**UTILIZAÇÃO DE SERVIÇOS DE MOBILIDADE SOB DEMANDA: UMA ANÁLISE DO CONTEXTO BRASILEIRO**

**Maira Sabrina Munchen**

Estudante do MBA em Gestão Empresarial e Empreendedorismo – Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS)

Graduada em Ciências Econômicas, e Especialista em Cooperativismo – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS)

[sabrinamunchen@hotmail.com](mailto:sabrinamunchen@hotmail.com)

**Bruno César Brito Miyamoto**

Professor do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (IFRS)

Doutor em Desenvolvimento Econômico pelo Instituto de Economia da Unicamp

[miyamototup@gmail.com](mailto:miyamototup@gmail.com)

**Resumo**

A Economia Compartilhada vem se expandindo no Brasil, e os serviços de mobilidade sob demanda (*ridesourcing*) são um exemplo do modelo. Uma das possíveis soluções dos problemas de mobilidade urbana no Brasil pode estar na utilização de serviços de mobilidade compartilhada (como por exemplo, a utilização de *uber*). Este trabalho foi elaborado com o objetivo de analisar os principais determinantes individuais da utilização de serviços de *ridesourcing* e de outros meios de transporte substitutos que se encontram disponíveis nos grandes centros urbanos do Brasil – táxi, veículo próprio e ônibus. O estudo foi elaborado com base na Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017-2018, tendo uma base de 127.856 elementos. Os dados foram tratados e analisados utilizando a Regressão Logística Binária . Os resultados mostram que há diferenças nas características sociodemográficas com relação ao tipo de mobilidade utilizado. O resultados dos modelos sugerem que o perfil usuário com maior razão de chance de utilizar os serviços de mobilidade sob demanda como *uber* é com idade inferior a 25 anos, com faixa salarial entre 1,5 e 2,5 salários mínimos, que trabalham de 30 a 40 horas semanais e tem um tempo de deslocamento de 30 minutos a 01 hora, nas regiões metropolitanas.

**Palavras-chave:** Economia Compartilhada, *Ridesourcing*, *Uber*, Mobilidade.

**Abstract**

Shareing Economy has been expanding in Brazil, and on-demand mobility services (ridesourcing) are an example of the model. One of the possible solutions to urban mobility problems in Brazil may be the use of shared mobility services (such as the use of uber). This work was developed with the objective of analyzing the main individual determinants of the use of ridesourcing services and other substitute means of transport that are available in the great urban centers of Brazil - taxi, own vehicle and buses. The study was based on the 2017-2018 Household Budget Survey (POF), with a base of 127,856 elements. The data were treated and analyzed using the Logistic Regression and Odds Ratio (odds ratio). The results show that there are differences in sociodemographic characteristics in relation to the type of mobility used. The models results suggest that the user profile with the highest chance of using mobility services on demand as uber is under the age of 25, with a salary range between 1.5 and 2.5 minimum wages, who work from 30 to 40 weekly hours and has a commuting time of 30 minutes to 01 hours, in the metropolitan regions.

**Keywords:** Sharing Economy, *Ridesourcing*, *Uber*, Mobility.

**JEL**: C35;D16;R41

**1. INTRODUÇÃO**

Por muito tempo, os valores que orientavam a vida da maioria das pessoas eram relacionados ao verbo ter/possuir, ao desejo de uma casa ampla e um carro do ano. No entanto, atualmente, em um mundo “VUCA – Volátil, Incerto, Complexo e Ambíguo”, possuir algo já não tem mais tanta importância (BENNETT E LEMOINE, 2014).

O essencial para muitos passou a ser o usufruir e acessar, ou seja, em experiências e não em posse. Esse assunto parece soar futurista, mas, é só pensar no cotidiano da maior parte dos indivíduos, que se percebe que isso já é realidade. *Spotify, Uber, Airbnb, Cabify, Netflix* são exemplos de empresas que operam segundo um novo modelo econômico baseado no consumo colaborativo e em atividades de compartilhamento, troca e aluguel de bens chamado Economia Compartilhada. Os produtos viraram serviços, os quais os consumidores tem acesso ao seu uso por meio de aluguel ou empréstimos, apoiado pelas plataformas digitais (GANSKY, 2011). A ideia de que “você é o que você possui” passou a ser “você é o que você compartilha” (BOTSMAN E ROGERS, 2011).

A Economia Compartilhada visa a otimização do uso de bens já produzidos, aproveitando seu tempo ocioso para que mais pessoas possam desfrutar destes, sem ter que comprar um novo produto. Nesse contexto, as plataformas digitais, principalmente as que operam por meio de *smartphones* ou outros dispositivos móveis, servem como intermediadoras, auxiliando as pessoas a economizar tempo e dinheiro.

Visando benefícios econômicos, sociais e ambientais, a essência da Economia Compartilhada está nas transações do tipo *peer to peer* (P2P), e no aproveitamento de recursos ociosos enfatizando o uso, e não a posse. Dentre os serviços baseados em plataformas digitais que emergiram ao longo dos últimos anos, os aplicativos que colocam passageiros em contato com motoristas, também conhecidos por serviços de *ridesourcing*, tiveram um rápido crescimento e um efeito disruptivo no setor de transportes.

O surgimento dos serviços de transporte sob demanda baseados em aplicativos vem provocando um grande debate sobre seu papel no transporte urbano. Assim, esta pesquisa foi conduzida com o objetivo de analisar os principais determinantes individuais da utilização de serviços de *ridesourcing* e de outros meios de transporte substitutos que se encontram disponíveis nos grandes centros urbanos do Brasil – táxi, veículo próprio e ônibus. Para cumprir o objetivo foram utilizados microdados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2017-2018), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

O artigo encontra-se estruturado em quatro partes, além desta introdução. Na seção 2 há um referencial bibliográfico sobre Economia Compartilhada. Na seção 3 são descritos os procedimentos metodológicos utilizados no trabalho. Na seção 4 são apresentados os principais resultados e discussões a respeito da problemática analisada. Na seção 5 são expostas as considerações finais, seguidas do referencial bibliográfico utilizado no trabalho.

