificar quatorze organizações atuantes em oito ramos de atividades diferentes. Duas empresas mundiais que atuam com transporte e hospedagem, um instituto gestor de um projeto de compartilhamento de bicicletas, duas organizações de aluguel de equipamentos, uma de aluguel de vestuário, um *market place* do mercado musical, além de uma atuante na área da gastronomia e seis coworkings identificados.

Após a identificação das empresas, todas elas foram contatadas para aplicação do questionário/entrevista. Porém, somente quatro empresas aceitaram participar do estudo: Rent Music (*market place*), Prats e Zipco (coworkings) e o Bike Rent (compartilhamento de bicicleta, gerida pelo Instituto Presersee). Os nomes aqui apresentados são fictícios.

Através da pesquisa foi possível identificar que todas as empresas pesquisadas surgiram na cidade de Uberlândia. A Bike Rent, é mais antiga entre elas, gerida pelo Instituto Preserve, no qual promove a saúde, equilíbrio, integridade humana e o bem estar do corpo, por meio principalmente de projetos culturais e esportivos, há seis anos. Surgiu da necessidade de ajudar a sociedade com benefícios trazidos principalmente pela bicicleta, é parceiro do projeto atual de compartilhamento desse objeto a cerca de um ano e meio, e gestor/executor a 6 meses, possui menos de 40 funcionários, e tem como empreendedor um ex bancário 45 anos formado em administração, especialista em gestão e filosofia.

Já a Zipco é a mais nova das empresas estudadas, com 4 meses de mercado, surgiu a partir de estudos de um Jornalista de 32 anos, que viu o empreendedorismo como uma oportunidade, e através de uma consultoria para estruturação de um negócio acabou conhecendo o modelo de compartilhamento de espaço de trabalho. Posteriormente realizou viagens para conhecer melhor este mercado e a estrutura de funcionamento, buscando atender de fato o que clientes corporativos buscam. O empreendedor é o único que compõe a equipe atualmente, contando com a contratação terceirizada de limpeza e manutenção do local.

Rent Music possui 4 funcionários e tem a única mulher respondente da pesquisa, está se graduando em Gestão da Informação, curso no qual possibilitou, através de uma disciplina o surgimento da ideia de facilitar o acesso a atrações musicais. Para atuar no mercado a empreendedora de 30 anos teve que adaptar a startup, com algumas mudanças estratégicas, investe atualmente mais no mercado tradicional do que em economia compartilhada, mas a longo prazo já verifica a possibilidade de ser um negócio totalmente colaborativo. Possui 1 ano e 2 meses no mercado e está alocada no Prats coworking, organização que também foi estudada.

Este coworking surgiu a partir de uma comunidade de Startups, tem como *CEO* um empreendedor de 25 anos, apaixonado por negócios e que trancou a última faculdade que cursava para se dedicar a fomentação do mercado de startups e inovação na cidade, está constituído como empresa a 9 meses e possui 6 membros na equipe. Estando diretamente ligado ao mercado de tecnologia e inovação, também prestam serviço nesta área, pois assim como o outro coworking estudado a parte de aluguel de espaço mantém em ponto de equilíbrio, atuando assim com consultorias e algumas atividades demandadas, para gerar receita principalmente para os recursos humanos.

Com pontos em comum além da área de atuação, os dois coworkings surgiram com uma ideia que vai além de espaços físicos de colaboração, como já concluíram Benedito; Dias (2017) a rede de networking possibilita o acesso a vários benefícios mútuos aos usuários desses espaços, fomentando o mercado e acarretando mudanças no estilo tradicional de trabalho. A Zipco trouxe para Uberlândia uma maneira diferente de se trabalhar com o banco de horas dos usuários e de acordo com o empreendedor, estas mudanças geraram impactos no mercado, levando seus concorrentes a adaptarem.

Este mesmo empreendedor, ao ser questionado sobre como descreveria sua organização para outra pessoa, define como sendo um espaço de escritórios compartilhado em um ambiente colaborativo, visando realizar negócios, estabelecer networking e agregar valor na vida das empresas e pessoas que frequentam o local. O entrevistado ressalta que foi o primeiro coworking da cidade a ter aplicativo, inovando no modelo de oferecer o serviço aos usuários e na automatização processos. Afirmou também que tem como diferencial de mercado uma localização estratégica, o atendimento que é realizado, e a maneira como utiliza o feedback de seus parceiros, para ter sempre um diferencial.

