

Elementos da Economia

Jaqueline Fonseca Rodrigues
(Organizadora)



Atena
Editora

Ano 2018

Jaqueline Fonseca Rodrigues
(Organizadora)

Elementos da Economia

Atena Editora
2018

2018 by Atena Editora

Copyright © da Atena Editora

Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Diagramação e Edição de Arte: Geraldo Alves e Natália Sandrini

Revisão: Os autores

Conselho Editorial

- Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Profª Drª Deusilene Souza Vieira Dall’Acqua – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Profª Drª Juliane Sant’Ana Bento – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)

E38	Elementos da economia / Organizadora Jaqueline Fonseca Rodrigues. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2018. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-015-5 DOI 10.22533/at.ed.155182012 1. Economia. 2. Economia – Política e governo. I. Rodrigues, Jaqueline Fonseca. CDD 330.2
-----	---

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

2018

Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

www.atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Antes de efetuar a apresentação do volume em questão, deve-se considerar que por ser a Economia uma ciência que consiste na análise da produção, distribuição e consumo de bens e serviços, tendo como escopo uma linhagem social, pois estuda as relações de eficiência através da escolha dos agentes econômicos (unidades familiares, unidades empresariais, governo e resto do mundo) os quais observam e analisam as restrições que estes enfrentam.

Por não levarem em conta os impactos sociais das escolhas econômicas efetuadas, muitas falhas podem surgir, provenientes de decisões políticas oriundas de estudos econômicos. Em seu amplo estudo econômico as políticas micro e macroeconômicas acabam estendendo-se para outras partes do contexto social os quais não foram inseridos em momentos decisórios da formulação e aplicação de estas.

Percebe-se que é de extrema relevância a inserção de questões que englobem aspectos sociais e setor público, no sentido de constituir uma sociedade que possua justiça, igualdade, bem-sucedida e deste modo organizada.

Diante dos contextos apresentados, o objetivo deste livro é a condensação de extraordinários estudos envolvendo a sociedade e o setor público de forma conjunta através de ferramentas que os estudos econômicos propiciam.

O principal destaque dos artigos é uma abordagem de Elementos de Economia, através da apresentação do tratamento de políticas públicas, agricultura familiar, economia solidária e fundos de investimento, destacando as aplicações práticas e metodológicas, além da contribuição para que se interprete as relações econômicas, sociais e de cunho político.

A seleção efetuada inclui as mais diversas regiões do país e aborda tanto questões de regionalidade quanto fatores de desigualdade promovidas pelo setor econômico brasileiro.

Deve-se destacar que os locais escolhidos para as pesquisas apresentadas, são os mais abrangentes, o que promove um olhar diferenciado na ótica da ciência econômica, ampliando os conhecimentos acerca dos temas abordados.

A relevância ainda se estende na abordagem de teorias inerentes à gestão pública, envolvendo a Lei de Responsabilidade Fiscal, apresentando questões sociais e de cunho do setor público.

Finalmente, esta coletânea visa colaborar ilimitadamente com os estudos Econômicos, Sociais e de Políticas Públicas, referentes ao já destacado acima.

Não resta dúvidas que o leitor terá em mãos extraordinários referenciais para pesquisas, estudos e identificação de cenários econômicos através de autores de renome na área científica, que podem contribuir com o tema.

Jaqueline Fonseca Rodrigues
Mestre em Engenharia de Produção pelo PPGEP/UTFPR

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A EXTRAÇÃO DE PEDRAS PRECIOSAS NA COMUNIDADE JÚLIO BORGES DE SALTO DO JACUÍ/RS	
Carine Dalla Valle Andrea	
Cristina Dorr	
DOI 10.22533/at.ed.1551820121	
CAPÍTULO 2	18
A FEIRA DE ECONOMIA SOLIDÁRIA E SUA POLÍTICA PÚBLICA EM LAGES, (SC): UMA ANÁLISE A PARTIR DA PERCEPÇÃO DOS FEIRANTES	
Geraldo Augusto Locks	
João Eduardo Branco de Melo	
Juliano Branco de Moura	
Maria Aparecida da Fonseca	
Elisângela de Oliveira Fontoura	
DOI 10.22533/at.ed.1551820122	
CAPÍTULO 3	34
A MANTEIGA DE OVOS DE TARTARUGA UM PRODUTO RENTAVEL NO ALVORECER DA PROVINCIA DO AMAZONAS 1822 – 1856	
Michele Lins Aracaty Silva	
Raimundo Alves Pereira Filho	
DOI 10.22533/at.ed.1551820123	
CAPÍTULO 4	49
DIFERENÇAS NOS NÍVEIS DE ESCOLARIDADE POR FAIXA ETÁRIA: UMA ANÁLISE A PARTIR DAS LIBERDADES INSTRUMENTAIS DE AMARTYA SEN	
Amanda Guareschi	
Indaia Dias Lopes	
Alessandra Biavati Rizzotto	
DOI 10.22533/at.ed.1551820124	
CAPÍTULO 5	62
DO EU PARA O NÓS: A ECONOMIA COMPARTILHADA/ COLABORATIVA E O FUTURO DA PROPRIEDADE INDIVIDUAL	
Michele Lins Aracaty Silva	
Rute Holanda Lopes	
Matheus Teixeira de Almeida	
Francilene da Silva Franco	
DOI 10.22533/at.ed.1551820125	
CAPÍTULO 6	84
EM MEIO AO SEMIÁRIDO, GOTEJOS DE ESPERANÇA: OLHARES SOBRE A AGRICULTURA FAMILIAR IRRIGADA NA COMUNIDADE DOS COLONOS, NO MUNICÍPIO DE CRUZETA – RN (2014).	
Kayck Danny Bezerra de Araújo	
Fernando Bastos Costa	
Vinícius Klause da Silva	
Fernanda Ferreira Lemos do Nascimento	

CAPÍTULO 7	98
O IMPACTO DOS GASTOS DISCRICIONÁRIOS DO GOVERNO BRASILEIRO NA TAXA DE JURO	
Wagner Eduardo Schuster	
DOI 10.22533/at.ed.1551820127	
CAPÍTULO 8	113
O VALOR ECONÔMICO DE UM BANCO DE TEMPO: UMA ANÁLISE DO BANCO DE TEMPO - FLORIANÓPOLIS	
Michele Romanello	
DOI 10.22533/at.ed.1551820128	
CAPÍTULO 9	125
OS IMPACTOS ECONÔMICOS E SOCIAIS DA PARALISAÇÃO DA CADEIA PRODUTIVA AVÍCOLA NO MUNICÍPIO DE MIRIM DOCE – SC	
Rosani Losi	
Márcia Fuchter	
DOI 10.22533/at.ed.1551820129	
CAPÍTULO 10	140
PROGRESSO TÉCNICO INDUZIDO E A RELAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO CRESCIMENTO	
Ediane Canci	
DOI 10.22533/at.ed.15518201210	
CAPÍTULO 11	158
RELAÇÕES ENTRE A TAXA DE JUROS E O PATRIMÔNIO LÍQUIDO DOS FUNDOS DE INVESTIMENTO	
Wagner Eduardo Schuster	
Marcos Paulo Albarello Friedrich	
Marco Antonio Montoya	
DOI 10.22533/at.ed.15518201211	
CAPÍTULO 12	173
REVOLUÇÃO INDUSTRIAL NA INGLATERRA: BERÇO DE TRANSFORMAÇÕES SOCIOECONÔMICAS QUE INFLUENCIARAM TODA A HUMANIDADE	
Eduardo Cezar de Carvalho Souza	
Michele Lins Aracaty e Silva	
DOI 10.22533/at.ed.15518201212	
CAPÍTULO 13	192
VANTAGENS E DESVANTAGENS DA LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL NO BRASIL	
Michel Richard Costa de Quadros	
Nelson Guilherme Machado Pinto	
Daniel Arruda Coronel	
DOI 10.22533/at.ed.15518201213	
CAPÍTULO 14	205
AMBIENTE EXTERNO E INTERNO DE ESTABELECIMENTOS AGROPECUÁRIOS NA PERSPECTIVA DE AGRICULTORES FAMILIARES DO RIO GRANDE DO SUL	
Luis Augusto Araújo	
Claudimir Rodrigues	
Elizabeth Catapan	
Reney Dorow	
DOI 10.22533/at.ed.15518201214	

CAPÍTULO 15 228

MUDANÇAS NO PADRÃO DE CONSUMO ALIMENTAR NA PERSPECTIVA DE AGRICULTORES FAMILIARES DO SUL DO BRASIL

Luis Augusto Araújo
Antônio Marcos Feliciano
Marcelo Alexandre de Sá,
Léo Teobaldo Kroth,

DOI 10.22533/at.ed.15518201215

SOBRE A ORGANIZADORA..... 242

DO EU PARA O NÓS: A ECONOMIA COMPARTILHADA/ COLABORATIVA E O FUTURO DA PROPRIEDADE INDIVIDUAL

Michele Lins Aracaty Silva

Doutora em Desenvolvimento Regional, Economia e Meio Ambiente (UNISC). Mestre em Desenvolvimento Regional (UFAM). Economista. Docente do Departamento de Economia e Análise da FES/ UFAM. michelearacaty@ufam.edu.br.

