



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
LEONARDO BATISTA DA SILVA



# **Economia Compartilhada:** Entendendo a Nova Economia

Recife  
2017

LEONARDO BATISTA DA SILVA

**ECONOMIA COMPARTILHADA:** Entendendo a Nova Economia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE,  
como requisito parcial para obtenção do título em  
Bacharel em Ciência da Computação.

Orientador: Dr. Ruy J. Guerra B. de Queiroz

Recife

2017

LEONARDO BATISTA DA SILVA

**ECONOMIA COMPARTILHADA:** Entendendo a Nova Economia

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE,  
como requisito parcial para obtenção do título em  
Bacharel em Ciência da Computação.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

Orientador: Prof. Dr. Ruy José Guerra Barretto de Queiroz

---

Examinador: Prof. Dr. Carlos André Guimarães Ferraz

Recife  
2017

## RESUMO

Uma das primeiras formas sob a qual a economia se manteve foi o escambo, ou seja, a troca de mercadorias. Mais tarde veio a criação do dinheiro provocando grandes mudanças na sociedade, afinal ficara fácil adquirir novos produtos, pois não se estava condicionado ao que se pode carregar para barganha. Entretanto, o modelo anterior nunca deixou de existir por completo, ganhando novos adeptos, tudo graças ao advento da internet. O paradigma da Web 2.0, ou Web Colaborativa, apenas tornou nítido o que todos de alguma forma já sabiam. O que faltava era uma forma eficaz de conseguir lucro, assim, a chamada Economia Compartilhada (ou Colaborativa) vem a fim de sanar tal questão. O usuário deixa de ganhar estrelas de reputação para ter parte dos lucros da empresa.

**Palavras-Chave:** Economia Colaborativa; Web 2.0; Colaboração; Cauda Longa.

## **ABSTRACT**

One of the first forms under which the economy was maintained was bargain, that is, the exchange of commodities. Later came the creation of money what would provoke great changes in society, after all it would become easier to acquire new products, because it was not conditioned to what can be charged by bargaining. However, the previous model never ceased to exist completely, gaining new fans, all thanks to the advent of the internet. The paradigm followed by Web 2.0, or collaborative Web, only made clear what everyone in some way already knew. What was lacking was an effective way to make a profit, thus the so-called Sharing Economy (or Collaborative Economy) comes to remedy that issue. The user now takes part in the company's profits.

**Keywords:** Sharing Economy; Web 2.0; Collaboration; Long Tail.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Gráfico Conceitual da Cauda Longa .....	8
Figura 2 - Democratização das Ferramentas de Produção.....	9
Figura 3 - Democratização das Ferramentas de Distribuição .....	11
Figura 4 - Ligação entre Oferta e Procura.....	12
Figura 5 - Relação entre as três forças.....	14
Figura 6 - A It Brazil atua ligando oferta e procura .....	14
Figura 7 - Termos associados à Web 1.0.....	15
Figura 8 - Nuvem de tags referentes à Web 2.0 .....	17
Figura 9 - Exemplo clássico de colaboração na web. ....	17
Figura 10 - Exemplos de redes sociais .....	18
Figura 11 - Modelos de Economia Compartilhada.....	21
Figura 12 - Serviço de motorista de aluguel. ....	24
Figura 13 - Serviço para troca de objetos ociosos.....	24
Figura 14- Consulta quanto confiança do brasileiro. ....	25
Figura 15 - Legenda para leitura dos Gráficos. ....	26
Figura 16 – Confiança no Governo por País.....	26
Figura 17 - Confiança no Congresso por País. ....	27
Figura 18 - Confiança no Partido Político por País. ....	28
Figura 19 - Confiança nas instituições .....	29
Figura 20- Reputação .....	30
Figura 21 - Tipo de Dívida.....	32
Figura 22 - Logo do Site eBay.....	33
Figura 23 - Logo da site Craigslist .....	33
Figura 24 – Várias fábricas para o mesmo Produto .....	36

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Resumo das três forças da Cauda Longa.....	13
Tabela 2 - Exemplos de empresas da Economia Compartilhada. ....	22
Tabela 3 - Percentual de endividados no fim do 1º semestre 2017.....	31

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	6
2 A CAUDA LONGA .....	7
2.1 O que é Cauda Longa?.....	7
2.2 Democratização das Ferramentas de Produção .....	9
2.3 Democratização das Ferramentas de Distribuição.....	10
2.4 Ligação entre Oferta e Procura .....	11
2.5 Resumindo as Três Forças .....	12
2.6 Um caso brasileiro .....	14
3 A WEB 2.0.....	15
3.1 Web 1.0 .....	15
3.2 Web 2.0 .....	15
4 A ECONOMIA COMPARTILHADA .....	20
4.1 Modelos de Economia Compartilhada.....	21
5 O BRASIL NA ECONOMIA COMPARTILHADA .....	23
5.1 A confiança do brasileiro na era da Economia Compartilhada.....	24
5.2 A sociedade do consumo na era da informação.....	30
5.3 Um problema com a Adesão Generalizada da Economia Compartilhada .....	35
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	37
MATERIAL DE APOIO .....	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	39

## 1 INTRODUÇÃO

O homem é um animal social por definição. Na idade da pedra, enquanto alguns cuidavam da colheita, outros saíam para garantir a carne do jantar. Ajudando uns aos outros se mantinham. O tempo passa e antes da criação da moeda o escambo é a prática ainda comum. Hoje ele ainda persiste, entretanto com um nome mais elegante: Economia Compartilhada ou do inglês: *Sharing Economy*.

Embora exista no mundo real, vem ganhando cada vez mais força, e clareza, na internet, a qual se poderia afirmar, sempre foi de alguma forma adepta da colaboração. Daí a necessidade de uma breve discussão sobre a web 2.0.

A Wikipédia é um exemplo claro de colaboração, porém algo marcante neste modelo, mesmo que por ventura não se dando conta, e que todos estão inseridos, é a ausência de lucros. Isso porque o paradigma seguido pela enciclopédia eletrônica não possui tais fins. A economia compartilhada vem para mudar isso.

Fica indubitável a necessidade de uma discussão sobre o tema para compreender melhor o caminho que a economia em diversas partes do mundo está tomando. Tirando dos holofotes os campeões de vendas e dando oportunidade aos pequenos, e por que não, desconhecidos, de competir pelos consumidores. Um efeito direto disso é dar a oportunidade para que o consumidor possa de fato escolher e não ter que se satisfazer com que está disponível nas limitadas prateleiras. Não será uma surpresa se o famoso gráfico apelidado de Cauda Longa surgir à mente dos mais informados. Essa movimentação econômica foi descoberta anos atrás pelo pesquisador Chris Anderson.

Ao que parece, esse “novo” modelo de negócio foi moldado especialmente para a internet. Isso se explica pelo fato da facilidade agora observada de pessoas comuns terem a oportunidade de criar seus próprios conteúdos (música, vídeo, etc.) e acabarem chamando a atenção dos gigantes já habituados em possuir as rédeas do que os usuários podem ou não consumir.

Hoje podemos arriscar a afirmar que ninguém detém de fato o controle. Os ganhos não pertencem mais a um pequeno grupo. E as grandes empresas terão que se adaptar.

## 2 A CAUDA LONGA

Neste capítulo será debatido o conceito da Cauda Longa, item fundamental caso se queira compreender melhor como a economia compartilhada funciona. É importante ter conhecimento também quanto aos três principais pilares que compõem a cauda longa. Dois deles são baseados na democratização, ou seja, com a produção e distribuição mais fáceis não é preciso ser um mega investidor ou profissional da área de edição, por exemplo, para ver seu filme sendo assistido por outras pessoas. O terceiro lida justamente em ligar o consequente aumento da oferta com a liberdade de procura, agora também expandida.

### 2.1 O que é Cauda Longa?

Termo comumente utilizado na estatística para descrever algumas formas de distribuição e, mais tarde, popularizado no mundo dos negócios pelo pesquisador Chris Anderson com a finalidade de descrever o movimento econômico feito por empresas com o intuito de aumentar as vendas. Neste gráfico fica fácil perceber a estratégia utilizada por elas, onde, ao se comparar a receita dos poucos produtos vendidos aos montes a aqueles muitos produtos sendo vendidos a ínfimas quantidades, praticamente não se nota uma expressiva diferença.

Antes da popularização, ou até mesmo criação, da internet, o mercado era dominado por poucos. Segundo Anderson (2006, p.07) “Esse é o mundo construído pelo arrasa-quarteirão. A mídia de massa e a indústria do entretenimento cresceram nos últimos cinquenta anos nas costas dos campeões de bilheteria, dos discos de ouro e dos níveis de audiência de dois dígitos”. Um efeito seria a facilidade com que se pode observar a cultura atual, pois não há muitas variáveis a considerar, se levar em conta apenas os produtos para a grande massa. Todavia, começar a surgir uma dificuldade para tal estudo, tudo por que empresas se valem de uma nova forma de levar seus negócios: ao invés de atacar o mercado de massa, preferem se especializar no mercado de nicho.

Foi durante sua pesquisa para mais um artigo da revista Wired<sup>1</sup>, mais tarde transformada em livro, que formalizou a estratégia de negócio ao estudar os dados

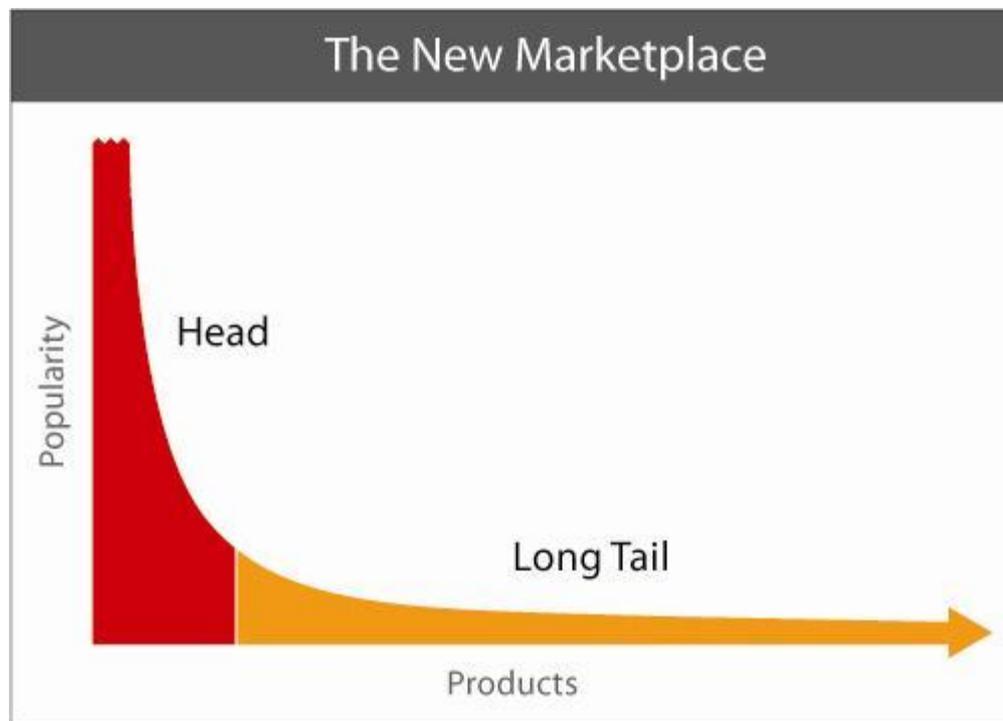
---

<sup>1</sup> Revista com sede em São Francisco. Disponível em: <<https://www.wired.com>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

de empresas como a Rhapsody (mais tarde recebendo o nome de Napster<sup>2</sup>), da Real Networks e da Netflix<sup>3</sup>. Uma coisa curiosa observada sobre esse paradigma é que, aparentemente, foi criado especialmente para a internet. Nos pontos seguintes será explicado melhor.