Já a responsável da Rent Music, descreve a empresa como um *market place* para contratação de atrações musicais para festas, eventos e empresas (bares e restaurantes). Menciona também que não houve inovação ligada ao surgimento da empresa, apenas levou a novidade para o mercado do entretenimento, reduzindo um processo que antes era muito burocrático e demorado, fazendo agora totalmente de forma on-line por meio da plataforma de uma maneira muito simples. A empreendedora também fala dos diferenciais que tem no mercado, onde em uma mesma ferramenta o usuário consegue buscar uma atração, verificar o trabalho do artista, verificar a disponibilidade, enviando a proposta para o músico e gerando um contrato com pagamento facilitado de forma online.

O representante da Prats à caracteriza como um centro de inovação que possui como objetivo fomentar um ecossistema e gerar novos negócios, além disso, sobre inovação ele disse

que na constituição da organização utilizam mais como um diferencial de mercado, atuam diretamente nesta área para adaptação dos produtos e processos de seus clientes. Este processo acontece com o serviço de consultoria, onde uma equipe multidisciplinar, com pessoas de tecnologia, direito, negócios e sistema, consegue transitar em vários problemas das organizações, trabalhando com o posicionamento da marca dos clientes no mercado, fato esse faz com que pessoas estejam interessadas em realizar parcerias.

E ao questionarmos o empreendedor social da Rent Bike, ele descreve a organização como um instituto que possui projetos culturais e esportivos, a partir de parcerias com o Governo Federal, Estadual e Municipal, além de empresas privadas. Quando abordamos sobre inovação, ele relata dela estar diretamente ligada ao projeto de compartilhamento de bicicletas, por parte do operador do sistema, que é terceirizado e responsável pela tecnologia das estações dos veículos e o aplicativo usado pelos usuários. Como diferenciais tem o privilégio de ser reconhecido na região pela excelência em gestão do terceiro setor, o que facilita parcerias para expansão dos projetos, possuindo cerca de 30 parceiros atualmente, no qual também realizam trocas com as organizações interessadas, disse o entrevistado ser possível assim retomar o escambo em alguns casos.

O acesso a bens e serviços sem necessariamente a troca monetária também foi verificado por Botsman; Rogers (2011), onde a colaboração pode unir as pessoas de forma local, pessoal ou pela internet, gerando interações de uma forma que nunca tinha sido possível antes, se tornou possível pela redução dos custos para organizar transações entre pessoas, de forma mais flexível e conveniente, tornando os cidadãos ativos com as empresas.

Gansky (2010) complementa dizendo que o desenvolvimento da Economia Compartilhada tem a possibilidade de diversos benefícios, econômicos de diversas formas, facilidade na prestação de serviços, sendo possível ainda reduzir os custos por meio de empréstimos e trocas de bens e serviços e é influenciado pelas redes sociais.

E devido à grande visibilidade nessas plataformas online, o representante da Zipco afirma que causou impacto na concorrência logo que iniciou as atividades, fazendo com que seus concorrentes se adaptassem, incluindo o caso de buscarem o mesmo fornecedor e utilizarem o mesmo estilo de proposta para usuários. O empreendedor ressalta também que buscou um posicionamento de mercado diferente, e tem como perfil clientes que buscam um ambiente mais sério e formal, diferenciando do comum dos coworkings, que geralmente são mais criativos e descontraídos. Além de proporcionar um ambiente no qual possibilita uma maior conveniência para geração de negócios entre os usuários, que são mais organizações do

que profissionais liberais, e quando questionado sobre informações, armazena apenas as básicas.

Já o entrevistado da Prats quando questionado sobre os impactos que geram no mercado, diz que os concorrentes são amigos que participam no mundo de startups, trazendo um sangue novo e mudando o jeito de atuarem com o cliente, criando uma relação muito próxima com e um atendimento personalizado. O que gera comodidade com o cliente, com ajudas em fatores que não são dos serviços contratados, gerando uma confiança, permanecendo com o cliente durante um tempo maior. Este coworking possui como usuários e clientes grandes empresas, que estão querendo entrar na onda da inovar e não tem uma equipe preparada para isso, com isso precisam de fazer uma mudança na cultura da empresa e contratam uma consultoria de inovação. Quando questionado sobre o uso das informações geradas pelos clientes, o empreendedor afirma que utilizam toda informação disponível, o que proporciona a organização realizar novas parcerias, com um relacionamento com trocas, onde os dois lados são beneficiados.