Rute Holanda Lopes

Doutora em Ciências do Ambiente e Sustentabilidade na Amazônia. Mestre em Desenvolvimento Regional (UFAM). Economista. Docente da Universidade Federal do Amazonas campus Itacoatiara. rutehlopes@hotmail.com.

Matheus Teixeira de Almeida

Acadêmico de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). m.texs14@gmail.com.

Francilene da Silva Franco

Acadêmico de Ciências Econômicas da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). francilene.s.franco@gmail.com.

RESUMO:Um dos principais fundamentos do capitalismo - a propriedade - vem sendo colocado à prova em sociedades em que o sistema socioeconômico já se encontra em estágio mais desenvolvido. Especialmente entre as gerações mais jovens, consumidores passam pouco a pouco a valorizar mais o acesso e o uso, do que a posse de bens. Nesse contexto, surge a

economia compartilhada (ou colaborativa), que envolve a circulação contínua de produtos e serviços entre indivíduos, por meio da partilha, da troca, do aluguel ou do empréstimo. Além de promover o acesso, o modelo busca reduzir o desperdício. Para tanto, este artigo tem como objetivo analisar a economia compartilhada e mensurar o comportamento dos participantes em meio a esta nova forma de consumo que afeta o mercado, a produção e o cotidiano das famílias. Para tanto, aplicamos um questionário que foi respondido pela comunidade universitária, disponível através de aplicativo de celular e rede social e que ficou disponível por 30 dias. Os participantes apesar de saberem pouco sobre a economia compartilhada, se aventuram nos aplicativos, usufruindo da tecnologia e do acesso à internet, ainda utilizam com cautela e observam as avaliações dos usuários e buscam informações complementares em outros locais. Além disso, ainda sentem receio em compartilhar produtos e/ou serviços, em especial bens de alto valor agregado ou em hospedar pessoas fora do seu convívio social.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Compartilhada. Propriedade. Inovação.

INTRODUÇÃO

É tão recente quanto inovador o conceito de Economia Compartilhada. Quem imaginou que um dia as pessoas prefeririam consumir bens e serviços de forma colaborativa ao invés de valorizar a propriedade individual? Novos modelos de mercado estão surgindo por aí e seu crescimento é acelerado e poderoso. As relações estão mudando e ficam mais intensas com as tecnologias, talvez seja essa a ferramenta mais poderosa para a base dessa relação.

Foi em meio à crise de 2008 que, segundo o colunista do New York Times, Thomas Friedman, tanto a mãe natureza quanto o mercado chegaram a um limite e declararam que o modelo hiper consumista em vigência não era mais sustentável. Alguns fatores-chave conduziram esse novo modelo econômico: as preocupações ambientais, a recessão global, as tecnologias e redes sociais e a redefinição do sentido de comunidade.

Acrescentamos aqui que o acesso à internet, às redes sociais, aos aplicativos de celular e à tecnologia, em geral, e o número de usuários conectados podem ser considerados ferramentas de propagação da economia compartilhada ou colaborativa.

DESENVOLVIMENTO

Origem e conceito

O consumo e o compartilhamento de bens ou serviços sempre fizeram parte dos costumes e hábitos dos seres humanos desde as primeiras civilizações onde ainda não havia delimitação entre propriedade privada e coletiva. A propriedade coletiva das comunidades gentílicas foi a forma de propriedade que predominou nas antigas civilizações. No Egito e Mesopotâmia, as comunidades gentílicas estavam organizadas basicamente em grupos familiares, clãs e tribos, em que a propriedade coletiva tinha em sua base o entendimento de que a comunidade predominava sobre o indivíduo (Wolkmer, 2009). Ademais, tem-se a instituição do conceito de propriedade privada e sua evolução gradativa até que no sistema econômico vigente, capitalista, torna-se seu pilar.

Com a evolução da economia e, principalmente, com o advento do capitalismo a a propriedade privada afastou-se de seu caráter comunitário e tornou-se cada vez mais individualista. Contudo foi na década de 1990 se deu origem a economia compartilhada, nos Estados Unidos, impulsionada pelos avanços tecnológicos que propiciaram a redução dos custos das transações *on line peer to peer* (Shirky, 2012). Nesse período houve a revolução dos computadores pessoais e o início da sua massificação à medida que a internet também evoluía e se popularizava.

Um dos setores que mais se adequaram a esta nova economia foi o setor de compartilhamento musical, se os programas para baixar músicas como o Winamp e o

Napster desde 1997 e 1999, respectivamente, (VICENTE, 2012), tornaram possível o compartilhamento destas entre usuários de todo o planeta que estivessem conectados a internet, tornando o banco de dados todos os computadores que possuíssem o mesmo programa em qualquer computador conectado a rede.

O que por um lado representou uma ameaça, por outro reduziu drasticamente os custos com a produção e a logística de distribuição e venda de CDs e DVDs, uma vez que as músicas e os vídeos passaram a ser vendidas diretamente nas lojas virtuais das próprias gravadoras e de grandes lojas online do ramo. Neste sentido, Vicente (2012) aduz que já em 2000 as *majors* (grandes empresas como a Sony e a Warner) orientaram suas estratégias de fusão para a venda de conteúdo pela web e para a desmaterialização dos suportes. O que demonstra que já haviam percebido a irreversibilidade desta tendência, que foi comprovada com a venda de 25 milhões de *downloads* de músicas em dezembro de 2003, atingindo 2,9 bilhões de dólares em 2007 e com o crescimento de 940% em detrimento de uma queda de 30% no mercado musical (IFPE, 2010; VICENTE, 2012)

Porém, foi a partir do ano de 2008 que a economia compartilhada se estabelece com relevância na economia-mundo. Foi em meio à crise de 2008 que, segundo o colunista do New York Times, Thomas Friedman, tanto a mãe natureza quanto o mercado chegaram a um limite e declararam que o modelo hiper consumista em vigência era insustentável. Ademais se foi nesse período que as pessoas tiveram que procurar alternativas devido à crise séria com proporções globais que levaram pessoas de vários países a repensar seu modo de vida e buscar alternativas, também neste período, que a banda larga tivera uma radical expansão (Figura 2) e se de coincidência teve a ocorrência desses dois eventos simultâneos, de proposital emergiu-se empresas que viriam a se tornar gigantes do compartilhamento como o UBER (2009) Arbnb (2008) RelayRides (2009). Torna-se evidente, portanto, que a partir do ano de 2008 a economia compartilhada se estabelece com relevância na economia-mundo.

ECONOMIA COMPARTILHADA NO MUNDO

Países desenvolvido

Tomaremos como destaque de um país desenvolvido uma das mais importantes cidades da Europa Amsterdã que destaca por apresentar um modelo que serviu de inspiração para as demais cidades. Por meio da iniciativa do governo municipal houve a promoção de uma plataforma (SharingNL, 2013) com o objetivo de promover a cultura de compartilhar produtos e serviços o que evidencia um interesse revolucionário envolvendo inúmeras e diversificadas iniciativas coletivas e empresariais podendo oferecer modalidades econômicas nas áreas de sustentabilidade, coesão social e formular as respostas aos desafios dessa nova economia adaptando a economia tradicional ao novo modelo colaborativo.