Na Figura 1, logo abaixo, vê-se o gráfico conceitual a cauda longa dividido em duas partes, distribuído ao longo de dois eixos. No eixo vertical a popularidade do produto, ou seja, o quanto ele é conhecido. No eixo horizontal os produtos ofertados pelo mercado.

**Figura 1 - Gráfico Conceitual da Cauda Longa**



Fonte: [www.longtail.com/about.html](http://www.longtail.com/about.html) (2017).

Na parte chamada *Head*, têm-se os grandes campeões de vendas. Alta popularidade, porém são poucas as opções disponíveis.

Na parte chamada *Long Tail*, encontra-se o mercado de nicho. É lá onde residem os negócios *online*. Entregando a cada pessoa o que ela realmente deseja, isto é, os consumidores conseguem expressar o seu direito de escolha com mais liberdade, ao passo que antes era obrigado a se curvar aos *hits*.

<sup>2</sup> Serviço de *streaming* de música. Disponível em: <<http://br.napster.com>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

<sup>3</sup> Serviço de filmes e séries sob demanda. Disponível em: <<https://www.netflix.com/br>>. Acesso: 9 jul. 2017.

Isso acontece, pois o mercado real não consegue imitar a ideia da prateleira infinita. Não é muito difícil encher um armazém com camisas até o teto e, ainda assim, encontrar alguém que não se agradou de nenhuma. Porém, quando uma vez dentro de um site que lhe permite personalizar a própria camisa fica difícil achar um cliente infeliz.

A economia compartilhada, como será visto mais adiante, demonstra uma estreita relação com essa última parte.

## 2.2 Democratização das Ferramentas de Produção

Este pilar está diretamente associado ao aumento da oferta. Com a facilidade em criar conteúdo devido à difusão da tecnologia pessoal (*smartphone, tablets, computadores pessoais etc.*), pode-se, hoje, falar em milhões de produtores, cantores, escritores, jornalistas e outras profissões que antes eram exercidas apenas por profissionais formados com acesso à informação restrita. Agindo no eixo dos produtos provoca um alongamento do mesmo no sentido da direita, conforme se vê na Figura 2 abaixo.

**Figura 2 - Democratização das Ferramentas de Produção**



Fonte: [www.longtail.com/about.html](http://www.longtail.com/about.html) (2017). Modificado pelo autor.

Uma consequência desse crescente alongamento é o risco da baixa qualidade do material produzido. Não obstante, a formalização, pois ela sempre existiu, do conceito da Web 2.0, explicada mais adiante, vem com a intenção de contornar o problema.

A Wikipédia<sup>4</sup> é um empreendimento que passou por esse tipo de problema. Porém, com a colaboração dos próprios usuários ela tem se mostrado uma boa fonte, inicial, de informação.

### **2.3 Democratização das Ferramentas de Distribuição**

Apenas o alongamento do eixo dos produtos não é suficiente para que a cauda longa seja observada, quer dizer, não adianta lotar os servidores com produções a se perder de vista se não existe uma maneira de fazê-las chegar até as pessoas. E para esse problema a internet veio como saída. Com o acesso cada vez mais difundido e as pessoas sentindo vontade/necessidade de estar conectadas, o sentido para a primeira força ganha forma.

Não é só possível criar como também fazer com as pessoas usufruam do produto. Dessa maneira é possível ver a real demanda da cultura em questão.

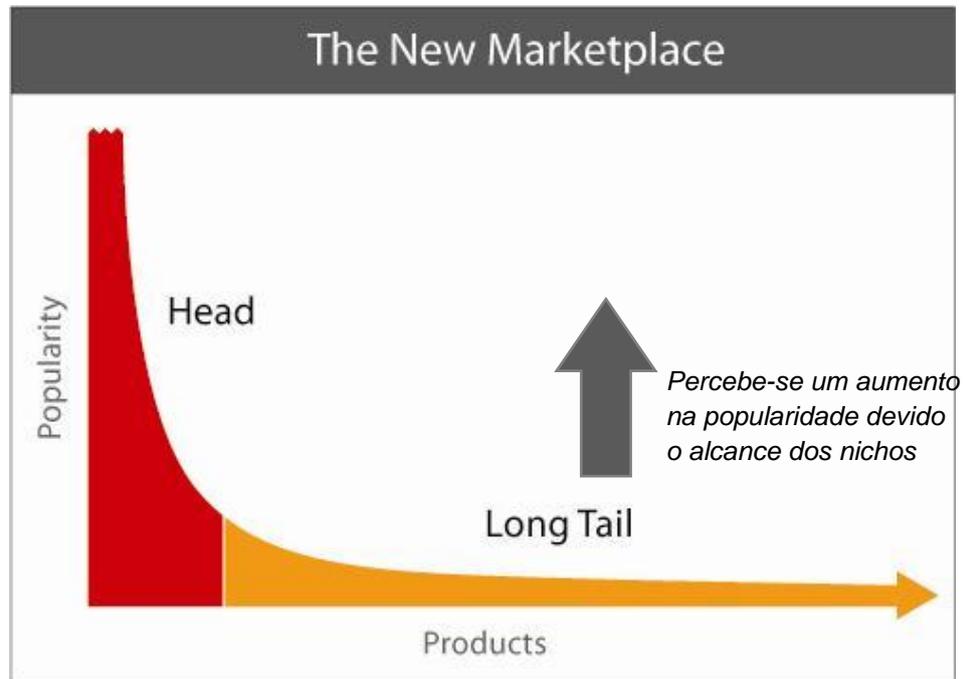
Com isso se notou que não só as super estrelas da música que encantam os ouvintes. Muitos deles têm um gosto, alternativo, não explorado por conta da ausência de oportunidade. Aquela banda de garagem era o que ele precisava e com essa democratização os produtores, essas bandas estão sendo encorajadas a seguir com seu som e expor mercados antes desconhecidos.

A decorrência disso é que a curva leva mais tempo para tocar o eixo dos produtos, pois pode ser pouca, mas a popularidade vai existir já que está não só mais fácil atingir grandes distâncias, como também ficou mais barato todo o processo de custo. Não é repassado ao cliente o valor que a empresa de transportes gastou com o seguro, quando se trata de produtos não físicos. Logo o consumo é incentivado.

---

<sup>4</sup> Enciclopédia colaborativa universal e multilíngue. Disponível em: <<https://pt.wikipedia.org>>. Acesso em: 9 jul. 2017.

**Figura 3 - Democratização das Ferramentas de Distribuição**



Fonte: [www.longtail.com/about.html](http://www.longtail.com/about.html) (2017). Modificado pelo autor.

Um dos desafios dos que pretendem se arriscar no paradigma da economia compartilhada é descobrir que nicho<sup>5</sup> se pretende atingir.

Com a popularização deste tipo de negócio está cada vez mais difícil encontrar uma linha inexplorada.

#### 2.4 Ligação entre Oferta e Procura

As duas forças citadas são boas se analisadas em separado, todavia é necessária a junção de ambas para que seu efeito seja observado.

De fato a internet reduziu os custos de distribuição dos bens, mas como os potenciais consumidores descobrem que aquele estilo musical ou filme de gosto não tão popular está bem ali, a apenas alguns poucos cliques? Quando se conecta com sucesso a demanda, ou oferta, com o anseio dos consumidores, provoca-se uma mudança na curva da cauda longa.

Explicando de maneira simples, o que ocorre é um estreitamento do topo da curva, pois os clientes perceberam que não estão mais restritos aos que os grandes

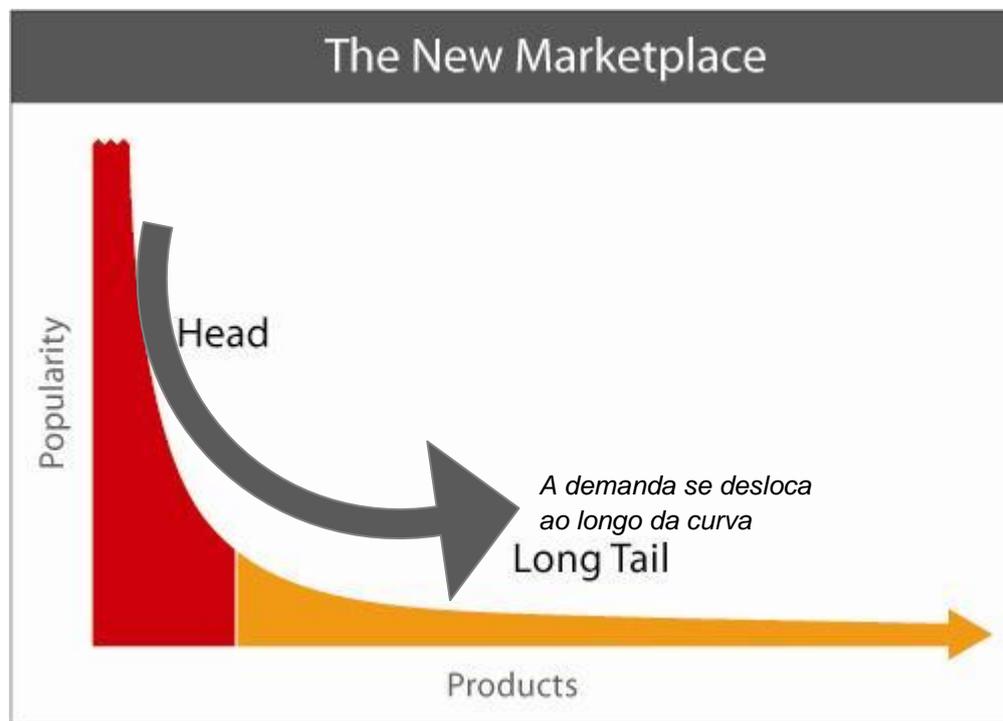
<sup>5</sup> Segmento do público. Fatia do mercado.

produtores têm a oferecer e acabam migrando para os outros mercados. Aos que realmente se sentem confortáveis.