**2. ECONOMIA COMPARTILHADA – Uma Economia com muitos nomes**

A Economia Compartilhada, também denominada *Sharing Economy[[1]](#footnote-1)* (BELK, 2007), Economia *Mesh* (GANSKY, 2010), Consumo Colaborativo (BOTSMAN E ROGERS, 2011), *Connected Consumption* (DUBOIS et al. 2014) representa uma nova forma de pensar sobre negócios, trocas, valores e comunidade. Este modelo de negócio é construído em torno do compartilhamento de recursos humanos e físicos, o qual inclui a criação, produção, distribuição, comércio e consumo compartilhado de bens e serviços por pessoas e organizações (GANSKY, 2010). As definições são variadas, porém, o que todas têm em comum é o incentivo ao acesso de bens e serviços em detrimento de sua propriedade.

Segundo Belk (2007), o ato de compartilhamento é um fenômeno tão velho quanto à humanidade, enquanto a Economia Compartilhada nasceu com o advento da Internet. Para o autor, é possível compartilhar bens tangíveis como, por exemplo, uma casa de férias, um banco na praça ou um saco de balas de goma, e, bens intangíveis, como conhecimento, informação, opinião e responsabilidade. No compartilhamento, duas ou mais pessoas podem desfrutar dos benefícios (ou custos) dos bens e serviços sem necessariamente possuí-los. Ao invés de distinguir o que é meu e seu, o compartilhamento define algo como coletivo. (BOTSMAN E ROGERS, 2011).

Sob esta ótica, Dubois et al. 2014, propõem a ideia de que a Economia Compartilhada é constituída por práticas de consumo conectado *peer* to *peer* de bens e serviços subutilizados (com capacidade ociosa). Estas conexões de pessoa para pessoa ocorrem por meio de plataformas digitais de Economia Compartilhada (como por exemplo, *Uber* e *Airbnb*), e, eliminam intermediários e consequentemente reduzem custos.

A Internet cria a possibilidade de que indivíduos, por meio de plataformas digitais, aluguem, vendam ou compartilhem bens e serviços, promovendo o contato direto entre consumidor e fornecedor (BOTSMAN E ROGERS, 2011). As plataformas facilitam o funcionamento da Economia Compartilhada, uma vez que sem elas, o processo de busca, contato e contratação de algum bem ou serviço seria muito mais difícil e custoso (BENKLER 2004; SCHOR et al. 2015).

A possibilidade de compartilhamento de bens de propriedade de alguma companhia ou de outras pessoas já ocorre há muitos anos, como por exemplo, o aluguel de carros, hotéis, roupas de festas e o uso compartilhado de lavanderias (DURGEE; O’CONNOR, 1995). A diferença principal para o cenário atual está na forma de acesso. As plataformas digitais fornecem uma grande quantidade e variedade de bens e serviços disponíveis para uso ou acesso temporário. Por meio das plataformas, os indivíduos, mesmo desconhecidos, se conectam, realizam trocas e compartilham informações (SCHOR, 2014).

Frenken et al. (2015) definem a Economia Compartilhada como aquela em que os consumidores concedem a seus pares acesso temporário a ativos subutilizados, visando ou não o lucro. Para os autores Bardhi e Eckhardt (2012) o conceito é um pouco diferente, e refere-se à Economia Compartilhada como o Consumo Baseado no Acesso, ou seja, aquelas transações que podem ser mediadas pelo mercado, não havendo transferência de propriedade. Nesta relação, o consumidor tem acesso a determinado item por determinado período na contrapartida do pagamento de uma taxa.

Os princípios essenciais para o funcionamento da Economia Compartilhada são: massa crítica, ou seja, a quantidade de usuários necessária e suficiente para sustentar uma prática econômica; capacidade ociosa, todavia, assim como em condições de excesso, também pode ocorrer em condições de insuficiência; crença no bem comum, o que significa que o compartilhamento é uma opção de consumo; e, confiança entre desconhecidos (BELK, 2007; PORTER, 2009).

Nas plataformas digitais a confiança é representada por indicadores que medem a reputação dos usuários. As informações sobre a reputação dos fornecedores em plataformas digitais de compartilhamento como *Uber* e *Airbnb*, por exemplo, se dão através de comentários e avaliações feitas por usuários, o que reduz o risco de se transacionar com desconhecidos e gera confiança na própria plataforma. Conforme Rifkin (2014) concluiu em seu estudo, os consumidores passam a depositar tanta confiança em comentários gerados por outros consumidores, quanto em recomendações de amigos ou familiares.

Segundo Botsman e Rogers (2011), a Economia Compartilhada existe em três formas ou sistemas: sistemas de serviços de produtos, mercados de redistribuição e estilos de vida colaborativos. Os *sistemas de serviços de produtos* são definidos como uma forma de consumo onde se paga pela utilização de um bem, sem a necessidade de adquiri-lo. A ênfase, nesse caso, é sobre a venda do uso em vez da venda do produto, onde o cliente não assume os custos tradicionalmente associados à propriedade (MONT, 2002). Botsman e Rogers (2011) destacam o compartilhamento de carros, ferramentas domésticas e filmes[[2]](#footnote-2) como exemplos desta forma de partilha, definida por Durgee e O’Connor (1995) como aluguel.

A Economia Compartilhada pode ser vista como uma força disruptiva, que pode ao mesmo tempo reduzir o uso de recursos do meio ambiente, incentivar o crescimento econômico e aumentar a coesão social e a qualidade de vida. (BOTSMAN E ROGERS, 2011; HENTEN E WINDEKILDE, 2016). Martin (2016) identifica a Economia Compartilhada como uma forma mais sustentável de consumo, uma oportunidade econômica e como um caminho para uma economia descentralizada, equitativa e sustentável.

*2.1 Mobilidade Compartilhada*

Os serviços de mobilidade sob demanda estão transformando a área de transportes. Esse fenômeno possui diferentes nomes, como por exemplo, mobilidade compartilhada, *Mobility as a Service* ou transporte como serviço (SHAHEEN; COHEN; MARTIN, 2017), entre outros. Dentre as diversas opções de economia compartilhada, essas definições de mobilidade são as mais conhecidas e com maior nível de aceitação e utilização entre os brasileiros (SPCBRASIL, 2017).