Cunha (2016) corrobora ao elucidar que Amsterdã é uma das cidades europeias que mais se destaca pelo alcance e pela criatividade de suas soluções colaborativas e inteligentes para o território urbano, que desde 2009 o Governo criou a plataforma Amsterdam Smart City, que entre empresas, instituições acadêmicas e representação cidadã conta com mais de 100 sócios. A plataforma tem desenvolvido 78 projetos inovadores para todos os âmbitos da gestão urbana, para converter a cidade em um espaço habitável, sustentável e inovador.

Entre as iniciativas pioneiras destacamos a sinergia entre a economia tradicional e a colaborativa e a organização de livros, atividades de encontros e assessoramento de companhias e empresas emergentes de forma a auxiliá-las para uma mais rápida adaptação ao novo sistema e o fomento de uma rede de embaixadores.

De acordo com a SharingNL (2013), o principal fator que contribui para fomentar o sucesso da economia colaborativa em Amsterdã é o social, são os fatores sociais - o fato de ajudar outras pessoas no bairro, o caráter sustentável das iniciativas de consumo colaborativo – e o tema financeiro, já que “este tipo de prática melhora a economia pessoal”.

Uma tendência que hoje envolve setores muito diferentes, desde alojamento, turismo, transporte e educação, e que representa cada vez mais uma oportunidade tanto para empresas como consumidores. Neste sentido, Castells (2001) aduz que no contexto da sociedade da informação, foram criadas formas de organização em redes que não se ajustam à lógica de centralização dos espaços e polos de decisão convencionais. O crescimento das relações horizontais, que frequentemente transcendem fronteiras sociais e nacionais, substituiu a verticalidade das hierarquias tradicionais. É a sociedade em rede.

De fato, surgiram empresas tão diversas como Peerby, um aplicativo no qual vizinhos emprestam objetos uns aos outros; Konnektid, que põe em contato cidadãos que querem ensinar com os que querem aprender; Rewear, uma plataforma de aluguel de peças (de roupa) e acessórios, e Floop2, um mercado de troca de equipamentos comerciais, entre muitos outros.

A economia e o consumo colaborativo são fenômenos mundiais crescentes que promovem o compartilhar em vez de possuir, e aumentam o valor da experiência em relação ao da posse de bens, segundo seus defensores (SharingNL, 2013).

A modalidade foi bastante motivada pela crise financeira mundial, pela maior preocupação com os problemas ambientais e com a sustentabilidade, o desenvolvimento da internet e das redes sociais, além da revalorização do conceito de comunidade.

Em Amsterdã, assim como em outras cidades como Seul, Barcelona e Bristol (no Reino Unido), “este movimento está se desenvolvendo com força e, em vez de ignorá-lo, devemos impulsioná-lo”, destacou Van Sprang, (SharingNL, 2013).

A cadeia de valor da Economia Colaborativa mostra como as empresas podem repensar seus modelos de negócio tornando-se prestadoras de serviços, fomentadoras de mercado ou provedoras de plataformas. As empresas com visão de futuro empregam

um único modelo e as empresas mais inovadoras são capazes de trabalhar os três modelos numa combinação perfeita abrindo mão da fórmula: preço, praça, produtos e promoção.

No coração da economia colaborativa estão empresas e projetos que surgiram a partir de variações do compartilhamento pessoa-para-pessoa (peer-to-peer), o chamado consumo colaborativo: Carros, alimentos, serviços, motos, moradia, informação, tecnologia, entre outros bens, podem ser compartilhados. Agregar valor em cada nível gera retorno, uma vez que os modelos representam um aumento na maturidade, exigem investimentos e resultam em benefícios para cada nível. Esse conceito tem se provado um movimento duradouro, abrangente e revolucionário. Grandes corporações já passaram a adotar estratégias baseadas no compartilhamento em seus principais negócios.

A Economia Colaborativa é fruto da união de três pontos de sucesso que fazem o conceito cada vez mais atrativo a partir da evolução ampla da sociedade:

- a. Social, com destaque para o aumento da densidade populacional, avanço para a Sustentabilidade, desejo de comunidade e abordagem mais altruísta;
- b. Econômico, focado em monetização do estoque em excesso ou ocioso, aumento da flexibilidade financeira, preferência por acesso ao invés de aquisição, e abundância de capital de risco; e
- c. Tecnológico, beneficiado pelas redes sociais, dispositivos e plataformas móveis, além de sistemas de pagamento.

Na Suécia, na cidade de Eskilstuna está apostando com a inauguração do “ReTuna Recycling Galleria”¹, um shopping que só vende produtos usados que conta com um total de 14 lojas onde é possível encontrar vestuário, acessórios, artigos esportivos, mobiliário e até materiais de construção e restaurante de comida orgânica. Para os idealizadores, a iniciativa promove a redução do consumo desenfreado “porque podemos reduzir a utilização de novas matérias-primas – o que contribui para uma redução na extração de recursos naturais, menor consumo de energia e de emissões de dióxido de carbono. A sustentabilidade não é sobre guardar e consumir menos, mas para fazer mais com os recursos que já temos”.

De tempos em tempos novas revoluções emergem, revoluções capazes de mudar tudo, do modo como trabalhamos ao modo como nos relacionamos. Estamos no centro de uma mudança de era e qualquer reflexão feita hoje, pode fazer menos sentido amanhã. Por isso, para não insistirmos em modelos obsoletos o melhor é enxergar as oportunidades que a economia do compartilhamento nos dá para não só sobrevivermos, como sairmos ainda melhores das crises econômicas que vem

¹ <http://consumocolaborativo.cc/suecia-inaugura-shopping-que-vende-produtos-de-segunda-mao/>

colocando em xeque o modo como entendemos mercados e a economia.

PAIS EMERGENTE - BRASIL

Entre as inúmeras características da geração Y é o desapego aos bens materiais e o uso intensivo da tecnologia, variáveis imprescindíveis para a alavancagem da economia compartilhada em países emergentes, como o Brasil.

Outro destaque do modelo de economia compartilhada é a crescente mudança de comportamento dos consumidores. Agora, o ter, o comprar e o acumular perderam espaço para a permissão de novas experiências. “As pessoas estão menos preocupadas em acumular patrimônios, isso já se apresenta em boa parte das classes sociais. Entretanto, não significa que estamos nos tornando menos consumistas. Queremos ter menos para si, mas ainda gastamos muito e poupamos pouco, apoiados na desculpa da autoindulgência” (KANTER, 2017)²

Para Dantas (2016), em tempos de crise, o brasileiro enxerga no empreendedorismo uma saída para o desemprego e uma alternativa de renda que explica o número de 6 milhões de empreendedores individuais (MEI) formalizados no Brasil, segundo o SEBRAE. E são os microempresários os mais propícios em assimilar esse novo mercado do produto ou serviço compartilhado.

Ainda para a autora (2016), se analisarmos o compartilhamento no Brasil o destaque está no uso de bicicletas compartilhadas e os espaços de *coworking*.

O compartilhamento de bicicleta ocorre através dos *points* de *bikes* (banco Itaú, por exemplo) dispostos geograficamente em locais de grande circulação de moradores e turistas. O interessado baixa o *app* no celular e paga um valor acessível tendo a oportunidade de usar a bicicleta por um tempo que pode ser de 1 ou 2 horas e após este período ele deposita a bicicleta na estação mais próxima. Tempo a oportunidade de conhecer ou circular pela cidade de uma ponta a outra com o uso da bicicleta. Em cidades onde ocorre a ineficiência do transporte público ou a escassez de estacionamento, esta pode ser uma iniciativa viável

Com relação aos espaços de *coworking*, extremamente viáveis para burlar a burocracia e o elevado investimento para alugar ou adquirir um espaço nos grandes centros urbanos. Os escritórios compartilhados oferecem infraestrutura, salas de reunião e treinamento, serviço de secretaria, telefone, equipamento (impressora, projetor, internet, etc). Além disso, são espaços propícios para a realização de *networking*, compartilhar ideias, aprender coisas novas e fazer parcerias para negócios, captar trabalhos e fazer novos negócios.

