

Universidade Federal de Alfenas – UNIFAL-MG
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas – ICSA

Marcelo de Oliveira Costa

**ECONOMIA COLABORATIVA: ELEMENTOS PRINCIPAIS E
IMPORTÂNCIA PARA NOVOS NEGÓCIOS**

Varginha – MG

2021

Marcelo de Oliveira Costa

**ECONOMIA COLABORATIVA: ELEMENTOS PRINCIPAIS E
IMPORTÂNCIA PARA NOVOS NEGÓCIOS**

Trabalho de Conclusão de PIEPEX
apresentado à Universidade Federal de
Alfenas, como parte das exigências do
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas;
em conjunto ao Programa Integrado de
Ensino, Pesquisa e Extensão, para
conclusão do Bacharelado
Interdisciplinar em Ciência e Economia.

Orientador: André Luiz da Silva Teixeira

Varginha – MG

2021

RESUMO

A economia colaborativa é um modelo de negócio baseado na colaboração entre pessoas. É inquestionável que o surgimento de uma sociedade digital e todas as tecnologias que estão disponíveis atualmente serviram para potencializar esse tipo de economia. Dessa forma, o artigo busca compreender os conceitos desse modelo de negócio, como ele ganhou força na era digital e, com isso, evidenciar as vantagens de sua aplicação para novos negócios. Através de uma revisão bibliográfica, foi possível sintetizar temas relevantes acerca do tema. Com o conteúdo abordado nesse estudo, foi possível determinar diversos aspectos positivos da economia colaborativa para diversos setores da sociedade, bem como perceber que esse modelo de negócio é uma tendência global que só irá crescer cada vez mais.

Palavras-chave: Economia Colaborativa; Compartilhada; Tecnologia.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Condutores que impulsionam a economia colaborativa.....	10
Quadro 2 – Vantagens da economia colaborativa.....	14
Quadro 3 – Vantagens da economia colaborativa para Lojas Colaborativas.....	16

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	6
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	8
2.1 O conceito de Economia Colaborativa.....	8
2.2 O surgimento de uma sociedade digital.....	11
3 AS VANTAGENS DA APLICAÇÃO DA ECONOMIA COLABORATIVA EM NOVOS NEGÓCIOS.....	13
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	17
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	18

1 INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, a Economia Colaborativa vem ganhando cada vez mais espaço entre os modelos de negócios já existentes, trazendo novas maneiras de movimentar a economia. A mudança nos modelos de consumo ocorre de tempos em tempos, uma vez que se trata de processos sociais. Por isso, ao se considerar o contexto social atual, é possível perceber que a presença de tecnologias relacionadas à informação e à comunicação vêm alterando de forma significativa as relações de consumo. Esse aumento considerável nas conectividades entre as pessoas representa um fenômeno crescente, mesmo ainda possuindo limitações econômicas, culturais e estruturais.

A economia colaborativa se desenvolveu em um contexto onde as interconexões em rede são fortemente presentes. Castells (2000, p. 69) denominou como Sociedade de Rede essa interação entre “o desenvolvimento de novas tecnologias e a tentativa da sociedade de reaparelhar-se com o uso do poder da tecnologia para servir a tecnologia do poder”. Ou seja, a tecnologia da informação atual amplia os fluxos de comunicação, e consequentemente, o modelo de negócio colaborativo. Através da aplicação das tecnologias de comunicação nos negócios e todo potencial possibilitado a partir delas, isso permite que o potencial do próprio negócio seja alcançado.

Outro aspecto importante acerca da economia colaborativa é a sua associação com um consumo mais consciente, aliado à pauta ambiental, tão abordada atualmente. O reconhecimento da necessidade de se criar alternativas para o modelo de economia tradicional, contribuiu também para a busca por maneiras mais sustentáveis de organização da sociedade. Dessa forma, a economia colaborativa, juntamente com o consumo compartilhado ganha força, uma vez que buscam a otimização dos bens que já são produzidos, permitindo que mais pessoas possam fazer uso deles, sem exigir que sejam produzidos e adquiridos novos produtos. Bardhi & Eckhardt (2012) afirmam que quando comparada à economia tradicional, marcada pelo aspecto individual, exclusivo e competitivo, essa nova maneira de organização vem se mostrando capaz de mudar o jeito em que a sociedade consome.