O problema é como fazer com que essa comunicação aconteça. Uma ideia é o sistema de recomendações. Seja pelo próprio sistema, quando se compra um livro que está no *hype*<sup>6</sup> e o site oferece outro (de autor desconhecido) baseado no possível gosto do visitante. Ou então pelo boca a boca que acaba sendo uma das formas mais baratas quando ocorre espontaneamente.

Descobrir a maneira de realizar essa ligação também pode representar mais um desafio do negócio dentro da economia colaborativa.

**Figura 4 - Ligação entre Oferta e Procura**



Fonte: [www.longtail.com/about.html](http://www.longtail.com/about.html) (2017). Modificado pelo autor.

## 2.5 Resumindo as Três Forças

Uma empresa que tenha a intenção de atuar dentro da Economia Compartilhada precisa conhecer as três forças que compõe a cauda longa, conceito intrínseco a esse ramo de negócio. Embora possa ser aplicado no mundo real, esse

<sup>6</sup> Assunto muito comentado no momento.

modelo é ideal para o universo *online*. Não por acaso, foi observando empresas virtuais que tal conceito pôde ser formulado.

Na Tabela 1 abaixo, é possível ver um resumo com exemplos.

**Tabela 1 - Resumo das três forças da Cauda Longa**

	Força	Negócio	Exemplo
1	<b>Democratização da produção</b>	<u>Produtores e Fabricantes</u> de ferramentas de Cauda Longa	Câmeras de vídeo digitais, software para edição de música e vídeo, ferramentas de blogging
2	<b>Democratização da distribuição</b>	<u>Agregadores</u> da Cauda Longa	Amazon, eBay, iTunes, Netflix
3	<b>Ligação da oferta e procura</b>	<u>Filtros</u> da Cauda Longa	Recomendações do Google, dos blogs da Rhapsody, e listas de Best-sellers

Fonte: ANDERSON, Chris. A Cauda Longa. (2006, p. 55).

Conhecendo a estrutura é possível determinar em qual ramo a empresa atuará, assim focando melhor o tempo e o esforço.

Embora uma vez determinada a área da cauda/mercado, vale ressaltar a importância em não prescindir as demais forças, pois algo característico na *web* atual é a colaboração.

Como exemplo, pode-se imaginar a Netflix querendo mostrar a seus potenciais clientes que não precisam sair de casa num dia chuvoso para ver um bom filme e, do outro lado, um cara que ao falar o que pensa a respeito de diversos assuntos num *site* de vídeos arrasta uma multidão. Poderia existir uma empresa que fizesse essa ligação listando os motivos que aquele cara que, por vezes, não dispõe de um aparato altamente sofisticado para criar seu conteúdo, mas que por algum motivo agrada milhões é um bom canal de divulgação.

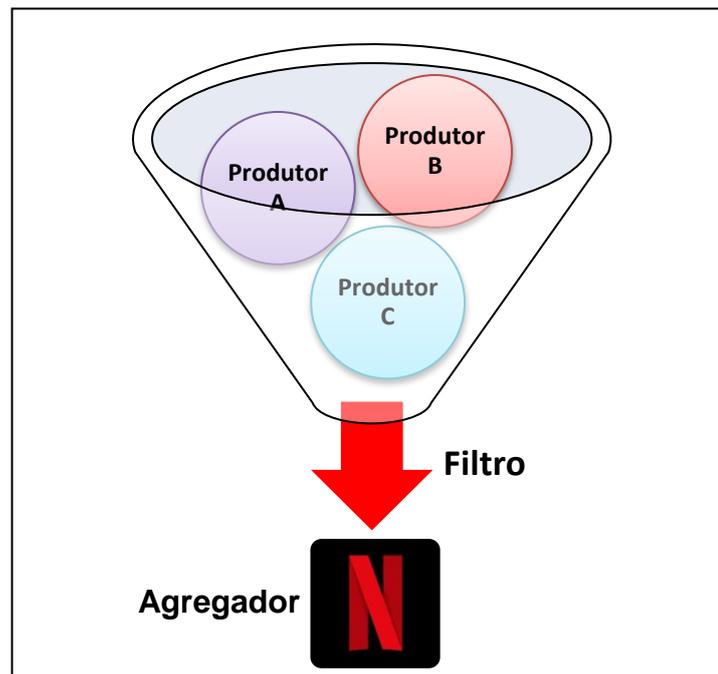
No exemplo, a Netflix fez o papel do agregador, ou seja, reúne todas as opções possíveis a fim de atender uma maior gama de clientes.

O site de vídeos é o produtor, mas nesse caso é visível a figura da colaboração, pois são os usuários geram o conteúdo. O trabalho é facilitado.

A empresa é o filtro. É ela quem faz a ponte entre os filmes e as pessoas, todavia, neste caso acontece de maneira indireta. Por meio dos produtores de conteúdo.

Abaixo um esquemático do exemplo supracitado:

**Figura 5 - Relação entre as três forças**



Fonte: O autor. Abaixo da seta símbolo da Netflix (2017).

## 2.6 Um caso brasileiro

Veja a empresa brasileira que atua como filtro.

A primeira delas se chama It Brazil. Nas próprias palavras da It Brazil<sup>7</sup> (2017) “O Grupo It Brazil chega para fazer a diferença na forma de conectar marcas com influenciadores digitais. Muito além do look do dia e um simples post patrocinado endossado por celebridade”. Muitas marcas, atuantes num nicho específico, vêm nesses influenciadores a chance de dar a oportunidade para que aquela pessoa possa expor seu real desejo de consumo.

**Figura 6 - A It Brazil atua ligando oferta e procura**



Fonte: <http://www.grupoitbrazil.com> (2017).

<sup>7</sup> Disponível em: <<http://www.grupoitbrazil.com>>. Acesso em: 4 jul. 2017.

### 3 A WEB 2.0

No presente capítulo serão discutidos os conceitos que envolvem a Web 2.0, porém vale antes uma breve discussão sobre a Web 1.0 que, como o nome sugere a antecede.

#### 3.1 Web 1.0

Pode-se dizer que se trata da própria web. De quando ela surgiu. Não existia interação com o visitante do site. Não era comum um espaço na internet ser usado como um mero repositório. Mesmo assim, a implantação da web foi uma verdadeira revolução. Apesar de tudo, a informação estava bem ali, ao alcance de um clique. Mais tarde surgiu o e-mail e mais um serviço, os correios, estava ameaçado. Aos poucos a WWW<sup>8</sup> se adequa as necessidades do usuário e, conseqüentemente, dando as bases para a próxima fase.

Na Figura 7 um resumo dos termos comumente atrelados ao conceito de Web 1.0, baseada no fornecimento de informação.

**Figura 7 - Termos associados à Web 1.0**



Fonte: <http://techlife2016.blogspot.com.br/2016/05/the-evolution-of-web.html> (2017).

#### 3.2 Web 2.0

---

<sup>8</sup> Sigla para World Wide Web.

Claro que houve evolução nas tecnologias<sup>9</sup> utilizadas, entretanto esse termo não se refere à revolução pela qual a web passou dessa maneira, mas diz respeito ao modo como os usuários passaram a enxergá-la. Querendo não só receber como também fornecer informação.

O termo foi disseminado pela empresa O'Reilly Media<sup>10</sup> durante suas várias conferências sobre tecnologia.

Verificando a definição de Web 2.0 segundo Tim O'Reilly:

Web 2.0 é a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva. (Wikipédia, 2017, Em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](https://pt.wikipedia.org/wiki/Web_2.0))

Para O'Reilly, a internet assume uma postura de plataforma, isto é, uma ambiente propício para a nova forma de interação dos usuários. Que não é mais apenas clicando em links, lendo textos. A internet fará muito mais do que conectar arquivos ou informação. Este novo conceito veio para conectar pessoas.

E suprir essa necessidade demandou avanços tecnológicos, ou como disse O'Reilly, é preciso desenvolver aplicativos que tirem proveito da rede e que aprenda com esses usuários tornando o ciberespaço colaborativo. De passivo consumidor para ativo produtor de conteúdo.

Foi uma questão de tempo até novos termos serem associados à Web 2.0, tudo para deixar claro que o foco são as pessoas. A tecnologia de ser de fácil utilização e, assim, o usuário não precisaria ser um especialista em programação para difundir seus pensamentos. Ele se preocupa apenas com o conteúdo, a forma fica por conta da plataforma.

---

<sup>9</sup> E continuará acontecendo.

<sup>10</sup> Empresa que publica livros e sites. Disponível em: <<https://www.oreilly.com>>. Acesso em: 7 jul. 2017.



sofrerem atualização. Por conta disso, era comum não encontrar o que se procurava. Mesmo assim estava no *head* da cauda longa. Não se tinha outra opção. Mas com a Wikipédia atuando no *tail* da cauda longa tudo muda. Não só o preço cai a zero como o tempo de atualização praticamente o acompanha. Torna-se praticamente impossível competir. Todavia, existia um problema: quem escrevia os verbetes, em sua esmagadora maioria, não eram especialistas. Esse se torna o calcanhar de Aquiles da enciclopédia *online* e os críticos não deixam por menos.

Os usuários não só colaboravam com projetos assim, como também o faziam entre si, ou seja, existia a necessidade de ficarem conectados. As pessoas possuem suas próprias redes de contatos. No início eram números de telefones anotados em algum caderno, depois do advento da Web 1.0 vieram as listas de e-mails<sup>11</sup>, todavia elas não eram muito dinâmicas. Algo novo precisava surgir e que representasse essas ligações e, claro, simples de usar. Surgiram então as redes sociais. Foi um verdadeiro sucesso. Agora era fácil manter contato e gerenciar a lista de amigos, pois neste momento é possível estar ligado a mais pessoas que o cérebro pode processar.

Após o Classmates<sup>12</sup> vários vieram seguindo a ideia, mas mirando em outro tipo de público, já que este era focado no reencontro de pessoas que já estudaram juntas.

O modelo de rede social se mostrou verdadeiro um sucesso. O problema era de que maneira poderia se ganhar dinheiro. Só ouvir falar em ter que pagar para poder usar um serviço assim, faz os potenciais usuários entortarem a boca.

**Figura 10 - Exemplos de redes sociais**



Fonte: <http://alexsb.org/enterprise-social-networks> (2017).

<sup>11</sup> E as correntes, obrigando o destinatário a repassar a mensagem senão algo ruim poderia ocorrer.

<sup>12</sup> Considera a primeira rede social. Disponível em: < <http://www.classmates.com>>. Acesso em: 6 jul. 2017.

Na Figura 10 é possível ver um apanhado de várias redes sociais. Algumas com função bem definida como é o caso do LinkedIn<sup>13</sup> que é foca em pessoas que queriam divulgar suas aptidões profissionais e recebendo comentários positivos de outros membros possa a confiança das empresas. Já o Facebook<sup>14</sup> é de propósito mais geral.