Dantas (2016), frisa que podemos analisar exemplos de consumo colaborativo ligado ao lazer que é sucesso entre os brasileiros, o caso no Netflix, Estante Virtual ou o *Spolity*, que oferecem filmes, livros e música de forma compartilhada e mais acessível. Para quem gosta de moda, os brechós são uma ótima alternativa para estar sempre com uma peça nova e diferente, trocando ou compartilhando produtos mais específicos como por exemplo, roupas e acessórios de alto valor e padrão que são

2 De acordo com estudos do professor da FGV-Rio.

usados em ocasiões especiais.

Para as comunidades locais de bairro, muitas iniciativas estão aparecendo como a de aproveitamento de alimentos que conecta, supermercado, empreendedores e população de baixa renda assim como o consumo de produtos orgânicos cultivados em hortas comunitárias

Um dos pontos que faz a economia compartilhada, ou o consumo colaborativo, ser tão bem-vista por seus adeptos é o fato do empoderamento do consumidor. Nesse ambiente, cliente e prestador de serviço são avaliados a todo momento, por meio de comentários e rankings. É a democratização e uma maior repercussão de algo que todos nós conhecemos bem: o chamado boca-a-boca (PINELLI, 2017)

Local (Manaus)

Manaus, assim como nas principais cidades do país o número de empreendimentos compartilhados aumenta com o passar dos dias em vista do elevado número de desempregados no mercado.

“Sharing Economy, ou economia compartilhada, é uma temática nova de uma prática antiga. Com a crise econômica, precisamos pensar em novas formas de economia que nos ajudem a viver mais harmoniosamente em um mesmo espaço e fortalecer a relação de troca que existe entre o “Eu preciso” e o “Eu tenho” (Juliana Teles).³

Entre os empreendimentos mapeados que encontram-se instalados na cidade de Manaus, destacamos:

a. Impacto Hub Manaus

O empresário Marcus Bessa, 30, que junto com sua sócia Juliana Teles, 26, é um dos fundadores do Impact Hub Manaus, para pessoas utilizarem como um espaço físico para trabalhar, realizar palestras e reuniões.

b. Mão Bike

O projeto “Mânobike” começa a operar no Centro Histórico da cidade e vem acompanhado de uma ciclorrota de 14,5 km de extensão na cidade. Dispõe de 11 estações em operação, que estão localizadas em alguns locais no Centro da capital, como o Mercado Adolpho Lisboa, na Avenida Eduardo Ribeiro; a Igreja N.S. dos Remédios, a Praça do Congresso, a Beneficente Portuguesa e outros. As bicicletas possuem um sistema alimentado por energia solar e são 100% nacionais. Manaus terá 110 bikes disponíveis para as 11 estações, mas a rede poderá ser ampliada futuramente, segundo a Prefeitura. As estações funcionarão alimentadas por energia solar e são interligadas via sistema de comunicação sem fio, redes 3G e 4G, permitindo que estejam conectadas 24 horas por dia.

c. Cardume Coworking

Não se trata de oferecer somente um espaço de trabalho, mas oferecer e

³ Sócia do Impact Hub – empreendimento que dispõe de espaço compartilhado para trabalhos, eventos, palestras ou workshop em Manaus.

promover novas experiências no trabalho e nos relacionamentos”

d. Park Vieiraves

Espaço entretenimento, gastronomia, arte urbana, paisagismo, área infantil com casa na árvore e cultura ao ar livre

e. Vila Hub Coworking

Um espaço colaborativo que oferece serviços completos de escritórios compartilhados e salas comerciais onde as pessoas que trabalham individualmente passam a dividir não só o escritório, mesa e ar condicionado, mas a interagir entre si, criando networking e formando uma verdadeira comunidade.

f. Pop Up-Shop

Nesse modelo, as lojas se diferenciam das comuns por funcionar apenas por alguns dias ou meses lançando as tendências do momento. Em lojas ‘pop up’ não existe a obrigação de ter um espaço físico ou continuidade das vendas

ECONOMIA COMPARTILHADA E A SUSTENTABILIDADE

Atualmente, a discussão a respeito das consequências da industrialização sobre o meio ambiente está constantemente em pauta, principalmente em resposta às agressões recebidas de maneira intensiva, desde o início da Revolução Industrial. Miller Jr (2007) afirma que a revolução agrícola, a revolução industrial-médica e a revolução da informação-globalização são mudanças culturais que aumentaram de forma considerável o impacto sobre o meio ambiente por meio de novas tecnologias e fontes de energia para alterar e controlar o planeta. Este é apenas um dos aspectos que faz com que alguns acreditem que a sustentabilidade é um mito, um ideal inatingível, uma vez que continuam a expandir-se. Outro ponto é a questão do conflito de interesses entre o padrão de produção e consumo e a sustentabilidade. Pois, como ressalta Braun (2005) a insustentabilidade se relaciona com o nosso padrão de consumo, sempre em ascensão em relação a épocas passadas, e com ele os índices de degradação.

Em sentido oposto, surge a economia compartilhada como outra via para o padrão de consumo, mas principalmente como opção para a melhoria da qualidade de vida no planeta. Enquanto milhões de objetos, imóveis, automóveis e trabalhadores estão ociosos, milhões de pessoas precisam destes, assim o compartilhamento pode atender suas necessidades sem a produção de uma maior quantidade de bens. O custo marginal nestes casos aproxima-se de zero, posto que um mesmo bem de consumo pode atender a várias pessoas.

Por outro lado, pode-se constatar que além de permitir que outras pessoas utilizem um bem ocioso por determinado período de tempo, também observa-se que este passa a gerar renda para o seu proprietário, sendo esta uma outra característica desta economia, o consumidor passa a ser também ofertante do bem

que ele mesmo consome, diluindo os seus custos e gerando renda para o mesmo. Desta forma, podemos considerar que este compartilhamento acaba por possibilitar o atendimento a outros desejos ou necessidades que antes não seriam atendidos. Podemos considerar assim, que se por um lado bens passam a ser partilhados em detrimento da aquisição de novos bens, este compartilhamento gera uma demanda em outros setores da economia pelo acréscimo na renda do proprietário do bem e pela redução nos gastos dos usuários daquele bem, ou ainda o acesso a estes bens por consumidores antes excluídos devido aos gastos necessários para sua aquisição e manutenção, principalmente se considerarmos bem de alto valor aquisitivo e custos regulares como carros, apartamentos, entre outros.

A mudança cultura que altera a necessidade do ter, pela possibilidade do acesso acelera consideravelmente o processo de sustentabilidade social, pois ao mesmo tempo em majora o acesso aos bens, reduz a pressão sobre a oferta dos mesmos. Esta quebra de paradigma corrobora com as premissas ambientais, uma vez que o próprio indivíduo ao mudar suas preferências, altera a lógica do mercado e colabora com a sustentabilidade ambiental da sociedade. Neste sentido, Braun (2005) defende que o estágio de Desenvolvimento Sustentável de uma comunidade depende de quanto cada indivíduo esteja disposto a cooperar com este processo, isto porque a sustentabilidade depende de um processo dinâmico coletivo, onde todos devem participar e não-somente o governo ou o setor empresarial. Becker (2003) completa este pensamento ao afirmar que a noção clara dos limites de dependência dos componentes naturais e dos limites de inserção do homem na natureza necessita ser mais bem dimensionada e esclarecida, as sociedades humanas precisam ser vistas como parte fundamental da dinâmica do ambiente onde vivem e entenderem que a degeneração ao ambiente, degenera a própria sociedade.

Nesse cenário no qual a posse é obsoleta, a tendência é que serão vendidos menos carros, bicicletas e apartamentos, por exemplo. “A economia compartilhada está alinhada ao propósito de sustentabilidade”, defende Lucas Foster, especialista em economia criativa. Isso porque o modelo transforma os excessos, algo historicamente considerado lixo, na base de um sistema de transação de valores. “No modelo tradicional, nós produzimos, vendemos e eventualmente nos desfazemos de algo. Nesse novo formato, aquela primeira e única transação dá lugar a muitas outras”, afirma a empreendedora norte-americana Lisa Gansky, autora do livro “Mesh - Por que o Futuro dos Negócios é Compartilhar”. (CARPANEZ, 2017).

