



CENTRO UNIVERSITÁRIO CHRISTUS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PEDRO HUGO SOUSA DOS SANTOS

**O PAPEL DO ESTADO NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO SOB A
ÓTICA DO USUÁRIO**

FORTALEZA
2020

PEDRO HUGO SOUSA DOS SANTOS

**O PAPEL DO ESTADO NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO SOB A
ÓTICA DO USUÁRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao curso de Administração do
Centro Universitário Christus, como
requisito parcial para obtenção do título de
bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Elnivan Moreira de
Souza

FORTALEZA

2020

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Centro Universitário Christus - Unichristus
Gerada automaticamente pelo Sistema de Elaboração de Ficha Catalográfica do
Centro Universitário Christus - Unichristus, com dados fornecidos pelo(a) autor(a)

D722p Dos Santos, Pedro Hugo Sousa.
O papel do Estado na economia do compartilhamento sob a
ótica do usuário / Pedro Hugo Sousa Dos Santos. - 2020.
50 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro
Universitário Christus - Unichristus, Curso de Administração,
Fortaleza, 2020.

Orientação: Prof. Dr. Elnivan Moreira de Souza.

1. Economia do compartilhamento. 2. Tecnologia da
informação. 3. Administração e economia. I. Título.

CDD 658

PEDRO HUGO SOUSA DOS SANTOS

**O PAPEL DO ESTADO NA ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO SOB A
ÓTICA DO USUÁRIO**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao curso de Administração do
Centro Universitário Christus, como
requisito parcial para obtenção do título de
bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Elnivan Moreira de
Souza

Aprovado em: ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Profº Dr. Elnivan Moreira de Souza
Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS)

Profº Dr. Lucas Lopes
Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS)

Profº Me. Bruna de Sousa Félix
Centro Universitário Christus (UNICHRISTUS)

À minha família, especialmente a esposa e filha, por seu apoio e paciência incondicional. E a todos aqueles que fazem de seu mister uma inspiração para seguirmos na profissão.

RESUMO

No Brasil, a economia compartilhada iniciou-se através da inserção de aplicativos com foco em prestações de serviços de caronas compartilhadas, como o Uber. Nesse sentido, o objetivo do presente trabalho foi identificar a percepção do consumidor em relação a regulação estatal nos serviços da economia do compartilhamento por meio do método estatístico da análise fatorial. Com o uso dessa técnica foi possível correlacionar os construtos propostos e identificar as percepções dos usuários em relação ao papel do Estado nesse novo modelo de negócios. Na medida em que a pesquisa se justifica pelo novo contexto mercadológico que a economia compartilhada proporciona aos mercados os quais adentra, os resultados obtidos foram no sentido de que os usuários desse serviço compreendem que a regulação torna o serviço mais eficiente, aumenta a competitividade entre os players, torna o serviço mais seguro e confiável. Contudo, a escala revelou que essa regulação deixa o serviço mais caro e menos atrativo para uso. Nesse sentido, compreende-se que a escala validada nesta pesquisa pode servir de suporte para organizações privadas e também para agentes reguladores do aparelho estatal, com vistas a produzirem um melhor entendimento dos benefícios e malefícios que a regulação produz sobre a economia compartilhada.

Palavras-chave: Economia compartilhada. Estado. Regulação. Consumidor.

ABSTRACT

In Brazil, the shared economy started through the insertion of applications focusing on shared ride services, such as Uber. In this sense, the objective of the present work was to identify the consumer's perception in relation to state regulation in the services of sharing economy through the statistical method of factor analysis. Using this technique, it was possible to correlate the proposed constructs and identify the users' perceptions regarding the role of the State in this new business model. As the research is justified by the new market context that the shared economy provides to the markets it enters, the results obtained were in the sense that the users of this service understand that regulation makes the service more efficient, increases the competitiveness among players, makes the service more secure and reliable. However, the scale revealed that this regulation makes the service more expensive and less attractive to use. In this sense, it is understood that the scale validated in this research can serve as a support for private organizations and also for regulatory agents of the state apparatus, with a view to producing a better understanding of the benefits and harms that regulation produces on the shared economy.

Keywords: Shared economy. State. Regulation. Consumer.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Avaliação do alfa de Cronbach	29
Tabela 2 - Rotated Component Matrix ^a	33
Tabela 3 - Construtos e Variáveis Propostos para a Escala	33
Tabela 4 - Comunalidades.....	34
Tabela 5 – Matriz Anti-Imagem.....	35
Tabela 6 – Estatísticas Gerais – Regulação.....	36

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 REFERENCIAL TEÓRICO	12
2.1 O consumo sob a ótica econômica	12
2.2 O consumo sob a ótica sociológica	15
2.3 Economia do compartilhamento	16
2.4 O papel do Estado como agente moderador	21
2.5 Regulação estatal na economia do compartilhamento	23
3 METODOLOGIA	27
3.1 Natureza da pesquisa.....	27
3.2 Universo e amostra	27
3.3 Estratégia de pesquisa	28
3.3.1. Validação da escala através do alfa de Cronbach.....	29
3.3.2 Análise Fatorial Exploratória.....	30
3.4 Tipologia da pesquisa.....	31
4 RESULTADOS.....	32
4.1 Análise das medidas	32
4.2 Recomendações de uso da Escala.....	36
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40
ANEXO I	46

1 INTRODUÇÃO

A economia do compartilhamento é um conceito que se disseminou rapidamente e tem ganhado grande repercussão, gerando, contudo, certa confusão teórica. Nesse sentido, a perspectiva de uma economia, que possui como base o compartilhamento, é bastante questionada (GERHARD; SILVA JÚNIOR E CÂMARA, 2019). Além de fomentar usuários e prestadores de serviços a dinamizarem suas relações através do consumo consciente e do uso intensivo de tecnologia em seus processos, tem-se a promoção de um modelo mercadológico mais preocupado com os impactos ambientais e sociais de suas operações.

Anteriormente, Corazza (2013) havia relatado que a crise de 2008 evidenciou diversos problemas que antes não eram percebidos pelo mercado, sobretudo sob aspectos de precariedade nos serviços ofertados e que exigiriam soluções inovadoras no longo prazo. Contudo, o movimento de hiperconsumo que a população mundial proporciona atualmente ao planeta através de suas relações comerciais é um dos grandes responsáveis pela emergência desse novo modelo de negócio (COHEN; KIETZMANN, 2014). Nesse sentido, pesquisa recente da consultoria Price Waterhouse Coopers - PWC (2016) revela que a economia compartilhada gerará até 2025 mais de US\$ 350 bilhões em novos negócios no mundo todo.

No Brasil, a economia compartilhada iniciou-se através da inserção de aplicativos com foco em prestação de serviços de caronas compartilhadas, como o Uber. Em seguida outros serviços semelhantes adentraram no mercado interno, como o 99 pop e Wazer. Nesse contexto, percebe-se que a economia compartilhada integra diversas plataformas organizacionais através da conexão via internet aos seus clientes, em tempo real. Logo, a entrada desses novos *players* no mercado brasileiro com a proposta de inovar na prestação de serviços de caronas, reflete a integração do Brasil com as novas tendências de negócios do mundo.

A rapidez com a qual a economia compartilhada se disseminou no mundo e, sobretudo no Brasil, deveu-se em grande parte pela evolução da tecnologia e as transformações econômico-sociais que dela incorre. A popularização do acesso à internet e o aumento na compra de smartphones proporcionam novos canais de

comunicação das empresas e seus clientes, e torna a mobilidade crucial para uma experiência de compra mais eficiente.

Entretanto, essa nova dinâmica trazida pela economia do compartilhamento ao mercado interno interfere em alguns aspectos constitucionais consagrados no Estado brasileiro que merecem novas reflexões acerca do papel estatal nessas novas relações comerciais. Nesse sentido, diversos são os campos de aplicação do Direito impactados pela chamada economia do compartilhamento, demandando uma nova leitura sobre as práticas e suas derivações (DE SOUZA, 2016).

O papel moderador que o Estado possui em relação as transações comerciais é intrínseco a qualquer área da economia, uma vez que é necessário arrecadar impostos para gerar receitas com vistas a fomentar os serviços públicos essenciais à toda sociedade.

Contudo, a economia do compartilhamento diz respeito a antigas práticas de dividir, permutar, trocar ou transacionar produtos e serviços entre pares. Assim ocorreu a evolução do escambo para a forma de trocas comerciais que temos hoje, conforme afirma Scruton (2017) saímos de um modelo feudal, de pura vassalagem e exploração, para um modelo de trocas voluntárias no qual a livre iniciativa das pessoas é preponderante em relação a estrutura de regulação própria do Estado.

Diante desse contexto, a presente pesquisa possui a seguinte pergunta-problema: Qual a percepção do consumidor sobre a regulação de serviços na economia do compartilhamento pelo Estado?

Com vistas a responder o questionamento proposto, o trabalho possui como objetivo geral: analisar qual a percepção do consumidor em relação a regulação estatal na economia do compartilhamento. E como objetivos específicos: descrever a economia do compartilhamento no mercado brasileiro e quem são os principais players presentes; relatar como as normas regulamentadoras impactam na percepção do usuário em relação a utilização ou não do serviço oferecido.

A economia do compartilhamento é um novo modelo de negócio que nasceu da expansão do capitalismo em escala global, mas sobretudo da interação de outros fatores econômico-sociais como a criação de novas tecnologias de comunicação em massa e em tempo real, e ao aumento da preocupação dos consumidores em cuidar do planeta, consumindo produtos e serviços de origem sustentável.

Logo, a pesquisa se justifica pela influência que esse novo contexto econômico provoca na vida prática dos usuários, do meio ambiente e do modelo tradicional de regulação estatal. A relevância da pesquisa é perceptível na medida em que a importância de se estabelecer uma compreensão científica e profunda entre o papel moderador que o Estado possui em, através da regulação, evitar disfunções sociais como: a concorrência desleal, informalidade, etc. Ao passo que a economia compartilhada necessita de um ambiente político-econômico estável e dinâmico para atuar de maneira eficiente e entregar o valor que se propõe.