---

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://br.linkedin.com>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

<sup>14</sup> Disponível em: <<https://pt-br.facebook.com>>. Acesso em: 10 jul 2017.

## 4 A ECONOMIA COMPARTILHADA

A expressão Economia Compartilhada não possui um único significado, entretanto é frequentemente usada para se referir a alguns paradigmas de negócios que se dão na internet. Além ser comum, mas não obrigatório, o envolvimento de aplicativos móveis.

Basicamente vai de encontro ao mercado extremamente consumista, contrariando a necessidade de possuir o bem. E mesmo se for para comprar faz com ele não custe o valor exorbitante praticado pelos grandes produtores. Geralmente não representam campeões de vendas, mas uma análise ao longo da cauda mostra que a receita total faz com que as grandes empresas repensem os próximos passos. Aplicando o conceito da Web 2.0 não é trabalhoso inferir quem é o responsável pela disponibilização desses produtos/serviços. O usuário comum.

Inserido na cauda longa e com o poder dado pela Web 2.0, é o usuário quem faz a economia girar. Mas não se engane ao pensar que não existe intermediários, afinal, a cauda longa é composta por três forças, conforme discutido no capítulo 2. E é justamente o papel de ligar a oferta e a procura que muitas empresas têm assumido.

Fugindo dos grandes, e já estabelecidos, concorrentes essas empresas procuram mercados inexplorados. Trata-se de potenciais consumidores que são praticamente ignorados graças à tirania do topo, expressão cunhada por Chris Anderson. Tudo por que esses campeões de vendas que figuram na cabeça da cauda longa produzem para uma grande massa. Deixando assim seus reais gostos/necessidades abertos a quem conseguir enxergar primeiro.

Algo marcante na economia compartilhada é a redução dos custos, pois facilita para quem tem interesse em compartilhar algo. Conhecimento no caso das pessoas que colaboram com a Wikipédia que o fazem sem ter que pagar nada a ninguém. Como para quem que disponibilizar o serviço. Estando toda na nuvem, a Wikipédia tem gastos bem baixos ao contrário do que teria caso existisse fisicamente.

A reputação é imprescindível neste paradigma, isso se deve a proximidade que as pessoas são colocadas, o que justifica a nomenclatura *peer-to-peer*<sup>15</sup>.

---

<sup>15</sup> pessoa para pessoa em tradução livre

Segundo PWC (2017, p. 16) 64% dos consumidores acreditam mais na regulação de outras pessoas do que a feita pelo governo.

#### 4.1 Modelos de Economia Compartilhada

Vendas, aluguéis, prestação de serviços, trocas, empréstimos (seja de objeto ou de dinheiro) etc. tudo pode virar um bom negócio se for pensado dentro dos moldes da economia colaborativa e com ajuda dos conceitos de Web 2.0 e da cauda longa. Podendo atuar no mesmo ramos dos grandes concorrentes, mas não da mesma maneira.

Após pesquisa, Jeremiah Owyang<sup>16</sup> dividiu em seis setores possíveis a economia compartilhada, tal divisão foi batizada de *honeycomb*<sup>17</sup>.

**Figura 11 - Modelos de Economia Compartilhada**



Fonte: <https://medium.com/@Aerochimps/economia-compartilhada-828446ccacd5> (2017).

Um exemplo clássico na área de transporte é o Uber<sup>18</sup>. Um aplicativo que serve para pedir carro com motorista. Ele faz com que pessoas deixem seus carros nas garagens ou, se juntem numa mesma viagem poupando o trânsito. De tão conhecido o nome uberização é utilizado como sinônimo de economia colaborativa.

<sup>16</sup> Fundador da Crowd Companies. Disponível em: <<http://crowdcompanies.com>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

<sup>17</sup> Favos de mel em tradução livre.

<sup>18</sup> Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

No setor de espaço, tem-se o Airbnb<sup>19</sup>. Aqui o usuário pode alugar sua casa ou até parte dela. Em troca, além do baixo preço, ele pode ter a companhia de morador local, tipo de experiência que dificilmente aconteceria num hotel ou *resort*.

No setor de dinheiro existe o site brasileiro Vakinha<sup>20</sup>. É um serviço de financiamento coletivo. Nele a pessoa apresenta seu projeto que pode ser desde compra de medicamentos para tratamento de um câncer, como, compra caixa de sorvete. Aqui é possível conseguir o dinheiro necessário sem ter que recorrer a um empréstimo no banco e ficar preso numa dívida.

No setor de serviços, outro caso brasileiro. Do mesmo criador do Easy Taxi<sup>21</sup>, o aplicativo Singu<sup>22</sup> promete levar profissionais especializados em serviços vistos em salões de beleza até a casa da cliente por meio de um agendamento *online*.

No setor de comida o exemplo é o site Dinneer<sup>23</sup>. O usuário tem a oportunidade de almoçar ou jantar na casa de um desconhecido. Mediante agendamento ou ele mesmo pode se tornar o anfitrião. Além de não precisar ser um mestre em gastronomia.

No último setor, o de bens, existe o ezPark<sup>24</sup>. O sistema conecta pessoas que estão procurando vaga para estacionar a donos de garagens ociosas. Assim se economiza com estacionamento. Abaixo tabela com o logo dos cases citados.

**Tabela 2 - Exemplos de empresas da Economia Compartilhada.**

Empresas atuantes na Economia Compartilhada		
		 EASY TAXI
<a href="https://www.airbnb.com.br">https://www.airbnb.com.br</a>	<a href="https://www.vakinha.com.br">https://www.vakinha.com.br</a>	<a href="http://www.easytaxi.com/br/">http://www.easytaxi.com/br/</a>
		
<a href="https://www.singu.com.br">https://www.singu.com.br</a>	<a href="http://www.dinneer.com">www.dinneer.com</a>	<a href="http://www.ezpark.me">http://www.ezpark.me</a> (*)

(\*) Domínio inativo no acesso do dia 04 de dez. de 2017.

<sup>19</sup> Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

<sup>20</sup> Disponível em: <<https://www.vakinha.com.br>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

<sup>21</sup> Semelhante ao Uber.

<sup>22</sup> Disponível em: <<https://www.singu.com.br>>. Acesso em: 11 jul. 2017.

<sup>23</sup> Disponível em: <<http://www.dinneer.com>>. Acesso em 11 jul.2017.

<sup>24</sup> Disponível em: <<http://www.ezpark.me>>. Acesso em: 11 jul.2017.

## 5 O BRASIL NA ECONOMIA COMPARTILHADA

O ser humano, assim como todo ser vivo, apresenta medo por tudo àquilo que não conhece. Depois de um tempo de adaptação, porém, o medo não só passa como também o motivo do comportamento pode acabar passando a fazer parte de sua vida. Enquanto que no lado de fora da internet não se poupam grades, cercas elétricas, câmeras de segurança etc., o mesmo não acontece quando se fala do outro lado: o virtual. Essa conduta é típica da população mundial atual, isto é, dar repostas diferentes a depender do nível de realidade que a situação adversa se apresenta. Uma coisa é uma pessoa que pode invadir sua casa, outra é ter seu e-mail invadido, onde é muito mais provável que o dono da casa se depare com o invasor do que com quem *hackeou* seu e-mail em alguma esquina.

Especificamente no Brasil, existia uma demora para que tendências chegassem e quando aportavam ainda precisavam passar pelo tempo de estranheza para só então saber se foi bem aceita ou não. Todavia, com a popularização da internet e das tecnologias que promovem seu acesso esse tempo de disseminação está exponencialmente reduzido. No que tange as novidades tecnológicas, os brasileiros tem se mostrado cada vez mais imersos com essas idéias, claro que esse movimento está em todo o globo, mas o foco será mantido em terras brasileiras a fim de manter o escopo. A facilidade que aplicativos e gadgets têm trazido para suas vidas só causou desejo por mais e mais dessas novidades, chegando num ponto onde elas sequer sentem necessidade de questionar a origem ou quem é o fabricante da última novidade.

Essa reação também se aplica a nova modalidade de consumo: a economia compartilhada, que entrou na vida de todos os brasileiros, e como se pode concluir, sem pedir licença ou se apresentar formalmente, deixando a cargo dos especialistas sua compreensão.

A economia compartilhada é muito mais do que um modelo de negócio que pode, ou não, ser adotado por uma empresa, ela tem causado grandes, profundas e ao que tem se mostrado irreversíveis mudanças na economia do país. Um exemplo clássico e talvez o serviço que tenha sido um dos primeiros desse tipo a embarcar no Brasil é o Uber, já citado anteriormente. Neste capítulo serão tratados alguns aspectos da economia compartilhada tendo como pano de fundo no Brasil.

## 5.1 A confiança do brasileiro na era da Economia Compartilhada

Fruto de inúmeras discussões entre taxistas, motoristas, clientes e governo, a empresa Uber, figura 12, foi uma das primeiras a trazer esse novo modo de pensar a economia. Mas antes de discutir mais sobre esse assunto, torna-se necessário atentar para a seguinte pergunta: o que leva dois completos estranhos a confiarem um no outro a ponto de realizarem um negócio? Para compreender a questão basta olhar para o caso Uber, por exemplo, alguém que o cliente nunca viu e que sabe de antemão não ter nenhuma relação com qualquer sindicato ou homologação por parte do governo goza de sua confiança para levá-lo ao seu destino? Talvez o fato de visualizar o motorista e poder cancelar a viagem a qualquer momento deixe as pessoas confiantes. E no caso do site SwapTree<sup>25</sup>? Duas pessoas que nunca se viram confiam uma na outra para trocar objetos ociosos por outros de seu desejo? Anos atrás essa prática seria impensável. Acontece que o ser humano foi feito para interação e colaboração, tendo como prova disso as inscrições nas cavernas de milhares de anos atrás. O ser humano sempre precisa e alguém para depositar sua confiança. Antes se podia dizer que ela estava no Estado que guiava uma economia onde se valoriza mais a posse levando as pessoas a ter coisas cada vez mais e dessa maneira concentrando a riqueza nas mãos de poucos, mas as crises mostraram que esse consumo desenfreado só tem levado todos a um sistema falido.

**Figura 12 - Serviço de motorista de aluguel.**


 The image shows the Uber logo, which consists of the word "UBER" in a bold, black, sans-serif font.

Fonte: [https://s3.amazonaws.com/media.cuponeria.com.br/2012/07/20160921\\_202508\\_novouber.png](https://s3.amazonaws.com/media.cuponeria.com.br/2012/07/20160921_202508_novouber.png) (2017).