A economia colaborativa já é uma realidade na sociedade atual, tendo exemplos de grande destaque como o Uber e o Airbnb. O Uber, é uma multinacional americana de prestação de serviços eletrônicos no setor de transporte urbano, mais especificamente o transporte privado. Por meio de seu aplicativo, o usuário pode buscar por motoristas a partir de sua localização. Dessa forma, oferece um serviço similar aos táxis, porém com

tarifas muito mais acessíveis, permitindo inclusive que sejam feitas viagens compartilhadas. Já o Airbnb permite que os usuários aluguem parte ou todo imóvel para viajantes. Através de sua plataforma online é possível buscar e reservar um imóvel em diversos locais do planeta, conectando a pessoa que oferece a acomodação com a pessoa que busca por uma. O Airbnb é um dos mais famosos exemplos desse tipo de economia, possuindo cerca de 5 milhões de anúncios, com uma média de 2 milhões de hospedagens (UPIS, 2019).

Outro exemplo de economia colaborativa, agora no cenário nacional, é a Bliive, uma *start-up* brasileira que permite a troca de tempo. Nessa rede colaborativa os usuários trocam o próprio tempo por serviços. Para cada hora de serviço prestado, o usuário recebe cinco *TimeMoney* (a moeda de troca do site) que posteriormente poderá ser usada para “comprar” outros serviços. Através de sua plataforma, a Bliive cria um novo canal entre a oferta e a demanda de serviços baseada no tempo e não em relações monetárias.

Nesse sentido, é possível perceber que vem ocorrendo transformações na economia global, onde as considerações sobre o impacto social e ambiental dos negócios vem mudando a forma como são feitos os negócios, sendo a economia colaborativa a concretização dessa nova forma de se perceber o mundo. Diante dos diversos problemas sociais e ambientais, as empresas que facilitam o compartilhamento e a troca de serviços e produtos apresentam grandes potenciais para ter um sucesso crescente. Portanto, o objetivo deste estudo é compreender os conceitos que envolvem o modelo colaborativo de negócio e a maneira como ele ganhou força na era digital, evidenciando assim as vantagens e algumas limitações de sua aplicação para novos negócios.

Para isso, o presente estudo está organizado em mais três seções, além desta introdução. Na seção seguinte, discute-se, no referencial teórico, os conceitos de economia colaborativa e sua importância enquanto um modelo econômico. Nessa mesma seção apresenta-se uma análise de como esse novo modelo foi potencializado no contexto das novas tecnologias de comunicação e informação, discutindo o contexto da sociedade digital, para então sintetizar, na terceira seção, as vantagens de se aplicar o modelo da economia colaborativa em novos negócios nessa sociedade contemporânea, em especial para as empresas. Já na quarta seção serão apresentadas as considerações finais acerca desse estudo. Para a realização dessa pesquisa foi realizada uma breve revisão bibliográfica em livros e acervos digitais com conteúdos relevantes para o tema, onde foram coletados os dados analisados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Os conceitos de Economia Colaborativa

Primeiramente, é preciso reconhecer que os conceitos que envolvem a Economia Colaborativa ainda estão em construção. Porém, pode-se dizer que trata-se de um modelo econômico baseado em uma colaboração entre as pessoas. Nesse sentido, a economia é construída a partir de uma rede de pessoas e/ou comunidades, se opondo a um modelo econômico onde as instituições são centralizadas. A Fundação Nacional da Qualidade (2016) afirma que a economia colaborativa pode ser aplicada a qualquer grupo social, seja para comprar ou alugar produtos e serviços.

Porém, negócios que são fundamentados nesse tipo de economia precisam apresentar uma cadeia produtiva bastante organizada e sistemática, sendo que sua principal característica é o relacionamento entre as pessoas, que são potencializados pelo uso das tecnologias de informação e de comunicação. A pesquisadora Camila Haddad (DESCOLA, 2018) afirma que só é considerado colaborativo o que é construído, gerido e distribuído por uma comunidade ou grupo de pessoas. Além disso, trata-se de um assunto relativamente novo e ainda em expansão, que abre espaço para discussões acerca do consumo compartilhado, questões de sustentabilidade, tecnologia e estilo de vida.

Stokes *et al.* (2014) afirmam que a economia colaborativa se apresenta como uma nova forma de pensar sobre diversas questões que envolvem os negócios, a troca, valores e a própria comunidade, sendo que os modelos e atividades aplicados dentro desse modelo de economia permitem que exista mais acesso ao invés da propriedade. Isso ocorre devido à formação de redes descentralizadas, desbloqueando riquezas, envolvendo ou não o dinheiro. Além disso, permite que sejam utilizados ativos ociosos e, também, criar novos mercados. Quando isso acontece, é possível perceber que as formas tradicionais de economia, de fazer negócios, bem como suas regras e regulamentos são desafiadas.