A startup Rent Music de acordo com a entrevistada, gera impacto no mercado através de uma plataforma que proporciona a facilidade na contratação de atrações musicais, com uma economia de tempo e um processo otimizado e automatizado. Dessa maneira proporciona uma maior comodidade e segurança a seus clientes, que podem efetuar de forma totalmente online o que antes era manual. Além disso está trabalhando para utilizar as informações geradas pelos usuários e entregar um *dashboard* de otimização da casa, com o perfil do público, o rendimento do bar e do estabelecimento, entres outros fatores, com relação a atração, pretendendo integrar informações gerenciais na área de inteligência de negócios da organização.

Por outro lado, quando o entrevistado da Bike Rent foi questionado sobre os impactos que geram no mercado, ressalta que deve ser espalhado o compartilhamento de bicicletas, acha que quem detêm deve aproveitar o *know how* e expandir, como menciona planejar atuar também em Patos de Minas devido a parcerias já existentes na cidade, porém não tem o foco maior em expansões, mas se houver demanda e novas parcerias, podem atuar em outros locais. Tem como principais usuários pessoas que geralmente utilizam as bicicletas para lazer, mas a utilização como uma alternativa de transporte vem crescendo, principalmente após a crise de abastecimento de combustível que ocorreu nacionalmente, afetando Uberlândia. As informações geradas pelos usuários são identificadas e mensuradas, porém apenas para auditoria por parte do governo, devido ao apoio financeiro que recebe.

Assim como verificado por Lima (2016), a aliança entre a cooperação e a tecnologia vem mudando a forma dos consumidores se relacionarem com os produtos e serviços.

Complementando Bockmann (2013) também confirmou em seu estudo que os clientes estão mudando os hábitos de compra em busca de uma conveniência, geralmente com alternativas de menor custo e maior qualidade e com uma troca de informações tão intensa que podem até atuarem como consultores para tomada de decisões estratégicas.

Com esse e outros fatores, como o último item do bloco 2 do questionário, foi possível identificar que impactos sustentáveis, beneficiando o meio ambiente vem aumentando cada vez mais em organizações de economia compartilhada, porém não é um foco das mesmas, sendo que mudanças ocorrem internamente e acabam acarretando em retornos benéficos, de forma inconsciente. Enquanto a Prats possui sua estrutura elétrica toda solar, a Bike Rent proporciona as pessoas adquirirem hábitos mais saudáveis, enquanto a Zipco e Rent Music automatiza processos, reduzindo significativamente a quantidade de papel utilizada.

Como foi verificado por Minano; Santos (2017) onde o compartilhamento de bicicletas como alternativa de transporta afetam a vida da população, não somente dos usuários, mas também dos moradores da cidade onde possuem esses empreendimentos, pois no Brasil até 2014 a cada bicicleta compartilhada, 1,3 bicicletas novas foram convertidas para rua. Sendo assim é possível concluir que mesmo que as organizações não possuam projetos ambientais, elas colaboram para o meio ambiente com diversas outras atividades, e muito além do aspecto ambiental está o social que atinge esse mercado e impacta a população com retornos positivos, as vezes sem o retorno financeiro para instituição.

Quando abordados sobre a missão, visão e valores das organizações, os entrevistados de forma unânime disseram escreveram estes fatores em algum momento da organização, porém não atualizam. Devido serem empresas diretamente relacionadas a tecnologia não seguem o planejamento estratégico de forma exata, se adaptando em um mercado que vem surgindo cada vez mais novidades.

Na maioria das vezes o que é oferecido por essas organizações a seus clientes, possuem características bem diferentes do que é entregue pelos concorrentes da economia tradicional. Como verificado pelos autores Soares; Dias e Filho (2017) que o acesso a informações dos consumidores, possibilita atender da forma como realmente buscam uma experiência, geralmente diferenciada, assim como a gestora da startup afirma, ser esta uma das áreas essenciais para tornar-se um empreendimento totalmente colaborativo, muitas vezes informações vindas de ferramentas de *business inteligente*.