**Figura 13 - Serviço para troca de objetos ociosos.**



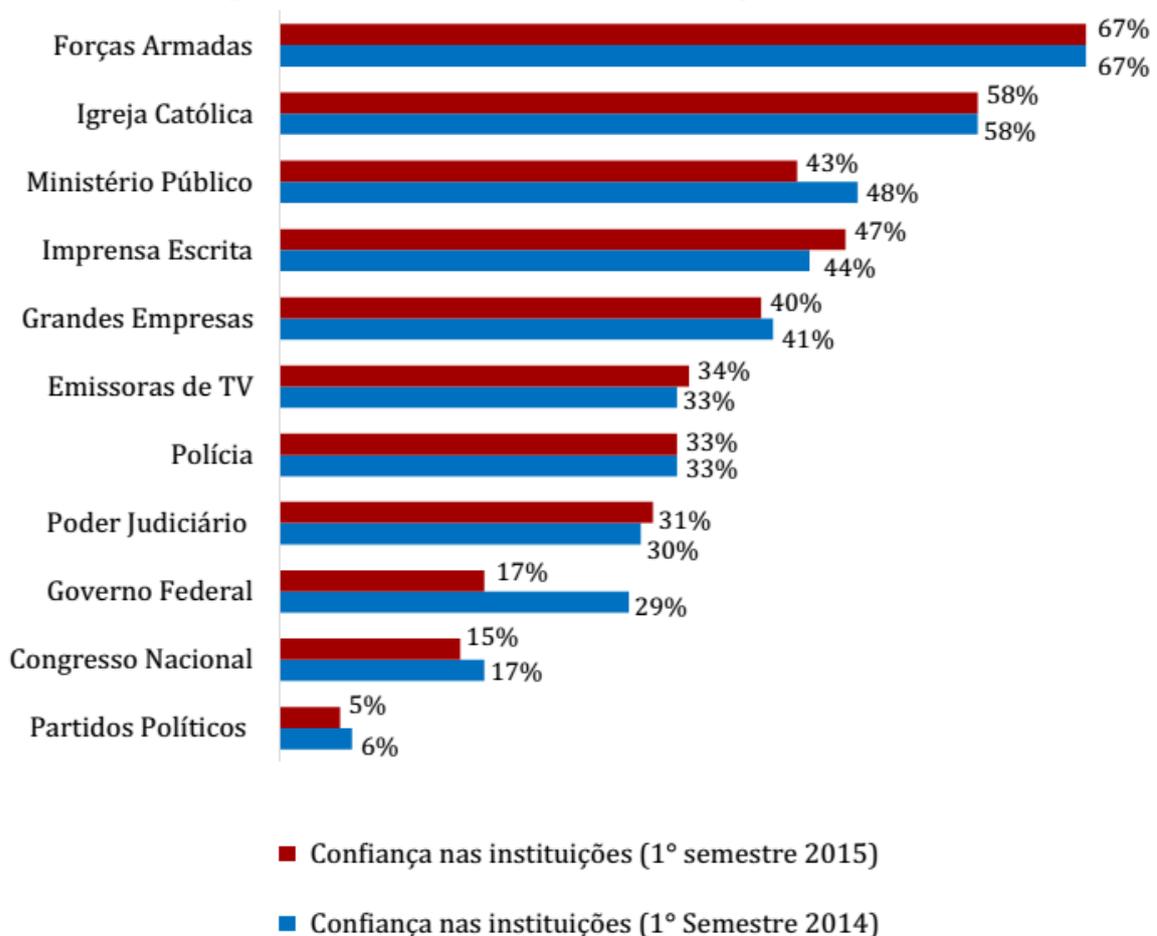
Fonte: <http://green-lemonade.com/wp-content/uploads/2007/10/swaptree.gif> (2017).

<sup>25</sup> Segundo consulta no site Crunch Base <<https://www.crunchbase.com/organization/swaptree>>, o SwapTree se encontra fora do ar atualmente. Data da última consulta: 9 de dez. de 2017.

No caso do Brasil, as sucessivas crises e casos de corrupção só tiveram efeito positivo quando se trata do fomento da economia compartilhada.

Segundo Relatório IPCLBrasil (2015), figura 14, que relaciona num mesmo gráfico a confiança do brasileiro, onde a compara nos primeiros semestres de 2014 e 2015, a confia está mais na imprensa escrita do que nos poderes públicos. Em 2014 o Ministério Público estava à frente da Imprensa escrita, porém fora ultrapassado em 2015. Já Governo Federal, Congresso Nacional e Partidos Políticos figuram o antepenúltimo, penúltimo e último lugar respectivamente. Mesmo se comparado entre os anos da pesquisa, todos perderam créditos com a população brasileira. Claramente não foi proposital, mas serviços como Uber e Vakinha souberam bem como direcionar essa necessidade que ficou latente.

**Figura 14- Consulta quanto confiança do brasileiro.**



A confiança do brasileiro foi guiada para o lugar mais inesperado, isto é, para o próprio brasileiro.

Essa visão pode ser estendida, para a América Latina, por exemplo. Segundo o Latinobarômetro (2016), divulgado pelo site Nexo Jornal, essa confiança também está abalada dentre os países latino-americanos. Fazendo uso da legenda da figura 15 para leitura dos gráficos as figuras 16, 17 e 18 é fácil ver que o brasileiro não é o único povo que não acredita no Estado. Não será discuto por país, pois se fugiria do escopo do presente trabalho.

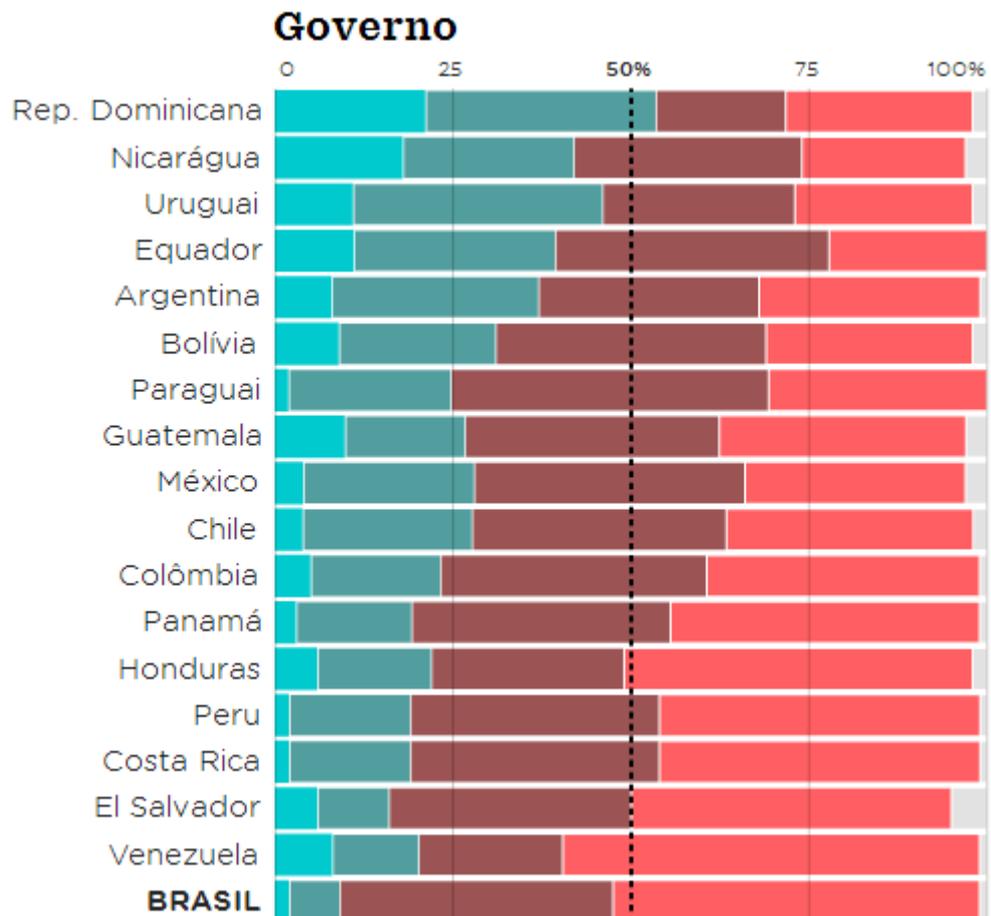
**Figura 15 - Legenda para leitura dos Gráficos.**



Fonte: Latinobarômetro (2016).

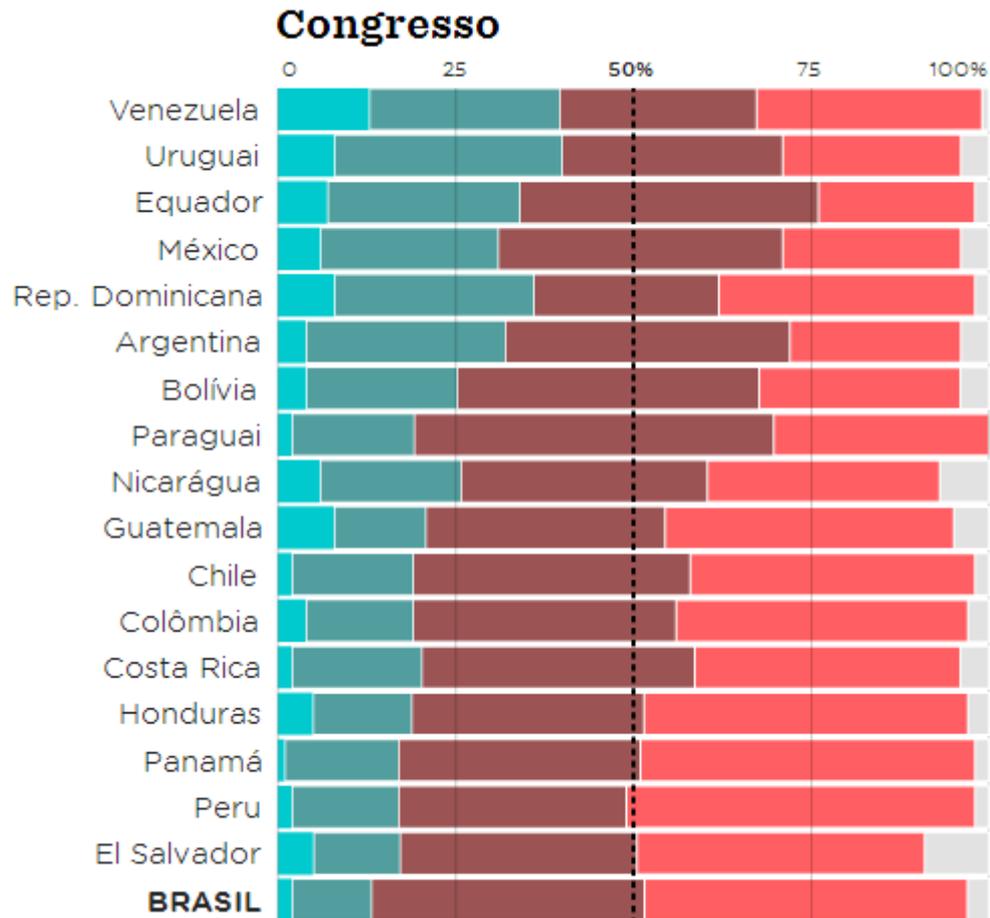
O Brasil é um dos países que estão no fim lista junto com Paraguai, Peru e Costa Rica quando o assunto é Governo.