A essência que permeia os conceitos de economia colaborativa está muito mais ligada ao relacionamento que existe entre as pessoas que, através do uso das tecnologias da informação e comunicação (TICs), podem colaborar e compartilhar umas com as outras. Nesse caso, o valor não está no fato de se possuir algo, mas sim em seu uso.

Dessa forma, a economia colaborativa pode apresentar forte apelo ambiental, pois sua ideologia impulsiona uma forma de consumo voltada para redução dos desperdícios. Além disso, ela tem seu desenvolvimento baseado no bem-comum, propondo um novo

modelo, oposto à economia tradicional de posse do bem para um modelo de consumo pautado no usufruir do serviço (CAPOZZI *et al.*, 2018).

É possível, assim, perceber uma nova perspectiva sobre aspectos sociais, ambientais e econômicos que envolve a economia colaborativa, onde valores são criados de maneiras e escalas até então impensáveis. Além disso, os princípios fundamentais que norteiam essa economia podem ser aplicados em qualquer contexto, seja em grandes corporações internacionais ou em grupos comunitários pequenos. A premissa mais significativa está em utilizar de maneira inteligente os recursos disponíveis, sejam eles físicos, habilidades ou conhecimentos existentes no grupo (STOKES *et al.*, 2014).

De acordo com a Fundação Nacional da Qualidade (2016), existem três pilares que sustentam a economia colaborativa: pessoas, tecnologia e sustentabilidade. Isso porque são as pessoas que movimentam esse tipo de negócio, que acontece de indivíduo para indivíduo, aqueles que estão inclinados a possuírem um estilo de vida mais voltado à coletividade. A tecnologia, pois a maior parte dos empreendimentos baseados nessa economia colaborativa tem sua plataforma na internet, seja através de sites e/ou aplicativos, permitindo um acesso rápido e de baixo custo, explorando muitos aspectos que o ambiente digital é capaz de proporcionar. E por fim, está presente também a sustentabilidade, uma vez que as práticas de consumo nesse modelo apresentam fortes tendências sustentáveis, buscando em toda a cadeia produtiva reduzir os custos e minimizar o uso dos recursos naturais, evitando os desperdícios e incentivando o movimento.

Considerando o mercado colaborativo, os agentes econômicos atuam como conectores, criando ferramentas e serviços, que permitem às pessoas se conectarem e garantindo um fluxo abundante de recursos daqueles que os têm para aqueles que os necessitam. Nesse modelo colaborativo, as redes e os mercados são descentralizados, sendo capazes de combinar as necessidades e posses, dispensando os intermediários tradicionais e permitindo o contato direto entre oferta e demanda (BOTSMAN; ROO ROGERS, 2011).

Permutas, banco de horas, sistemas de comércio locais, trocas, empréstimo social, moedas entre pares, troca de ferramentas, compartilhamento de terra, permuta de roupas, compartilhamento de brinquedos, espaços de trabalho compartilhados, coabitação, trabalho em conjunto, compartilhamento de transporte, financiamento coletivo, são exemplos de consumo compartilhado (SANTOS; PEREIRA, 2019, p. 3).

Segundo Owyang (2013), existem três fatores de mercado que foram capazes de impulsionar a economia colaborativa: os condutores sociais, os econômicos e os tecnológicos. Estes estão sintetizados no Quadro 1 abaixo.

Quadro 1 – Condutores que impulsionam a economia colaborativa.

CATEGORIA	DEFINIÇÃO	CONDUTOR
Social	Desejo de um estilo de vida que seja mais independente, com preocupações ambientais, apego as ideais de sustentabilidade, em oposição à cultura consumista.	<ul style="list-style-type: none"> • Densidade populacional • Estilo de vida • Altruísmo • Independência
Econômica	Busca-se maximizar o uso e o consumo, através do desenvolvimento de fontes de renda alternativas.	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento populacional • Recursos limitados • Desigualdades econômicas • Financiamentos
Tecnológica	Surgimento de sistemas e plataformas que permitem as transações dos novos métodos de troca.	<ul style="list-style-type: none"> • Avanço das tecnologias, como o surgimento de dispositivos móveis, redes sociais e sistemas de pagamento.

Fonte: Adaptado de ORSI (2017) e OWYANG (2013).