A mobilidade como serviço parte do princípio de que os indivíduos comprem, de acordo com suas preferências e capacidade financeira, uma opção dentre algumas disponíveis, que incluem transporte coletivo (metrô, trem e ônibus) e individual (táxi, carro e bicicleta) (STEFANSDOTTER et al., 2015). E, dentro destas opções, surgem novos serviços de mobilidade sob demanda, como por exemplo, *carsharing* (compartilhamento de veículos), *ridesharing* (compartilhamento de viagens), *pop up transit* (transporte coletivo sob demanda) e, principalmente, os serviços de *ridesourcing* (viagens individuais sob demanda) (STEFANSDOTTER et al., 2015; SHAHEEN; COHEN; MARTIN, 2017).

Os serviços de *ridesourcing* vem se expandindo em todo o mundo, como *Uber* e *Lyft* nos EUA, *Didi Express* na China e *Ola* na Índia. Esses serviços surgiram em 2012 com as companhias *Uber* (fundada em 2009) e *Lyft* (fundada em 2012), em São Francisco, na Califórnia. No Brasil, chegaram juntamente à Copa do Mundo de 2014.

Os serviços de *ridesourcing* podem ser caracterizados como um serviço de mobilidade em que uma empresa mantém e fornece acesso a frota de veículos sob demanda. Em geral, os membros pagam uma única taxa de inscrição/associação/de uso de acordo com o horário contratado e quilometragem percorrida. Estas taxas incluem todas as despesas acessórias (combustível, manutenção, seguro). O compartilhamento fornece os benefícios do indivíduo motorizado e a mobilidade sem os custos e responsabilidades de possuir um veículo particular. O compartilhamento tem potencial para preencher lacunas entre o transporte coletivo e individual, e é principalmente oferecido em áreas urbanas densamente povoadas e um bem estabelecido sistema de transporte público e um baixo nível de dependência de propriedade de carro (Cohen et al, 2008).

Estudos recentes indicam que o impacto dos serviços de mobilidade compartilhada em outros meios de transporte pode variar conforme o tipo de serviços disponíveis, o contexto local e as características dos usuários (TAYLOR et al., 2015;CIRCELLA et al., 2018). Resultados encontrados por Nelson e Sadowsky (2017) sugerem que os serviços de mobilidade sob demanda estariam diminuindo a demanda por transporte coletivo, mas que o maior impacto aparece nos serviços prestados por táxis. Já outros estudos apontam que os serviços são concorrentes, mas também complementares (FEIGON E MURPHY, 2016; CLEWLOW E MISHRA, 2017).

**3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

*3.1 Origem e tratamento dos dados*

Foram utilizados dados secundários da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) conduzida no período 2017-2018 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). A POF 2017-2018 é a sexta realizada pelo IBGE. A pesquisa tem por objetivo principal mensurar a estrutura de consumo, de gastos, de rendimentos e parte da variação patrimonial das famílias. Assim, é possível traçar um perfil das condições de vida da população brasileira a partir da análise de seus orçamentos domésticos (IBGE, 2019).

A abrangência da POF 2017-2018 foi de 75 mil domicílios em 1.900 municípios, com 127.856 questionários e entrevistas aplicadas. A novidade desta edição da POF, principal motivação para este estudo, foi a inclusão de gastos com serviços como *Uber*, *Netflix* e *Spotify*, que refletem novos hábitos de consumo da população, como transporte por aplicativo, serviços de *streaming*, internet e TV por assinatura. Nesta edição da POF, os gastos com transporte superaram pela primeira vez os gastos com alimentação e bebidas, motivo pelo qual os desembolsos com transporte serão o principal componente do IPCA a partir de 2020.

O tratamento dos microdados da POF 2017-2018 foi realizado no software R (R CORE TEAM, 2019). Nessa etapa, dados individuais de consumo dos respondentes foram filtrados e analisados com o intuito de isolar apenas a parcela dos gastos referente a transporte. Em seguida, variáveis foram codificadas, categorizadas ou mesmo criadas para representar fatores que determinam a utilização de transporte por meio do aplicativo *Uber* e de seus principais substitutos: taxi, ônibus e veículo próprio. A utilização de transporte por meio de veículo próprio foi representada indiretamente pelo consumo individual de gasolina comum (*proxy*). Ao final, a amostra utilizada no trabalho contou 127.856 elementos. Algumas das variáveis utilizadas no trabalho foram recategorizadas em binárias (Quadro 1).

Quadro 1 - Variáveis utilizadas no trabalho

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variável** | **Descrição** | **Valor/Desdobramento** |
| **Idade** | Idade do indivíduo | Foram criadas três variáveis binárias para categorizar a idade dos indivíduos: abaixo de 25 anos, entre 25 e 50 anos e acima de 50 anos |
| **Sexo** | Sexo do indivíduo | Recebeu 1 para homem e 0 para mulher |
| **Cor** | Cor do indivíduo | Recebeu 1 para branco e 0 para não branco |
| **R\_Metrop** | Região Metropolitana | Foram criadas seis variáveis binárias para representar as seis maiores regiões metropolitanas do país: São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Distrito Federal, Porto Alegre, Fortaleza |
| ***Uber*** | Utilização de *Uber* | Recebeu 1, se o indivíduo utilizou *Uber* no período de referência da pesquisa e 0 em caso contrário |
| **Táxi** | Utilização de Táxi | Recebeu 1, se o indivíduo utilizou Táxi no período de referência da pesquisa e 0 em caso contrário |
| **Ônibus** | Utilização de Ônibus Urbano | Recebeu 1, se o indivíduo utilizou Ônibus Urbano no período de referência da pesquisa e 0 em caso contrário |
| **V\_Próprio** | Utilização de Veículo próprio | Recebeu 1, se o indivíduo apresentou gastos com gasolina comum no período de referência da pesquisa e 0 em caso contrário |
| **F\_Salarial** | Faixa salarial do indivíduo | Foram criadas quatro variáveis binárias para representar rendimentos: inferiores a 1 salário mínimo, entre 1 e 1,5 salário mínimo, entre 1,5 e 2,5 salários mínimos e acima de 2,5 salários mínimos |
| **H\_Trabalhadas** | Total de horas trabalhadas durante a semana | Foram criadas quatro variáveis binárias para representar o total de horas trabalhadas: inferiores a 30 horas semanais, entre 30 e 40 horas semanais, entre 40 e 48 horas semanais e acima de 48 horas semanais |
| **N. Empregos** | Número de Empregos | Foram criadas quatro variáveis binárias para representar número de empregos: 1 emprego, 2 empregos, 3 empregos 4 ou mais empregos |
| **T. Deslocamento** | Tempo de Deslocamento até o trabalho | Foram criadas quatro variáveis binárias para representar o tempo de deslocamento até o trabalho: no máximo 5 minutos, de 06 a 30 minutos, entre 30 minutos a 01 hora e mais que 01 hora |

Fonte: elaborado pelos autores.