As seções do trabalho estão divididas em ordem lógica-conceitual para facilitar o entendimento dos conceitos apresentados e suas relações com a economia do compartilhamento no mercado brasileiro. No referencial teórico é estabelecido uma relação entre os conceitos relativos ao consumo, economia compartilhada e aos aspectos regulatórios do Estado, sobretudo o brasileiro.

Em seguida é apresentada a metodologia que se deu a feitura da pesquisa, a qual se utilizou o alfa de cronbach para validação dos construtos propostos, assim como também se procedeu a análise fatorial exploratória, validade convergente e discriminante. Posteriormente é feito o levantamento dos dados obtidos através da aplicação de questionário em escala likert, variando de 1 a 7 pontos. Por fim são apresentadas algumas considerações em relação aos resultados obtidos e os elementos pós-textuais, juntamente com a apresentação do questionário na íntegra.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O consumo sob a ótica econômica

Adam Smith (1988) defendia que o início da sociedade comercial se dá exatamente pelas primeiras operações de trocas de insumos entre indivíduos que os possuíam em excesso e necessitavam consumir outros tipos de insumos para garantir sua sobrevivência. O economista, que é considerado o grande nome do ¹liberalismo, identifica relações que a sociedade comercial a qual se formara naquele período histórico tinha sobre aspectos intrínsecos ao capitalismo, conforme relata a seguir:

[...] Uma vez plenamente estabelecida a divisão do trabalho, é muito reduzida a parcela de necessidades humanas que pode ser atendida pela produção individual do próprio trabalhador. A grande maioria de suas necessidades, ele a satisfaz permutando aquela parcela do produto de seu trabalho que ultrapassa o seu próprio consumo, por aquelas parcelas da produção alheia de que tiver necessidade. Assim sendo, todo homem subsiste por meio da troca, tornando-se de certo modo comerciante; e assim é que a própria sociedade se transforma naquilo que adequadamente se denomina sociedade comercial.
(SMITH, 1988, p.17)

Logo, percebe-se que o conceito de consumo relatado por Smith (1988) enfoca a ação de trocar insumos, objetos, produtos e/ou serviços pelos agentes econômicos. Nesse sentido Scruton (2017) relata que a evolução do escambo para um modelo de trocas comerciais mais organizado permitiu que saíssemos de um modelo feudal, de pura vassalagem e exploração, para um modelo de trocas voluntárias no qual a livre iniciativa das pessoas é preponderante em relação a estrutura de regulação própria inerente ao Estado, como pode ser visto na figura 1.

Ainda no mesmo sentido, Scruton (2017) afirma que liberdade individual é sinônimo de liberdade econômica, e esta por sua vez, implica a liberdade de explorar os recursos naturais para fins financeiros.

Entretanto, Marx (1980) contrapõe-se a esse pensamento quando afirma que as relações mercadológicas de trocas se dão pelo que denominou de “fetichismo” do homem pelo produto ou serviço, que progressivamente perde o seu valor objetivo na

¹ Por consenso histórico, o liberalismo (a coisa, não o nome), surgiu na Inglaterra na luta política que culminou na Revolução Gloriosa de 1688 contra Jaime II e se refere a teoria econômica de que o mercado e as relações comerciais devem transacionar-se sem a interferência estatal (MERQUIOR, 2016).

medida em que o homem transforma o produto em mercadoria, e atíça o seu próprio desejo em consumir.

Percebe-se que diferente de Smith (1988), Marx (1980) reflete sobre o ato de consumir como algo inerente as relações sociais das pessoas que vivem em sociedade, sobretudo nas chamadas sociedades de mercado, que começaram a surgir no início da primeira revolução industrial.

A respeito, Mancebo et al. (2002) afirma que quando se nega a existência da relação social do trabalho humano e se passa a tomá-la como uma relação material inerente ao produto, transforma-se o produto em mercadoria.

Na expressão do próprio Marx (1867/1980):

Uma relação social definida, estabelecida entre homens, assume a forma fantasmagórica de uma relação entre coisas. (...) É o que acontece com os produtos da mão humana, no mundo das mercadorias. Chamo a isto de fetichismo, que está sempre grudado aos produtos do trabalho, quando são gerados como mercadorias (MARX, 1980, p. 81).

Diante disso, percebe-se que Marx (1980) interpreta o ato de consumir como uma ação isolada de percepções com o meio e com o trabalho que é dispendido pela mão-de-obra para produzir determinado produto ou serviço. Reação esta que é consequente da abstração causada na mente dos consumidores quando sentem a necessidade de consumir algo. Logo, apenas o Estado, através do seu poder moderador teria condições de controlar o indivíduo enquanto consumidor.

Contudo, Friedman (2014) contrariando o posicionamento de Marx (1980), aprofunda a análise do consumo como apenas um fator, dentre tantos outros, que tem o poder de transformar uma determinada sociedade fechada, limitada, em uma nação aberta a negociar com todo o mundo:

[...] A organização econômica desempenha um papel duplo na promoção de uma sociedade livre. De um lado a liberdade econômica é parte da liberdade entendida em sentido mais amplo e, portanto, um fim em si própria. Em segundo lugar, a liberdade econômica é também um instrumento indispensável para a obtenção da liberdade política.
(FRIEDMAN, 2014, p. 58)

Percebe-se que Friedman traça um delineamento da atuação do Estado para com a atividade comercial e a forma com que o indivíduo, enquanto consumidor, se comporta perante a sociedade. No mesmo sentido, Hayek (2010) afirma que se faz necessário a transformação gradual de um sistema rígido, regulamentador e

centralizador (conforme abordado por Marx) em um modelo flexível, no qual as pessoas possam dirigir a própria vida e serem donas da própria vontade, tendo a oportunidade de conhecer e escolher diferentes formas de existência, para que o comércio se desenvolva e agregue cada vez mais valor aos clientes.

Importante salientar que para as organizações advindas da economia do compartilhamento o consumo está relacionado a outro aspecto fundamental e sensível do mercado: oferta e demanda. Segundo De Lima (2016) a economia clássica desde David Ricardo, com exceção de Thomas Malthus, aceitava o postulado de Jean B. Say de que a oferta cria sua própria demanda. Além disso, os clássicos acreditavam que o total dos salários pagos no processo de produção era gasto na compra do produto.

No mesmo pensamento Marshall (1988) afirma que parte da renda do trabalhador obtida por meio de sua produção na empresa, se destinará a compra de algum produto ou serviço que lhe satisfaça. Usualmente afirma-se que a outra parte será poupada, o que conseqüentemente leva a criação de riqueza (MARSHALL, 1988). Porém, para Keynes (1970, apud DE LIMA, 2016), os clássicos enganavam-se ao pensar que as decisões de se abster de um consumo imediato, estão ligadas à de prover um consumo futuro, quando não existe nenhuma relação simples entre elas.

Nesse sentido, os aspectos que levam o indivíduo a consumir não são os mesmos que o levam a poupar, mas existe a liberdade de escolha, o que aproxima o conceito econômico de consumo a proposição advinda da economia compartilhada, na qual os usuários não compram nenhum bem-durável, apenas compartilham produtos e serviços com outros usuários a baixo custo.

Garantir que a demanda permanece sempre próxima a oferta e proporcione o acesso de mais pessoas a produtos e serviços de qualidade deveria ser papel fundamental do Estado enquanto agente moderador econômico. O próprio Keynes (1970, p.309-310) reconhece que dada as dificuldades de elevar o investimento, tanto por parte do Estado como por parte das organizações privadas com fins lucrativos, não há “outros meios de melhorar o nível de emprego além do de aumentar o consumo”, uma vez que a insuficiência de consumo é um dos grandes causadores de crises econômicas em escala global.

2.2 O consumo sob a ótica sociológica

Grande parte dos estudiosos na área do marketing, sociologia, e antropologia/cultural têm conduzido suas pesquisas abordando os temas consumo e identidade juntos, bem como buscando padrões que possam elucidar questões relativas à busca do indivíduo por satisfação e felicidade em comprar algo (SCHAU, 2000). Segundo Belk (1988) o consumo é uma extensão do “eu” enquanto ser vivo, uma vez que nós consideramos aquilo que possuímos como parte de nós mesmos. Por isso costumamos comprar um produto ou utilizar um serviço que se identifique com nossa personalidade, através do consciente e subconsciente.

Os estudos de Schau (2000, apud GARCIA, CAGNIN, ZANETTE, 2016) estabelecem um ponto entre a identidade e o consumo, sendo este a imaginação. Segundo a autora, os consumidores comunicam quem eles imaginam ser por meio de um processo onde há uma ligação entre a estrutura cultural do indivíduo e valores individuais com seus bens materiais e posses.

No mesmo sentido, Schau e Gilly (2003) aprofundaram seus estudos e buscaram compreender como o fenômeno do consumo ocorre nos meios digitais. Segundo a abordagem, com o advento das novas tecnologias, os consumidores contemporâneos enxergam nas plataformas digitais novas oportunidades para se expressarem e idealizarem uma identidade através de signos representativos de valores, crenças e objetivos.

No mesmo sentido, Canclini (1999) relata que o consumo diz respeito ao conjunto de processos socioculturais nos quais se realizam a apropriação e os usos dos produtos. Percebe-se que o consumo ou ato de consumir envolve diversas variáveis da sociedade de mercado que estabelecem o processo que leva o indivíduo a dispendar recursos para adquirir um produto ou utilizar um serviço.

Porém, o consumo além de estar associado ao modelo mercadológico que determinada nação adota para promover suas trocas, através da ação do Estado, há influência direta nas pessoas, como da expressão de estados de espírito ou de formas de comunicação interpessoal (ZUKIN E MAGUIRE, 2004; CAMPBELL, 1995; FEATHERSTONE, 1991).

Entretanto, Bauman (2008) afirma que o fenômeno que ocorre atualmente e que será a tendência mundial no futuro é o da “comodificação” do capital e do trabalho como principal função do Estado capitalista. O autor aponta que essa tendência é uma espécie de encontro transnacional no qual o capital está no papel de comprador e o trabalho no de mercadoria, sendo o Estado o agente que deve agir para assegurar que esses encontros ocorram no maior número possível.