A conscientização ambiental neste caso, embora não tenha sido a motivação inicial, torna-se uma grande impulsionadora deste processo, pois muitos consumidores percebem sua importância para a desaceleração da exploração dos recursos naturais, ao mesmo tempo em se atende um maior número de consumidores.

Isto se torna essencial ao vislumbrar-se que o crescimento populacional e do consumo em massa são fatores que devem ser considerados quanto ao futuro e a qualidade de vida na terra, visto que ambos impulsionam a produção e o processo de degradação ambiental. Outra questão relacionada ao potencial aumento do consumo

é a inserção do capitalismo em economias como as da Índia e da China que pelo seu contingente populacional são potencialmente capazes de alavancar o consumo global e a pressão sobre o meio ambiente, o que causa grande preocupação quanto a sustentabilidade de suas atividades e modificação nos padrões de consumo. A economia compartilhada, por outro lado, poderia reduzir a pressão gerada por estas economias, pois asseguraria o atendimento de um maior número de indivíduos, por um mesmo bem de consumo.

A polissemia do uso do termo sustentabilidade advém do ecletismo de interesses, entretanto, é imprescindível identificar as galimatias presentes nos discursos proferidos pela mídia e pelo Estado e suas projeções na sociedade. O consumo e a sustentabilidade possuem uma ligação muito mais importante do que se imagina, o molde atual do consumismo não assegura a sustentabilidade ambiental, é um modelo insustentável ambientalmente. Refletir sobre essas duas linhas, mudar paradigmas e quebrar galimatias é o grande desafio do século XXI.

SINERGIA ENTRE O TRADICIONAL E O NOVO

A Economia Compartilhada ou colaborativa permite que as pessoas mantenham o mesmo estilo de vida, sem precisar adquirir mais, o que impacta positivamente não só no bolso, mas também na sustentabilidade do planeta.

Para Botsman (2016), a base fundamental do capitalismo é acumular a maior quantidade possível de bens. A indústria e tudo que a envolve corroboram isso. A publicidade é feita para nos criar desejos, precisamos ter para ser. Os bens são feitos para não durar, modelos novos de eletrônicos são lançados ano a ano tornando nossos produtos recém adquiridos obsoletos, no famoso ciclo da “obsolescência programada”. As empresas lucram quando compramos mais, a economia gira quando compramos mais, somos mais quando compramos mais.

Ainda para o autor, (2016), a economia compartilhada contempla 3 possíveis tipos de sistemas:

1. Mercados de redistribuição: ocorre quando um item usado passa de um local onde ele não é mais necessário para onde ele é. Baseia-se no princípio do “reduza, re-use, recicle, repare e redistribu”.
2. Lifestyles colaborativos: baseia-se no compartilhamento de recursos, tais como dinheiro, habilidades e tempo.
3. Sistemas de produtos e serviços: ocorre quando o consumidor paga pelo benefício do produto e não pelo produto em si. Tem como base o princípio de que aquilo que precisamos não é um CD e sim a música que toca nele, o que precisamos é um buraco na parede e não uma furadeira, e se aplica a praticamente qualquer bem.

Se a economia compartilhada continuar a se expandir da forma como se comportou nos últimos, a indústria tradicional entra em colapso? o faturamento das

empresas cai? o desemprego aumenta? leis são criadas para frear esse movimento, empresas tradicionais se revoltam com a concorrência desleal. Não é isso que temos acompanhado nos últimos tempos? A economia colaborativa nos apresenta um novo jeito de consumir focado no usufruir (serviço) substituindo o paradigma da posse do bem (produto).

Se avaliarmos a economia colaborativa com uma mentalidade tradicional não seremos capazes de enxergar a quantidade de oportunidades que despontam nesse novo cenário. Segundo a Forbes, a estimativa é que a economia colaborativa gere uma receita anual de US\$3,5 bilhões para os usuários, valor que deve crescer 25% ao ano. Analistas econômicos ainda não incorporam em suas análises o impacto econômico dessa rede colaborativa e há espaço não só para startups, mas também para grandes empresas.

A economia do compartilhamento está mudando não só o modo como entendemos oferta e demanda e a nossa relação com os bens materiais, mas também nossas relações pessoais.

É como se a tecnologia que em algum momento nos afastou, agora estivesse nos colocando de volta para um movimento em que nos comportamos como uma vila, porém com laços que acontecem em escala global. A reputação volta a ter uma importância outrora esquecida, os nossos valores mudam e conhecer pessoas no meio desse caminho torna a experiência ainda melhor.

METODOLOGIA

Para a consecução da presente pesquisa torna-se necessário a realização de algumas etapas, descritas a seguir:

Os procedimentos metodológicos deste trabalho possuem abordagem qualitativa por ser uma forma adequada para entender a relação do mercado e dos consumidores acerca da economia compartilhada.

Quanto à natureza, a pesquisa é classificada como qualitativa, preocupando-se com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Em relação aos fins, esta pesquisa foi definida como exploratória, a presente pesquisa caracteriza-se como exploratória, visto que procurará obter maiores informações sobre o assunto do tema. Utilizou-se de material bibliográfico, para caracterizar e definir economia compartilhada e fazer o embasamento teórico textual. Para os resultados, fizemos a aplicação de um questionário com 19 perguntas de múltipla escolha que contou com a participação de 162 pessoas que tiveram a oportunidade de responde-lo via rede social e aplicativo de celular. Ressaltamos que a pesquisa ficou disponível ao público durante 30 dias, entre 06 de novembro a 06 de dezembro.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Perfil dos Entrevistados

A pesquisa foi direcionada para o público universitário, tendo como foco principal os discentes das universidades do Amazonas, desta forma isto se reflete nos resultados obtidos no perfil identificado. A primeira questão a ser respondida pelo participante solicitava que ele indicasse em qual a instituição estava vinculada. Entre as alternativas: UFAM, UEA e Outras. Dos 162 participantes 84,6 % são alunos da UFAM, como representadas na Figura 1.

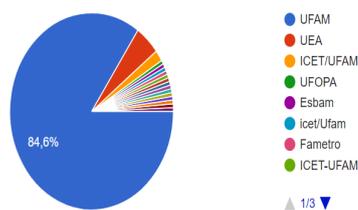


Figura 1 – Instituição de Ensino

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

A questão seguinte, vincula a idade do participante. Este deveria indicar a faixa de idade em que se enquadrava. Este perfil também concentrou-se na idade média do público universitário, variando de 17 a 35 anos, mas com maior concentração na faixa entre 17 e 27 anos, como podemos observar nos resultados detalhados a seguir e apresentado na Figura 2. Definimos a faixa de 15 a 18 anos, 17 a 25 anos, 25 a 35 anos e 35 ou mais. Dos 162 participantes, 120 encontram-se na faixa de 17 a 27 anos, o que corresponde a 74,1% e 28 na faixa de 25 a 35 anos, 17,3%.



Figura 2 – Faixa Etária

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Quando questionados acerca da escolaridade, 68,5% dos entrevistados responderam que estão no ensino superior incompleto o que corresponde a 111 participantes e 21,6%, ou seja, 35 participantes declaram já possuir ensino superior completo, como observa-se na Figura 3. Este resultado também reflete o direcionamento

da pesquisa, dentre os 21,6% que já possuem curso superior podemos destacar alunos de pós-graduação, alunos que cursam um segundo curso superior e alguns docentes que participaram da pesquisa e que embora já tenha concluído uma graduação ainda enquadram-se no público universitário.

