

ECONOMIA COMPARTILHADA: UMA ANÁLISE DO COMPORTAMENTO DE EMPRESAS NO MERCADO BRASILEIRO DE 2015 A 2020

Maria Augusta Paschoal Furlan (IC) e Veridiana Rotondaro Pereira (Orientador)

Apoio: PIBIC Mackenzie

RESUMO

Este estudo teve como objetivo mapear o comportamento de empresas de Economia Compartilhada no mercado brasileiro com foco na caracterização de empresas do segmento de bicicletas e/ou patinetes compartilhados de 2015 a 2020. Trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, utilizando fonte indireta, por meio de levantamento em bases de dados secundárias (internet). A pesquisa identificou 21 sistemas de compartilhamento de bicicletas e/ou patinetes elétricas no Brasil, sendo que a maior concentração desses sistemas de compartilhamento deu-se nas Regiões Sudeste (oito empresas), Sul (quatro) e Nordeste (quatro). Com exceção da Região Sul, as demais regiões tiveram foco exclusivamente no aluguel de bicicletas (elétricas ou não). A pesquisa identificou que 14 estados mais o Distrito Federal tinham atividades nesse segmento. Os dados analisados identificaram que os serviços de compartilhamento apresentavam diferentes tipos de papéis para as organizações: serviço como atividade principal e serviço como diferencial competitivo. Os sistemas em que o serviço é visto como diferencial competitivo são denominados projetos, isto é, atividades de cunho social sem fins lucrativos. Com exceção da Região Sul, os sistemas caracterizaram-se, em sua maioria, como projetos. A cidade de São Paulo apresenta o maior número de serviços de bicicletas compartilhadas, com sistemas ativos e perspectiva de expansão nos últimos cinco anos.

Palavras-chave: Economia Compartilhada. Bicicletas. Patinetes.

ABSTRACT

This work aimed mapping the behavior of the so-called Shared Economy companies in the Brazilian market, focusing on the characterization segment of shared bicycles and/or scooters in the years from 2015 to 2020. This is a descriptive and exploratory research, using indirect source through secondary databases (internet). The research has identified a total of 21 sharing systems for bicycles and electric scooters in Brazil, with the highest concentration of those sharing systems in the Southeast (eight companies), South (four) and Northeast (four) regions of Brazil. Apart from the Southern region, the other regions focused exclusively on bicycles (electric or not) rental. The survey identified that 14 states and the Distrito Federal

had companies with activities in this segment. Data analysis have shown that sharing services are presented in two main different forms: service as the main activity and service as a competitive differential. The systems in which the service is presented as a competitive differentiator are called projects, that is, non-profit social activities. Apart from the Southern region, the systems were mostly characterized as projects. The city of São Paulo has the largest number of shared bicycle services, with active systems and perspective of expansion in the last five years.

Keywords: Shared Economy. Bicycles. Scooters.

1. INTRODUÇÃO

No decorrer dos anos, a tecnologia possibilitou transformações nos cenários econômicos e culturais, alterando os hábitos dos indivíduos, como, por exemplo, o consumo de bens e serviços. Um exemplo desse fenômeno é o fato de que os consumidores estão gradativamente deixando de adquirir produtos e tornando-se cada vez mais propensos a alugá-los e compartilhá-los (BARDHI; ECKHARDT, 2012; MATZLER; VEIDER; KATHAN, 2015).

Nesse contexto de globalização, no qual a tecnologia rege os mais diversos tipos de interação, um movimento que se iniciou por meio do escambo vem ganhando força: a chamada Economia Compartilhada, ou consumo colaborativo (BOTSMANN; ROGERS, 2010), que consiste em um sistema de atividades de compartilhamento, troca ou aluguel de bens e serviços, por meio do uso de plataformas tecnológicas *peer-to-peer* (ponto a ponto) (WOO *et al.*, 2014).

Uma vez que a tecnologia permite a conexão de milhares de bens e aptidões com as mais diversas necessidades (GANSKY, 2011), o ser humano, a fim de atender a suas necessidades de forma mais sustentável e se levando em consideração os aspectos econômicos e socioculturais, vem aderindo cada vez mais à prática da compra compartilhada por meio de plataformas digitais, com o intuito de realizar trocas, aluguéis, empréstimos e até doações.

Segundo Botsmann e Rogers (2010), a Economia Compartilhada possui três sistemas: sistemas de serviços de produtos, mercados de redistribuição e estilos de vida colaborativos. Os autores também ressaltam quatro princípios: a massa crítica, a capacidade ociosa, a crença dos bens comuns e a confiança entre estranhos. Como exemplos promissores da economia de compartilhamento, encontram-se Airbnb, ZipCar, Uber, Bike Itaú, entre outros. Nos países europeus e norte-americanos, essa prática vem se destacando, e, no Brasil, isso não é diferente, uma vez que novas plataformas têm adotado esse sistema (SARKAR; KOOHIKAMALI; PICK, 2019).

Para Boesler (2013), a Economia Compartilhada terá um impacto negativo para indústrias tradicionais, o que implicará um maior esforço das empresas em oferecer serviços mais consistentes e seguros.

Segundo Tabcum (2019), a Economia Compartilhada deve crescer de US\$15 bilhões, em 2014, para US\$335 bilhões, em 2025. No Brasil, 80% da população já consome de forma colaborativa. Pesquisa realizada pela SPC Brasil e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em todas as capitais do Brasil revelou que 79% dos entrevistados avaliam

que o Consumo Compartilhado facilita o dia a dia, e 68% se imaginam adotando o compartilhamento de bens nos próximos dois anos (FAMELI, 2019).

Haja vista o crescimento dessa tendência no mercado brasileiro, o qual tem os sistemas de compartilhamento de bicicletas como um de seus destaques, torna-se pertinente investigar o comportamento de sistemas regidos pela Economia Compartilhada no Brasil.

Assim, este estudo teve como objetivo mapear o comportamento de empresas de Economia Compartilhada no mercado brasileiro com foco na caracterização de empresas do segmento de bicicletas e/ou patinetes compartilhados de 2015 a 2020.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Neste tópico, apresenta-se uma revisão de literatura acerca dos principais conceitos e estudos utilizados como base para a elaboração deste estudo.