Contudo, Lipovetsky (1989) caracteriza a época do consumo atual como um momento em que se busca “prazer para si mesmo”. Segundo ele, as necessidades humanas estão no valor de uso – o que Baudrillard (2008) diz ser apenas um suporte –, na utilidade aliada à imagem.

O consumo surge como sistema, que será a ordenação dos signos e a integração do grupo; constitui simultaneamente uma moral (sistema de valores ideológicos) e um sistema de comunicação ou estrutura de permuta. (BAUDRILLARD 2008, p.91).

Seguindo Featherstone (1995) e complementando Baudrillard (2008), a sociedade de consumo torna-se essencialmente cultural, na medida em que a vida social fica desregulada e as relações sociais tornam-se mais variáveis e menos estruturadas por normas estáveis. Logo, o surgimento do fenômeno da economia compartilhada nos mercados globais materializa essas novas percepções dos consumidores para com os bens duráveis, serviços e outras commodities que podem ser trocadas.

2.3 Economia do compartilhamento

O termo "consumo colaborativo" foi primeiramente mencionado em 2008 e denota o consumo colaborativo feito pelas atividades de compartilhamento, troca e locação de recursos sem possuir os bens (LESSIG, 2008). Não necessariamente o conceito está se referindo a economia compartilhada, mas apenas ao ato de consumir algo que posteriormente será compartilhado com outros consumidores.

Entretanto, Schor (2014) descreve economia compartilhada como um fenômeno iniciado na década de 1990 nos EUA que busca uma nova postura da sociedade de mercado em face da ideia de compartilhamento, a oportunidade de outras pessoas utilizarem novamente algo sem ter que necessariamente comprar.

Para Botsman e Rogers (2010) a economia do compartilhamento deixou de ser uma perspectiva de nicho, reduzida, para se tornar uma tendência macro, em que muitas organizações vêm crescimento e inovação por ser a tecnologia da informação a commodity principal do processo de modernização dos serviços de excelência, sobretudo para as massas.

Os autores utilizam a expressão consumo colaborativo - circunscrita pela economia do compartilhamento (BELK, 2014, APUD GERHAD, 2019) - para demonstrar como as pessoas podem se engajar em ações de mercado sem necessariamente seguir as regras de conduta esperadas por um agente econômico padrão. Para este trabalho, se convencionou utilizar apenas o termo “economia do compartilhamento”.

Sundararajan (2016) também conceituou a economia do compartilhamento como uma espécie de capitalismo baseado em “multidão”. As redes baseadas em multidão são horizontais, com conexões soltas entre os indivíduos, ao invés de hierarquias verticais centralizadas de entidades empresariais.

Nesse sentido, Mises (2018) afirma que o capitalismo proporciona tanto de forma direta como indireta o acesso das massas aos produtos e serviços que estão disponibilizados a todo momento pelo mercado. É necessário apenas um momento de reflexão para compreender que os frutos de todas as inovações tecnológicas e industriais concorreram para ampliar a satisfação das carências das grandes massas (MISES, 2018).

Entretanto, a economia do compartilhamento não é um fenômeno inteiramente novo. Segundo Ganapati e Reddick (2018) tradicionalmente, a economia compartilhada implicou uma alternativa para as pessoas que não possuíam recursos para efetuar suas trocas e acabavam por utilizar alguns produtos e serviços já consumidos anteriormente por um terceiro.

Nesse contexto, Leff (2001, apud MENEZES, 2014) introduz tanto o comportamento do indivíduo, como sua responsabilidade como agente que pode alcançar o consumo sustentável. Entretanto, a economia do compartilhamento não se reduz apenas a percepção do indivíduo em consumir de forma consciente, compartilhada, ou seja, não apenas em possuir o próprio bem (durável ou não), mas em utilizá-lo de forma mais eficiente, dinâmica e segura.

Existem duas dimensões-chave da economia do compartilhamento no contexto atual. Em primeiro lugar, esse fenômeno depende centralmente de plataformas de Internet para permitir a troca de informações (Ganapati e Reddick 2018). Em segundo lugar, a ênfase do compartilhamento é a criação de valor de troca através da comercialização de ativos, ao invés de possuir ativos. Mais precisamente, os ativos são muitas vezes alugados em vez de compartilhados, como as trocas são geralmente comerciais ao invés de serem livres (RIFKIN, 2000, SUNDARARAJAN 2016).

Tem-se também o fator tecnológico como um dos grandes diferenciais da economia do compartilhamento. De fato, a tecnologia da informação é característica fundamental para que a lógica do consumo colaborativo fosse palpável aos olhos da sociedade, tendo no surgimento e desenvolvimento dos smartphones e tecnologias móveis de comunicação seus principais aliados (Figura 3).

Nesse sentido, Pereira de Souza e Lemos (2016) relatam:

A chamada economia do compartilhamento constitui o que diversos autores caracterizam como uma nova etapa no processo de desenvolvimento econômico, simbolizado pela superação da lógica de consumo em massa e visando ao acúmulo de bens, típica do final do último século, por um momento em que o mercado, já saturado por crises financeiras e pautado por necessidades ligadas à sustentabilidade e ao uso racional dos bens, passa a privilegiar novas formas de acesso a bens e a serviços. Em última instância, a economia do compartilhamento está baseada no uso de tecnologia da informação em prol da otimização do uso de recursos através de sua redistribuição, compartilhamento e aproveitamento de suas capacidades excedentes.

(PEREIRA DE SOUZA E LEMOS, 2016, p.3)

Em consequência, os padrões de consumo passam por um ajustamento à nova realidade social, que pode ocorrer tanto na redução do consumo de boa parte dos materiais, como no redirecionamento das práticas até então desenvolvidas (JACKSON, 2007, apud MENEZES, 2014). Segundo projeções da consultoria Price Waterhouse Coopers – PwC (2017) a economia compartilhada deverá movimentar mundialmente US\$ 335 bilhões em 2025 — 20 vezes mais do que se apurou em 2014, quando o setor movimentou US\$ 15 bilhões. Logo, percebe-se que há uma contribuição desse modelo de negócios na economia global atualmente, acrescentando-se o fato de as perspectivas serem bastante otimistas.

Abramovay (2015) relata que a economia do compartilhamento horizontaliza as relações humanas, descentraliza os instrumentos de produção e troca, abre caminhos para a cooperação direta entre indivíduos (conhecidas como peer to peer ou P2P) e empresas (business to business ou B2B).

Logo, existe uma disrupção entre o modelo tradicional de consumo, simbolizado meramente pela oferta e a demanda, para esse novo modelo de consumo, no qual há o compartilhamento do produto e/ou serviço com outros consumidores e o fácil acesso ao mercado de bens e serviços, que se dá, sobretudo através das plataformas digitais.

Segundo artigo publicado na The National Bureau of Economic Research em setembro de 2016 por pesquisadores norte-americanos, só o Uber gerou mais de US\$ 2,9 bilhões em excedente de consumo nas quatro cidades pesquisadas (Chicago, San Francisco, Nova York e Los Angeles) durante o ano de 2015. Entretanto, Xavier (2016) relata que o Uber só poderia ser considerado um serviço inovador se gerasse mais demanda que o serviço de táxi convencional, além do componente tecnológico.

Outro estudo, publicado pela FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – (2016) relata que só o Airbnb é responsável por R\$ 2,5 bilhões do PIB brasileiro, o que demonstra já ser uma realidade mundial começa a penetrar o mercado nacional de maneira agressiva.

Nesse contexto, se faz necessário salientar a relação que Belk (2010) faz no que tange ao compartilhamento involuntário, como o fato de pessoas andarem no transporte coletivo, que não representa um tipo de serviço advindo da economia do compartilhamento, uma vez que esse compartilhamento é forçado, é necessário socialmente que os usuários utilizem o transporte coletivo, em comparação a usuários que voluntariamente decidem compartilhar uma viagem em um veículo particular acessado remotamente por um aplicativo de celular.

Belk (2014) ainda afirma que a introdução desses novos modelos de serviços no mercado e a disponibilização de suas plataformas com fácil acesso através da tecnologia da informação são combinações que favorecem o desenvolvimento socioeconômico e fomentam a consciência de consumo coletivo em determinada sociedade.

Entretanto, Ganapati e Reddick (2018) relatam que ainda é preciso melhorar algumas falhas operacionais, tanto da rede como nos prestadores de serviço, para que se possa proporcionar maior segurança e transparência na troca de informações junto ao consumidor, sobretudo para continuar a estimular um modelo de consumo consciente, colaborativo e inovador.

Segundo Castro e Figueiredo (2016) em ambientes instáveis e carregados de incerteza, modelos de negócios bem projetados e inovadores podem desempenhar papel crucial, sobretudo no que tange às soluções sustentáveis. Nesse contexto, a economia do compartilhamento, através do Uber, por exemplo, surge como um mecanismo palpável aos novos desafios que as economias globais enfrentam nos dias atuais.

Para efeito de comparação e também para reforçar o que Belk (2010) relatou anteriormente, Gerhard (2019) afirma que o exemplo dos condomínios das grandes cidades também se configura como prática de compartilhamento involuntário, embora de longo prazo. Outro caso que exemplifica a incongruência entre um consumo simultâneo coletivo e um consumo em uma economia do compartilhamento é o das transmissões televisivas. O fato de várias pessoas poderem assistir um mesmo programa ao mesmo tempo não o caracteriza como um consumo diferenciado (GERHARD, 2019).

Nesse sentido, a economia do compartilhamento surge como alternativa aos modelos tradicionais de prestação de serviço, uma vez que além de agregar a tecnologia como solução viável às formas de operação, constitui novo modelo de consumo, uma vez que trabalha na percepção do usuário maneiras de compartilhar ao invés de possuir bens/serviços.

Gerhard (2019) relata que o foco excessivo nos objetos e atores que compõem as práticas da economia do compartilhamento desvirtua o foco do que realmente importa na sua construção: a relação entre pessoas, suas interações com a materialidade dos objetos trocados.

Nesse sentido, o papel do Estado enquanto agente moderador das relações entre o interesse público e o privado deve emergir como força motriz que mantém o equilíbrio do mercado ao mesmo tempo em que resguarda direitos e garantias constitucionais consagradas nas leis e regulamentos, sobretudo pelo caráter dinâmico e cíclico que a economia do compartilhamento possui.