Nesse contexto, pode-se dizer que, aos poucos, o princípio de consumo desenfreado e o lucro a qualquer custo estão deixando espaço para novas ideias econômicas. O capitalismo consciente é uma tendência que se espalha a nível global à medida que são reconhecidos os impactos sociais e ambientais da forma como sociedade tem vivido e feito negócios até os tempos atuais. O movimento da economia colaborativa se apresenta como uma concretização dessa nova percepção de mundo que se evidencia cada vez mais.

Visando o compartilhamento de recursos humanos, físicos e intelectuais, a economia colaborativa vem se mostrando uma tendência mundial definitiva. Numa era de troca intensa, favorecida pela tecnologia, esse novo modelo econômico vem apresentando grandes resultados, e não apenas para pequenas empresas. Presente em empreendimentos de todos os portes, a economia colaborativa se mostra como uma contrapartida ao consumo desenfreado sem reduzir os lucros dos empreendedores (SEBRAE, 2021).

Contrariando a economia tradicional que é baseada na extração e uso dos recursos naturais e industriais com o objetivo de produzir os bens e serviços para a sociedade, a economia colaborativa propõe alternativas para a exploração desses recursos, evitando o esgotamento dos mesmos em prol do lucro. No modelo colaborativo, os desperdícios são

evitados, uma vez que está baseado nas relações de trocas. Ainda que busquem o lucro, a exploração dos recursos é menor se comparada ao modelo tradicional (RECHENE, 2018).

Em relação à hierarquia nas relações comerciais, os papéis tradicionais da cadeia econômica também são reorganizados. Dessa forma, o consumidor e o fornecedor podem intercambiar as funções que desempenham. A organização no caso da economia colaborativa acontece em redes distribuídas, de modo que o controle e as informações são compartilhados, não existindo assim um centro ou hierarquia, como costuma acontecer na economia tradicional, que possui uma rede onde a informação é controlada e disseminada a partir de um centro (DESCOLA, 2018).

Por fim, vale destacar que nesse modelo de negócio ocorre uma forte conexão entre as pessoas, onde há o estímulo da cooperação ao invés da típica competição da economia tradicional. No modelo colaborativo, os agentes econômicos atuam como conectores que permitem que o fluxo dos recursos parta daqueles que os têm para aqueles que precisam deles. Enquanto na economia tradicional, tais agentes competem por posições no mercado e acúmulo de riquezas (DESCOLA, 2018).

2.2 O surgimento de uma sociedade digital

Os avanços no desenvolvimento das tecnologias de informação e de comunicação permitiu que a sociedade sofresse diversas transformações nos mais variados aspectos, inclusive na forma de consumo. A internet se apresenta como um importante agente potencializador dessa economia colaborativa, uma vez que permite que as pessoas estejam em constante comunicação entre si, inclusive durante as transações. Essa característica possibilita que sejam criadas empresas e projetos cada vez mais colaborativos do que as tradicionais e reconhecidas instituições (STOKES *et al.*, 2014).

Dessa forma, a estrutura em rede dessas novas tecnologias amplia o fluxo de comunicação a níveis altíssimos e, conseqüentemente, faz o mesmo com os modelos de negócios. Castells (2000) afirma que a Sociedade Digital da Informação ocorre a partir do momento em que os indivíduos migram do meio físico para o ambiente digital, o que acaba criando novas maneiras de se socializar e trocar informações. O autor ainda identifica o surgimento de uma nova economia, a informacional, que seria global e em rede. Isso “porque a produtividade e competitividade de unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimento”

(CASTELLS, 2000, p. 119). Nesse sentido, ao ser capaz de transformar informação em conhecimento, será capaz também de aumentar a produtividade. Para desenvolver essa nova forma de economia é preciso que informação, conhecimento e tecnologia caminhem juntos. E é dentro dessa sociedade digital que a economia do compartilhamento ganha força.

Apesar de a economia colaborativa não depender plenamente das tecnologias digitais de comunicação e informação (TIC), foram elas que potencializaram esse modelo, ganhando uma escala e amplitude enormes e viabilizando novos modelos de negócios. O crescimento das redes sociais e o surgimento das plataformas online permitiram que as informações fossem mais facilmente compartilhadas, e mais recentemente esse compartilhamento alcançou outro patamar, o de bens e serviços. Gansky (2010) enfatiza que nesse sistema econômico, onde ocorre o compartilhamento físico e também de recursos humanos, inclui desde a criação e produção, até a distribuição, comércio e consumo compartilhado, tanto de bens quanto de serviços, seja por pessoas ou organizações.