O setor de serviços e sua importância para a economia

De acordo com o dicionário *Novo Aurélio Século XXI* (FERREIRA, 1999), entende-se por serviço o “produto da atividade do homem destinado à satisfação de necessidades humanas, mas que não apresenta o aspecto de um bem material”. Dessa forma, o serviço não assume o formato de um bem tangível e materializado durante seu processo de produção.

Diferentemente do produto, o serviço é intangível, produzido ao mesmo tempo em que é consumido e não implica na posse de algum bem por parte do cliente, o qual negocia pelo trabalho ou pelo uso (GREMLER; BITNER; ZEITHAML, 2014). Além disso, os serviços são considerados perecíveis, isto é, não duram nada, e também assumem uma característica de heterogeneidade, ou seja, variam de cliente para cliente (CORRÊA; GIANESI, 2019).

O setor de serviços exerce grande influência no desenvolvimento das economias, ora pela participação no Produto Interno Bruto (PIB) e na geração de empregos, ora pelas novas tendências e transformações que as economias mundiais têm vivenciado (CORRÊA; GIANESI, 2019). Prova disso é que, de acordo com os indicadores do Banco Mundial, o setor de serviços correspondeu a 65,1% do PIB mundial no ano de 2016.

Além disso, nota-se aumento cada vez mais significativo da demanda por serviços no contexto atual – aumento este corroborado por fatores como desejo de uma melhor qualidade de vida, aumento da expectativa de vida, melhoria das condições de trabalho, urbanização, sofisticação dos consumidores, mudanças socioeconômicas e tecnológicas, entre outros (CORRÊA; GIANESI, 2019).

No Brasil, similarmente, as estatísticas não destoam da tendência presente no mundo industrializado. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor de serviços vem aumentando sua participação nas últimas seis décadas, saltando de 24%, em 1950, para 50%, em 1989, e para 75%, em 2015, sendo que tal crescimento foi corroborado pela acentuada diminuição da agricultura, bem como do setor industrial (CORRÊA; GIANESI, 2019).

Ainda nessa linha, Corrêa e Ganesi (2019) classificam em quatro tipos os diferentes papéis que os serviços podem ter na organização: “serviço como atividade principal”, “serviço como diferencial competitivo”, “serviço como centro de lucro” e “serviço como atividades internas de apoio”.

O primeiro deles, serviço como atividade principal de uma empresa, compreende os serviços prestados diretamente ao cliente como atividade principal da empresa, de tal forma que podem existir produtos associados em maior ou menor dimensão. Hotéis, hospitais e serviços de consultoria são alguns exemplos desse tipo em questão.

Já os serviços como diferencial competitivo se caracterizam por complementar o produto ofertado pela empresa, bem como agregar valor para o cliente. Todavia, não geram receitas significativas para a empresa. Treinamento para uso do produto e manutenções incluídas em seu preço são exemplos de serviços como diferencial competitivo em empresas.

Os serviços como centro de lucro em empresas, por sua vez, complementam o produto ofertado pela empresa, agregam valor para o cliente e geram receitas significativas e lucro para a empresa, podendo, inclusive, originar novas unidades de negócio separadas das organizações que lhes originaram. Consultoria, transporte e distribuição, instalação, treinamento, manutenção, entre outros, são exemplos de serviços como centro de lucro em empresas.

Por fim, os serviços como atividades internas de apoio compreendem os serviços prestados aos clientes internos da empresa. As atividades de apoio realizadas pelos próprios setores da empresa, como setores de recursos humanos, manutenção, *marketing*, controladoria, entre outros, podem ser consideradas serviços, caracterizando uma relação de cliente-fornecedor interno.

Tendências de consumo na economia

De acordo com o dicionário *Michaelis* (FERREIRA, 1999), tendência é a “evolução de algo num dado sentido ou orientação”. Diante do contexto abordado neste projeto, tal conceito pode ser empregado ao se observarem algumas tendências atuais de consumo na economia, as quais podem representar forte ameaça para mercados considerados tradicionais e inflexíveis.

Uma das tendências de consumo cada vez mais presente na visão estratégica das empresas, por exemplo, é o fato de que o consumidor tem deixado de valorizar a posse de um produto para valorizar o uso que este pode proporcionar e, assim, atender a uma determinada necessidade. Isso porque o cliente passa a valorizar o serviço que o produto tem a oferecer em detrimento da posse do produto em si e, assim, ocorre a substituição da venda de bens pela prestação de serviços (CORRÊA; GIANESI, 2019).

Diante disso, e para acompanhar esse novo comportamento no consumo, muitas empresas e organizações começaram a procurar novas formas de oferecer valor ao cliente e, para tal, elas têm buscado “servitizar-se” cada vez mais (GREMLER; BITNER; ZEITHAML, 2014).

Servitização

A fim de acompanhar as novas tendências de consumo na economia, muitas empresas e organizações têm adotado a chamada ‘servitização’ (GREMLER; BITNER; ZEITHAML, 2014), uma estratégia de aumento da receita da empresa por meio da integração entre produtos e serviços (CORRÊA; GIANESI, 2019).

Esse modelo de negócio consiste no movimento de empresas a fim de agregar valor a seus produtos, oferecendo, para tal, serviços relacionados a eles. Desse modo, uma vez que os consumidores preferem adquirir o benefício que determinado bem fornece, ao invés de adquirir o bem físico em si, o benefício em pauta assume a forma de um serviço. Por isso, fabricantes têm buscado obter receita por meio dos serviços (CORRÊA; GIANESI, 2019).

Segundo Corrêa e Gianesi (2019), um exemplo claro do fenômeno em pauta é o caso de empresas como a Xerox, a qual tem oferecido, dentro de escritórios, serviços de impressão, ao invés de vender impressoras às empresas, de tal forma que ela permaneça responsável por seus equipamentos, juntamente da manutenção deles e da venda do serviço de impressão.