2.4 O papel do Estado como agente moderador

Muito pode ser dito sobre os impactos jurídicos da economia do compartilhamento, sobretudo quando se alia à análise o desenvolvimento tecnológico através de plataformas online e aplicativos. Questionamentos sobre propriedade, contrato, responsabilidade e trabalho surgem de imediato (DE SOUZA, 2016). Porém, entende-se que o Estado deveria estar sempre presente, com o intuito de mitigar as relações de poder entre os atores, como posto em *Leviatã*, escrito por Thomas Hobbes (Bertoni, 2015).

O Estado enquanto agente mediador das relações humanas em sociedade pode assumir diversos papéis sob diversas ópticas. Entretanto, em todas Moraes (2016) é unânime em salientar que o principal papel estatal é o de resguardar os direitos fundamentais do indivíduo ao mesmo tempo em que cria ou deve criar mecanismos de controle para limitar sua própria atuação.

Nesse sentido, Ribeiro (2016) afirma que um dos mecanismos, e talvez o mais importante, é o ²Direito Regulatório, que possui o objetivo primordial de estabelecer diretrizes para o Estado se relacionar com a iniciativa privada (o próprio mercado) de maneira legal, sob a égide jurídica.

Logo, o Estado enquanto mediador e agente fundamental para que as relações mercadológicas ocorram de maneira isonômica e ética, necessita estar em constante evolução e aperfeiçoamento devido as grandes influências que o ambiente dinâmico no mercado atual oferece.

Nesse sentido, Ribeiro (2016) salienta que a economia do compartilhamento, também chamada de consumo colaborativo, economia colaborativa ou economia entre pares, se trata de um fenômeno social recente ainda em seus primórdios de disseminação, mas que tem potencial para mudar a maneira como consumimos e vivemos, logo é importante que o Direito Regulatório em particular esteja sempre sensível a essa realidade dinâmica.

² Segundo Coimbra (2001) Direito Regulatório ou Regulamentação é o ramo do direito que estabelece as diretrizes de como o Estado-Nação deve intervir em áreas estratégicas. O Brasil, na última década, vem se adequando a uma nova forma de modelo de Estado. Ela é baseada em um modelo mediador e regulador. Assim ele se desprende das amarras do monopólio estatal, resquício de modelos interventores, de que são exemplos a época de Getúlio Vargas e mais recentemente do regime militar (COIMBRA, 2001).

Entretanto, a economia do compartilhamento diz respeito a antigas práticas de dividir, permutar, trocar ou transacionar produtos e serviços entre pares. Porém realizados em espaços muito mais amplos e difusos do que no âmbito de comunidades locais fechadas e sem a presença de uma instância superior, seja uma corporação ou o Estado, no controle dos termos dessas transações (RIBEIRO, 2016).

Porém, Farina (1994) alertava que a justificativa econômica para a intervenção governamental nos mercados se apoia nas chamadas ³“falhas de mercados”, que influenciam diretamente na percepção do consumidor em relação ao produto ou serviço e afeta de alguma forma sua confiança junto a empresa.

Nesse sentido tem-se que compreender qual o papel do Estado enquanto agente regulador/moderador dessas novas relações mercadológicas. Ribeiro (2016) afirma que o Estado e o Direito Regulatório devem se adaptar a esses novos modelos de negócios mais flexíveis e dinâmicos, uma vez que uma intervenção de maior potência pode obstruir a operação das empresas que possuem essa proposta de valor.

Entretanto, Pasquale e Vaidhyanathan (2015, apud RIBEIRO, 2016) acusam as gigantes globais da economia do compartilhamento, particularmente o Uber e Airbnb, de usarem da prática de “nulificação corporativa”, simplesmente declarando as leis e a regulação dos mercados que atuam nulas e criando seus próprios regimes jurídicos. Daí a necessidade de o Estado atuar como mediador dessas relações, impedindo que haja qualquer tipo de injustiça, seja entre a empresa-consumidor ou empresa-empresa.

Schor (2014) afirma que ainda existem algumas dúvidas se a economia do compartilhamento objetiva efetivamente promover o consumo de forma mais consciente e coletivo e menos materialista ou se é apenas uma forma criativa que as organizações encontraram de burlar as regulações estatais para se tornarem mais competitivas no mercado.

Para Moraes (2016), o Estado enquanto agente que tem o dever de promover o bem-estar social, e tem a obrigação de participar das transformações que o mundo globalizado atravessa, buscando as melhores maneiras de mediar as distorções que ocasionalmente surgirão.

³ Segundo Farina (1994) falhas de mercado são situações em que o preço de equilíbrio não estaria refletindo adequadamente a avaliação do consumidor ou custos dos recursos econômicos embutidos no produto. Disponível em: <http://www.rep.org.br/PDF/55-6.PDF>. Acesso em: 20 abr. 2019.

Sundararajan (2016) discorre, porém, que a autorregulação dos mercados já seria suficiente, sobretudo por já estarem estas empresas inseridas em mercados quase que totalmente digitais, logo, estas já desenvolveriam seus próprios mecanismos de correção de assimetrias mercadológicas. No entanto, para a maior parte dos autores, existem evidências que a autorregulação não é suficiente para correção das falhas de mercado associadas à economia do compartilhamento, nem o modelo definitivo para a plena concretização de direitos.

2.5 Regulação estatal na economia do compartilhamento

O surgimento da economia compartilhada revela diversos desafios ao legislador, especialmente quando esta se insere em mercados semelhantes ou muito próximos àqueles já consagrados (MENDES; CERÓY, 2015). Nesse sentido, percebe-se que o Estado necessita encontrar parâmetros amparados pela lei para que possa regular um serviço com vistas a torná-lo mais eficiente e competitivo.

Contudo, Möhlmann (2015) afirma que o entendimento predominante do comportamento humano é a de indivíduos auto-interessados. Suas ações são baseadas em raciocínio racional, buscando a maximização da utilidade e economia de custos ou a minimização dos custos de transação. Logo, quando o Estado regula um serviço, o mesmo está onerando o prestador desse serviço através de imposições e/ou limites legais, taxações e/ou impostos, o que consequentemente torna esse serviço mais caro. Diante dessa premissa o estudo levanta a seguinte proposição: a regulação de um serviço pelo governo torna esse serviço mais caro.

Segundo Silva, de Paiva e Diniz (2017) a presença de uma autoridade altera substancialmente a operacionalidade do mercado, pois pode coagir os indivíduos a implementarem comportamentos socialmente desejáveis, oferecendo instrumentos para reduzir as falhas de mercado. Nesse contexto, o serviço se torna mais atrativo para uso, uma vez que o agente regulador está agindo para proporcionar ao usuário o maior bem-estar possível. A partir desse pressuposto propõe-se uma segunda proposição: a regulação de um serviço pelo governo torna esse serviço mais atrativo para uso.

Em sintonia com o exposto, Koopman, Mitchell e Thierer (2015) afirmam que por mais que as razões clássicas ou primordiais do instituto da regulação estatal seja a proteção do consumidor/usuário, não significa afirmar que essas razões devem permanecer intactas nos dias de hoje ou se sobrepujar a outras necessidades que o próprio mercado, através das inovações, proporciona.

Nesse sentido, baseado em Möhlmann (2015) tem-se também a ideia de proteção, mas em relação ao próprio prestador de serviço como uma das perspectivas da regulação estatal na economia compartilhada. Consequentemente esse aspecto também onera o prestador de serviço, tornando o serviço mais caro, o que leva a crer que o governo está agindo somente em vistas a arrecadar mais receita (MENDES E CEROY, 2015). Diante do que Mohlmann (2015) apresenta, propõe-se uma terceira proposição: o governo só quer arrecadar mais dinheiro quando regula um serviço.

Consistente com a sugestão de Posen (2015, p. 426, apud SILVA, DE PAIVA E DINIZ, 2017), ao invés de submeter o Uber e outros modelos de negócios semelhantes a corpos regulatórios ultrapassados, inconsistentes com sua realidade, formuladores de políticas devem desenhar novas regras. O que, neste contexto, leva à dúvida em relação a confiabilidade de um serviço regulado e outro não-regulado.

Farina (1994) complementa afirmando que a intervenção estatal se baseia em alguns argumentos econômicos, dentre os quais se destaca a busca pelo equilíbrio entre o preço oferecido e os custos que efetivamente fizeram parte do processo produtivo para justificar o mesmo. Desta forma, a avaliação do consumidor em relação a pagar ou não pelo produto ou serviço seria mais assertiva e justa. Tendo como base a afirmação de Farina (1994) e Silva, De Paiva e Diniz (2017), propõe-se uma quarta proposição: o serviço regulado pelo governo é em geral, mais confiável do que um não regulado.

Outro aspecto importante da regulação estatal em relação à economia do compartilhamento é o indivíduo com o centralizador das suas decisões de consumo e não um estamento burocrático (FAORO, 2001) que lhe direcione de maneira arbitrária e autoritária o que usar e onde comprar. Porém, Farina (1994) ressalta que deve ser observar além do “eu” enquanto consumidor, e sim fomentar uma visão coletiva, uma vez que uma das razões para a intervenção estatal é o combate ao monopólio, sobretudo de preços, em determinados seguimentos. Logo, o estudo propõe uma quinta proposição: a regulação de um serviço pelo governo visa proteger o usuário desse serviço.

Segundo Silva, de Paiva e Diniz (2017) o enfrentamento, pela literatura jurídica, de questões relativas à economia compartilhada é extremamente recente e, por isso, escasso. Essa escassez de informação causa alguns gargalos nos serviços que estão sendo ofertados pela economia compartilhada, o que por vezes causa dúvidas no usuário em relação a sua utilização ou não. Diante desse problema, propõe-se uma sexta proposição: entre dois serviços similares, um regulado pelo governo e um não regulado, eu (usuário) escolheria o regulado sempre que possível.

Outro aspecto que se faz necessário salientar é o que efetivamente torna a economia do compartilhamento mais atrativa do que a economia tradicional, pois conforme aborda Abramovay (2015) os principais resultados práticos da fusão do modelo de negócio compartilhado com as novas tecnologias da informação (mídias digitais, plataformas virtuais e smartphones) são: a descentralização das atividades impulsionadas pela rede; (ii) a redução dos custos de transação; e (iii) a emergência de uma economia da atração pautada na confiança existente em relações interpessoais.