**Figura 16 – Confiança no Governo por País.**



Fonte: Latinobarômetro (2016).

**Figura 17 - Confiança no Congresso por País.**

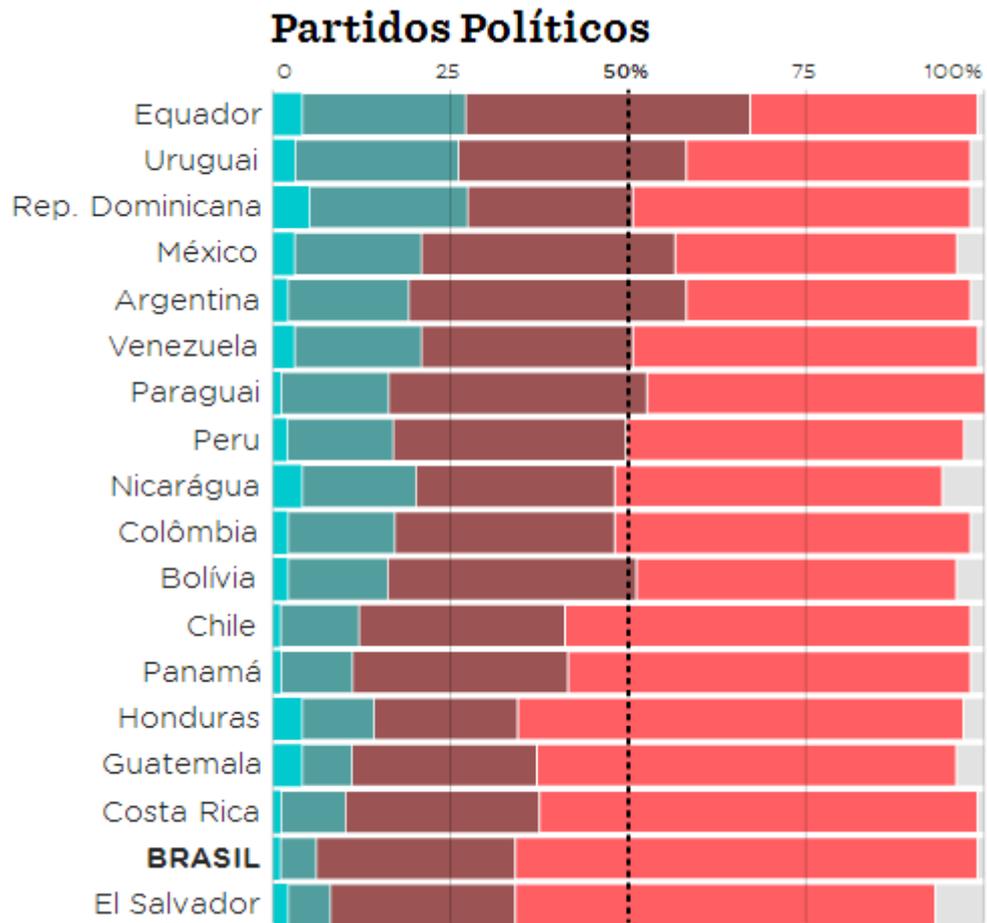


Fonte: Latinobarômetro (2016).

Mesmo observando os gráficos das figuras 17 e 18, onde está relacionados o Congresso e os Partidos Políticos se torna prematuro utilizar apenas este parâmetro como base para concluir o avanço da economia compartilhada em território nacional.

Entretanto, o governo tem por função administrar a coisa pública. E com a economia compartilhada novos desafios se instalaram. De acordo com Francisco e Frederico (2015), o legislador precisará mais cuidado ao desempenhar seu trabalho, principalmente quando o ponto da economia compartilhada bate de frente com mercados pré-existentes. É nesse momento que a confiança no Estado é posta a prova. Mediar essa discussão e solucionar o problema sem interferir na economia se torna um esforço hercúleo sem o povo ao seu lado, prova disso são os embates entre taxistas e motoristas do aplicativo, os quais já houve desde discussões mais acaloradas até homicídios.

**Figura 18 - Confiança no Partido Político por País.**



Fonte: Latinobarômetro (2016).

A lentidão, ou falta, de atualização por parte do poder público, ou seja, sem uma legislação que abarque a situação atual, todo o mercado pode sofrer com as consequências, além de deixar o Brasil menos atrativo, competitivamente falando.

No caso específico da Uber, funcionou como uma resposta as sucessivas queixas por parte dos usuários do sistema de táxis tradicionais quanto à existência de agressividade e definir o preço da viagem sem o uso do taxímetro, instrumento obrigatório neste modelo e negócio. Resposta essa que, pode-se dizer viralizou numa velocidade que deixou os profissionais consagrados sem entender por um tempo o que estava acontecendo e quando Estado demonstrou interesse no caso, muito estrago já tinha acontecido.

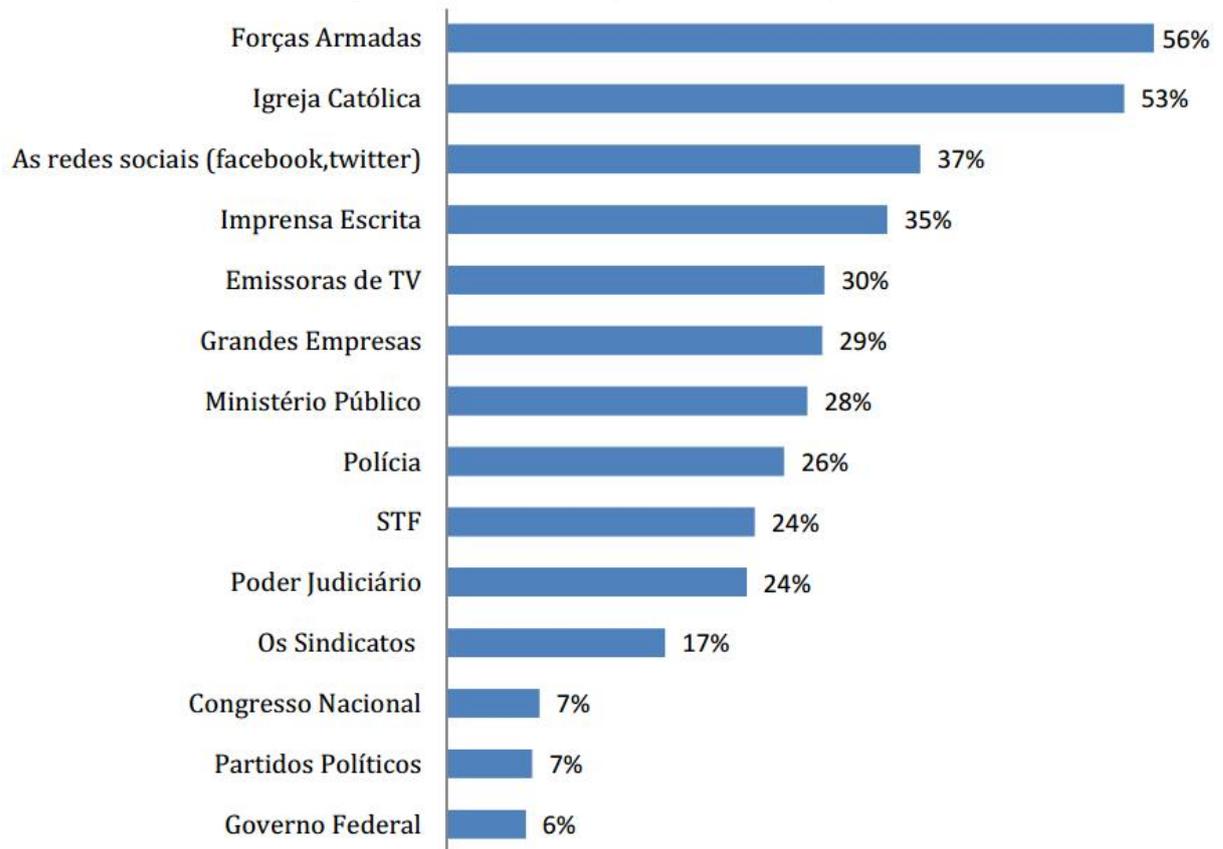
Em pesquisa mais recente feita pela FGV<sup>26</sup>, isto é, o Relatório ICJ Brasil referente ao primeiro semestre está incluído a redes sociais, a saber: Facebook e

<sup>26</sup> Mais especificamente a Faculdade de Direito. Disponível em: <<http://direitosp.fgv.br/>>. Acesso em: 1 de dez. 2017.

Twitter<sup>27</sup>, figura 19. E não só isso, como está localizada a frente da imprensa escrita, só perde para as Forças Armadas e a Igreja Católica. É como se as pessoas confiassem no crivo umas das outras em detrimento nos veículos amplamente conhecidos.

Em comparação com o gráfico da figura 14, o Congresso caiu 8% na taxa de confiança, enquanto o Governo Federal caiu expressivo 11% que podem ser facilmente explicados pela intensa exposição da corrupção pelos veículos de mídia. Todavia não se pode descartar a participação, praticamente, determinante das mídias sociais que funcionaram como um alto falante, mostrando mais uma vez a colaboração entre as pessoas, terreno fértil para o desenvolvimento da economia compartilhada.

**Figura 19 - Confiança nas instituições**



Obs.: Gráfico editado pelo autor (2017).

Mas como confiar em um completo estranho? Concordar que ele durma na sua casa ou guarde o carro na garagem de outro estranho? Neste caso existe uma coincidência entre os mundos real e virtual: a confiança é algo que se constrói com o

<sup>27</sup> Disponível em: <<https://twitter.com/>>. Acesso em: 1 de dez. 2017.

tempo. No meio virtual existe uma palavra que descreve bem essa construção, é a chamada reputação.

Ao prestar um bom trabalho, ou o carro estacionado na garagem não sofreu nenhum dano, este usuário ou fornecedor do bem ou serviço, tudo a depender do ponto de vista, ganha um ponto em sua reputação. E como se pode definir, quanto mais alta a reputação, mais confiável será aquele estranho.



Fonte: O autor (2017).

Comumente são usadas estrelas para indicar a reputação de alguém. No exemplo da figura 20, caso um usuário em potencial tivesse que escolher dentre os três, muito provavelmente escolheria o fornecedor “B”. Levaria tempo até “A” e “C” atingirem este mesmo patamar.