Product-service systems, ou PPS

Entende-se por PSS, sigla para *product-service systems*, um modelo de negócio que proporciona a oferta combinada de produtos e serviços, os quais podem, em conjunto, levar à realização de uma unidade de satisfação final do usuário, respeitando, para isso, os limites de resiliência ambiental e as demandas sociais do entorno. Dessa forma, por meio de interações inovadoras entre os atores do sistema de produção, o interesse econômico e competitivo dos fornecedores aponta para novas soluções ambientalmente benéficas (VEZZOLI *et al.*, 2018).

Para Vezzoli *et al.* (2018), a abordagem de inovação aplicada ao PPS surgiu como uma oportunidade de negócio, na qual deve ser possível dissociar a criação de valor do aumento do consumo de recursos – e, conseqüentemente, do impacto ambiental prejudicial decorrente desse consumo.

A Economia Compartilhada

Segundo Gansky (2011), a Economia Compartilhada (BOTSMANN; ROGERS, 2010) é uma tendência em expansão por meio de modelos de negócio que têm como principal foco o compartilhamento de bens e serviços, além de aproveitar principalmente a internet e seus recursos digitais.

Para Erving (2014), a Economia Compartilhada é um modelo econômico que massificou e “comoditizou” ideias de colaboração e compartilhamento, para redistribuir ativos subutilizados. O autor também enfatiza a Economia Compartilhada como um mecanismo que prioriza o acesso a bens, ao invés da propriedade deles e, assim, carrega sua própria ideologia. Isso se opõe à essência do capitalismo, que consiste na acumulação de bens.

Botsmann e Rogers (2010) definem a Economia Compartilhada como uma onda socioeconômica emergente, que tem como principal foco a colaboração e o compartilhamento. Tal colaboração pode ser pessoal ou usar a internet, a fim de permitir o compartilhamento tradicional, o escambo, o empréstimo, a negociação, a doação, a locação e até mesmo uma troca.

Belk (2014) entende a Economia Compartilhada como um contexto em que indivíduos controlam a aquisição e a distribuição de um determinado recurso em troca de uma taxa ou alguma outra forma de compensação. Para o autor, esse tipo de economia engloba trocas, comércios e permutas e, dessa forma, descarta o ato de presentear, já que este confere a transferência permanente de propriedade.

Para Piran *et al.* (2018), o ato de colaborar e compartilhar são antigos, enquanto a Economia Compartilhada é um fenômeno resultante da era da internet, que propiciou novas formas de partilha, além da promoção de formas mais antigas de compartilhamento em uma escala muito maior (BELK, 2014).

De acordo com Wang *et al.* (2020), a Economia Compartilhada destoa das tradicionais atividades de compartilhamento, no que tange ao número de pessoas envolvidas no processo de partilha dos recursos – tanto físicos quanto não físicos. Para os autores, isso se deve às tecnologias avançadas da Web 2.0, as quais possibilitaram o envolvimento de um número maior de pessoas nos processos em questão. Botsmann e Rogers (2010) reforçam que a tecnologia proporcionou a disseminação das redes sociais, bem como a redução dos custos

das transações *peer-to-peer*, propiciando o contato direto entre consumidor e fornecedor e acarretando redução de custos nas intermediações.

Um aspecto importante da Economia Compartilhada é o fato de que os consumidores não têm a propriedade dos produtos e serviços que usam (WANG *et al.*, 2020). Assim, a Economia Compartilhada transforma a lógica da propriedade privada para o acesso compartilhado, de forma a propor mudança no modo de vida e no consumo por parte dos indivíduos. Segundo Piran *et al.* (2018), a mudança seria justamente desperdiçar menos tempo e dinheiro com bens materiais para compartilhá-los, ou seja, ter acesso a um determinado bem sem ter a necessidade de adquiri-lo.

Na Economia Compartilhada, o consumo baseia-se nos indivíduos que trabalham de forma colaborativa, proporcionando um compartilhamento de ideias que acarrete interações, promoções e venda de produtos de forma cooperativa (BOTSMANN; ROGERS, 2010). Uma vez que valoriza o acesso a produtos e serviços em detrimento da propriedade, a Economia Compartilhada abre espaço para o compartilhamento, a cooperação e a colaboração em uma sociedade na qual o consumismo e a acumulação de bens – característicos do modelo econômico capitalista – até então prevaleciam.

Gansky (2011) reforça que a Economia Compartilhada também contribui para que o acesso a bens se torne mais fácil. Dessa forma, os indivíduos que aderem a essa prática têm usufruído mais daquilo que compram, ou até mesmo deixado de comprar em determinadas conjunturas.

Para Gansky (2011), na Economia Compartilhada, o bem não pertence ao indivíduo, mas a uma coletividade que faz seu uso. Além disso, o compartilhamento de um produto implica na maximização de seu uso e, conseqüentemente, torna-se possível evitar a produção de um novo artigo – que, provavelmente, seria pouco utilizado durante toda sua vida útil.

Outros autores também reforçam os benefícios implicados pelos sistemas de compartilhamento, como redução de custos, conveniência, redução de desperdícios e consciência ambiental. Ainda ressaltam que a Economia Compartilhada permite que os indivíduos economizem dinheiro, tempo e espaço; estabeleçam novas relações de amizade e se tornem cidadãos ativos novamente (BOTSMANN; ROGERS, 2010).

Princípios da Economia Compartilhada

Botsmann e Rogers (2010) estabelecem quatro princípios essenciais para que a Economia Compartilhada funcione de forma adequada, sendo eles massa crítica, capacidade ociosa, crença nos bens comuns e confiança entre estranhos.

Massa crítica

“Massa crítica” é um termo usado para descrever a existência de um impulso suficiente em um sistema, a fim de torná-lo autossuficiente (BOTSMANN; ROGERS, 2010). Esse princípio pode ser aplicado à Economia Compartilhada, no que se refere à escolha do consumidor, sempre pautada na satisfação e na conveniência, diante da variedade de opções, e também na questão da prova social, fator este de extrema importância para o princípio da massa crítica (FURTADO, 2016).