A disponibilidade e acesso a ferramentas tecnológicas possibilita atender a necessidades que as estruturas mais tradicionais não atendem, e o que levou as empresas estudadas a surgirem foram oportunidades propiciadas pelo acesso a ferramentas tecnológicas, desde as redes sociais

para estreitar o relacionamento das organizações com os usuários, até como a tecnologia como base ou grande aliado para o funcionamento do negócio proposto. E essa contribuição dos usuários foi estudado por Costa (2016), que demonstrou a avaliação no parecer do usuário ser maior em organizações de economia compartilhada, sendo explicado pela segurança, custo, praticidade e sustentabilidade. Utilizando assim que uma ferramenta para melhoria, retornado pelo usuário erros, facilitando correções.

Outra característica comum entre todos os negócios entrevistados, é que mesmo surgindo dentro da economia compartilhada os gestores só vieram a conhecer o termo após a apresentação por algum dos parceiros ou usuário. Porém foi de afirmação geral entre os entrevistados que a economia compartilhada é uma tendência e não passageiro, mudando mercados, onde pequenas organizações podem atender grandes corporações, como ressalta o gestor da Prats.

Através do bloco 3 do questionário, foi possível verificar que de fato estas 4 organizações estão no mercado de economia compartilhada, de acordo a classificação segundo Gansky (2010), de acordo com o Quadro 2, onde as as organizações possuem foco no compartilhamento, uso avançado da Web e redes moveis de informação, foco em mercadorias físicas ou materiais compartilháveis e comprometimento com os clientes através de redes sociais, ressaltando que como qualquer grande avanço há diversas maneiras de se expressar, onde algumas sugeriram inteiramente dentro deste modelo e outras caminham nesta direção, buscando enquadrar nesses itens citados.

Quadro 2: O que caracteriza um negócio da Economia Compartilhada

Características	Bike Rent	Zipco	Prats	Rent Music
A organização trabalha com o compartilhamento um bem ou serviço com seus clientes.	SIM	SIM	SIM	SIM
A organização tem foco em mercadorias físicas e materiais compartilháveis.	SIM	SIM	SIM	NÃO
A organização faz uso avançado da web e redes móveis de informação.	SIM	SIM	SIM	SIM
A organização tem comprometimento com os clientes através das redes sociais.	SIM	SIM	SIM	SIM

Fonte: Gansky (2010).

No último bloco do questionário, quando o responsável pela Rent Bike foi abordado sobre as oportunidades e desafios da organização, disse que sabendo que está na economia compartilhada, vê como benefício poder possibilitar uma alternativa de transporte, e modificar o estilo de vida das pessoas. Acreditando que este modelo vai proliferar, pois os bens e os serviços que possuem valor e não o dinheiro, o entrevistado também relata que se pudesse trocar seu trabalho pelos bens e serviços que necessita, não teria necessidade de receber dinheiro. E finaliza falando a respeito do futuro da economia compartilhada, dizendo que o escambo é difícil de ocorrer e a internet possibilita conexões para que isso ocorra, acreditando que pode chegar um momento em que tudo poderá ser trocado por plataformas online.

Já o gestor da Prats ao ser questionado sobre os benefícios e riscos de pertencer a economia compartilhada, considera o risco praticamente zero e alguns benefícios, como o compartilhando conhecimento que gera as pessoas em criar algo novo, fazendo as pessoas para trabalhar de modo diferente e vem tentando plantar uma sementes para colher em um futuro próximo, gerando insumo e clientes, para possuir startups boas tão quanto as de fora.

Abordado sobre o mesmo tema o entrevistado da Zipco, relata que fazer parte deste mercado colaborativo faz com que haja diminuição do custo, do consumo, além de gerar um maior aproveitamento dos recursos físicos. Tem como principal desafio quebrar a cultura de para um espaço de trabalho precisa de privacidade e um ambiente isolado, é possível ter privacidade e segurança em um ambiente compartilhado, preservando o perfil de cada um. Ainda fala que este mercado é um caminho sem volta para a sociedade como um todo, ainda diz ser um risco se não planejar o negócio associado a este mercado, e finaliza dizendo que se não der certo a Zipco é por falta de gestão administrativa.