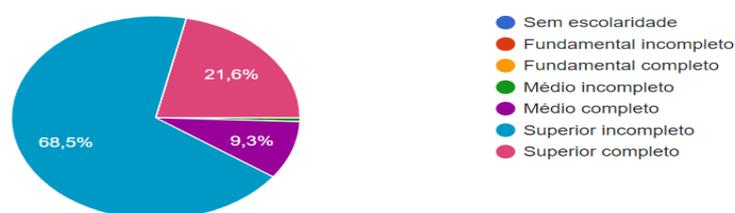


Figura 3 – Grau de Escolaridade

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Se questionados acerca da faixa de renda familiar, dos 162 participantes, 45,15% dos participantes definiram a renda familiar mensal entre 1 a 3 salários mínimos o que corresponde a 73 participantes, 20,4% de 3 a 6 salários mínimos o que corresponde a 33 participantes, 14,8% entre 6 e 9 salários, 24 participantes. Ainda do total de participantes 11,1% menos, 18 declaram entre e 1 salário mínimo, e 8,6%, ou seja, 14 pessoas declaram ter renda familiar de 10 ou mais salários mínimos. Quanto a renda familiar, observou-se uma variação que contempla varias faixas de renda, este quadro pode ser resultado do próprio perfil universitário representado por todas as classes sociais e também pela abrangência da pesquisa que incluiu universidades públicas e particulares, da capital e do interior.

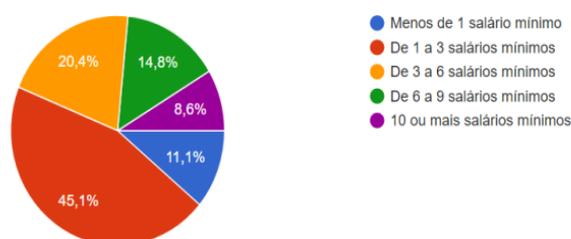


Figura 4 – Faixa de Renda Mensal Familiar

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Ao serem questionados acerca da quantidade de pessoas residentes em seu domicílio, tivemos as seguintes respostas: 24,7% responderam que tem 2 membros morando no mesmo domicílio, 23,5%, 3 membros, 21%, 4 membros e 14,8% possuem 5 membros familiares residentes com o respondente.

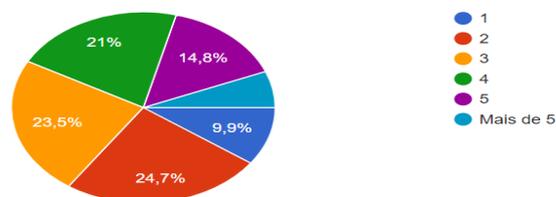


Figura 5 – Membros da Família que Residem na Mesma Unidade Familiar

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Quanto ao acesso à internet e a sua regularidade, 37,7% (total de 61) dos participantes da pesquisa responderam que acessam a internet várias vezes ao dia, para 35,8%, 58 participantes ficam sempre conectados e para 24,1%, 39 participantes acessam diariamente. A partir desta variável constata-se que este público tem acesso a internet de forma regular, conhecendo a dinâmica desta ferramenta e tendo acesso fácil a diversas fontes de informação, isto pode ser observado na Figura 6.

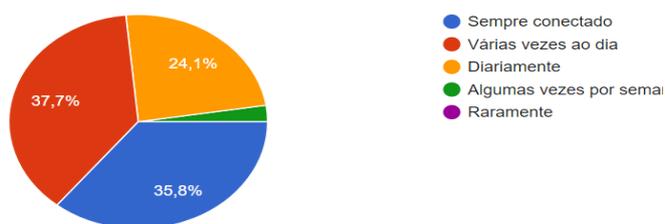


Figura 6 - Regularidade de Acesso à Internet

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

A partir deste perfil, buscou-se um melhor entendimento dos resultados obtidos nos questionamentos seguintes que focaram nos conceitos de economia compartilhada e no comportamento dos entrevistados frente as inovações desta nova maneira de consumir.

ECONOMIA COMPARTILHADA

Especificamente, em se questionando acerca da economia compartilhada, dos participantes, um total de 79 pessoas o que corresponde a 48,8% dos participantes ainda não tinham ouvido falar em economia compartilhada, 35,8% (58) já tinham ouvido falar e para 15,4% (25) sim, mas não compreenderam a sua finalidade, como demonstrado na figura 7. Desta forma, podemos considerar que mesmo na universidade e com pessoas que acessam regularmente a internet, este conceito ainda mostra-se pouco conhecido ou compreendido, pelo menos de forma consciente, uma vez que apenas 35,8% dos entrevistados afirmam conhecer ou já ter ouvido falar desta economia.

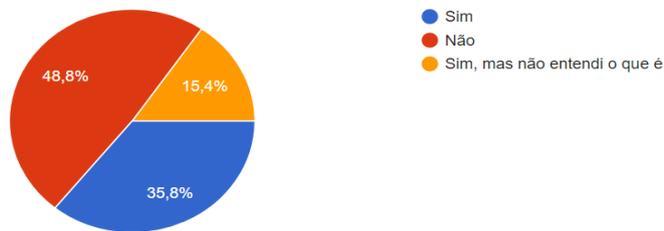


Figura 7 – Conhecimento acerca da Economia Compartilhada

Fonte: Questionário Aplicado, 2017.

Ao ser questionado acerca da forma como obteve informações sobre a economia compartilhada, 64,2%, dos participantes, o que corresponde a 104 pessoas, tiveram conhecimento por meio da internet e 18,9%, 31 pessoas através de amigos. Esta informação leva a uma reflexão de que embora seja uma realidade e que já movimente bilhões de dólares anualmente, este assunto ainda encontra-se inócuo no ambiente acadêmico, sendo mais facilmente acessado em fontes alternativas acessadas de forma espontânea pelos próprios entrevistados como a internet e os amigos, como representado na Figura 8.

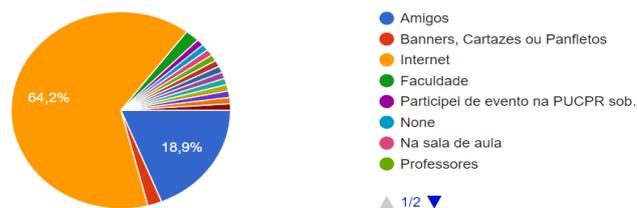


Figura 8 – Fonte de Informação Acerca da Economia Compartilhada

Fonte: Questionário Aplicado, 2017.

Se questionado acerca do empréstimo ou aluguel de algum objeto ou serviço, dos 162 participantes 51,9% estariam dispostos desde que haja confiança de ambas as partes. Dos participantes, 18,5% talvez, o que corresponde a 30 pessoas e 11,1%, 18 pessoas declararam não estarem dispostas a emprestar ou alugar um objeto ou serviço. A partir dos resultados apresentados na Figura 9, podemos observar que ainda há um receio quanto a disponibilizar um bem pessoal para ser utilizado por outras pessoas, uma vez que se condiciona a uma relação de confiança que pode estar ligada a um relacionamento pessoal, no entanto, esta confiança também poderá ser pautada nos perfis e avaliações de usuário a medida que houver maior familiaridade com as ferramentas de compartilhamento.



Figura 9 – Disposição a emprestar/ alugar um bem/ serviço com ou sem obtenção de ganhos financeiros

Fonte: Questionário Aplicado, 2017.

Na pergunta seguinte, onde o participante era questionado a apontar se prefere possuir/ comprar ou aceitaria alugar/ emprestar algo que esteja precisando no momento, 66,5% (total de 108) dos participantes declaram estarem dispostos a alugar/ emprestar. Do total de 66,5%, 27,2% (44 pessoas) ainda ponderam a confiança mútua para alugar/ emprestar algo de que necessitam. Nos dados apresentados na figura 10, podemos observar um resultado diferenciado dos encontrados na figura 09, uma vez que neste caso a maioria dos entrevistados mostraram-se disposta a alugar ou emprestar como usuário, desta forma percebe-se uma maior aceitação desta nova forma de consumir.