É importante ressaltar que, como todas as coisas, a economia colaborativa também apresenta alguns aspectos que não são tão positivos, como por exemplo, a possibilidade de formar um patrimônio físico ser potencialmente menor. Outro ponto é a menor formalização da força de trabalho que, por ser um modelo novo, não possui uma regulamentação própria, podendo gerar algumas situações conflituosas. “Para os colaboradores, é uma desvantagem pela insegurança contratual que oferece. Para os gestores se torna fonte de potenciais problemas judiciais” (MARQUES, 2021, *online*).

Essa lógica da economia colaborativa, que rompe muitas vezes com os conceitos mais tradicionais de economia, onde o lucro é o foco do negócio, pode trazer desafios para sua aplicação. Por exemplo, alterar o modelo econômico vigente em uma empresa para que ela se adapte ao colaborativo exige um trabalho significativo e, principalmente, é preciso saber se o mercado irá aderir a essa transformação e como ficará as questões financeiras da empresa. A regulamentação também é uma dificuldade, pois

Poucas cidades já avançaram na questão da regulamentação de diversos serviços de compartilhamento e de economia colaborativa. Tanto que já ouvimos diversas discussões sobre a validade de trabalhos prestados por startups e plataformas de compartilhamento. [...] Enquanto Amsterdam, na Holanda, incorporou esse tipo de prestação de serviço à legislação da cidade, Paris, na França, seguiu o caminho oposto e impôs multas às empresas que os oferecem. Ainda há as questões que envolvem a proteção ao cliente, a

coerência com as regulações do mercado de trabalho e a defesa da livre concorrência (UPIS, 2019, *online*).

Vale ressaltar que ainda existe a desconfiança do consumidor, uma vez que representa um novo estilo de negócio e de consumo, sendo necessário muitas vezes o investimento pesado em mecanismos que possibilitem o “controle de usuários, da prestação de serviço e da qualidade do que é ofertado” (UPIS, 2019, *online*).

Com isso, é fundamental analisar se a aplicação desse modelo de negócio será capaz de trazer mais bônus do que ônus para a empresa.

3 AS VANTAGENS DA APLICAÇÃO DA ECONOMIA COLABORATIVA EM NOVOS NEGÓCIOS

Como foi possível observar, novos modelos de negócio podem surgir em torno dos avanços tecnológicos, que acabam atuando como um agente facilitador desse processo, principalmente quando há baixa disponibilidade de capital. Atualmente, existe a possibilidade de estabelecer um planejamento empresarial todo através dos meios digitais, permitindo que se tenha uma operação e uma oferta de baixo custo, mas que possibilita um retorno financeiro semelhante a uma empresa tradicional.

É importante que empresas que queiram usar os conceitos envolvidos no modelo colaborativo possuam uma cadeia produtiva horizontal e sem hierarquias, não somente por questões salariais, mas também em relação à participação na empresa em geral. Cipriano & Carniello (2018, p. 202) citam que “no Brasil o uso da economia colaborativa é baixo comparado a países da Europa – grandes startups nasceram na França – isso acontece por questões socioculturais e questões econômicas”.

O foco da economia colaborativa é unir pessoas que possuem bens ou serviços com aquelas que necessitam deles, conectando as demandas individuais aos que podem atendê-las. Segundo o SEBRAE (2021), a economia colaborativa tem “projeção de crescimento superior às previstas para os modelos tradicionais de negócios”. Logo, investir nela pode representar um modo de consolidar um novo negócio e ao mesmo tempo acompanhar as tendências e satisfazer o público. Optar pela economia colaborativa atende a uma exigência da sociedade por uma atuação empresarial mais pautada nos princípios éticos e morais, com apelo ambiental, de maneira que seja capaz de atender as necessidades individuais.

Um exemplo de aplicação da economia colaborativa pode ser observado nas chamadas Lojas Colaborativas, que apresentam uma série de vantagens para os três grupos atuantes: produtores, consumidores e lojistas. Algumas delas podem ser observadas na tabela a seguir.

Quadro 2 – Aplicação da economia colaborativa nas vendas em Lojas Colaborativas.