*3.2 Definição do modelo empírico*

Após o tratamento dos dados foram ajustadas regressões logísticas binárias para analisar os principais determinantes individuais da utilização de serviços de *uber* e de outros meios de transporte substitutos: táxi, veículo próprio e ônibus urbano. Com a utilização da regressão logística é possível descrever a relação entre uma variável dependente dicotômica e outras variáveis independentes. Mais especificamente, busca-se aferir a probabilidade de ocorrer um evento em função de outras variáveis que podem afetar a sua ocorrência (FÁVERO et al., 2009).

Os parâmetros do modelo de regressão logística são estimados por meio do método da máxima verossimilhança e permitem estabelecer a importância de cada variável para a ocorrência do evento de interesse, bem como calcular a probabilidade de ocorrência desse evento. O modelo *logit*, como também é conhecido, é o mais tradicional ajuste de regressão quando se tem uma variável binária ou categórica como dependente, e segundo a função de regressão logística busca-se maximizar a probabilidade de que o evento de interesse ocorra: Pi = P(Xi = 1). Sendo X a variável binária, i indivíduo e P a probabilidade de sucesso. O modelo é apresentado da seguinte forma:

Para obter a chance de ocorrência do evento de interesse, divide-se a probabilidade de o evento ocorrer (P), pela probabilidade de que o evento não ocorra (1-P).

As variáveis do Quadro 1 foram utilizadas para ajustar quatro modelos de regressão logística binária que apresentaram a forma funcional da Equação 3:

(3)

Onde representa as variáveis dependentes (*Uber*, Taxi, Onibus e V.Proprio), descritas no Quadro 1, α é o intercepto da equação; β1Idade2i e β2Idade3i (categoria de referência: abaixo de 25 anos); β3Sexoi, é o coeficiente associado a uma variável que recebe 1 se for homem e 0 se for mulher; β10 Cori é o coeficiente associado a uma variável que recebe 1 se for branco e 0 se for não branco; β17$rmSaoPauloi, β18$rmRiodeJaneiroi, β19$rmBeloHorizontei, β20$rmDistritoFederali, β21$rmPortoAlegrei, β22$rmFortalezai representam o coeficiente associado a região metropolitana do país (categoria de referência: Restante do país); β4F\_Salarial2i, β5F\_Salarial3i, β6F\_Salarial4i (categoria de referência: menos de 1 salário mínimo); β7H\_Trabalhadas2i, β8H\_Trabalhadas3i, β9H\_Trabalhadas4i (categoria de referência: menos de 30 horas semanais); β11N.Empregos2i, β12N.Empregos3i, β13N.Empregos4i (categoria de referência: 1 emprego); β14T\_Deslocamento2i, β15T\_Deslocamento3i, β16T\_Deslocamento4i (categoria de referência: no máximo 5 minutos); ei é o erro idiossincrático.

**4. RESULTADOS E DISCUSSÕES**

*4.1 Caracterização da Amostra*

A maioria dos 127.856 indivíduos que compôs a amostra era do sexo masculino (52,19%) (Quadro 2). A maior parte da amostra foi composta por indivíduos com idade entre 25 e 50 anos (45,44%). Com relação a cor, 38,25% eram Brancos e 61,75% foram considerados não brancos. A maior proporção de resposta foi obtida na região metropolitana do Rio de Janeiro (3,45% da amostra), seguida de São Paulo (2,63% da amostra).

Quadro 2 - Proporção de respostas na amostra

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variável** | **Categoria** | **%** |
| **Idade** | Abaixo de 25 anos | 22,77% |
| Entre 25 e 50 anos | 45,44% |
| Acima de 50 anos | 31,79% |
| **Sexo** | Masculino | 47,81% |
| Feminino | 52,19% |
| **Cor** | Branco | 38,25% |
| Não Branco | 61,75% |
| **R\_Metrop** | São Paulo | 2,63% |
| Rio de Janeiro | 3,45% |
| Belo Horizonte | 1,80% |
| Distrito Federal | 2,06% |
| Porto Alegre | 1,43% |
| Fortaleza | 2,06% |
| Restante do país | 86,57% |
| ***Uber*** | Sim | 0,97% |
| Não | 99,03% |
| **Taxi** | Sim | 1,21% |
| Não | 98,79% |
| **Onibus** | Sim | 11,71% |
| Não | 88,29% |
| **V\_Proprio** | Sim | 19,10% |
| Não | 80,90% |
| **F\_Salarial** | ≤ 1 Salário mínimo | 19,54% |
| Entre 1 e 1,5 salário mínimo | 14,84% |
| Entre 1,5 e 2,5 salários mínimos | 12,01% |
| Acima de 2,5 salários mínimos | 12,96% |
| Não declarado | 40,64% |
| **H\_Trabalhadas** | ≤ 30 horas semanais | 15,94% |
| Entre 30 e 40 horas semanais | 16,97% |
| Entre 40 e 48 horas semanais | 15,44% |
| Acima de 48 horas semanais | 14,56% |
| Não declarado | 37,08% |
| **N. Empregos** | 1 emprego | 52,79% |
| 2 empregos | 8,93% |
| 3 empregos | 1,01% |
| 4 ou mais empregos | 0,19% |
| Não declarado | 37,08% |
| **T.Desloc** | até 5 minutos | 19,58% |
| De 6 a 30 minutos | 28,63% |
| de 30 minutos a 1 hora | 9,04% |
| Mais do que 1 hora | 4,98% |
| Não declarado | 37,77% |

Fonte: elaborado pelos autores com base em dados da POF (2018).