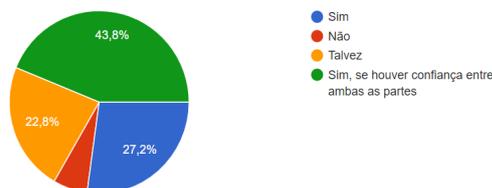


Figura 10 – Prefere possuir/ comprar ou aceitaria alugar/ emprestar algo que esteja precisando no momento

Fonte: Questionário Aplicado

Na pergunta seguinte, supondo uma viagem em família o participante foi questionado se prefere alugar uma casa/ apto temporariamente ou hospedar-se em um hotel, observou-se que: para 34% (55 participantes) a opção de hospedar-se em um hotel, com segurança e comodidade e também para 34% (também 55) dos participantes se propõem a experimentares alugar uma casa/ apto temporariamente. E para 32,1% (52 pessoas) dos participantes a alternativa escolhida foi sim, visto a liberdade e conforto. No setor turístico, apresentado na figura 11, observa-se uma divisão quase que equitativa entre as três opções no entanto, se somarmos os dados do que aceitam e dos que estão dispostos a experimentar, podemos observar um tendência a uma mudança de comportamento deste consumidor, migrando para a economia compartilhada.

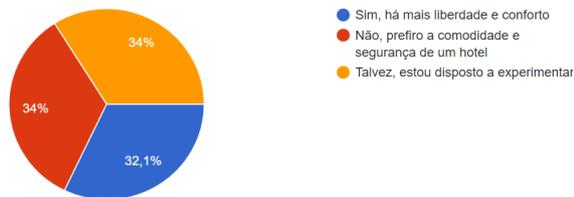


Figura 11 – Em uma Viagem em Família você prefere alugar uma casa/ apto ou hospedar-se em um hotel

Fonte: Questionário Aplicado, 2017.

Na sequência, o participante foi questionado se estaria disposto a compartilhar/ alugar sua casa temporariamente para pessoas desconhecidas, por meio de serviço de aplicativo ou site na internet. Para 48,1% (78) dos participantes esta situação não parece muito interessante, responderam que não, para 35,8% (58) estão um pouco mais dispostos e responderam talvez e somente para 16% (26) a proposta parece interessante. Neste pergunta, representada na figura 12 observa-se um comportamento dividido, uma vez que 48,1% não se mostraram confortáveis com esta possibilidade e os demais posicionam favoráveis ou com uma posição mais aberta a esta situação.

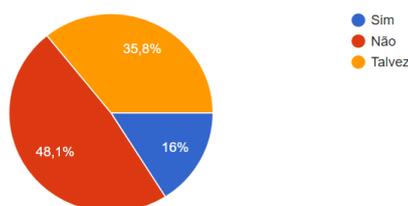


Figura 12 – Estaria disposta a compartilhar/ alugar a sua casa temporariamente para pessoas desconhecidas, por meio de um serviço de aplicativo ou site da internet

Fonte: Questionário Aplicado, 2017.

Do total dos participantes questionados acerca da sua opinião sobre os serviços com acesso via aplicativo digital, entre eles, UBER, Airbnb, ifood, dentre outros, 40,1% (65) dos participantes os consideram ótimos, mas precisam ainda da certificação do serviço oferecido, para 36,4% (59) são excelentes e confiáveis e para 22,8% (37) são considerados bons, mas devem ser utilizados com cautela. Na figura 13, representou-se serviços que possuem marcas reconhecidas no mercado, amplamente divulgada nas mídias sociais e observou-se um grau de aceitação, com 100% das respostas positivas, sendo que destes apenas 22,8% recomendaram cautela, mas com resposta positiva. Desta forma, reforça-se a ideia de que a confiança e o conhecimento precisam ser garantidos para que os usuários se mostrem dispostos a compartilhar produtos ou serviços.

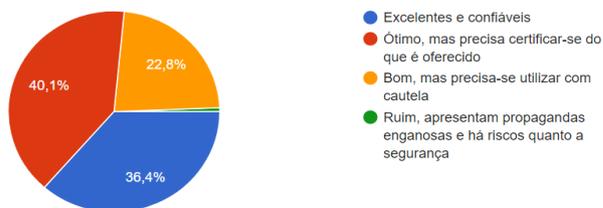


Figura 13 – Opinião sobre os Novos Serviços com acesso via Aplicativo Digital

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Em se tratando de confiança, um dos pilares da econômica compartilhada, questionamos os participantes acerca do seu grau de confiabilidade social visto o cenário atual brasileiro. Dos participantes, 31,5% (51) assinalaram moderadamente favorável e o mesmo percentual, 31,5% (51) moderadamente contrário. Para 20,4% (33) este cenário é indiferente e para 14,2% (23) declararam que o cenário é totalmente contrário. As opiniões representadas na Figura 14, demonstra um cenário que mostra-se dividido em quanto a confiança geral, com uma tendência a falta de confiança geral, este pode ser um indicativo que relaciona-se com a insegurança quanto a disponibilização de bens pessoais para compartilhamento como demonstrado em questões anteriores.

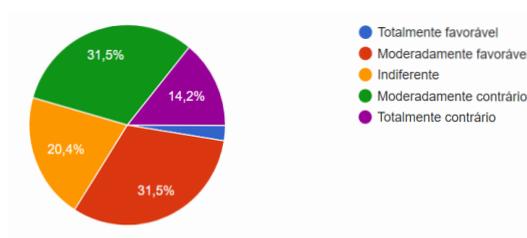


Figura 14 – Opinião sobre a Confiabilidade Social perante o Atual Cenário Brasileiro

Fonte: Questionário Aplicado

Quando questionados acerca das avaliações fornecidas em aplicativos de economia compartilhada, os participantes consideram que estas são confiáveis, mas buscam analisar o histórico e pesquisar em outras fontes. Para 64,8% (105) são confiáveis, mas se faz necessária a observação do histórico e pesquisas complementares em outras fontes. Para 21,6% (35) são parcialmente confiáveis, podendo haver exclusões ou edições de avaliações ruins. E para 12,3% (20) são consideradas confiáveis. Neste quesito, como demonstra a figura 15, há um certo grau de confiança quanto as avaliações, no entanto a necessidade de pesquisas adicionais ainda se mostra preponderante para a tomada de decisão.



Figura 15 – Opinião Acerca das Avaliações Fornecidas pelos Aplicativos

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Ainda acerca das avaliações, ao serem questionados se a tomada de decisão tem base nas avaliações dos aplicativos, observou-se que para 63,6% (103) dos participantes uma informação complementar acerca do produto ou serviço é imprescindível. Para 31,5% (51) se dispõe a adquirir o produto ou serviço após a leitura das avaliações. Na figura 16, observamos um resultado que corrobora com o encontrado na questão anterior, uma vez que consideram importante, mas buscam informações adicionais.

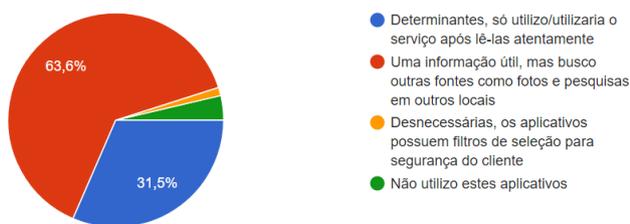


Figura 16 – Quanto à Tomada de Decisão qual o Peso da Avaliação dos Aplicativos

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Quando questionados se ao compartilhar um bem (carro, casa, furadeira, etc) você está contribuindo para a redução do impacto ambiental, 75,9% (123) dos participantes concordam, e destes 25,9% (42) concordam totalmente. Do total dos participantes, 14,2% (23) declaram ser indiferente esta relação e 8% (13) discordam, como representado na figura 17. Neste questionamento, observou-se que embora o conceito de economia compartilhada ainda não tenha sido apropriado pela maioria dos consumidores, a percepção de que o consumo compartilhado pode reduzir os impactos ambientais apresenta-se como um consenso, uma vez que apenas 8% dos entrevistados discordam totalmente desta afirmação, o que pode ser um fator de adesão a esta nova economia.

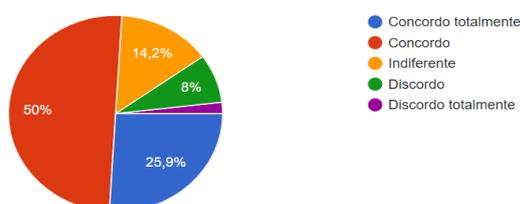


Figura 17 – Relação entre Compartilhar um Bem e a Redução do Impacto Ambiental

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Quando questionados acerca da utilização de alguns aplicativos selecionados (UBER, ifood, airbnb), 48,8%, (79), dos participantes responderam que já usaram algumas vezes, 32,7%, (53) usam com regularidade, e para 14,2% (23) apresentaram interesse em usar.