Contudo, conforme ressalta Mendes e Ceroy (2015) para que as empresas que utilizam dessas políticas organizacionais possam objetivamente atender as necessidades dos consumidores e promover um ambiente de negócios saudável e sustentável, deve-se observar a legislação e se enquadrar junto ao ordenamento jurídico vigente, assemelhando-se ao modelo tradicional. Para verificar o contraste entre Mendes e Ceroy (2015) e Abramovay (2015), propõe-se a sétima proposição: a regulação de um serviço pelo governo torna esse serviço mais eficiente.

Além da eficiência, deve-se levar em consideração outro aspecto fundamental para o ambiente de negócios na ótica da economia do compartilhamento, qual seja, a competitividade. Pereira de Souza e Lemos (2016) afirmam que o acesso gerado aos bens e aos serviços na economia do compartilhamento cria as condições para o desenvolvimento de um fenômeno denominado “consumo colaborativo”, que privilegia justamente o acesso em detrimento da aquisição de propriedade sobre os bens que não serão explorados em todo o seu potencial.

Contudo, o modelo tradicional de produção de bens e serviços revela o contrário. Nesse sentido, Farina (1994) afirma que o mercado não comporta um grande número de firmas operando em escala e escopo eficientes. Contudo, a teórica é contundente em afirmar de que mesmo que haja um monopólio de qualquer segmento por qualquer empresa eficiente, não há nenhuma garantia de que o

consumidor irá se beneficiar dos custos menores. Diante do exposto, surge a oitava proposição: a regulação de serviços pelo governo aumenta a competitividade entre as empresas.

Pereira de Souza e Lemos (2016) afirmam que a noção de compartilhamento, como dito, não é necessariamente nova no que diz respeito ao desenvolvimento tecnológico e o mesmo vale para a sua correlata conformação jurídica. Logo, a abrangência da proteção estatal deve ser estender não apenas ao usuário, mas também deve alcançar o prestador do serviço. Farina (1994) complementa afirmando que muitos economistas analisam e observam as transformações do mercado apenas no campo subjetivo, abstrato, e não se detém em verificar na prática o que está acontecendo, qual o grau e a amplitude das mudanças.

Não se atentam em analisar como arranjos alternativos se comportam na prática, o que os leva a falarem quase sempre em “falhas de mercado” e não em “falhas de governo” (FARINA, 1994).

Pereira de Souza e Lemos (2016) ressaltam:

Diversas empresas, grandes ou pequenas, surgem na esteira do referido movimento. Seja através do aluguel de quartos de uma residência particular para curtas temporadas, do oferecimento para se cuidar de um animal de estimação alheio enquanto o dono viaja, da entrega de encomendas até inovadoras formas de se deslocar pela cidade, a economia do compartilhamento faz com que o possuidor de um bem que pode ser utilizado por terceiro possa alcançar um público interessado em se valer dele sem que a pessoa precise necessariamente adquirir o bem visado.
(PEREIRA DE SOUZA; LEMOS, 2016. p. 5)

Logo, percebe-se que o papel moderador do Estado enquanto vetor da economia necessita ser mais amplo e eficaz. Diante disso, propõe-se a nona proposição: a regulação de um serviço pelo governo visa proteger o prestador desse serviço.

Diante dessas proposições, a pesquisa buscar relacionar as percepções do consumidor/usuário que serão posteriormente obtidas com a regulação estatal nos serviços da economia compartilhada, objetivando compreender sob a ótica do consumidor/usuário os benefícios e malefícios que a intervenção do Estado causa no cotidiano das pessoas.

3 METODOLOGIA

No presente trabalho, o método utilizado é o hipotético-dedutivo a partir da abordagem multivariada de dados, que segundo Fávero et al. (2009) é utilizada para estudar modelos em que todas as variáveis sejam aleatórias e inter-relacionadas, de modo que seus diferentes efeitos não possam ser interpretados de forma separada. A validação psicométrica ou fatorial da escala remete-se, basicamente, à coleta dos dados, à sua limpeza e tratamento, à análise fatorial propriamente dita e à aferição da confiabilidade, ou precisão, dos fatores através do índice alfa de Cronbach (α) (ROZZETT; DEMO, 2010).

3.1 Natureza da pesquisa

O presente trabalho possui como base empírica a pesquisa quantitativa, uma vez que possui como fundamento fornecer uma descrição objetiva sob a ótica dos construtos propostos em relação à economia compartilhada e a regulação desses serviços pelo Estado.

Percebe-se que a pesquisa quantitativa focaliza em uma pequena amostra dos conceitos para que se haja uma compreensão mais assertiva das hipóteses, chegando a uma dedução mais concreta quanto possível dos fatos. Nesse sentido, Marconi e Lakatos (2014) relatam que o papel do método estatístico a ser utilizado é, antes de tudo, o de fornecer uma descrição quantitativa da sociedade, considerada como um todo organizado.

3.2 Universo e amostra

A pesquisa aqui empreendida utiliza como universo os consumidores da economia do compartilhamento que utilizaram serviços de carona por aplicativo, dado que o acesso a estes indivíduos seria mais facilitado do que para outros serviços do setor, como no setor de hospedagens (ex. AirBNB). Assim, enquadrava-se como sujeito de pesquisa o indivíduo que utilizava o serviço de carona por aplicativo de forma recorrente ou esporádica, e que conhece sua forma de funcionamento e seus benefícios.

Para atender aos critérios dos testes para escala proposta, entende-se que o quantitativo ideal para a amostra a ser utilizada neste estudo deva ser de 150 a 400 respondentes. O quantitativo proposto tem por base o estudo de Barbetta (2012), que define o cálculo da amostra mínima para um universo desconhecido. As técnicas utilizadas para análise possuem especificação de margem de erro aceitável de 5% para uma amostra de 400. Contudo, esta pesquisa utilizará uma margem de 10%, sendo o tamanho mínimo a ser buscado para atender aos objetivos da pesquisa calculado de acordo com a seguinte expressão:

$$n = \frac{1}{E^2} = \frac{1}{0,1^2} = \frac{1}{0,0025} = 100 \text{ observações}$$

3.3 Estratégia de pesquisa

As formas como os dados serão coletados e analisados é segundo Yin (2005) o principal objetivo da estratégia de pesquisa, que sustenta todo o direcionamento metodológico como instrumento de transformação de dados em informação. Experimentos, levantamentos, análise de arquivos, pesquisas históricas e estudos de caso são as principais estratégias de coleta e análise na área de Humanas, sobretudo nas Ciências Sociais (YIN, 2005).

No que tange ao presente trabalho, a coleta se efetivará através de um levantamento realizado com usuários/clientes do serviço de carona compartilhada, operacionalizado por um survey que será aplicado tanto online como fisicamente. O survey será aplicada através de uma escala likert variando de 1 a 7 pontos no período de novembro/2019 a fevereiro/2020, no qual os respondentes poderão escolher as afirmativas que melhor se adequem a suas percepções.

Em relação à análise, a mesma se dará através de uma fatorial exploratória (TABACHNICK; FIDELL, 2001) com vistas a verificar a relação dos construtos propostos com as respostas obtidas e medir o grau de confiabilidade através do alfa de Cronbach (ALMEIDA; DOS SANTOS; COSTA, 2010), com vistas a conferir a viabilidade científica dos resultados que serão obtidos.

3.3.1. Validação da escala através do alfa de Cronbach

Segundo Almeida, Dos Santos e Costa (2010) O alfa de Cronbach é uma ferramenta estatística que quantifica, numa escala de 0 a 1, a confiabilidade de um questionário. O valor mínimo aceitável para se considerar um questionário confiável é 0,7. No presente artigo, o alfa de Cronbach foi utilizado para testar a validade do questionário aplicado para verificação dos construtos estabelecidos, em especial aquele que busca mensurar a influência da regulação na percepção do consumidor sobre a economia do compartilhamento.

Segundo Da Hora, Monteiro e Arica (2010), dado que todos os itens de um questionário utilizam a mesma escala de medição, o coeficiente α é calculado a partir da variância dos itens individuais e da variância da soma dos itens de cada avaliador através da seguinte equação:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \times \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^k s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Onde:

k corresponde ao número de itens do questionário;

s_i^2 corresponde a variância de cada item;

s_t^2 corresponde a variância total do questionário, determinada como a soma de todas as variâncias.

Tabela 1 - Avaliação do alfa de Cronbach

Avaliadores	Itens						Total
	1	2	...	i	...	k	
1	X_{11}	X_{12}	...	X_{1i}	...	X_{1k}	X_1
2	X_{21}	X_{22}	...	X_{2i}	...	X_{2k}	X_2
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
p	X_{p1}	X_{p2}	...	X_{pi}	...	X_{pk}	X_p
$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$	$\vdots$
n	X_{n1}	X_{n2}	...	X_{ni}	...	X_{nk}	X_n
	s_1^2	s_2^2	...	s_n^2	...	s_k^2	S_t^2

Fonte: Adaptado de Cronbach (2004, apud DA HORA, MONTEIRO E ARICA, 2010).

O índice α estima quão uniformemente os itens contribuem para a soma não ponderada do instrumento, variando numa escala de 0 a 1 (MAROCO E GARCIA-MARQUES, 2006). Esta propriedade é conhecida por consistência interna da escala, e assim, o α pode ser interpretado como coeficiente médio de todas as estimativas de consistência interna que se obteriam se todas as divisões possíveis da escala fossem feitas (CRONBACH, 1951 apud MAROCO E GARCIA-MARQUES, 2006).

3.3.2 Análise Fatorial Exploratória

Na Análise Fatorial Exploratória, busca-se descrever e sumarizar dados ao agrupar variáveis que são correlacionadas (TABACHNICK E FIDELL, 2001, p. 583 apud ROZZETT E DEMO, 2010). Na definição de Fávero et.al (2009) a análise fatorial, ou análise do fator comum, é uma técnica multivariada de interdependência que busca sintetizar as relações observadas entre um conjunto de variáveis inter-relacionadas, buscando identificar fatores comuns. É uma das técnicas estatísticas mais utilizadas por pesquisadores no ambiente acadêmico, sobretudo por possuir alto grau de assertividade nos resultados observados.