Com relação a utilização de *uber*, categoria nova na pesquisa, apenas 0,97% utilizaram, o que representam aproximadamente 1.240 indivíduos. Esta proporção não aumenta muito para a utilização de táxi (1,21%), que representam 1.547 indivíduos. Já o transporte coletivo e veículo próprio são mais representativos na amostra, sendo que 19,10% utilizou veículo próprio e 11,71% utilizou ônibus.

A faixa salarial da amostra ficou dividida em 19,54% dos indivíduos com renda inferior ou igual a 1 salário mínimo e 26,85% com faixa salarial entre 1 e 2,5 salários mínimos. As horas trabalhadas apresentaram que 32,91% da amostra trabalha no máximo até 40 horas semanais enquanto15,44% trabalham de 40 a 48 horas. A maior parte da amostra (52,79%) tem 1 emprego e leva de 6 a 30 minutos (28,63% da amostra) para se deslocar até o trabalho.

*4.2 Determinantes da utilização de uber, táxi, ônibus e veículo próprio no Brasil*

Com base nos resultados das regressões logísticas**,** é possível conduzir algumas análises a respeito da razão de chances de um usuário utilizar *uber* e os outros serviços de transporte (Quadro 3). Percebe-se que usuários com idade entre 25 e 50 anos possuem uma razão de chance de utilizar *uber* 33% (1-0,6700) menor do que indivíduos com idade inferior a 25 anos. Essa diferença aumenta no caso de indivíduos com idade superior a 50 anos, sendo que nesse caso, a razão de chance de utilizar *uber* é 52% menor do que a categoria de referência.

Quadro 3 - Razão de Chance dos modelos de regressão logística binária

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variáveis do Modelo** | ***Uber*** | **Táxi** | **Ônibus** | **V\_Proprio** |
| Intercepto | 0,008\*\*\* | 0,0101\*\*\* | 0,1497\*\*\* | 0,0359\*\*\* |
| **Idade** |  |  |  |  |
| *Abaixo de 25 anos (C.R.[[3]](#footnote-3))* |  |  |  |  |
| Entre 25 e 50 anos | 0,6700\*\*\* | 1,3736\*\*\* | 0,6733\*\*\* | 2,1751\*\*\* |
| Acima de 50 anos | 0,4835\*\*\* | 2,3438\*\*\* | 0,5382\*\*\* | 1,6820\*\*\* |
| **Sexo** | 0,4924\*\*\* | 0,4282\*\*\* | 0,4751\*\*\* | 3,2023\*\*\* |
| **Cor** |  |  |  |  |
| *Não Brancos (C.R.)* |  |  |  |  |
| Branco | 1,1968\*\* | 0,9138. | 0,8444\*\*\* | 1,1663\*\*\* |
| **R\_Metrop** |  |  |  |  |
| *Restante do país (C.R.)* |  |  |  |  |
| São Paulo | 2,5783\*\*\* | 1,6539\*\*\* | 1,9588\*\*\* | 0,7097\*\*\* |
| Rio de Janeiro | 3,2237\*\*\* | 3,2838\*\*\* | 4,2823\*\*\* | 0,4225\*\*\* |
| Belo Horizonte | 4,3737\*\*\* | 1,0472 | 2,5259\*\*\* | 0,8714\* |
| Distrito Federal | 2,2831\*\*\* | 0,3195\*\*\* | 2,5447\*\*\* | 1,3756\*\*\* |
| Porto Alegre | 6,6504\*\*\* | 2,1114\*\*\* | 2,8006\*\*\* | 0,7397\*\*\* |
| Fortaleza | 2,2875\*\*\* | 0,9812 | 2,4551\*\*\* | 0,9598 |
| **F\_Salarial** |  |  |  |  |
| *≤ 1 Salário Mínimo (C.R.)* |  |  |  |  |
| Entre 1 e 1,5 salário mínimo | 1,5266\*\*\* | 1,0703 | 1,3598\*\*\* | 1,5428\*\*\* |
| Entre 1,5 e 2,5 salários mínimos | 2,2997\*\*\* | 1,0382 | 1,0806\* | 2,1279\*\*\* |
| Acima de 2,5 salários mínimos | 3,9665\*\*\* | 1,9131\*\*\* | 0,6279\*\*\* | 3,0943\*\*\* |
| **H\_Trabalhadas** |  |  |  |  |
| *≤ 30 horas semanais (C.R.)* |  |  |  |  |
| Entre 30 e 40 horas semanais | 0,7604\*\* | 0,7825\*\* | 0,8874\*\*\* | 1,3573\*\*\* |
| Entre 40 e 48 horas semanais | 0,6977\*\*\* | 0,7446\*\* | 0,9808 | 1,3564\*\*\* |
| Acima de 48 horas semanais | 0,6352\*\*\* | 0,7995\* | 0,8970\*\* | 1,2968\*\*\* |
| **N. Empregos** |  |  |  |  |
| *1 emprego (C.R.)* |  |  |  |  |
| 2 empregos | 1,6009\*\*\* | 1,2501\* | 1,2162\*\*\* | 1,1107\*\*\* |
| 3 empregos | 2,0063\*\*\* | 1,5044. | 1,4511\*\*\* | 1,0778 |
| 4 ou mais empregos | 2,0453. | 2,6410\* | 1,1871 | 1,1810 |
| **T\_Deslocamento** |  |  |  |  |
| *No máximo 5 minutos (C.R.)* |  |  |  |  |
| De 6 a 30 minutos | 1,2285\*\* | 0,8800. | 1,4156\*\*\* | 1,2696\*\*\* |
| De 30 minutos a 1 hora | 1,6972\*\*\* | 0,9998 | 4,2095\*\*\* | 0,9256\*\* |
| Mais que 1 hora | 1,4572\*\* | 0,6460\*\* | 5,2687\*\*\* | 0,6775\*\*\* |

Fonte: elaborada pelos autores. Significância \*5%; \*\*1%; \*\*\*0,01%.

Padrão similar ao da utilização de *uber* foi observado para a utilização de ônibus urbano, indicando que indivíduos com idade inferior a 25 anos têm maiores chances de utilizar esses meios de transporte do que indivíduos que pertencem a faixas etárias superiores. Uma pesquisa realizada na área urbana de Pequim, na China mostrou que usuários mais velhos preferem o táxi, e que o atributo principal não é o valor pago, mas sim a conveniência, entendida como a facilidade de acessar esse modo de transporte (ZHANG et al., 2016).