## 5.2 A sociedade do consumo na era da informação

O incentivo do consumo desenfreado e o conseqüente acúmulo de bens beneficiam apenas um lado da moeda, a produtora musical ou de filmes, a montadora de carros, enfim, as empresas que precisam se manter vendendo para obter lucros cada vez mais altos. No fim das contas as pessoas conseguem entulhar suas casas de coisas as quais não precisavam mais depois do seu breve uso. Depois de pregar o prego na parede para pendurar o quadro, o martelo fica estacionado em algum lugar na garagem. Logo ao lado do carro que fica em movimento apenas para levar às crianças a escola, os pais ao trabalho ficando parado na maior parte o tempo. Na estante estão os livros, alguns lidos enquanto outros comprados quando estavam no *hype*, mas que agora são apenas mais coisas para terem o pó retirado. Algumas pessoas chegaram a conclusão de que elas

precisam da leitura, não do livro; do buraco na parede, não do martelo; ou seja, da experiência e não do objeto em si.

Em notícia publicada pelo site EBC<sup>28</sup> (2017), houve um aumento dos endividados no Brasil, um aumento de 56,4% para 57,1% entre os meses de junho e julho do mesmo ano, respectivamente. Os dados foram provenientes da Pesquisa Nacional de Endividamento e Inadimplência do Consumidor. Ainda de acordo com a publicação, o cartão de crédito lidera o ranking das razões das dívidas com altos 76,8%, carnês e crédito pessoal vêm logo depois com 15,4% e 11%, respectivamente.

**Tabela 3 - Percentual de endividados no fim do 1º semestre 2017.**

<b>Síntese dos Resultados</b>			
	<b>Total de Endividados</b>	<b>Dívidas ou Contas em Atraso</b>	<b>Não Terão Condições de Pagar</b>
jul/16	57,7%	22,9%	8,7%
jun/17	56,4%	24,3%	9,6%
<b>jul/17</b>	<b>57,1%</b>	<b>24,2%</b>	<b>9,4%</b>

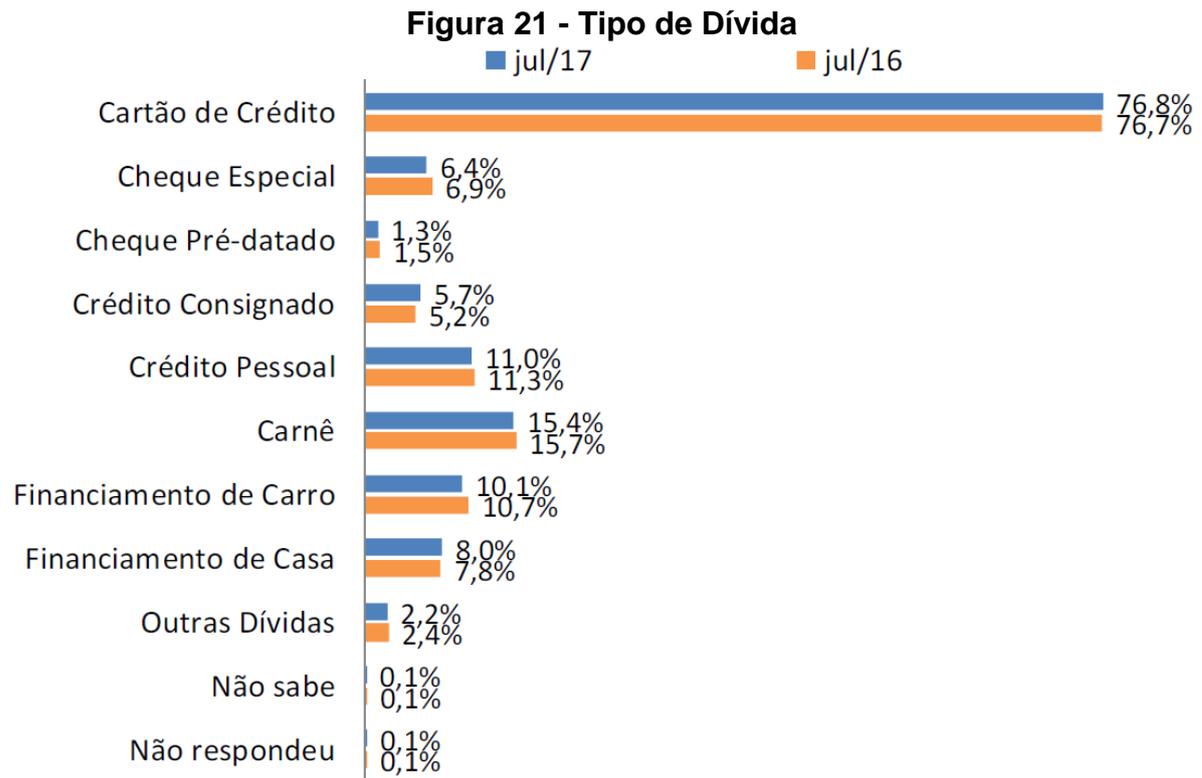
Fonte<sup>29</sup> (2017).

A tabela 3 traz mais informações sobre a situação do povo brasileiro quanto às dívidas. Já na figura 21, têm-se mais detalhes quanto ao tipo de dívida. Como dito o cartão de crédito lidera com folga essa lista, mesmo se comparado com o ano anterior a diferença praticamente inexistente.

Olhando para esses gráficos instiga aos mais curiosos descobrir sobre os motivos que levaram essas famílias a tal situação. A disseminação do consumo desenfreado vem logo à cabeça. Porém, e infelizmente, a pesquisa não foi até essa parte. Mas mesmo assim não é precipitada tal conclusão, pois tomos estão sendo bombardeados por propagandas por todos os lados e meios possíveis.

<sup>28</sup> Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2017-07/percentual-de-endividados-no-pais-cresce-para-571-entre-junho-e-julho>>. Acesso em: 02 de dez. 2017.

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/economia/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do-32>>. Acesso em: 5 de dez. 2017.



Fonte<sup>30</sup> (2017).

A economia compartilhada vem justamente como resposta para esse problema. Talvez, *a priori*, as famílias que fazem parte desta estatística não vejam uma relação, entretanto, para olhos mais atentos essa pode ser considerada a oportunidade propulsora para alavancar definitivamente novos negócios nessa área.

Mas é necessário atentar para algo citado anteriormente: faixa etária. Isso porque é sabido que pessoas mais velhas tendem a serem mais resistentes a mudanças como as propostas pela economia compartilhada. Para muitas delas, como em anos atrás, é impraticável pensar se encontrar com um estranho numa praça e lhe entregar seu martelo ao passo que ele lhe entregue de volta um arco de serra. Mesmo que o uso de redes sociais seja intenso, muitas delas só fariam tal transação com algum conhecido. Nunca com um completo alheio ao seu círculo social.

E depender dessas pessoas a economia compartilhada no Brasil andaria a passos bem mais lentos, todavia, o trabalho para difundir esse novo modo de negociar ficará a cargo dos mais jovens, os nativos digitais, que usam a tecnologia

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://cnc.org.br/central-do-conhecimento/pesquisas/economia/pesquisa-nacional-de-endividamento-e-inadimplencia-do--32>>. Acesso em: 5 de dez. 2017.

como usam suas roupas. Eles são quem irão mostrar aos demais membros da família as novas possibilidades propiciadas pela tecnologia.

De acordo com Ilha Villanova (2015), a economia compartilhada deu seus primeiros passos com sites como eBay e Craigslist, sendo o primeiro mais conhecido os brasileiros.

**Figura 22 - Logo do Site eBay.**



Fonte<sup>31</sup> (2017).

**Figura 23 - Logo da site Craigslist**



Fonte<sup>32</sup> (2017).

O sucesso desses sites se deveu por uma das características da economia compartilhada que é a eliminação do intermediário, colocando interessado e anunciante, ou quem quer serrar um cano e quem tem um arco de serra, diretamente em contato. Essa prática tem efeito direto na redução de custo em comparação a uma transação convencional. Deixando os profissionais mediadores bem irritados. Tornando uma questão de tempo que outros copiassem a ideia, atacando um nicho específico, causando a dispersão da economia compartilhada.

Do mesmo jeito que as famílias anteriormente citadas podem oferecer certa resistência a essa mudança, os empresários já consolidados pelas regras

---

<sup>31</sup> Disponível em: <<https://is2-ssl.mzstatic.com/image/thumb/Purple118/v4/c9/af/2d/c9af2dc3-1bbc-0592-d41f-468ae5706ac9/source/1200x630bb.jpg>>. Acesso em: 6 de dez. 2017.

<sup>32</sup> Disponível em: <<https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c6/Craigslist.svg/500px-Craigslist.svg.png>>. Acesso em: 6 de dez. 2017.

tradicionais, podem não querer se atualizar para os novos tempos e acabarem se prejudicando. Vale lembrar a discussão taxistas x motoristas do Uber.

Outro ponto que marca a economia compartilhada é que ao torna mais fácil o acesso a bens e serviços não existe a obrigatoriedade do envolvimento de qualquer tipo de dinheiro. Alguém usa uma garagem e em troca o dono dessa garagem ganha uma carona. Mais uma vez é fácil ver que os modelos tradicionais estão sendo afetados diretamente.

Questões ambientais também estão em voga. Uma empresa já atuante no mercado pode conseguir a classificação ISO 14001, relacionada à preocupação ambiental, isso geraria um bom impacto positivo, mas qual seria o impacto se milhões de pessoas deixassem seus carros na garagem e usassem um serviço de carona ou motorista particular? Com certeza, seria bem maior e não só ambiental como também social ao reduzir o trânsito. Quem não quisesse poderia optar por um serviço de compartilhamento de bicicleta.

Como lembrado existe o lado social, a ideia que se tem da propriedade muda completamente, pois algo deixa de ser somente seu e passa a ser de um coletivo. Claro que seguindo algumas regras.

Percebe-se que vai se moldando um novo modo de pensar, causando conseqüentemente profundas mudanças na sociedade. Após perceber que podiam compartilhar e interagir provocando mudanças a sua volta, as pessoas se deram conta que podiam se ajudar dando uso para bens ou habilidades ociosas e, ao mesmo tempo, força os já enquadrados na economia buscar novos caminhos que incluam ou não uma integração com o novo.

Ilha Villanova (2015) cita a deficiência de artigos acadêmicos sobre esse fenômeno no Brasil e tal observação reflete a realidade. Como a economia compartilhada ainda é não algo de conhecimento da população olhando de uma maneira mais ampla, talvez não tenha chamado atenção o suficiente dos acadêmicos pesquisadores. Mais focados na indústria mais tradicional não vejam um futuro sólido neste novo paradigma.

A constante sede por tecnologia por parte da população serviu para provocar novos investimentos e conseqüentemente seu barateamento, porque a economia compartilhada foi possível por conta de todos os avanços nesta área que a humanidade vem passando, no caso particular do Brasil se chama a atenção para a necessidade da melhoria da banda nacional. Ainda um gargalo.

É importante deixar claro que a posse continua, a não que se concorde na troca ou venda do bem.