Produtores	Consumidores	Lojistas
<ul style="list-style-type: none"> • Reduz custos de investimentos para comercialização; • Reduz despesas, uma vez que são compartilhadas; • Acesso a pontos comerciais melhores; • Permite parceria com outros profissionais envolvidos na colaboração; 	<ul style="list-style-type: none"> • Acesso a um maior número de produtos em um mesmo espaço; • Possibilita a compra direta do produto com o produtor; • Permite a comunicação direta com o produtor; 	<ul style="list-style-type: none"> • Reduz a inadimplência; • Apresenta maior fluxo de clientes pela diversidade de produtos disponíveis em um mesmo ambiente; • Possibilita a fidelização do público; • Reduz riscos de diminuição de vendas causadas pela sazonalidade.

Fonte: Adaptado de SEBRAE (2021).

O suporte tecnológico e os ambientes digitais proporcionam ainda mais a colaboração entre as pessoas, o que revolucionou os padrões de consumo tanto quanto os de relacionamento, além é claro, do compartilhamento de experiências. Existem muitas maneiras de se inserir o modelo colaborativo em novos negócios, destacando-se iniciativas que possibilitem um consumo colaborativo, prevendo que bens e serviços sejam compartilhados.

As empresas que estão sendo criadas recentemente já nascem em um meio onde as tecnologias da comunicação já estão consolidadas e fazem parte da realidade da sociedade como um todo. Por isso, é fundamental ter ao menos parte de seu modelo de negócio na colaboração. É importante que as pessoas que operam com este tipo de negócio criem soluções para demandas específicas, tendo consciência do negócio, compreendendo o valor do empreendedorismo social, bem como garantir a aplicação de conceitos de sustentabilidade e ética na empresa.

O primeiro passo é construir a confiança, premissas como autenticidade e sinceridade em querer ajudar seus consumidores a consumir o que realmente precisam, serão as palavras-chave. Sai o

único objetivo de lucro e entra o propósito de geração de receita ajudando as pessoas (CAPOZZI *et al.*, 2018, p.22).

De maneira geral, é possível considerar que os maiores benefícios em se aplicar a economia colaborativa é que produtos, serviços e espaços podem ser usados de maneira simples, rápida, compartilhada e sustentável. Dessa forma, tem-se espaços otimizados, com investimentos financeiros reduzidos sem que se perca a qualidade do que é oferecido e ainda ganha pela sua praticidade.

Considerando que a economia colaborativa rompe com a lógica dos negócios tradicionais, que valorizam o lucro acima de tudo, ao aderir a ela é preciso estar ciente que a adequação a esse modelo e às novas diretrizes que ele exige leva tempo. Por isso é necessário que se dedique tempo à avaliação de aderência no mercado e como isso impactaria a questão financeira. É preciso considerar que quando não é possível uma adaptação ou quando existem dificuldades de adequação a possíveis mudanças que um modelo de negócio dinâmico como esse pode gerar, sua aplicação acaba não sendo vantajosa para a empresa.

Essa forma de economia já foi adotada por diversos segmentos e está movimentando uma quantidade significativa de recursos ao redor do mundo. Segundo a empresa de auditoria e consultoria PricewaterhouseCoopers, a previsão é que a economia colaborativa gere US\$ 335 bilhões de receita até 2025. No mercado brasileiro, tem sido muito bem recebida. De acordo com o principal representante do setor de comércio e serviços do Brasil (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas) e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil), 89% das pessoas no país que experimentaram esse tipo de compra ficaram satisfeitos com a experiência (RIBEIRO, 2021). Esse modelo evidencia que a sociedade está buscando novas formas de consumo, mais sustentáveis, unindo a possibilidade de o orçamento render mais ao mesmo tempo em que se contribui para o uso mais racional dos bens e serviços.

Entretanto, ao aderir à economia colaborativa, a empresa precisa ter em mente alguns aspectos importantes dessa modalidade, como a busca por parcerias e a experiência do cliente.

Sobre o primeiro, cada vez mais os modelos de negócios vêm acontecendo através da ligação entre duas ou mais partes, evidenciando que as parcerias se tornaram algo fundamental para empresas que desejam apostar na economia colaborativa. Ribeiro (2021) reforça que “em muitos momentos o seu negócio demandará a inclusão de outros

serviços. Nesse cenário, contar com parcerias estratégicas pode fazer toda a diferença”. Quanto ao segundo ponto, o consumidor atual valoriza essa experiência compartilhada. Segundo o estudo realizado pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) com 800 brasileiros (independentemente de concordarem ou não com a modalidade), 87% dos entrevistados percebem que o consumo colaborativo tem crescido na vida dos cidadãos, evidenciando que os consumidores tendem a pensar e escolher seus produtos e serviços a partir daquelas empresas que promovem e estimulam esse tipo de modelo econômico (EMERITUS, 2020). Esse mesmo estudo afirma que

98% do público analisado enxerga vantagens na economia colaborativa. Os principais pontos indicados por eles são a oportunidade de economizar dinheiro (45%), evitar desperdícios (44%) e diminuir o consumo excessivo (43%). Questões relacionadas à sociedade, como poupar recursos naturais (34%) e ajudar outras pessoas (33%), também foram apontadas pelos entrevistados (EMERITUS, 2020).