Na startup a empreendedora acreditar que a sua organização poderá ter uma evolução do produto e propiciar benefícios para o usuário, como um grupo de amigos poderem contratar um show de um artista em sua própria casa. A representante da Rent Music acredita que o principal desafio da organização é balancear as duas pontas, assim como qualquer *market place*, com muitos músicos e muitos contratantes, outros desafios são: o marketing para esses dois usuários, a falta de recursos financeiros e a equipe estar sempre aliada e com o mesmo propósito. longo A prazo tem como foco no diferencial conseguir mostrar para o contratante, dados sobre a atração que será contratada, prevendo tendências de consumo e de mercado, para uma maior tranquilidade na hora de fechar de seus clientes escolherem as atrações musicais. A respeito da economia compartilhada, acredita ser uma tendência a longo prazo e vai fazer muito mais parte tanto da Rent Music quanto das outras organizações.

Por outro lado enquanto temos a confiança dos empreendedores que este mercado está crescendo e se tornará cada vez maior, Schor (2014) complementa sobre a economia compartilhada possuir um futuro ainda incerto, porém, muitos empreendimentos desta economia já se tornaram modelos de negócio bem sucedidos e sustentáveis, comprovando o grande potencial de desenvolvimento econômico existente em torno das atividades de compartilhamento. E por fim é nítido perceber que as atividades servirem a comunidade é cada vez mais necessário, pois os clientes estão se tornando cada vez mais exigentes, chegando Schor (2014) a explicar que as organizações não buscam a maximização das receitas quando plenamente em economia compartilhada. Dessa maneira a análise finaliza destacando que a cidade de Uberlândia está com cada vez mais casos de organizações atuando na economia compartilhada e tem grande potencial de ser uma cidade colaborativa em algumas décadas, contando claro com o crescimento deste mercado de forma a acompanhar.

Assim como foi verificado anteriormente a partir de observações e do estudo em profundidade foi possível concluir que está colaboração na economia compartilhada está gerando parcerias, retomando o escambo neste mercado de redistribuição, onde duas ou mais organizações com o intuito de trazer benefícios mútuos.

5. CONCLUSÃO

Como foi exposto anteriormente, a cidade de Uberlândia conta com organizações de diversas áreas de atuação, na qual foram entrevistados neste estudo 4 organizações distintas em 3 áreas, sendo elas compartilhamento de locais de trabalho, de atrações musicais e de bicicletas. Os usuários recebem benefícios que vão além do financeiro, se tornando consumidores cada vez mais exigentes e engajados, alterando toda a cadeia e fazendo necessário os concorrentes se adaptarem. Mudanças essas que também se tornam cada vez mais interessantes para ser estudadas, pois da mesma maneira que verificamos Uberlândia como grande potencial na economia compartilhada, que traz diversos benefícios para a sociedade e pode modificar todo um ecossistema econômico com a maneira de fazer negócio.

Desde o surgimento da ideia até a concepção do empreendimento, é demandado tempo, pesquisas, adaptações e muitos outros fatores essenciais para o surgimento e manutenção da organização. Sendo a economia compartilhada considerada um novo modelo econômico, pois mesmo sem conhecerem este mercado, pelo menos com essa nomenclatura, novos ofertantes surgem, atendendo de forma diferenciada, com um custo mais justo e de maneira que os usuários se sentem mais propícios a colaborarem para o impulsionamento deste novo tipo de fornecedor.

Esse estudo teve o intuito de avaliar o mercado da economia compartilhada desta cidade, verificando o lado dos ofertantes de bens e serviços, trazendo importantes conclusões a cerca do tema. Pessoas buscam casos de outros lugares para poderem ser estudados e trazer novas formas se estar inserido neste mercado, que requer mudanças, se adaptando muitas das vezes aos clientes, que podem apoiar mais essas organizações, além de possibilitar que a rede de colaboração esteja cada vez mais forte, atendendo pesquisadores, fomentando negócios, ideias e modificando estilo de vida das pessoas, para melhor.

Ao mesmo tempo foi verificado que o não entendimento de fato do conceito por parte dos empreendedores, dificulta a gerar a interação entre outras organizações e os próprios usuários, como foi o caso de empresas em que conseguimos contato, porém o gestor não se interessou em colaborar com a pesquisa, que poder ser usada a seu benefício, pois trouxe características do mercado em que está inserido. Dessa maneira, e com o crescimento que foi possível verificar, empreendimentos da economia compartilhada tendem a se tornar mais acessíveis, colaborando também para pesquisas acerca do tema.