Como tudo o que existem prós e contras, isto é, se ganha muito pó demonstrar forte caráter democrático, descentralizar a riqueza ao longo da cauda, teoria proposto por Chris Anderson, citado anteriormente. Porém, há alguns problemas citados por Melo Lisboa (2017) que seriam o acesso as leis trabalhistas que protegem o assalariado, lembra-se novamente o caso Uber. Existe a discussão quanto às responsabilidades trabalhistas que a empresa de aluguel de carros teria ou não. A empresa sempre procura caminhos para não receber tais responsabilidades; a constante espionagem que todos vêm passando. Ao colocar em contato duas pessoas num meio onde confiança e reputação são tudo para sucesso da transação, as informações coletadas têm menor chance de estarem equivocadas ou propositalmente erradas; ele também cita sobrecarga sensorial, isso porque acaba existindo uma pressão exacerbada sobre si mesmo, o tempo todo se policiando e cuidando da reputação virtual. Está prontamente atento a qualquer sinal e tentativa de transação causando forte cansaço.

Tais problemas precisam de atenção a fim de manter o aspecto saudável do novo paradigma. O consumo em excesso precisa encontrar um freio e pode fazê-lo na economia compartilhada, ser induzido ao acúmulo sem sentido e em consequência ficar preso em dívidas.

As profundas mudanças provocadas pela economia compartilhada sejam no âmbito econômico, social ou ambiental se tornaram cada vez mais comuns. Cabe agora encontrar uma maneira de uni-la aos meios tradicionais de negociação.

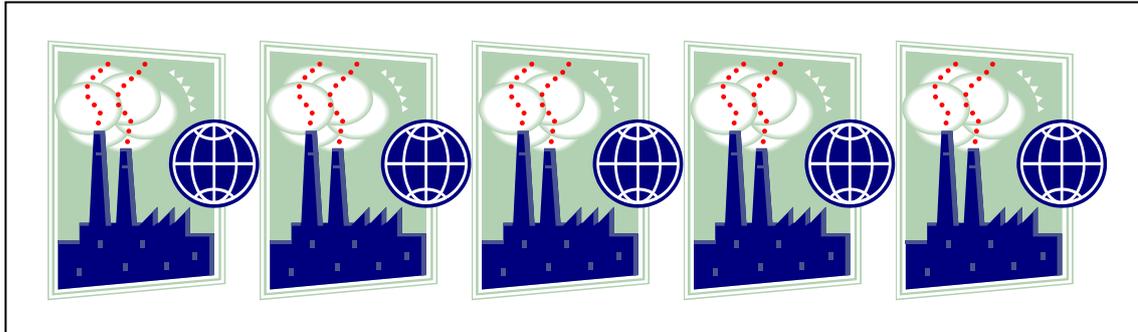
### **5.3 Um problema com a Adesão Generalizada da Economia Compartilhada**

Como em todo sistema, as falhas são passíveis de existir e com a Economia Compartilhada não é diferente. Pensando em um caso extremo, isto é, na grande massa das pessoas que queiram compartilhar um bem/serviço ocioso, pode-se imaginar a seguinte situação:

Hoje existem várias fábricas de furadeiras espalhadas pelo mundo. Num certo bairro existem pessoas que precisam de uma furadeira para realizar algum trabalho doméstico, seja ele qual for. Na economia tradicional, essas pessoas seriam

compelidas a comprar suas próprias furadeiras, mas na nova economia isso não aconteceria.

**Figura 244 – Várias fábricas para o mesmo Produto**



Entretanto, no caso da adesão da grande massa isso não ocorreria desta maneira. Ou invés disso elas procurariam na internet algum serviço que ligasse a procura (pessoas que precisam de furadeira) à oferta (pessoas com furadeiras ociosas). Uma vez que o escambo tenha sido feito, dependendo do site pode ser preciso que se ceda algum em troca, por exemplo, essas pessoas fariam seus serviços com a furadeira e depois a devolveriam para o seu dono, ou seja, a propriedade privada continua, porém com uso coletivo.

Supondo-se, agora, que a população faça parte desse movimento, não se faria necessário tantas fabricas de furadeiras tendo em vista que não seria comprada uma quantidade de furadeiras que justifique a existência de tantas fábricas. Nesse quadro, as fábricas fechariam as portas e o desemprego aumentaria. Claro que com novas tecnologias e modelos de negócio, surgem novas oportunidades, mas a questão é saber se estas pessoas estariam prontas para entrar nesse mundo. Por sorte, a Economia Compartilhada anda a passos lentos aqui no Brasil o que na teoria daria tempo para deixar a futura força de trabalho pronta.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível perceber pontos principais que formam a economia compartilhada.

A internet é meio ideal para esse tipo de negócio. A quantidade de potenciais usuários que se pode vir a ter é muito mais que é possível atender pelos meios tradicionais. Além do indubitável poder de alcance.

Existe mais de uma forma de adquirir o bem ou serviço. Não é necessariamente com dinheiro que sempre se paga. Às vezes se paga um serviço com outro serviço, ou a troca de objetos. O escambo ganha nova roupagem, entretanto continua existindo.

Levam as pessoas a ter um nível de interação social diferente do habitual. Os recepcionistas e garçons são carregados da formalidade que a situação exige, então quando os usuários vão jantar, ou ficar hospedado na casa de estranho, a experiência é completamente deferente. Não se tem o serviço como a possibilidade de aumentar o ciclo de amizades.

A economia se baseia na confiança. Quanto mais o serviço é prestado mais prestígio se consegue e, por conseguinte mais clientes.

Algo que não se pode negar é que este sistema veio para ficar e fará cada vez mais parte da vida das pessoas.

Devido ao modo de atuação, isto é, atacando o mercado de nicho ao invés do mercado de massas, será necessária mais capacidade de armazenamento nos *smartphones* para comportar um aplicativo para cada necessidade.

Um ponto negativo observado é o problema que pode acontecer com negócios já existentes como, por exemplo, o Airbnb esse modelo ameaça os hotéis, pois ele não paga os mesmos impostos então consegue cobrar mais barato. Além do mais os hotéis argumentam que essas casas não oferecem segurança necessária para atuar. Outro exemplo é o Uber, que inclusive se tornou alvo dos veículos de imprensa depois que vários protestos foram organizados pelo mundo contra o aplicativo. É uma questão de tempo que a legislação se adéque aos novos tempos.

## MATERIAL DE APOIO

WIKIPÉDIA. **Long Tail**. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Long\\_tail](https://en.wikipedia.org/wiki/Long_tail)> Acesso em: 05 jun 2017.

WIKIPÉDIA. **Web 2.0**. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](https://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)> Acesso em: 05 jun 2017.

WIKIPÉDIA. **Web 2.0**. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Web\\_2.0](https://pt.wikipedia.org/wiki/Web_2.0)> Acesso em: 05 jun 2017.

TECHLIFE. **The Evolution of the Web**. Disponível em: <<http://techlife2016.blogspot.com.br/2016/05/the-evolution-of-web.html>> Acesso em: 05 jun 2017.

FAPCOM. **Os Conceitos de Web 1.0, 2.0, 3.0**. Disponível em: <<http://www.fapcom.edu.br/blog/os-conceitos-de-web-1-0-2-0-e-3-0.html>> Acesso em: 05 jun 2017.

WIKIPÉDIA. **Economia do Compartilhamento**. Disponível em: <[https://pt.wikipedia.org/wiki/Economia\\_do\\_compartilhamento](https://pt.wikipedia.org/wiki/Economia_do_compartilhamento)> Acesso em: 05 de junho de 2017.

WIKIPÉDIA . **Sharing Economy**. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Sharing\\_economy](https://en.wikipedia.org/wiki/Sharing_economy)> Acesso em: 05 de junho de 2017.

CONSUMO COLABORATIVO. **O que é Economia Compartilhada?** Disponível em: <<http://consumocolaborativo.cc/o-que-e-economia-compartilhada/>> Acesso em: 31 de março de 2017.

MORGAN, Jacob. **Why the Collaborative Economy is Changing Everything**. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/jacobmorgan/2014/10/16/why-the-collaborative-economy-is-changing-everything/#1f91274628a1>> Acesso em: 31 de março de 2017.

ALMEIDA, Rodolfo e ZANLORENSSI, Gabriel. **A confiança nas instituições no Brasil e na América Latina**. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/grafico/2017/11/03/A-confian%C3%A7a-nas-institui%C3%A7%C3%B5es-no-Brasil-e-na-Am%C3%A9rica-Latina>> Acesso em: 29 de nov. de 2017.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: A nova dinâmica e vendas: como lucrar com a fragmentação dos mercados; Trad. Afonso Celso da Cunha Serra. – Rio de Janeiro: Elsevier, 2006 – 9ª reimpressão.

PWC. **The Sharing Economy**. Disponível em:

<<https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligence-series-the-sharing-economy.pdf>> Acesso em: 31 de mar. de 2017.

SCHERTEL MENDES, Francisco. MEINBERG CEROY, Frederico. **ECONOMIA COMPARTILHADA E A POLÍTICA NACIONAL DE MOBILIDADE URBANA: Uma proposta de marco legal**. Disponível em:

<<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/516690/TD185-Francisco%20Schertel%20Mendes%20e%20Frederico%20Meinberg%20Ceroy.pdf?sequence=1>> Acesso em: 04 de out. de 2017.

OLIVEIRA RAMOS, Luciana de. et al. **Relatório ICJBrasil 1º Semestre 2017**.

Disponível em:

<[http://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/arquivos/relatorio\\_icj\\_1sem2017.pdf](http://direitosp.fgv.br/sites/direitosp.fgv.br/files/arquivos/relatorio_icj_1sem2017.pdf)> Acesso em: 15 de nov. de 2017.

ILHA VILLANOVA, Ana Luisa. **MODELOS DE NEGÓCIO NA ECONOMIA COMPARTILHADA: UMA INVESTIGAÇÃO MULTI-CASO**. Disponível em:

<<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/15184/VERS%c3%83O%20FINAL%20DISSERTA%c3%87AO%20%20Ana%20Luisa%20Villanova.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 16 de nov. de 2017.

MELO LISBOA, Armando de. **ECONOMIA COMPARTILHADA / ECONOMIA SOLIDÁRIA: INTERFACES, CONTINUIDADES, DESCONTINUIDADES**. Disponível em:

<[incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/necat/article/download/4854/4975](http://incubadora.periodicos.ufsc.br/index.php/necat/article/download/4854/4975)> Acesso em: 7 de nov. de 2017.

GROSS CUNHA, Luciana. et al. **Relatório IPCLBrasil - 1º Semestre 2015**.

Disponível em: <

[http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/14133/Relatorio-IPCLBrasil\\_1o\\_Sem\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/14133/Relatorio-IPCLBrasil_1o_Sem_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)> Acesso em: 01 de dez. 2017.