Uma pesquisa conduzida pela Global Web Index Uber (2017) caracterizou os dados demográficos do *Uber* nos EUA, e mostrou que o uso deste serviço é mais concentrado entre as faixas etárias jovens (entre 16 e 24 anos). Ainda, situação semelhante à do Brasil e EUA, é encontrada em Londres, onde aproximadamente 28% dos usuários de *uber* tem entre 18 e 24 anos (THE TELEGRAPH, 2017).

Com relação ao uso do táxi e do carro próprio observou-se outro padrão de comportamento. Pessoas com idade entre 25 e 50 anos apresentam uma razão de chance de utilizar táxi e veículo próprio, respectivamente, 1,37 e 2,17 vezes maior do que indivíduos com idade inferior a 25 anos. Entre os indivíduos com idade superior a 50 anos a razão de chance de utilizar táxi aumenta para 2,34 vezes enquanto que no caso do veículo próprio esse valor cai para 1,68, uma vez que pessoas com idade mais elevada tendem a dirigir menos.

Com relação ao sexo, indivíduos do sexo masculino tem coincidentemente 51% (1–0,49) menos chance de utilizarem os serviços de *uber*, táxi ou ônibus urbano do que as mulheres. No entanto, com relação ao veículo próprio, a razão de chance de um homem utilizar é 220% (3,20-1) maior do que mulheres, o que pode indicar uma dificuldade de acesso a veículos por parte das mulheres. Com base em dados do Denatran (2018), existem no Brasil 45 milhões de motoristas, sendo que 30 milhões são do sexo masculino.

No que tange a variável cor, indivíduos da cor branca tem razão de chance 19% (1,1968-1) maior de utilizar *uber* do que indivíduos que declararam ser não brancos, 9% (1-0,9138) menor de utilizar táxi e 17% (1,1663-1) maior de utilizar veículo próprio do que a categoria de referência.

Com relação a variável região metropolitana, indivíduos da Região de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Distrito Federal, Porto Alegre e Fortaleza tendem a utilizar mais *uber* do que aqueles de outras regiões do país. Um indivíduo do Rio de Janeiro por exemplo, possui razão de chance 222% (3,2237-1) maior de utilizar *uber* do que alguém da categoria de referência. Em Porto Alegre, a diferença é ainda maior, sendo que a razão de chance passa a ser 565% (6,6504-1) maior do que a categoria de referência.

Já em relação a utilização de veículo próprio, observa-se que a razão de chance de um indivíduo do Rio de Janeiro utilizar é 58% (1-0,4225) menor do que no restante do país (categoria de referência), o que pode ser reflexo de muito congestionamento, aglomerações, e as pessoas optarem por outro meio de se locomover, como por exemplo, *uber* e táxi. A utilização de veículo próprio é apenas maior que a categoria de referência no Distrito Federal.

Outra variável analisada é a faixa salarial. É evidente que conforme aumenta o salário reduz o uso de transporte coletivo. Quando se compara à faixa salarial acima de 2,5 salários mínimos, a razão de chance de utilizar ônibus urbano é de 37% (1-0,6279) menor do que a categoria de referência.

Já o uso de *uber* e veículo próprio aumenta consideravelmente em faixas mais elevadas de renda. Ao considerar a utilização de *uber*, um usuário com faixa salarial acima de 2,5 salários mínimos tem razão de chance de 297% (3,9665-1) maior do que a categoria de referência. Diversos estudos apontam que a economia compartilhada é usada principalmente por pessoas empregadas e com maior renda (SMITH, 2016; EUROBAROMETER, 2016; CANSOY E SCHOR, 2016).

Os serviços de *ridesourcing* são utilizados em maior parte pela população mais rica, porém atinge a diversas faixas de renda (RAYLE et al. 2016). Um estudo realizado em Nova York mostrou que usuários de classe alta utilizam mais o *ridesourcing*, e, usuários de classe média utilizam apenas em viagens ocasionais (SILVER; FISCHER-BAUM, 2015). Nos Estados Unidos, 41% dos americanos com renda familiar anual de US$100.000,00 ou mais usaram quatro vezes ou mais dos serviços de mobilidade compartilhada, três vezes a proporção entre famílias que ganham menos de US$30.000,00 anualmente (SMITH, 2016).

Com relação as horas trabalhadas, o indivíduo que trabalha entre 40 e 48 horas tem razão de chance de 30% (1-0,6977) e 26% (1-0,7446) menor de utilizar *uber* ou táxi, respectivamente, com relação a um indivíduo que trabalha menos de 30 horas semanais. Com relação ao uso de veículo próprio, o indivíduo que trabalha 40 a 48 horas semanais tem razão de chance 36% (1,3564-1) maior do que a categoria de referência.

Analisando-se a variável número de empregos, percebe-se que todas as razões de chance de todos os transportes se elevam, mas, a razão de chance de utilização de *uber* e táxi se eleva mais que de ônibus. Um indivíduo com 2 empregos tem razão de chance 60% (1,6009-1) e 25% (1,2501) maior de utilizar *uber* e táxi respectivamente, do que um indivíduo com 1 emprego. Essa razão de chance é de 11% (1.1107-1) para ônibus. A mobilidade de um indivíduo com mais de um emprego pode acabar sendo dificultada pelos horários dos ônibus urbano, e este pode ser o motivo por buscar outras alternativas. Rayle et al. (2016) constatou em seu estudo sobre a utilização de serviços de *ridesourcing*, táxi e transporte coletivo em São Francisco, que um importante fator promotor do uso de *uber* por exemplo é o curto tempo de espera. Além disso, o tempo de espera do *uber* não muda durante o dia, enquanto, táxi e ônibus em horários noturnos ou fins de semana acabam deixando a desejar. Outro fator importante é que nos serviços de *ridesourcing*, as plataformas digitais fornecem informações a respeito do tempo de espera e localização do veículo.

O resultado do trabalho mostra que aumento do tempo de deslocamento até o trabalho leva a uma redução na utilização de veículo próprio. Um indivíduo que leva de 6 a 30 minutos para se deslocar até o trabalho, tem razão de chance 27% (1,2696-1) maior de utilizar veículo próprio do que um indivíduo que leva no máximo 5 minutos. Já quando o tempo de deslocamento aumenta para 30 minutos a 1 hora, a razão de chance é 7% (1-0,9256) menor do que a observada para aqueles que se deslocam apenas 5 minutos para chegar até o local de trabalho.