Em relação à fatorabilidade, será analisada a matriz de correlações, que, conforme Pasquali (2001, apud Rozzett e Demo, 2010), é o primeiro passo no sentido de verificar se a matriz é fatorável. O tamanho das correlações será inspecionado e então em seguida observados o determinante da matriz e os resultados do teste de adequação da amostra de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO), que trabalha com as correlações parciais das variáveis (ROZZETT E DEMO, 2010).

Figueiredo Filho e Silva Junior (2010) afirmam que análise fatorial exploratória (AFE) geralmente é utilizada nos estágios mais embrionários da pesquisa, no sentido de literalmente explorar os dados. Nesse sentido, os itens serão verificados de acordo com o posicionamento de Pasquali (2001) no qual afirma que para uma análise fatorial ser efetivada de maneira eficiente e assertiva é necessário que os itens possuam cargas fatoriais adequadas.

Comrey (1973, apud Rozzett e Demo, 2010) classifica os itens com carga maior ou igual a 0,71 como excelentes; maior ou igual a 0,63 como muito bons; maior ou igual a 0,55 como bons; maior ou igual a 0,45 como razoáveis; e maior ou igual a 0,32 como pobres. Também serão utilizadas como referência para avaliação do teste as recomendações de Fávero et al (2009), quais sejam: extração pelo método de componentes principais, rotação varimax, verificação da variância explicada dos fatores por autovalores maiores que um (1), comunalidades e cargas fatoriais maiores de 0,5.

3.4 Tipologia da pesquisa

No presente trabalho adotou-se o modelo exploratório-descritivo. Exploratório porque a pesquisa busca compreender de maneira científica como o fenômeno da regulação estatal influencia os consumidores a utilizarem o serviço de carona compartilhada, bem como até que ponto a percepção do cliente em relação ao serviço é alterada pelas imposições estatais.

Descritivo porque a relação de variáveis que a pesquisa utiliza através dos construtos aplicados no instrumento de pesquisa irão contribuir para a formação das ideias acerca do tema. Nesse sentido, aplicar-se-á questionário semiestruturado com usuários do serviço de carona compartilhada no município de Fortaleza-CE entre os meses de novembro (2019) a abril (2020).

O questionário se dará conforme o modelo de escala Likert, variando de 1 a 7 pontos, no qual os respondentes terão de optar desde – Discordo Plenamente – até – Concordo Plenamente – para se obter maior acurácia das percepções observadas durante a coleta.

4 RESULTADOS

Atendendo as indicações de Pasquali (2001), quando se procedeu a análise de validação psicométrica da escala, mais de 50% dos itens obtiveram valores superiores a 0,30. O KMO foi de 0.925, situando-se em um intervalo muito-bom, possibilitando e indicando a análise fatorial, além de confirmar a adequação da amostra no que tange a correlação entre as variáveis (Hair, et al. 2005). Para esta etapa, o questionário estruturado contou com 164 respostas, tendo esta amostra como perfil, 58,5% do sexo feminino e 40,9% do sexo masculino. Em relação a preferência, 81,1% utilizam o aplicativo “uber” como principal meio de transporte por aplicativo. 12,8% utilizam o “99 pop”. 3,7% utilizam o taxi comum por aplicativo e 2,4% utilizam outro tipo de serviço por aplicativo.

No que tange a escolaridade, 32,3% declarou ter o ensino superior incompleto, 26,2% superior completo, 21,3% pós-graduado e 20,1%, até o ensino médio. Em relação a faixa de renda, 42,1% declarou ter uma faixa de renda entre R\$1.001,00 e R\$3.500,00; 15,9%, até R\$1.000,00; 14,6% entre R\$6.001,00 e R\$8.500,00; 13,4% entre R\$3.501,00 e R\$6.000,00; 5,5% entre R\$10.501,00 e R\$13.000,00; 2,4% entre R\$13.501,00 e R\$15.000,00; 6,1% acima de R\$15.000,00.

4.1 Analise das medidas

Após os dados do questionário estruturado serem submetidos a fatorial exploratória, verificou-se que é improvável a matriz de correlação ser uma identidade, uma vez que o teste BTS resultou em um índice muito alto (1128,199) e um nível de significância 0. Das 10 variáveis expostas, 2 foram retiradas por apresentarem comunalidades menor que 0,5 e serem insuficientes para uma explicação (Fávero, 2009).

Ademais, o referido questionário foi submetido em sua totalidade virtualmente para os respondentes, não tendo sido possível a sua submissão de maneira física. Vale esclarecer que durante a análise, foi pré-determinado o número de fatores em 2, tendo em vista que a quantidade de variáveis é reduzida e para tornar a análise mais eficiente. A tabela 2 apresenta a matriz pattern (de efeitos diretos), que mostra as cargas das variáveis em cada fator.

Tabela 2 - Rotated Component Matrix^a

Rotated Component Matrix^a	
Componentes	
1	
Regul2	0,750
Regul3	0,749
Regul4	0,840
Regul5	0,846
Regul6	0,853
Regul7	0,852
Regul8	0,823
Regul9	0,792
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 3 iterations.	

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Conforme retrata a Tabela 2, o tipo de rotação escolhida foi a ortogonal-Varimax. O modelo de rotação se refere ao método matemático que rotaciona os eixos no espaço geométrico. Isso torna mais fácil determinar quais variáveis são carregadas em quais componentes (SCHAWB,2007). De acordo com Pallant (2007, apud Figueiredo Filho e Silva Junior,2010) o tipo de rotação ortogonal-Varimax é o mais usualmente utilizado no espaço científico (esse método procura minimizar o número de variáveis que apresentam altas cargas em cada fator). Por esse motivo, esse artigo utilizará esse tipo de rotação de fatores.

Tabela 3 – Construtos e Variáveis Propostas para a Escala

	REG2 - A regulação de um serviço pelo governo torna esse serviço mais eficiente	REG3 - A regulação de serviços pelo governo aumenta a competitividade e entre os prestadores desses serviços	REG4 - Entre dois serviços similares, um regulado pelo governo e um não regulado, eu escolheria o serviço regulado sempre que possível	REG5 - Os serviços regulados pelo governo são, em geral, mais seguros que os serviços não regulados	REG6 - A regulação de um serviço pelo governo visa proteger o usuário desse serviço	REG7 - A regulação de um serviço pelo governo visa proteger o prestador desse serviço	REG8 - Os serviços regulados pelo governo são, em geral, mais confiáveis que os serviços não regulados	REG9 - A regulação de um serviço pelo governo torna esse serviço mais atrativo para uso
Mediana	4,0000	5,0000	5,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000	4,0000
Desvio Padrão	1,9792	2,06751	2,07966	2,08426	2,08594	2,10580	2,05382	2,09282
Variância	3,917	4,275	4,325	4,344	4,351	4,434	4,218	4,380
Alpha de Cronbach	626,00	770,00	736,00	692,00	673,00	670,00	676,00	632,00

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Segundo os dados obtidos na tabela 3, todas as variáveis retornam bons indicadores, especificamente REG3 e REG4, as quais se obteve os maiores índices de confiabilidade. O desvio padrão se manteve dentro do esperado, tendo REG2 obtido o menor desvio em relação aos demais. Importante salientar a relação de uma variável a outra para explicar as informações gerenciais extraídas da escala, como por exemplo, REG3 revela a percepção do usuário em relação a utilização da regulação estatal como mecanismo de aumento da competitividade na economia do compartilhamento, bem como REG9 retrata a percepção identificada em relação a regulação estatal tornar o serviço de viagem por aplicativo mais atrativo para uso. Conforme mencionado, o construto de regulação foi rotacionado em 2 fatores, sendo atribuído pela análise fatorial uma carga superior a 0,50 para todos os itens, confirmando seu alto índice de correlação. Essa tendência é observada na maioria dos itens relativos a esse construto e que foi confirmada pela Tabela 4 (comunalidades).

De acordo com Schawb (2007, apud Figueiredo Filho e Silva Junior, 2010), as comunalidades representam a proporção da variância para cada variável incluída na análise que é explicada pelos componentes extraídos. A amostra colhida durante a etapa de coleta foi de 164 respostas, o que atende ao requisito indicado por Barbetta (2012) de um mínimo de 150 amostras para esse modelo de escala, sendo o número ideal de 400 respostas. Contudo, devido à dificuldade em coletar respostas no atual contexto local de restrição de deslocamento nas vias públicas e a inacessibilidade de o questionário ser realizado de maneira física, a presente amostragem atende ao que o artigo se propôs a analisar.

Tabela 4 - Comunalidades

Comunalidades	Initial	Extraction
REG2	1.000	0,609
REG3	1.000	0,577
REG4	1.000	0,747
REG5	1.000	0,763
REG6	1.000	0,815
REG7	1.000	0,759
REG8	1.000	0,771
REG9	1.000	0,734

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

O valor de 0,50 é usualmente utilizado como parâmetro mínimo de análise fatorial em relação a comunalidades. Todos os itens atenderam o parâmetro (FIGUEIREDO FILHO; SILVA JUNIOR, 2010). Nesse sentido, o alfa de Cronbach observado foi de 0,841, o que representa um alto índice de confiabilidade da escala proposta.

A Tabela 5 retrata o resultado obtido na matriz anti-imagem, que segundo Bomfim et al., (2011) tem como intuito a obtenção de sinais acerca da necessidade de eliminação de alguma variável no modelo. A diagonal principal da matriz anti-imagem fornece o índice de Medida de Adequação de Amostra (Measure of Sampling Adequacy – MSA) (FÁVERO et al., 2009).