Para que a Economia Compartilhada possa competir com as compras convencionais, é imprescindível que haja uma certa variedade de opções, para que o consumidor se satisfaça com aquilo que está disponível e, conseqüentemente, com a escolha realizada. Desse modo, a massa crítica será atingida quando houver “mercadorias suficientes para que todos encontrem alguma coisa de que gostem e tenham a sensação de terem escolhido bem” (BOTSMANN; ROGERS, 2010).

Além disso, é de extrema relevância mostrar para o consumidor que a Economia Compartilhada é uma prática interessante e que, então, deve ser experimentada. Para tanto, o fator da prova social – uma massa crítica de usuários – revela que, quanto maior o número de pessoas que fazem uso da Economia Compartilhada, maior será o número de pessoas inclinadas a também fazer uso desse sistema (FURTADO, 2016). Com relação a isso, vale ressaltar que Porter (2008) define a massa crítica como a quantidade de usuários necessária para que a prática econômica se sustente.

Capacidade ociosa

A capacidade ociosa refere-se ao uso que é feito de um produto ao longo de sua vida útil e do uso que poderia ser feito desse mesmo produto, caso sua capacidade de uso fosse maximizada (BOTSMANN; ROGERS, 2010).

Os autores citam a furadeira como sendo um ótimo exemplo para representar a capacidade ociosa em pauta, uma vez que é um bem adquirido por muitas pessoas e utilizado com pouca frequência. Haja vista que o interesse da maioria das pessoas é o buraco que a ferramenta proporciona e não a ferramenta em si, a posse da furadeira perde o sentido após o seu uso.

Crença nos bens comuns

Esse princípio ressalta a importância da Economia Compartilhada como um sistema que proporciona não só o consumo em si, mas também a colaboração entre as pessoas, uma vez que o compartilhamento de dados, informações e mercadorias característico desse novo modelo de negócio pode ser útil para todos à medida que torna esses bens de uso comuns.

Furtado (2016) ressalta que o serviço é melhor quanto maior a quantidade de pessoas que dele participa. Ou seja, cada nova pessoa que faz uso da Economia Compartilhada contribui para um melhor funcionamento do sistema para todos. Isso porque “todos que aderem ou usam o consumo colaborativo criam valor para outras pessoas, mesmo que a intenção não tivesse sido esta” (BOTSMANN; ROGERS, 2010).

Confiança entre estranhos

Esse princípio trata-se da necessidade de confiança em alguém que não se conhece para que seja estabelecida a relação de consumo em grande parte dos sistemas de Economia Compartilhada (BOTSMANN; ROGERS, 2010). Os autores ainda reforçam a necessidade de um sistema de reputação que permita saber os interesses, as preferências e as ações passadas dos pares, implicando o surgimento de um ambiente propício para o estabelecimento da confiança e da familiaridade.

Dessa forma, a confiança entre desconhecidos se dá por intermédio da reputação de cada um (SCHOR, 2014), a qual determina a confiabilidade com base no comportamento *on-line* do participante. Assim, os consumidores depositam confiança por meio dos comentários a respeito dos produtos e serviços gerados pelo consumidor *on-line* (RIFKIN, 2015).

Sistemas da Economia Compartilhada

Para Botsmann e Rogers (2010), a Economia Compartilhada pode ser dividida em três sistemas, os quais estão constantemente reinventando os hábitos de consumo dos indivíduos. São estes: sistemas de serviços de produtos, mercados de redistribuição e estilos de vida colaborativos.

Sistemas de serviços de produtos

Esse modelo tem como base a ideia do acesso em detrimento da posse (FURTADO, 2016). Ou seja, o pagamento é em função do uso de um produto, e não de sua posse (BOTSMANN; ROGERS, 2010).

Segundo Rifkin (2001), tanto os consumidores quanto as empresas estão substituindo a noção de propriedade pela de acesso. Ou seja, “ter, guardar e acumular, em uma economia em que a mudança em si é a única constante, faz cada vez menos sentido” (RIFKIN, 2001).

Em um sistema de serviços de produtos, um serviço possibilita que vários produtos de uma companhia sejam compartilhados: sistemas de aluguel de carros e bicicletas, lavanderias coletivas, plataformas de *streaming* de filmes e músicas, sistemas de aluguel de ferramentas, entre outros (BOTSMANN; ROGERS, 2010). Além disso, produtos privados podem ser compartilhados entre pares, como, por exemplo, o site brasileiro Tem Açúcar, o qual possibilita o empréstimo de itens pessoais entre pares de indivíduos, e o Airbnb, plataforma de

compartilhamento de casas e aluguel a curto prazo que se expande à medida que as cidades atuais se tornam centros da Economia Compartilhada (SARKAR *et al.*, 2019).

Por fim, Botsmann e Rogers (2010) também relacionam os sistemas de serviços de produtos à desmaterialização, e, para isso, citam o exemplo dos serviços *streaming* de música. Uma vez que o usuário tem acesso às músicas sem a necessidade de adquirir um CD para tal, essa ação corrobora para a diminuição da produção de CDs.

Mercados de redistribuição

Nos mercados de redistribuição, a propriedade de um produto passa de um usuário para outro, por meio de trocas – gratuitas ou por um bem similar – ou compra e venda de mercadorias usadas (BOTSMANN; ROGERS, 2010).

Essas trocas são possibilitadas por recursos digitais que conectam completos desconhecidos, como eBay, Mercado Livre, OLX, entre outros – ou até mesmo vizinhos, como, por exemplo, o NeighborGoods, uma plataforma que coloca pessoas que moram próximas umas das outras em contato, a fim de que elas possam compartilhar itens.

Estilos de vida colaborativos

No estilo de vida colaborativo, indivíduos com interesses similares se juntam para compartilhar recursos menos tangíveis, como habilidades, conhecimento, experiências, tempo, espaço, recursos e até dinheiro – e, conseqüentemente, geram conectividade social (BOTSMANN; ROGERS, 2010).