Ao analisar o serviço de transporte do ônibus urbano percebe-se que conforme o tempo de deslocamento até o trabalho aumenta, aumenta também sua utilização. Enquanto um indivíduo que leva de 6 a 30 minutos tem razão de chance 42% (1,4156-1) maior do que a categoria de referência, quando o tempo aumenta para mais que 1 hora esta razão aumenta em 427% (5,2687-1). A utilização de *uber* também apresenta crescimento conforme o tempo de deslocamento aumenta. Uma vez que um indivíduo que leva de 6 a 30 minutos para se deslocar tem razão de chance 23% (1,2285-1) maior do que a categoria de referência, quando aumenta para mais que 1 hora, esta razão fica 46% (1,4572-1) maior.

**5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A mobilidade compartilhada vem se tornando uma solução inovadora para lidar com problemas como a ineficiência de transporte nas cidades grandes, pois engloba diversas modalidades de serviços, como por exemplo, o compartilhamento de veículos em formato de aluguel por tempo determinado (*ridesourcing*) ou até por carona compartilhada. Os serviços de *ridesourcing* possibilitam que os usuários se desloquem, mas sem a necessidade de possuir um veículo pessoal, e além disso, nas grandes cidades vem funcionando como uma possível alternativa ao transporte público e reestruturação de gastos, já que é uma opção para reduzir os custos com passagens de ônibus, estacionamento, entre outros.

O estudo buscou aprofundar sobre um tema relevante, mas ainda pouco discutido no Brasil: a economia compartilhada e os principais determinantes individuais da utilização de serviços de *ridesourcing* e de outros meios de transporte substitutos que se encontram disponíveis nos grandes centros urbanos do Brasil (táxi, ônibus urbano e veículo próprio). Por ser a primeira vez que os serviços de mobilidade sob demanda, contratado por aplicativo, foram inseridos na POF, não é possível fazer uma avaliação temporal da evolução do serviço no país.

Como resultados, a pesquisa apontou que a razão de chances de um usuário utilizar Uber é maior quando este for com faixa etária menor de 25 anos. Já com relação ao sexo, o que também corrobora com outras pesquisas, mostra que a razão de chance maior é de mulheres utilizarem o serviço de *ridesourcing*, enquanto os homens tendem a utilizar mais veículo próprio como forma de se deslocar ao trabalho.

Outro item que se mostrou relevante foi com relação as seis principais regiões metropolitanas do país, onde em todas, a utilização de Uber é considerada maior do que no restante do país, o que é resultado da concentração populacional nestas regiões e por serem consideradas os maiores centros de negócios do país. No que se refere a renda, quando maior ela for, maior a razão de chance da utilização de Uber e veículo próprio, e menor é a razão de chance de utilização de ônibus. Outro resultado revelado pelo estudo foi de que as pessoas que tem mais empregos ou dependem de um tempo maior para se deslocar ao trabalho, tem razão de chance maior de utilizar Uber do que transporte coletivo, o que pode estar correlacionado ao tempo de espera e dificuldade de acesso ao transporte coletivo em horários atípicos e em áreas menos centralizadas.

Estudos futuros poderão contribuir ainda mais sobre o assunto, que hoje é pouco encontrado na literatura. As diferentes definições de economia compartilhada abrem campo para novos estudos, assim como as diferentes formas ou sistemas como se apresenta. Além disso, outros setores da economia compartilhada podem ser investigados.

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AMERICAN PUBLIC TRANSPORTATION ASSOCIATION (APTA). Shared mobility and the transformation of public transit. Chicago: Shared-Use Mobility Center (SUMC), Mar. 2016. Disponível em:https://www.apta.com/wp-content/uploads/Resources/resources/reportsandpublications/

Documents/APTA-Shared-Mobility.pdf. Acesso em: 15 nov. 2019.

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-based consumption: the case of car sharing. Journal of Consumer Research, Gainesville, v. 39, n. 4, p. 818-898, 2012. Disponível em: https://academic.oup.com/jcr/article/39/4/881/1798309. Acesso em: 15 nov. 2019.

BELK, R. W. Why not share rather than own? The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, [S. l.], v. 611, n. 1, p. 126-140, May 2007. Disponível em: https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002716206298483. Acesso em: 15 nov. 2019.

BENKLER, Y. Sharing Nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production. The Yale Law Journal, New Haven, v. 114, n. 2, p. 273-358, Nov. 2004. Disponível em: https://www.yalelawjournal.org/essay/sharing-nicely-on-shareable-goods-and-theemergence-of-sharing-as-a-modality-of-economic-production. Acesso em: 12 out. 2019.

BENNETT, N.; LEMOINE, J. What VUCA really means for you. Harvard Business Review, [S. l.], Jan./Feb. 2014. Disponível em: https://hbr.org/2014/01/what-vuca-really-means-for-you. Acesso em: 05 dez. 2019.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BRASIL. Ministério da Infraestrutura. Quantidade de habilitados – DENATRAN. Brasília, DF:

Ministério da Infraestrutura, 13 set. 2019. Disponível em:

https://infraestrutura.gov.br/component/content/article/115-portal-denatran/9080. Acesso em: 03 nov. 2019.

CANSOY, M.; SCHOR, J. Who gets to share in the “sharing economy”: understanding the patterns of participation and exchange in Airbnb. Boston: Boston College, May 2016. Disponível em: https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas\_sites/sociology/pdf/SharingEconomy.pdf. Acesso em: 08 dez. 2019.

CLEWLOW, R. R.; MISHRA, G. S. Disruptive transportation: the adoption, utilization, and impacts of ride-hailing in the United States. Davis: Institute of Transportation Studies: University of California, 2017. (Research Report – UCD-ITS-RR-17-07). Disponível em: https://itspubs.ucdavis.edu/wpcontent/themes/ucdavis/pubs/download\_pdf.php?id=2752. Acesso em: 10 nov. 2019.

DUBOIS, E.; SCHOR, J.; CARFAGNA, L. Connected consumption: A sharing economy takes hold.