Assim sugere-se que futuros estudos abordem além da visão dos ofertantes, uma análise dos clientes e os concorrentes, independente do tipo da economia que seguem, para verificar com essas informações, de que maneira a mudança ocorre em todas etapas para o funcionamento dos negócios compartilhados. Além da parte qualitativa a ser estudada, também fica sugerido, que com um mercado mais maduro, seja possível colher dados números e realizar uma análise quantitativa, a fim de dimensionar o mercado por meio de uma análise mais detalhada de características que podem até indicar influencias que ocorrerão ocasionadas pelo mercado da economia compartilhada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, L. Startups bilionárias impulsionam a economia compartilhada na internet. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/noticias/geral,startups-bilionarias-impulsionam-a-economia-compartilhada-na-internet,10000030989> Acesso em: 16 Jan. 2018
- BELK, R. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research* 67.8 (2014): 1595-1600.
- BENEDITO, A L; DIAS R A Economia Compartilhada na região metropolitana de Campinas: vantagens e desvantagens, 2017.
- BOCKMANN, M. *The Shared Economy: it is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy*, 2013.
- BOTSMAN, R; ROGERS, R. *O que é meu é seu: Como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- CARPANEZ, J.; FERREIRA, L. TAB: compartilhe-se, 2014. Disponível em: <<http://goo.gl/meebWs>>. Acesso em: 11 out 2017.

CHASE, R. Economia compartilhada: como pessoas e plataformas da Peers Inc. estão reinventando o capitalismo. São Paulo: HSM do Brasil, 2015.

COSTA, Verônica P. O Que é meu é seu: A Economia Compartilhada e o Transporte Individual. Dissertação - Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais, Brasília, 2016.

DRUCKER, P. F. (2012). Ruma à Nova Economia. Rio de Janeiro: Elsevier.

Ferraz, F, Assis, B. e Hecksher, S. Análise da inovação relacionada ao compartilhamento de bicicletas: estudo de caso da Bike Rio. XII Congresso Nacional de Excelência em Gestão & III INOVARSE – Responsabilidade social aplicada, 2016.

Freitas, C. S.; Petrini, M. C.; e Silveira, L. M. (2016). Desvendando o consumo colaborativo: uma proposta de tipologia. Anais do Congresso Latino-Americano de Varejo, São Paulo, Brasil, 9. Acesso em 06 jun. 2018, em <http://bibliotecadigital.fgv.br/ocs/index.php/clav/clav2016/paper/view/5808/1652>.

GANSKY, L. The mesh: Why the future of business is sharing. New York: Portfolio Penguin, 2010.

KAPLANT, R. A; NADLER M. L. Airbnb: A case Study in Occupancy Regulation and Taxation, 2015

LAVAQUIAL, A., 2015. Cocriando valor na economia colaborativa sob a perspectiva da lógica dominante de serviço: o caso Airbnb. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.

Lima, J. R. O meu, o seu, os nossos: uma análise sobre o consumo colaborativo na cidade de Porto Alegre. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/178459>> Acesso em: Junho 2016.

LISBOA, A. M. Economia Compartilhada / Economia Solidária: Interfaces, continuidades, descontinuidades, 2017.

LOBEL, Orly. The Law of the Platform. Universidade de San Diego: School of Law. Mar. 2016. Disponível em: Acesso em: 12 out. 2017.

MANICA, E. ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO Os Impactos da Economia Compartilhada, 2017.

Marketing 3.0 : as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano / Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan ; tradução Ana Beatriz Rodrigues. Kotler, Philip, 1931.

MILES, M. B.; HUBERMAN, M. Qualitative data analysis: an expanded sourcebook. California: Sage, 1994.

Minano, M. P.& Santos, A. (2015). Contribuição dos serviços de bicicleta compartilhada na mobilidade sustentável no Brasil. Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito. ANTP. Santos-SP (Brasil).

OLIVEIRA, F. Sites emprestam açúcar e alugam brinquedos, drones e ferramentas. Folha de São Paulo, p. A34, 12 Outubro 2017.

OLMOS, O. M. Q.; FAVERA, R. B. D. A polêmica em torno do aplicativo Uber no Brasil: argumentos de direito contra e a favor da sua manutenção. XI Seminário Nacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na Sociedade Contemporânea, 2015.

Ota, B. Y.; Pião R. C. S. e Melo, M. F. S. Uma análise do modelo de negócios de empresas de economia compartilhada. XX SemeAd 2017. São Paulo - SP.