Tabela 5 – Matriz Anti-Imagem

REG2	,965 ^a	-0,162	-0,094	-0,16	-0,053	-0,03	-0,068	-0,105
REG3	-0,162	,907 ^a	-0,142	-0,165	0,051	-0,295	0,133	-0,015
REG4	-0,094	-0,142	,959 ^a	-0,2	-0,099	-0,109	-0,16	-0,139
REG5	-0,16	-0,165	-0,2	,925 ^a	-0,283	0,163	-0,263	-0,145
REG6	-0,053	0,051	-0,099	-0,283	,910 ^a	-0,489	-0,142	-0,11
REG7	-0,03	-0,295	-0,109	0,163	-0,489	,894 ^a	-0,209	-0,081
REG8	-0,068	0,133	-0,16	-0,263	-0,142	-0,209	,940 ^a	-0,218
REG9	-0,105	-0,015	-0,139	-0,145	-0,11	-0,081	-0,218	,952 ^a

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

Percebe-se que a diagonal da matriz anti-imagem revela que a correlação das amostras em relação a cada variável é adequado ao que Fávero (2009) prescreve, logo tem-se que o construto “Regulação” atende ao que foi proposto no presente trabalho, demonstrando a percepção dos respondentes em relação ao papel do Estado na regulação dos serviços de viagens compartilhadas. Entretanto, conforme Fávero et al. (2009, p. 242), “a baixa correlação de determinada variável com as demais não necessariamente implica sua eliminação, uma vez que esta variável pode representar um fator isoladamente”. Nesse sentido, comparando a matriz anti-imagem com a tabela de comunalidades, percebe-se que todas as variáveis possuem valor maior que 0,5, o que nos revela que são suficientes para explicar a correlação.

Por último, tem-se a Tabela 6, que retrata as estatísticas gerais de cada construto individualmente. Essa tabela revela que os construtos estão adequados ao que prescreve Pasquali (2001) e não possuem qualquer divergência que possa interferir na extração das informações oriundas destes dados.

Tabela 6 – Estatísticas Gerais – Regulação

	Escala Média	Variação	Correlação
Regul2	29.07	143.454	.730
Regul3	28.36	145.601	.613
Regul4	28.70	138.560	.775
Regul5	28.94	134.853	.833
Regul6	28.98	134.959	.864
Regul7	29.08	136.708	.781
Regul8	28.93	137.597	.830
Regul9	29.29	139.515	.741

Fonte: Elaborado pelos autores (2020)

4.2 Recomendações de uso da Escala

Para estudos futuros que venham utilizar a Escala de Percepção da Regulação Estatal na economia do compartilhamento, recomenda-se o uso dos referidos construtos propostos. Embora a validade psicométrica da escala tenha sido atestada, se faz necessário um estudo aprofundado e com uma maior amostragem (fator este que foi um grande limitador desta pesquisa), uma vez que se trata de uma temática que muda constantemente, assim como a percepção das pessoas em relação ao papel regulador do Estado e ao nível de prestação de serviço das empresas.

No que tange ao tipo de escala de verificação, recomenda-se permanecer utilizando a Likert, variando de 1 a 7 pontos, sobretudo se for aplicado em ambiente virtual. Assim, sugere-se para pesquisas futuras a continuidade de métodos dedicados a validação e melhor aperfeiçoamento da escala para avaliar outras validades (convergentes e discriminantes, por exemplo) e outros construtos.

A tabela 6 retrata os aspectos gerais que a escala se propôs a identificar com a pesquisa, sobretudo pelo alto índice de Alfa de Cronbach individual obtido, revelando que a escala possui a confiabilidade necessária para ser aplicada no meio social, uma vez que o desenvolvimento da mesma preenche uma lacuna identificada pela literatura, qual seja, relacionar a percepção do usuário da economia do compartilhamento, no caso do serviço de viagens por aplicativo, no que tange o papel do Estado na regulação dessa temática.

Essa escala possibilitará que estudos posteriores possam ser realizados sob diversos aspectos gerenciais, uma vez que o interesse público e o privado devem ser resguardados e aperfeiçoados, na medida em que o mercado e as novas formas de consumo se transformam no decorrer do tempo. Contudo, se faz necessário que as pesquisas futuras aprofundem os construtos propostos e explorem outros construtos e outras validades, com vistas e possibilitar que a escala possa oferecer um direcionamento gerencial mais assertivo e científico.

Novas pesquisas desenvolvidas com esta escala servirão de base teórica para consolidar as nuances que o Estado enfrenta em meio a um mercado consumidor volátil e sensível as novas tecnologias (MENDES; CEROY, 2015); ao passo que são usuários, conforme observado nos resultados, que não abrem mão da proteção e da segurança estatal em relação a regulação desses serviços, mesmo que seja em um contexto no qual seja necessário pagar mais caro.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após verificada a normalidade dos dados, a respostas para a pergunta-problema deste trabalho: qual a percepção do consumidor sobre a regulação de serviços na economia do compartilhamento pelo Estado? É que os usuários desse serviço compreendem que a regulação torna o serviço mais eficiente, aumenta a competitividade entre os players, torna o serviço mais seguro e confiável. Contudo, a escala revelou que essa regulação deixa o serviço mais caro e menos atrativo para uso.

A motivação para realizar a presente pesquisa reside no fato de que a economia compartilhada cada vez mais faz parte da vida em sociedade. As formas de consumo mudam no decorrer do tempo e novos modelos de negócios surgem de acordo com as demandas do mercado. Entretanto, é fato que os recursos estão ficando cada vez mais escassos e o Estado deve atuar como o vetor que proporciona o equilíbrio entre o interesse público e o privado.

O Brasil historicamente é um país cuja taxa de abertura de mercado é pequena em relação aos países desenvolvidos. Diversos fatores contribuem para esse cenário, conforme foi atestado no referencial teórico, como: ambiente político turbulento; falta de segurança jurídica; baixo nível de confiança; alta carga tributária e muita burocracia.

Logo, é plausível perceber as dificuldades que as empresas prestadoras do serviço de transporte por aplicativo enfrentaram ao entrar no mercado brasileiro e ainda enfrentam, mesmo os principais players (uber e 99) terem se consolidado e alcançado taxas de crescimento consideráveis. No que tange aos resultados da pesquisa, interessante perceber que mesmo os usuários depreendendo que a regulação estatal torna o serviço mais eficiente, também deixa o serviço mais caro. Na prática, é observado que em uma situação normal, o serviço de transporte por aplicativo é mais barato que o serviço de táxi comum, contudo em situações excepcionais (como uma greve do transporte coletivo ou picos de violência urbana) o serviço de transporte por aplicativo aumenta seu ticket-médio consideravelmente em relação ao de táxi comum.

A variável que obteve a maior média individual foi a Regul9, que se refere a percepção do usuário em relação ao Estado almejar apenas aumentar sua arrecadação quando regula um serviço. A segunda variável com maior média individual foi a Regul7, variável esta que mede a percepção do usuário em relação ao serviço regulado pelo Estado ser mais confiável que um serviço não regulado. Logo, percebe-se que o usuário desse serviço entende que mesmo em um contexto de regulação, no qual o prestador do serviço tende a onerá-lo, é mais confiável utilizá-lo do que um serviço não regulado.

Em relação aos aspectos metodológicos, conforme já ressaltado, o tamanho da amostra foi um limitador que não permitiu uma maior profundidade na verificação do construto, embora a escala tenha se mostrado consistente e confiável. Nesse sentido, é recomendável utiliza-se de outras ferramentas estatísticas, como análise de regressão linear e análise fatorial confirmatória. No que tange a estratégia de pesquisa, utilizar-se de meios físicos para realização da coleta pode maximizar o tamanho da amostra e possibilitar novas descobertas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, Ricardo. **A economia híbrida do Século XXI**. 2015. 18 p. Artigo (Departamento de Economia) - FEA/USP, Universidade de São Paulo, [S.l.], 2016. Disponível em: <http://ricardoabramovay.com/wp-content/uploads/2015/02/A-Economia-H%C3%ADbrida_do-S%C3%A9culo-XXI_De-Baixo-para-Cima_Abramovay_12_2014.pdf>. Acesso em: 12 out. 2018.

ABBOTT, Andrew. **Transcendendo a realidade linear geral**. Teoria sociológica. p. 169-186, 1988. Disponível em: www.jstor.org/stable/202114. Acesso em: 10 fev. 2019.

ALMEIDA, Diogo; SANTOS, Marco Aurélio Reis Dos; COSTA, Antonio Fernando Branco. Aplicação do coeficiente alfa de Cronbach nos resultados de um questionário para avaliação de desempenho da saúde pública. **XXX Encontro Nacional de Engenharia de Produção**, v. 15, p. 1-12, 2010. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2010_TN_STO_131_840_16412.pdf. Acesso em: 11 set. 2019.

BALESTRO, M. V.; PELLEGRIN, I.; JUNIOR, J. A. V. A.; CAULLIRAUX, H. M. Redes de inovação: **construção e gestão da cooperação pró-inovação**. Revista de Administração, v. 42, n. 3, p. 313-325, 2007.

BARBETTA, Pedro A. **Estatística aplicada às ciências sociais**. Florianópolis: Editora UFSC, 2012. 318p

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. 2. ed. Sao Paulo: Arte e Comunicação, 2008. 272 p.

BAUMAN , Zygmunt. **Vida para Consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2008.

BETTIS, Richard A. HITT, Michael A. O novo cenário competitivo. **Revista de gestão estratégica** , v. 16, n. S1, p. 7-19, 1995.

BELK, Russell W. **Possessions and self**. John Wiley & Sons, Ltd, 1988.

BELK, R. Sharing. **Journal of Consumer Research** , v. 36, n. 5, p. 715-734, 2010.

BELK, R. Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. **Anthropologist**, v. 18, n. 1, p. 7-23, 2014.

BOMFIM, Paulo Roberto Clemente Marques et al. Utilização de análise multivariada na avaliação do desempenho econômico-financeiro de curto prazo: uma aplicação no setor de distribuição de energia elétrica. **Revista ADM. MADE**, v. 15, n. 1, p. 75-92, 2011.

BOTSMAN R, Rogers R. 2010. **O que é meu é teu - a ascensão do consumo colaborativo**. HarperCollins: NY. Brennan L, Binney W. 2008.

BRESSER PEREIRA, Luiz Carlos; SPINK, Peter. **Reforma do Estado e Administração Pública Gerencial**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CASSIANI, Silvia Helena de Bortoli. **Buscando significado para o trabalho: o aperfeiçoamento profissional sob a perspectiva de enfermeiras**. 1994.