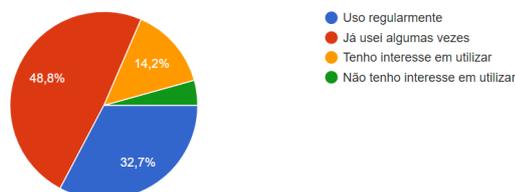


Figura 18 – Quanto à Frequência de Utilização dos Aplicativos (UBER, ifood, airbnb)

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

A última pergunta do questionário, estava vinculada com a penúltima uma vez que questionava o participante se já fizeram uso dos aplicativos e se pretendem continuar a utilizar os serviços disponíveis. Do total de participantes, 56,1% pretende continuar usando, 36,5% utiliza com regularidade e recomenda para amigos e familiares.

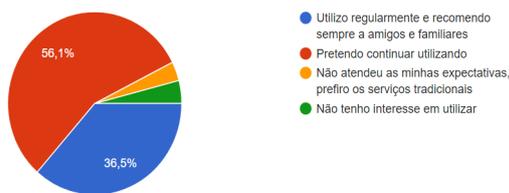


Figura 19 – Sobre a Utilização dos Aplicativos (UBER, ifood, airbnb)

Fonte: Questionário Aplicado, 2017

Os dois últimos questionamentos demonstram que embora os entrevistados não estejam totalmente dispostos a ofertar seus bens para compartilhamento e que necessitem de ferramentas de apoio para assegurar a confiança na utilização, a maioria já utiliza alguns serviços da economia compartilhada, pretendem continuar usando e recomendariam para amigos e familiares. Este resultado demonstra que a economia compartilhada já se faz presente no dia-a-dia da maioria dos entrevistados e que possui potencial de crescimento entre os mesmos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Durante os 30 dias em que a pesquisa ficou disponível para ser realizada pelos acadêmicos via aplicativo de celular e rede social, 162 participantes tiveram a oportunidade de se posicionar acerca da economia compartilhada ou colaborativa.

Do total dos participantes 84,6% são acadêmicos da UFAM (superior incompleto) enquadram-se na faixa etária entre 18 a 25 anos, 20,4% dos participantes declaram ter a renda familiar mensal entre 1 a 3 salários mínimos (valor), residem com mais 2 familiares (24,7%), declararam acessar à internet várias vezes ao dia.

Os participantes declararam que até então não tinham conhecimento da economia compartilhada ou colaborativa, 48,8%, acima da média nacional que é de 20%, ainda com relação à economia compartilhada os participantes receberam informações através da internet.

51,9% dos participantes se dispõem a emprestar ou alugar um bem ou serviço sem compensação financeira. E 43,8% estão dispostos a alugar/ emprestar se houvesse confiança entre as partes. Durante uma viagem em família, 34% dos participantes ainda escolhem um hotel para se hospedar, mas o mesmo percentual 34% se declaram dispostos a se hospedar em algum lugar de forma compartilhada.

Dos participantes, 48,1% não se dispõem à disposição em compartilhar a sua casa/ apto temporariamente para pessoas desconhecidas um desconhecido por meio de serviço de aplicativo ou site da internet, mas 35,8% responderam que talvez pudessem compartilhar.

40,1% dos participantes definem os aplicativos de compartilhamento como ótimos, mas buscam se certificar quanto às avaliações, mas 36,4% dos participantes consideram os aplicativos excelentes e confiáveis.

Confiança é a palavra-chave para a economia compartilhada ou colaborativa, e quando questionados acerca do grau de confiabilidade visto o cenário atual brasileiro, 31,5% dos participantes consideram moderadamente favoráveis e o mesmo percentual 31,5% moderadamente contrário.

64,8% dos participantes consideram as avaliações dos aplicativos confiáveis, mas buscam informações complementares em outras fontes e para 63,6% tais avaliações são úteis.

Para 75,9%, apontam uma relação entre economia compartilhada ou colaborativa e a redução do impacto ambiental. 48,8% dos participantes declaram que usam regularmente os aplicativos, UBER, ifood, Airbnb e 32,7% usam regularmente, e quando questionados acerca da permanência de uso, 92,6%, e deste total, 56,1% declaram que pretendem continuar usando e destes, 36,5% vão continuar usando e pretendem recomendar a amigos e familiares.

A partir deste estudo podemos verificar que a economia compartilhada já se apresenta de forma real entre o público universitário que já o utilizam regularmente, o fator confiança torna-se fundamental para a melhoria e ampliação do público e que estes buscam compensá-la nas avaliações e em buscas adicionais, principalmente via internet.

REFERÊNCIAS

BECKER, Bertha K. Amazônia: **nova geografia, nova política regional e nova escala de ação**. In: COY, Martin; KOHLHEPP, Gerd (coord.). Amazônia sustentável: desenvolvimento sustentável entre políticas públicas, estratégias inovadoras e experiências locais. Rio de Janeiro: Garamond; Tübingen, 2003.

BOTSMAN, Raquel. ROO, Roger. **O Que É Meu É Seu - Como o Consumo Colaborativo Vai Mudar o Nosso Mundo**. Rio de Janeiro. Bookman, 2016.

BRAUN, Ricardo. Novos paradigmas ambientais: desenvolvimento ao ponto sustentável. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005.

CARPANEZ, Juliana. FERREIRA, Lilian. Chegou a Hora? Disponível em: <https://tab.uol.com.br/economia-compartilhada/>. Acesso em: 01 de agosto de 2017.

CASTELLS, Manuel. La Galaxia Internet. Plaza y Janes Editores, 2001.

CENTRO DE ESTUDOS EM SUSTENTABILIDADE. Economia Colaborativa: A Emergência de uma Economia Pós-capitalista. FGV/ AEESP. Jun/ 2005.

CUNHA, Maria Alexandra. Smart cities [recurso eletrônico] : transformação digital de cidades. São Paulo: Programa Gestão Pública e Cidadania - PGPC, 2016.161p.

DANTAS, Lívia. Economia Compartilhada: Novos Padrões de Consumo para um Mundo Melhor. Dentro do Mochilão, Estilo de Vida, 2016. Disponível em: <http://raizesdomundo.com>. Acesso em 01 de agosto de 2017.

KRUPINSK, C. Entendendo A Economia Colaborativa E Economia Compartilhada. 2014. Disponível em <<http://consumocolaborativo.cc/entendendo-a-economia-colaborativa-economia-compartilhada/>>. Acessado em 09 de julho de 2017.

MENDES, Francisco. CERÓY, Medeiros. Economia Compartilhada e a Política Nacional de Mobilidade Urbana: Uma Proposta de Marco Legal. Núcleo de Estudos e Pesquisas da Consultoria Legislativa. Texto n. 185. Dez/ 2015.

MILLER, G. Tyler. Ciência Ambiental. Tradução All Tasks; revisão técnica: Wellington Braz Carvalho Delitti. São Paulo: Cengage Learning, 2007.

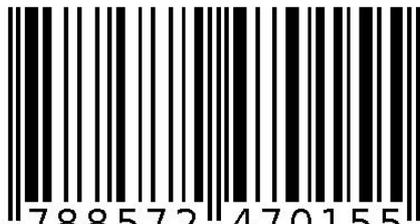
PINELLI, Natacha. Economia Compartilhada. Desenvolvimento, 2017. Disponível em: <http://epocanegocios.globo.com>. Acesso em: 01 de agosto de 2017.

SHARINGNL. Economia Colaborativa Revoluciona Amsterdã, 2013. Disponível em: <http://exame.abril.com.br/economia/economia-colaborativa-revoluciona-amsterda/>. Acesso em 01 de agosto de 2017.

VICENTE, Eduardo. Indústria da música ou indústria do disco? A questão dos suportes e de sua desmaterialização no meio musical. Revista Rumores. edição 12, ano 6, número 2, julho-dezembro 2012.

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-015-5



9 788572 470155