A verdade é que, em um contexto onde as relações de consumo vêm mudando, ser capaz de conectar demandas às necessidades de maneira rápida e simplificada leva grandes vantagens no mercado. Resumidamente, é possível visualizar alguns dos benefícios mais amplos gerados a partir da aplicação do tipo de negócio colaborativo, considerando aspectos sociais, econômicos e ambientais, expostos no quadro abaixo.

Quadro 3 – Vantagens da aplicação da economia colaborativa.

SOCIAL	ECONÔMICO	AMBIENTAL
<ul style="list-style-type: none"> • Maior possibilidade de acesso a produtos mais custosos; • Permite maior visibilidade de pequenos negócios; • O consumidor se torna mais independente das grandes cadeias; • Maior cooperação entre pessoas e empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Flexibilização dos meios de produção; • Redução de custos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Redução dos desperdícios de recursos. • Economia de recursos naturais.

Fonte: Adaptado de HSM *University* (2021).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante reconhecer que as tecnologias de comunicação e informação se apresentaram como um facilitador significativo para que novos modelos de negócios pudessem emergir no contexto digital. A economia colaborativa foi um dos modelos que se beneficiaram dessas inovações, adquirindo vantagens em sua cadeia produtiva e permitindo que o processo se tornasse mais eficiente. Além disso, as tecnologias de informação e comunicação vem se tornando, cada vez mais, uma ferramenta essencial no ramo do empreendedorismo.

Esse modelo vem fortemente ligado aos ideais de consumo compartilhado de bens, com as tecnologias de comunicação e informação viabilizando essas trocas. Dessa forma, trouxe também mudanças nos padrões de consumo anteriores e principalmente a forma como se tem acesso a ele. Além de possuir uma rede descentralizada tanto em relação ao conhecimento quanto aos colaboradores, o que possibilita algumas vantagens sobre o sistema econômico tradicional, ainda existe o bem comum que é resultante da cooperação entre as partes e as constantes possibilidades de inovação. Outro aspecto relevante, é que com a economia compartilhada, torna-se possível a redução de impactos ambientais, mesmo que indiretamente. A minimização dos gastos aliada aos ideais de compartilhamento e colaboração, juntamente com os avanços tecnológicos, permitiram que muitas empresas optassem por negócios baseados na economia colaborativa. Como visto, essa opção pode trazer benefícios para as empresas, como redução de custos, a economia dos recursos, mais engajamento por parte dos consumidores, uma vez que há o estreitamento da relação com os mesmos, aumento do *networking* com a criação de novas relações entre a empresa e o colaborador, benefícios para empresas, entre outros.

Ainda existem muitos aspectos que podem ser discutidos em torno da economia colaborativa. Entender como a aplicação desse modelo pode impactar os modelos organizacionais das empresas, bem como as adaptações necessárias para isso, compreender como as relações de trabalho que se desenvolveram a partir desse tipo de economia podem ser alteradas e como isso poderia afetar tanto social quanto economicamente a sociedade. Enfim, inúmeras abordagens ainda podem ser desenvolvidas a partir desse tema. Os estudos e pesquisas relacionados à economia colaborativa podem contribuir de maneira significativa para a compreensão de seu conceito e relevância do modelo, considerando o contexto atual das práticas de consumo

e tecnologias disponíveis, possibilitando que ele seja cada vez mais aprimorado e adotado pelas empresas.

5 REFERÊNCIAS

BARDHI, F; ECKHARDT, G. M. Access-based consumption: the case of car sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 39, dez. 2012, p. 881–898;

CAPOZZI, Alexandre; HAYASHI, Gustavo; CHIZZOLA, Renata. **Economia Colaborativa**. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2018.

CASTELLS, Manuel. A Revolução da Tecnologia da Informação. In: _____. **Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CIPRIANO, Myrian L.; CARNIELLO, Monica F. Economia colaborativa: Novos modelos de negócio viabilizados pela comunicação digital. **Comun. & Inf.**, Goiânia, GO, v. 21, n. 3, p. 185-206, out./dez. 2018.