PARKER, G. G.; ALSTYNE, M. W. V.; CHOUDARY, S. P. Platform Revolution: How networked markets are transforming the economy – and how to make them work for you. Nova York: W.W Norton & Company, 2016, 1ª ed.

PEGCAR, As cidades mais compartilhadas do mundo Disponível em: <https://pegcar.com/blog/as-cidades-mais-compartilhadas-do-mundo/> Acesso em: 16 Jan. 2018

PORTAL CONSUMO COLABORATIVO. Disponível em: <http://www.consumocolaborativo.cc>. Acesso em: 11 Out. 2017

RAMOS, G. P. B. (2016). A música digital no século XXI: compartilhamento dos jovens de Uberlândia e determinantes do consumo através de um modelo logit. Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil.

SCHOR, J. Debating the sharing economy. Great Transition Initiative, 2014. Disponível em: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. Acesso em: 04 Out. 2017

SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. 2013. Análise de conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. 2013. In: IV Encontro de Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade. Brasília, DF.

Soares, A.; Dias, M.; Filho, L. A Experiência do turista e a Hospedagem Compartilhada através do uso das Novas Tecnologias no turismo: O caso do Airbnb. Revista Turismo & Desenvolvimento. Revista Turismo & Desenvolvimento (RT&D) / Journal of Tourism & Development . 2017

SPARKS & HONEY CULTURAL STRATEGISTS. *What's the future of the sharing economy?* 2015. Disponível em: <<http://bigthink.com/amped/whats-the-future-of-the-sharing-economy>>. Acesso em: 08 out 2017.

SUDARARAJAN, A. The sharing economy: the end of employment and the rise of crowd-based capitalism. Cambridge: The MIT press, 2016.

VILLANOVA, A. L. I. Modelos de negócio na economia compartilhada: uma investigação multi-caso. Rio de Janeiro: FGV EBAPE, 2015.

YIN, R. K. Estudo de caso: Planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANEXO: Roteiro

1. Caracterização

1.1 Organização

- Ramo de atividade
- Tempo de mercado
- Local onde surgiu
- O que levou ao surgimento

Possui matriz ou filiais

- Número de funcionários
- Faixa de faturamento anual

1. 2 Pessoa

- Cargo
- Tempo de organização
- Formação
- Idade
- Gênero

2. Contextualização atual (objetivo:)

- Como você descreveria essa organização para outra pessoa?
- Existe algum tipo de inovação ligada ao surgimento da organização?
- Quais diferenciais que a organização apresenta no mercado?
- Quais impactos geram no mercado (direta e indiretamente)?
- Missão/ Visão da organização
- Qual conveniência e relação para/com o cliente?
- Qual perfil dos usuários e clientes?
- Utilizam informações geradas pelo cliente?
- Se sim – Em quais áreas são utilizadas essas informações e que maneira lidam com os dados?
- Quais aspectos sustentáveis/ambientais estão ligados a organização?

3. Entendimento do conceito (objetivo:)

- Gostaria que me falasse o quanto as frases a seguir estão próximas da realidade da sua organização:
 - . A organização trabalha com o compartilhamento um bem ou serviço com seus clientes.
 - . A organização tem foco em mercadorias físicas e materiais compartilháveis.
 - . A organização faz uso avançado da web e redes móveis de informação.
 - . A organização tem comprometimento com os clientes através das redes sociais.
 - . O fornecedor e o consumidor dos seus serviços podem ser a mesma pessoa de forma simples.
 - . A organização proporciona de forma direta algum benefício para a sociedade ou para o meio ambiente.
- Você sabe o que é Economia Compartilhada? Me fale um pouco sobre isso.
- Se não souber – Irei Expôr o conceito de economia compartilhada de uma forma clara. (A economia compartilhada é constituída por práticas comerciais que possibilitam o acesso a bens e serviços, sem que haja, necessariamente, a aquisição de um produto ou troca monetária)
- Você acredita que a organização se enquadra nesse conceito? Por que?

4. Oportunidades / Desafios (objetivo:)

- Se acreditar que a organização se enquadra: Qual benefício você acredita que isso pode dar para sua organização? Existe algum risco?
- Qual o principal desafio da sua organização atualmente?
- Existem outros desafios?

- Quais oportunidades os diferenciais da sua organização podem te trazer a longo prazo?
- Você vê que a Economia Compartilhada é uma tendência passageira ou um conceito que tende a fazer cada vez mais parte do futuro das organizações?