Furtado (2016) cita alguns exemplos de estilos de vida colaborativos, como mercados de empréstimo social, sites de caronas, iniciativas de *coworking*, entre outros. Tais modelos têm gerado certa confiança entre pessoas antes desconhecidas, uma vez que proporcionam maior interação entre elas, colaborando para que relações sociais que começam no ambiente *on-line* migrem para o *off-line*.

3. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa descritiva e exploratória, utilizando fonte indireta, por meio de levantamento em bases de dados secundárias (internet).

Para alcançar esse objetivo, adotou-se o método de estudos de múltiplos casos. Esse método foi escolhido pela possibilidade de caracterizar os diferentes sistemas de compartilhamento de bicicletas e/ou patinetes elétricas.

Para Alves Filho *et al.* (2019), o método de estudo de caso deve ser utilizado quando a problemática estudada apresenta três condições:

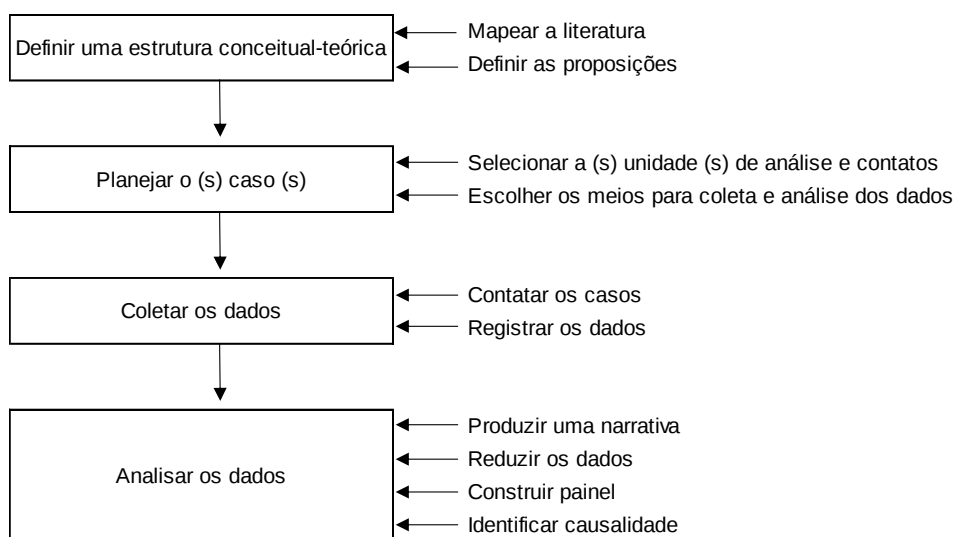
1. O tipo de questão de pesquisa é “como” ou “por que”.
2. O pesquisador não tem controle sobre o objeto de estudo.
3. A pesquisa foca em eventos contemporâneos, ao invés de eventos históricos.

O primeiro passo para a aplicação desse método é a definição de uma estrutura conceitual teórica, requisito presente em todos os outros métodos de pesquisa e que guiará o desenvolvimento dos instrumentos para a coleta de dados no campo (ALVES FILHO *et al.*, 2019). Para tanto, deverá ser feito um mapeamento da literatura, bem como um delineado das proposições (MIGUEL, 2012).

A próxima etapa consiste no planejamento dos casos, etapa na qual as unidades de análise e contatos serão selecionadas, e os meios para a coleta e análise dos dados serão escolhidos. Após o planejamento dos casos, deverá ser realizada a coleta dos dados e, para isso, será necessário contatar os casos e registrar os dados (MIGUEL, 2012).

A etapa seguinte consiste na análise dos dados, a qual inclui a produção de uma narrativa, a redução dos dados, a construção de um painel e a identificação de causalidade. Por fim, um relatório deve ser gerado (MIGUEL, 2012).

Figura 1 – Condução do Estudo de Caso



Fonte: adaptado de Miguel *et al.* (2012).

Essa pesquisa teve como foco empresas que atuam no segmento de compartilhamento de bicicletas e/ou patinetes elétricas no Brasil. Para tanto, realizou-se um levantamento em fontes secundárias de dados (internet) e se tentou contato com as empresas.

A amostra inicial das empresas foi elaborada por meio de informações extraídas da internet. A busca por esse tipo de empresa foi realizada usando como termo de pesquisa

“compartilhamento de bicicletas no Brasil”, gerando 21 resultados. Das empresas selecionadas, todas se encaixaram no perfil da pesquisa.

Para validação dos dados identificados nos sites das empresas pesquisadas, tentou-se contato, via e-mail. No entanto, não se obteve resposta por parte das empresas no prazo de elaboração da presente pesquisa.

4. RESULTADO E DISCUSSÃO

Nesta seção, são analisados e discutidos os dados obtidos nas pesquisas realizadas em base de dados secundários (internet).

Foram encontrados e considerados 21 sistemas de compartilhamento no Brasil, os quais são apresentados partindo-se de uma visão macro e seguindo para um detalhamento por região do Brasil. O Quadro 1 apresenta uma síntese da caracterização dos sistemas de compartilhamento de bicicletas e/ou patinetes elétricas no Brasil.

Quadro 1 – Caracterização dos sistemas de compartilhamento no Brasil

Características			Regiões				
			Norte	Nordeste	Centro-Oeste	Sudeste	Sul
Sistemas de Compartilhamento	Produto ofertado	Sistemas de aluguel de bicicletas exclusivamente (elétricas ou não)	2	4	2	6	2
		Sistemas de aluguel de bicicletas e/ou patinetes elétricas	0	0	1	2	2
	Classificação	Classificadas como empresas	0	0	1	3	3
		Classificadas como projetos	2	4	2	5	1
Cidades Contempladas			2	4	2	4	3

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

De acordo com o Quadro 1, foi observado que há uma maior concentração de sistemas de compartilhamento na Região Sudeste (oito empresas), seguido pelas Regiões Sul (quatro) e Nordeste (quatro). Essas regiões apresentaram a maior quantidade de cidades contempladas por tais sistemas. Além disso, com exceção da Região Sul, as demais regiões tiveram foco exclusivamente no aluguel de bicicletas.