HSM University. Como a economia colaborativa revolucionou as relações de trabalho? **HSM University**. Disponível em: <https://hsmuniversity.com.br/blog/economia-colaborativa/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=pareto.in.dsa.br&gclid=Cj0KCQjwjo2JBhCRARIsAFG667V8vdDW-HBamsFVU4RLMFHs8gJjLA3G2VxZYaift_Amd5ZqswJTfDYaAijSEALw_wcB>. Acesso em: 23 de agosto de 2021.

DESCOLA (Escola de Inovação online). **Economia Colaborativa**: Novas formas de nos organizar em sociedade. 2018. [ebook pdf] Disponível em: <http://www2.uesb.br/eventos/workshopdemarketing/wp-content/uploads/2018/10/VF-Economia-colaborativa%5EJ-consumo-compartilhado%5EJ-e-as-altera%C3%A7%C3%B5es-no-funcionamento-da-economia-tradicional%5E-1.pdf>. Acesso em: 21 de agosto de 2021.

SEBRAE. Economia colaborativa: O que são e como elas funcionam? (2021) **SEBRAE**. Disponível em: <<https://www.sebraeatende.com.br/artigo/economia-colaborativa-o-que-sao-e-como-elas-funcionam>>. Acesso em: 21 de agosto de 2021.

EMERITUS. Economia colaborativa: entenda o conceito e suas vantagens. **Emeritus**, 2021. Disponível em: <<https://brasil.emeritus.org/economia-colaborativa/>>. Acesso em: 23 de agosto de 2021.

FUNDAÇÃO NACIONAL DA QUALIDADE. **Economia Colaborativa**. São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://fnq.org.br/informe-se/noticias/novo-e-book-da-fnq-apresenta-uma-analise-sobre-a-economia-colaborativa>>. Acesso em: 21 de agosto de 2021.

GANSKY, L. **The mesh: Why the future of business is sharing**. New York: Portfolio Penguin, 2010. Disponível em: <https://informationdj.files.wordpress.com/2012/01/future-of-business-is-lisa-gansky.pdf>. Acesso em: 23 de agosto de 2021.

GARCIA, Jaqueline. **A economia colaborativa é a tendência do século XXI**. Rede Jornal Contábil, 2021. Disponível em: < <https://www.jornalcontabil.com.br/a-economia-colaborativa-e-a-tendencia-do-seculo-xxi/>>. Acesso em: 23 de agosto de 2021.

MARQUES, José Roberto. **Quais as vantagens e desvantagens da economia colaborativa?** IBC, 2011. Disponível em: <https://www.ibccoaching.com.br/portal/empreendedorismo/quais-as-vantagens-e-desvantagens-da-economia-colaborativa/>. Acesso em: 12 de setembro de 2021.

ORSI, Daniela Fernandes de Oliveira. **O consumo colaborativo em estratos A e B na cidade de São Paulo**. Dissertação de mestrado em Administração – Escola de Gestão e Direito da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo, 2017;

OWYANG, Jeremiah. **Live like royalt without owning a throne**. 2013. Disponível em: <<http://www.web-strategist.com/blog/2013/06/17/collaborative-economy-live-like-royaltywithout-owning-a-throne/>>. Acesso em: 21 de agosto de 2021.

RECHENE, S. T. **Sharing Economy and Sustainability Logic: Analyzing the Use of Shared Bikes**. BAR - Brazilian Administration Review, 2019.

RIBEIRO, Renato. **Entenda o que é economia colaborativa e como aplicá-la**. IUGU, 2021. Disponível em: < <https://www.iugu.com/blog/o-que-e-economia-colaborativa>>. Acesso em: 23 de agosto de 2021.

SANTOS, Lucas C.; PEREIRA, Érico R. M. **Economia colaborativa, consumo compartilhado e as alterações no funcionamento da economia tradicional**. UESB – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Encontro de Marketing Crítico da UESB. Vitória da Conquista, 2019.

STOKES, Kathleen et al. *Making sense of the UK collaborative economy*. *Collaborative Lab*. Set. 2014. Disponível em: <https://media.nesta.org.uk/documents/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf>. Acesso em: 21 de agosto de 2021

UPIS. **Economia colaborativa: o que é, como funciona e 8 exemplos**. Blog UPIS – Graduação e Pós-Graduação, 2019. Disponível em: <https://upis.br/blog/economia-colaborativa/>. Acesso em: 24 de setembro de 2021.