Rotman Management Magazine, Toronto, p. 50-55, Apr. 2014. Disponível em:

https://store.hbr.org/product/connected-consumption-a-sharing-economy-emerges/ROT234. Acesso em: 15 nov. 2019.

DURGEE, J.; O’CONNOR, G. An exploration into renting as consumption behavior. Psychology & Marketing, New York, v. 12, n. 2, p. 89-104, Mar. 1995. Disponível em: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/mar.4220120202. Acesso em: 15 nov. 2019.

RENKEN, K. et al. Smarter regulation for the sharing economy. The Guardian, London, 20 May 2015. Disponível em: https://www.theguardian.com/science/political-science/2015/may/20/smarter-regulationfor-the-sharing-economy. Acesso em: 15 nov. 2019.

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

HENTEN, A. H.; WINDEKILDE, I. M. Transaction costs and the sharing economy. Info: the journal of policy, regulation and strategy for telecommunications, information and media. [Cambridge, England], v. 18, n. 1, p. 1-15, 2016. Disponível em: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/info-092015-0044/full/html. Acesso em: 15 out. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Inflação. Rio de Janeiro:

IBGE, 2019a. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/explica/inflacao.php. Acesso em: 10 dez. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018: primeiros resultados. Rio de Janeiro: IBGE, 2019b. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101670.pdf. Acesso em: 09 dez. 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa de Orçamentos Familiares – POF. Rio de Janeiro: IBGE, 2019c. Disponível em:

https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/24786-pesquisa-de-orcamentos-familiares2.html?=&t=resultados. Acesso em: 09 dez. 2019.

MARTIN, C. J. The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? Ecological Economics, Amsterdam, v.121, p. 149-159, Jan. 2016. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921800915004711. Acesso em: 30 out. 2019.

MONT, O. Clarifying the concept of product-service system. Journal of Cleaner Production, Amsterdam, v. 10, n. 3, p. 237-245, June 2002. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652601000397. Acesso em: 30 out. 2019.

NELSON, E.; SADOWSKY, N. Estimating the impact of ride-hailing app services on public transportation use in major US urban areas. [S. l.]: Bowdoin College: Department of Economics.

Brunswick, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/

317179207\_Estimating\_the\_Impact\_of\_Ride-Hailing\_App\_Services\_on\_Public\_ Transportation\_Use\_in\_Major\_US\_Urban\_Areas. Acesso em: 15 nov. 2019.

PORTER, M. Competição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

R CORE TEAM. [S. l.]: The R Foundation, 2019. Disponível em: https://www.r-project.org/. Acesso em: 15 nov. 2019.

RIFKIN, J. The zero marginal cost society: the internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism. London: Palgrave Macmillan, 2014.

SCHOR, J. Debating the sharing economy. In: GREAT Transition Initiative, [S. l.], Oct. 2014. Disponível em: https://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy. Acesso em: 31 out. 2019.

SCHOR, J. B. et al. Paradoxes of openness and distinction in the sharing economy. Poetics, Amsterdam, v. 54, p. 66-81, Feb. 2016. Disponível em:

https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0304422X15000881?via%3Dihub. Acesso em: 08 dez. 2019.

SHAHEEN, S. A.; COHEN, A. P. Carsharing and personal vehicle services: worldwide market developments and emerging trends. International Journal of Sustainable Transportation, Philadelphia, PA, v. 7, n. 1, p. 1-10, June 2012. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/241730570\_Carsharing\_and\_Personal\_Vehicle\_Services\_Worl dwide\_Market\_Developments\_and\_Emerging\_Trends. Acesso em: 15 nov. 2019.

SHAHEEN, S.; CHAN, N.; GAYNOR, T. Casual carpooling in the San Francisco Bay Area:

Understanding user characteristics, behaviors, and motivations. Transport Policy, Amsterdam, v. 51, p.

165-173, Oct. 2016. Disponível em: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0967070X16300038. Acesso em: 15 nov. 2019.

SHAHEEN, S.; COHEN, A.; MARTIN, E. The U.S. Department of Transportation’s Smart City

Challenge and the Federal Transit Administration’s Mobility on Demand Sandbox: Advancing Multimodal Mobility and Best Practices Workshop. Transportation Research Circular, Number EC219. Washington: Transportation Research Board, Mar. 2017. Disponível em: http://onlinepubs.trb.org/onlinepubs/circulars/ec219.pdf. Acesso em: 20 nov. 2019.

SILVER, N.; FISCHER-BAUM, R. Public Transit Should Be Uber’s New Best Friend. FiveThirtyEight, New York, 28 Aug. 2015. Disponível em: https://fivethirtyeight.com/features/public-transit-should-beubers-new-best-friend/. Acesso em: 11 dez. 2019.

SMITH, A. Shared, collaborative and on demand: the new digital economy. Pew Research Center, Washington, 19 May 2016. Disponível em: http://www.pewinternet.org/2016/05/ 19/the-new-digitaleconomy/. Acesso em: 08 dez. 2019.

SPC BRASIL; CONFEDERAÇÃO NACIONAL DE DIRIGENTES LOJISTAS (CNDL). Consumo colaborativo no Brasil. [S. l.]: SPC Brasil: CNDL, ago. 2017. Disponível em: https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa/wp-content/uploads/2017/08/Analise\_consumo\_consciente.pdf. Acesso em: 12 out. 2019.

STEFANSDOTTER, A. et al. Economic benefits of peer-to-peer transport services. Stockholm:

Copenhagen Economics, Aug. 2015. Disponível em:

https://www.copenhageneconomics.com/dyn/resources/Publication/publicationPDF/0/320/1441009386/ec onomics-benefits-of-peer-to-peer-transport-services.pdf. Acesso em: 05 nov. 2019.

ZHANG, Y. et al. Which one is more attractive to traveler, taxi or tailored taxi? Na empirical study in China. Procedia Engineering, [Amsterdam], v. 137, p. 867-875, 2016. Disponível em:

https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877705816003544. Acesso em: 20 nov. 2019.

1. *Sharing Economy* não requer qualquer compensação monetária, como por exemplo, Wikipedia. [↑](#footnote-ref-1)
2. Compartilhamento de Carros (Cabify, ZipCar); de Ferramentas (Buscalá); de Filmes (Netflix). [↑](#footnote-ref-2)
3. Categoria de Referência [↑](#footnote-ref-3)