Foram compreendidos como projetos atividades de cunho social, as quais não visam ao lucro de forma direta e tem como proposta uma solução saudável e não poluente para a questão da mobilidade urbana. Esses projetos têm como base a essência da Economia Compartilhada, pois se paga pelo uso do bem em detrimento de sua posse, e, geralmente, são operados por empresas responsáveis pela fabricação e logística dos modais. Com exceção da Região Sul, os sistemas caracterizaram-se, em sua maioria, como projetos.

No Quadro 2, foi possível identificar os sistemas de compartilhamento por região do Brasil e verificar suas características.

Quadro 2 – Identificação e detalhamento dos sistemas de compartilhamento por região brasileira.

Região Norte				
Empresas/Projetos	Manôbike	Bike Belém		
Atividade	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas		
Áreas servidas	Manaus - MA	Belém - PA		
Modalidade	Público-privado	Público-privado		
Porte estimado	Não pertinente	Não pertinente		
Papéis do serviço no negócio	Diferencial competitivo	Diferencial competitivo		
Site	Site indisponível	Site indisponível		
Tempo no Brasil	2017 - não informado	2016 - não informado		
Região Centro-Oeste				
Empresas/Projetos	Mais Bike	Yellow	GynDebike	
Atividade	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas e patinetes elétricas	Aluguel de bicicletas	
Áreas servidas	Brasília - DF	Brasília - DF	Goiânia - GO	
Modalidade	Público-privado	Privado	Público-privado	
Porte estimado	Não pertinente	Não pertinente	Não pertinente	
Papéis do serviço no negócio	Diferencial competitivo	Atividade principal	Diferencial competitivo	
Site	http://www.maisbikecompartilhada.com/	Site indisponível	http://www.debikegoiania.com/	
Tempo no Brasil	2014 - 2020	2019 - 2020	2016 - atualmente	
Região Nordeste				
Empresas/Projetos	Caju Bike	Bike Salvador	Bicicletar	Bike Pernambuco
Atividade	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas
Áreas servidas	Aracaju - SE	Salvador - BA	Fortaleza - CE	Recife - PE
Modalidade	Público-privado	Público-privado	Público-privado	Público-privado
Porte estimado	Não pertinente	Não pertinente	Não pertinente	Não pertinente
Papéis do serviço no negócio	Diferencial competitivo	Diferencial competitivo	Diferencial competitivo	Diferencial competitivo
Site	Site indisponível	https://bikeitau.com.br/salvador/	http://www.bicicletar.com.br/	https://bikeitau.com.br/pernambuco/
Tempo no Brasil	2014 - 2018	2013 - atualmente	2014 - não informado	2011 - atualmente
Região Sul				
Empresas/Projetos	Bike POA	Loop Bike Sharing	Yellow	Yellow
Atividade	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas e patinetes elétricos	Aluguel de bicicletas e patinetes elétricas
Áreas servidas	Porto Alegre - RS	Porto Alegre - RS	Curitiba - PR	Florianópolis - SC
Modalidade	Público-privado	Privado	Privado	Privado
Porte estimado	Não pertinente	Não pertinente	Não pertinente	Não pertinente
Papéis do serviço no negócio	Diferencial competitivo	Atividade principal	Atividade principal	Atividade principal
Site	https://bikeitau.com.br/porto-alegre/	Site indisponível	Site indisponível	Site indisponível
Tempo no Brasil	2014 - atualmente	2015 - não informado	2019 - 2020	2019 - 2020
Região Sudeste				
Empresas/Projetos	Bike Sampa	E-Moving	Ciclo Sampa	Yellow
Atividade	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas e patinetes elétricas
Áreas servidas	São Paulo - SP	São Paulo - SP	São Paulo - SP	São Paulo - SP
Modalidade	Público-privado	Privado	Público-privado	Privado
Porte estimado	Não pertinente	ME - Micro Empresa	Não pertinente	Não pertinente
Papéis do serviço no negócio	Diferencial competitivo	Atividade principal	Diferencial competitivo	Atividade principal
Site	https://bikeitau.com.br/sao-paulo/	https://e-moving.com.br/	https://ciclosampa.pegbike.com.br/ciclo-sampa/index.php	Site indisponível
Tempo no Brasil	2012 - atualmente	2015 - atualmente	2013 - atualmente	2018 - 2020
Empresas/Projetos	SCOO	Bike Rio	Bike BH	Bike Vitória
Atividade	Aluguel de bicicletas e patinetes elétricas	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas	Aluguel de bicicletas
Áreas servidas	São Paulo - SP	Rio de Janeiro - RJ	Belo Horizonte - MG	Vitória - ES
Modalidade	Privado	Público-privado	Público-privado	Público-privado
Porte estimado	DEMAIS - Médio/Grande Porte	Não pertinente	Não pertinente	Não pertinente
Papéis do serviço no negócio	Atividade principal	Diferencial competitivo	Diferencial competitivo	Diferencial competitivo
Site	https://www.scoo.mobi/	https://bikeitau.com.br/rio/	http://www.movesamba.com.br/bikebh/	http://www.bikevitoria.com/
Tempo no Brasil	2018 - atualmente	2011 - atualmente	2015 - atualmente	2016 - atualmente

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

A Região Sudeste foi pioneira nesse tipo de sistema em 2011, com o projeto Bike Rio na cidade do Rio de Janeiro. Em contrapartida, não foi possível encontrar informações a respeito do ano de início do serviço de compartilhamento de bicicletas abordado por este estudo na Região Centro-Oeste.

Outro ponto de relevância foi que, dos 26 estados brasileiros, 14 apresentavam sistemas de compartilhamento de bicicletas, além do Distrito Federal. Todos esses sistemas

servem as respectivas capitais dos estados do Amazonas, Pará, Goiás, Sergipe, Bahia, Ceará, Pernambuco, Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo.

Vale ressaltar que, exceto as cidades de Aracaju, Florianópolis e Vitória, todas as outras cidades contempladas pelos sistemas de compartilhamento possuem, de acordo com a estimativa da população pelo IBGE em 1º de julho de 2020, mais de 1 milhão e meio de habitantes (IBGE, 2021). Dessa forma, esses sistemas estão presentes nas cidades mais populosas do país.

Os dados encontrados possibilitaram observar que a Região Sudeste apresenta o maior número de sistemas de compartilhamento de bicicletas. Esse fato pode estar relacionado ao contingente populoso da região, atribuído principalmente à cidade de São Paulo, com 12,33 milhões de habitantes (IBGE, 2021).

No que tange à modalidade, das cinco regiões brasileiras estudadas, duas (Norte e Nordeste) apresentaram, em sua totalidade, a modalidade público-privado, adotada para este estudo como sendo a parceria entre uma instituição pública e uma organização privada. As Regiões Centro-Oeste e Sudeste apresentaram a modalidade público-privado na maioria das cidades contempladas pelos sistemas de compartilhamento. Já a Região Sul apresentou a maioria de seus sistemas voltados para a modalidade privada.

Em relação ao porte estimado, foi possível identificar o porte de duas das sete empresas encontradas neste estudo, sendo uma caracterizada como Microempresa (ME) e outra como Médio/Grande Porte (DEMAIS).

Quanto aos quatro tipos diferentes de papéis que os serviços podem ter na organização, segundo Corrêa e Giancesi (2019), foram observados, no Quadro 2, somente dois tipos: serviço como atividade principal e serviço como diferencial competitivo.

O modo de divulgação desses serviços se dá por meio de *websites*, e, nesta pesquisa, nem todos foram encontrados disponíveis, o que pode sugerir que o sistema não se encontrava em vigência naquele momento, estava em manutenção ou fora finalizado, como a empresa Yellow, que teve suas operações encerradas no Brasil no ano de 2020.

Os sistemas de compartilhamento de bicicletas, que carregam os preceitos da Economia Compartilhada, podem ser vistos como facilitadores nos grandes centros urbanos. Esse tipo de serviço proporciona benefícios tanto para o usuário, pois elimina possíveis despesas acarretadas pela posse de um bem, quanto para a questão da mobilidade urbana, visto que representa uma alternativa de transporte não poluente para metrópoles com um grande contingente populacional. Isso reforça a presença de um maior número desses sistemas na cidade de São Paulo.

Devido à grande concentração das empresas identificadas na Região Sudeste, mais especificamente na cidade de São Paulo, o Quadro 3 apresenta um detalhamento específico para essa região.

Quadro 3 – Detalhamento dos sistemas de compartilhamento na cidade de São Paulo.

	Bike Sampa	E-Moving		Ciclo Sampa	Yellow	SCOO
Produtos oferecidos	 Bicicletas	 Modelo E-Bike Confort	 Modelo E-Bike Bolt	 Bicicletas	 Bicicletas e Patinetes Elétricas	 Bicicletas e Patinetes Elétricas
Produtos disponíveis	2.700 bicicletas	800 bicicletas elétricas		320 bicicletas	Início: 500 bicicletas Plano: 20 mil até o final de 2018	Não informado
Estações	260 estações	Não há estações		20 estações	Não há estações	Não há estações
Origem da empresa no Brasil	2012	2015		2013	2018	2018
Tempo da empresa no Brasil	9 anos	6 anos		8 anos	2 anos	3 anos
Planos e Condições	Disponíveis	Disponíveis		Disponíveis	Indisponíveis	Disponíveis

Fonte: elaborado pelo autor (2021).

A cidade de São Paulo, não só a mais populosa da Região Sudeste, mas como do Brasil, conta com 651,9km de malha ciclovária permanente, sendo a cidade com a maior malha ciclovária do país (CET, 2021). Diante desse cenário, é compreensível que São Paulo seja a metrópole brasileira com o maior número de sistemas de bicicletas compartilhadas, o que foi confirmado pelos dados apresentados nos Quadros 2 e 3.

Na cidade de São Paulo, o serviço de compartilhamento de bicicletas teve início no ano de 2012, com o projeto Bike Sampa. Os demais sistemas tiveram início a partir de 2013.

Em relação ao tempo de vigência do sistema em São Paulo, houve predominância do Bike Sampa (nove anos) e do Ciclo Sampa (oito anos). Já a Yellow, por sua vez, permaneceu em funcionamento por dois anos.

Dentre os cinco serviços possíveis de serem encontrados na cidade e selecionados para este estudo, quatro continuam em vigência, com planos e condições disponíveis no *website* em que o serviço é ofertado.

Quanto ao produto oferecido, a maioria dos sistemas de compartilhamento disponibiliza somente bicicletas, sendo o Bike Sampa o sistema com o maior número de

bicicletas ofertadas (2.700 unidades). Em seguida, foi encontrada a E-Moving, com 800 bicicletas, e a Ciclo Sampa, com 320.

A empresa Yellow iniciou na cidade oferecendo 500 bicicletas e com a meta de atingir 20 mil unidades até o final do ano de 2018. Entretanto, esse serviço foi encerrado em 2020. Por fim, em relação à SCOO, última empresa estudada, não foi possível obter o número de bicicletas disponíveis na cidade de São Paulo.

De todos os sistemas levantados no Quadro 3, apenas dois, Bike Sampa e Ciclo Sampa, funcionam por meio de estações distribuídas em pontos estratégicos da cidade, próximas a terminais de transporte público e áreas com grande movimento, estimulando a utilização desse tipo alternativo de transporte. Já a E-Moving e a Yellow adotaram o sistema sem estação de estacionamento (*dockless*), o qual garante que a bicicleta pode ser deixada em qualquer local dentro do perímetro preestabelecido pela empresa. Em relação à SCOO, não foi possível obter tais informações.

Os sistemas de compartilhamento estudados na cidade de São Paulo mantiveram-se ativos e com perspectiva de expansão nos últimos cinco anos, sendo possível observar que modelos de negócio que carregam as práticas da Economia Compartilhada, ou seja, que transformam a lógica da propriedade privada para o acesso compartilhado (Piran *et al.*, 2018), possuem uma aceitação cada vez mais consistente no mercado.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em um ambiente globalizado, onde predominam as incertezas e coexistem diferentes modelos de negócio em disputa, a Economia Compartilhada tem sido considerada uma alternativa possível e consistente.

Ao realizar este estudo, pretendeu-se contribuir para o mapeamento do segmento de Economia Compartilhada no mercado brasileiro de 2015 a 2020, por meio da caracterização de sistemas de compartilhamento de bicicletas e/ou patinetes.

Os objetivos deste estudo foram respondidos, e, no que tange aos dados obtidos, foi possível identificar e caracterizar sistemas de compartilhamento de bicicletas no mercado brasileiro com um total de 21 sistemas, sendo a maior concentração nas Regiões Sudeste, Sul e Nordeste. Essas regiões apresentaram um maior número de cidades contempladas por tais sistemas.

As capitais de 14 estados brasileiros – as quais são as mais populosas do país – e o Distrito Federal foram contemplados pelos sistemas de compartilhamento de bicicletas, sendo o Rio de Janeiro a capital pioneira com o projeto Bike Rio.

Entre os sistemas encontrados e considerados, houve um predomínio de projetos e sistemas voltados ao aluguel exclusivamente de bicicletas (elétricas ou não).

O modo de divulgação desses serviços se dá por meio de *websites*, e nem todos foram encontrados disponíveis durante a realização deste estudo. Expandir a divulgação desses serviços é essencial para consolidá-los no mercado brasileiro, uma vez que o mercado da mobilidade é fundamental para mudar a forma como as pessoas se locomovem nas grandes cidades.

Por fim, este estudo demonstrou a relevância da prática da Economia Compartilhada adotada pelos modelos de negócio, uma vez que as informações obtidas permitiram dados para subsidiar outros estudos. Sugere-se, para pesquisas futuras, a ampliação dos estudos para outros segmentos que também se insiram dentro do universo da Economia Compartilhada, além do compartilhamento de bicicletas, para expandir o conhecimento e a literatura acerca dessa prática no Brasil.

6. REFERÊNCIAS

ALVES FILHO, A. G. *et al.* **Gestão da produção e operações**: abordagem integrada. São Paulo: Atlas, 2019.

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-based consumption: the case of car sharing. **Journal of Consumer Research**, v. 39, n. 4, p. 881-898, 2012.

BELK, R. You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, 2014.

BOESLER, M. The rise of the renting and sharing economy could have catastrophic ripple effects. **Business Insider**, 2013. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/rise-of-the-renting-and-sharing-economy-2013-8?op=1>. Acesso em: 17 nov. 2021.

BOTSMANN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu**. Como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2010.

COMPANHIA DE ENGENHARIA DE TRÁFEGO (CET). **Mapa de infraestrutura ciclovitária**. São Paulo: CET, 2021. Disponível em: <http://www.cetsp.com.br/consultas/bicicleta/mapa-de-infraestrutura-ciclovitaria.aspx>. Acesso em: 17 nov. 2021.

CORRÊA, H. L.; GIANESI, I. G. N. **Administração estratégica de serviços**: operações para a experiência e satisfação do cliente. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2019.

ERVING, E. E. The sharing economy: exploring the intersection of collaborative consumption and capitalism. 2014. **Scripps Senior Theses**. Disponível em: http://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/409. Acesso em: 17 nov. 2021.

FAMELI, R. 10 empresas de economia compartilhada que são exemplos no Brasil. **Abertura Simples**, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://aberturasimples.com.br/10-empresas-de-economia-compartilhada/>. Acesso em: 17 nov. 2021.

FERREIRA, A. B. de H. **Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FURTADO, E. J. C. **Consumo colaborativo no mundo digital: um estudo sobre design e percepção em sites de colaboração**. 2016. 199 f. Mestrado – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

GANSKY, L. **Mesh: porque o futuro dos negócios é compartilhar**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011.

GREMLER, D. D.; BITNER, M. J.; ZEITHAML, V. A. **Marketing de serviços – a empresa com foco no cliente**. 6ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2014.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **População residente estimada (pessoas)**. Brasília, DF, 2021.

MATZLER, K.; VEIDER, V.; KATHAN, W. Adapting to the sharing economy. **MIT Sloan Management Review**, 2015. Disponível em: <https://sloanreview.mit.edu/article/adapting-to-the-sharing-economy>. Acesso em: 17 nov. 2021.

MIGUEL, P. A. C. *et al.* **Metodologia de pesquisa em engenharia de produção e gestão de operações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

PIRAN, F. A. S. *et al.* A economia compartilhada e a percepção de seus efeitos por parte dos estudantes de uma instituição de ensino superior. **Consumer Behavior Review**, v. 2, Special Edition, p. 69-80, 2018.

PORTER, M. E. **On competition**. Boston: Harvard Business Review, 2008.

RIFKIN, J. **A era do acesso**. São Paulo: Makron Books, 2001.

RIFKIN, J. **Sociedade com custo marginal zero**. São Paulo: Makron Books, 2015.

SARKAR, A.; KOOHIKAMALI, M.; PICK, J. B. Spatial and socioeconomic analysis of host participation in the sharing economy: Airbnb in New York City. **Information Technology & People**, v. 33, n. 3, p. 983-1009, 2019.

SCHOR, J. Debating the sharing economy. **Great Transition Initiative**, 2014. Disponível em: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>. Acesso em: 17 nov. 2021.

TABCUM, S. The sharing economy is still growing, and businesses should take note. **Forbes**, 2019. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/forbeslacouncil/2019/03/04/the-sharing-economy-is-still-growing-and-businesses-should-take-note/#65e356534c33>. Acesso em: 17 nov. 2021.

VEZZOLI, C. *et al.* **Sistema produto+serviço sustentável: fundamentos**. Curitiba: Insight, 2018.

WANG, X.; LIN, X.; ABDULLAT, A. Sharing economy: a review of the literature and a framework for future research. **VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems**, v. 51, n. 3, p. 418-437, 2020.

WOO, C. R. *et al.*, 2014, Republic of Korea. **The Business Model for the Sharing Economy between SMEs**.

Contatos: magufurlan@gmail.com e veridiana.pereira@mackenzie.br