CANCLINI, Néstor García. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. In: **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 1999.

CAMPBELL, Colin. A sociologia do consumo. In: **Reconhecendo o consumo**. Routledge, 2005. p. 103-132.

CASTRO, Francisco Gómez; FIGUEIREDO, Luiz Eduardo. A economia criativa como proposta de valor nos modelos de negócio. **Navus: Revista de Gestão e Tecnologia**, v. 6, n. 3, p. 111-122, 2016.

COIMBRA, Marcio C. O direito regulatório brasileiro, histórico do Direito da Regulação e as agências reguladoras. **Ambito Jurídico**, Rio Grande do Sul, p. 01-10, 6 ago. 2001.

CORAZZA, Rosana Icassatti. Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 12, n. 1, p. 207-231, 2013.

CHIAVENATO, Idalberto. **Comportamento Organizacional**: a dinâmica do sucesso das organizações. 2º ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

DA HORA, Henrique Rego Monteiro; MONTEIRO, Gina Torres Rego; ARICA, José. Confiabilidade em questionários para qualidade: um estudo com o Coeficiente Alfa de Cronbach. **Produto & Produção**, v. 11, n. 2, p. 85-103, 2010.

DE LIMA, Jandir Ferrera; PITAGUARI, Sinival Osorio. As idéias keynesianas e o crescimento do produto nas economias locais. **Interações (Campo Grande)**, v. 6, n. 10, 2016.

FARINA, Elisabeth Maria Mercier Querido. Desregulamentação e o controle do abuso do poder econômico: teoria e prática. **Revista de Economia Política**, São Paulo, 1994.

FÁVERO, L.P; BELFIORE, Patrícia; DA SILVA, F.L; CHAN, Betty Lilian. **Analises de dados: MODELAGEM MULTIVARIADA PARA TOMADA DE DECISÕES**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009. 646 p. ISBN 978-85-352-3046-8.

FAORO, Raymundo. Os donos do poder. **Formação do patronato político brasileiro**, v. 3, 2001.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de Consumo e Pós-Modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FERREIRA, Karolina Matias et al. Economia compartilhada e consumo colaborativo: uma revisão da literatura. In: **Congresso Nacional de Excelência em Gestão: INOVARSE, Rio de Janeiro**. 2016.

FIGUEIREDO FILHO, Dalson Brito; SILVA JÚNIOR, José Alexandre da. Visão além do alcance: uma introdução à análise fatorial. **Opinião pública**, v. 16, n. 1, p. 160-185, 2010.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e Liberdade**. 1. ed. São Paulo: GEN, 2014. 276 p.

FONSECA, João José Saraiva. **Metodologia da Pesquisa Científica**. 2002.
GANAPATI, Sukumar. Mobile Location-Based Service (LBS) Apps for the Public Sector: Prospects and Challenges. In: **Routledge Handbook on Information Technology in Government**. Routledge, 2017. p. 128-143.

GANAPATI, Sukumar. REDDICK, Christopher G. Prospects and challenges of sharing economy for the public sector. **Government Information Quarterly**, v. 35, n. 1, p. 77-87, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.01.001>. Acesso em: 26 mar. 2019.

GARCIA, Sheila Farias Alves; CAGNIN, Bruna Carolina; ZANETTE, Maria Carolina. O descarte sob a ótica da teoria da cultura do consumo: Práticas colaborativas e a formação do eu estendido. In: **CLAV 2016**. 2016.

GERHARD, Felipe; SILVA JÚNIOR, Jeová Torres; CÂMARA, Samuel Façanha. Tipificando a Economia do Compartilhamento e a Economia do Acesso. **Organizações & Sociedade**, v. 26, n. 91, p. 795-814, 2019.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GLOBO, O. **"ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO" DEVERÁ SER RESPONSÁVEL POR 30% DO PIB DE SERVIÇOS**. 2017. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Tecnologia/noticia/2017/10/economia-do-compartilhamento-devera-ser-responsavel-por-30-do-pib-de-servicos.html>>. Acesso em: 20 dez. 2018.

HAYEK, F.A. **O caminho da servidão**. 6. ed. São Paulo: Instituto Ludwig Von Mises Brasil, 2010. 217 p.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança social**. São Paulo: Edições Loyola, 1994.

KEYNES, John Maynard. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. Editora Saraiva, 2017.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 159 p.

LESSIG, Lawrence. **Remix: Fazendo arte e comércio prosperarem na economia híbrida**. Pinguim, 2008.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

LOSURDO, Domenico. **Contra-História do Liberalismo**. São Paulo: Ideias e Letras, 2006.

MAROCO, João; GARCIA-MARQUES, Teresa. Qual é a confiabilidade do alfa de Cronbach? Questões antigas e soluções modernas? **Laboratório de psicologia**, p. 65-90, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2014. 228 p.

MARX, K. (1980). **O Capital (Livro 1, v. 1)**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira (Obra original em alemão publicada em 1867).

MARSHALL, Alfred. **Princípios de economia**. v. II. 3. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988. (Os economistas).

MANCEBO, Deise et al. Consumo e subjetividade: trajetórias teóricas. **Estudos de psicologia**, v. 7, n. 2, p. 325-332, 2002.

DE MENEZES, Uiara Gonçalves. Consumo colaborativo: relação entre confiança e cooperação. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade (ISSN 2318-3233)**, v. 5, n. 2, p. 195-111, 2015.

MENDES, Francisco Schertel; CEROY, Frederico Meinberg. **Economia compartilhada e a política nacional de mobilidade urbana: uma proposta de marco legal**. 2015.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MORAES, Alexandre de. **Direito Constitucional**. São Paulo: Atlas, 2016.

MÖHLMANN, Mareike. Consumo colaborativo: determinantes da satisfação e a probabilidade de usar uma opção de economia compartilhada novamente. **Revista de Comportamento do Consumidor**, v. 14, n. 3, p. 193-207, 2015.

PALEPU, K. G.; HEALY, P. G.; BERNARD, V. L. **Business analysis and valuation: using financial statements**. 3. ed. Ohio: South-Western College Publishing, 2004.

PAIM, Antonio. **História do liberalismo brasileiro**. LVM Editora, 2018.

PASQUALI, L. **Análise fatorial para pesquisadores**. Laboratório de Pesquisa em Avaliação e Medida (LabPAM) – Instituto de Psicologia. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.

PWC. CEO Brasil. **PwC Brasil**, [S. l.], ed. 31, 2016. Disponível em: <https://www.pwc.com.br/pt/publicacoes/revista-ceo/assets/2016/PwC-CEO-BRASIL-31.pdf>. Acesso em: 25 maio 2019.

DE SOUZA, Carlos Affonso Pereira; LEMOS, Ronaldo. Aspectos jurídicos da economia do compartilhamento: função social e tutela da confiança. **Revista de Direito da Cidade**, v. 8, n. 4, p. 1757-1777, 2016.

RIBEIRO, Raquel. O consumo: uma perspectiva sociológica. In: **Congresso de Sociologia**. 2008. Disponível em: http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/2010/Sociologia/o_consumo_uma_perspectiva_sociologica.pdf. Acesso em: 25 mar. 2019.

RIBEIRO, Bruno Santos. **Princípios e desafios para regulação da economia do compartilhamento, com substrato da teoria responsiva e enfoque na atuação do aplicativo Uber**. 2016. Disponível em: <http://bdm.unb.br/handle/10483/14214>. Acesso em: 16 abr. 2019.

RIFKIN, Jeremy. A era do acesso: a nova cultura do hipercapitalismo. **Onde Toda a vida é uma experiência paga, Tarcher, Nova York**, v. 33, p. 40-51, 2000.

ROZZETT, Késia; DEMO, Gisela. Desenvolvimento e validação fatorial da escala de relacionamento com clientes (ERC). **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 50, n. 4, p. 383-395, 2010.

SILVA, Raphael Andrade; DE PAIVA, Matheus Silva; DINIZ, Gustavo Saad. Desafios jurídico-regulatórios e economia compartilhada: elementos para uma reflexão crítica. **Scientia Iuris**, v. 21, n. 2, p. 98-125, 2017.

SMITH, Adam. A divisão do trabalho. In: SMITH, Adam. **A riqueza das nações**. I. ed. São Paulo: Nova Cultural, 1988. p. 17-54. Disponível em: <http://www.cefetsp.br/edu/eso/valerio/riquezanacoes.html>. Acesso em: 11 out. 2018.

SUNDARARAJAN, Arun. **A economia compartilhada: o fim do emprego e a ascensão do capitalismo de multidões**. Mit Press, 2016.

SCHOR, J. Debating the Sharing Economy. A Great Transition Initiative Essay. **Online: Great Transition Initiative**, 2014.

SCRUTON, Roger. **Filosofia Verde: como pensar seriamente o planeta**. É Realizações Editora Livraria e Distribuidora LTDA, 2017.

SCHAWB, A.J. **Eletronic Classroom**. Disponível em: <http://www.utexas.edu/ssw/eclassroom/schwab.html> Acesso em: 13 set. 2019.

SCHAU, H. J. **Consumer imagination, identity and self-expression**. Advances in Consumer Research, v. 27, p. 50-56, 2000.

SCHAU, Hope Jensen, GILLY Mary C. **We are whatwe post? Self-presentation in personal web space**. Journal of consumer research 30.3 (2003): 385-404.

TABACHNICK, B; FIDELL, L. S. **Using multivariate statistics**. 4th ed. San Francisco: Allyn & Bacon, 2001.

TEDDLIE, Charles; TASHAKKORI, Abbas. Principais questões e controvérsias no uso de métodos mistos nas ciências sociais e sociais. **Manual de métodos mistos em pesquisa social e comportamental** , p. 3-50, 2003.

XAVIER, Tiago. **Porque o Uber é tão amado pelos economistas?**: Economia de Serviços. 2016. Disponível em: <<https://economydeservicos.com/2016/09/22/por-que-o-uber-e-tao-amado-pelos-economistas/>>. Acesso em: 14 nov. 2018.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2016.

VON MISES, Ludwig. **Liberalismo segundo a tradição clássica**. LeBooks Editora, 2018.

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3.ed. Porto Alegre: Bookman, 2005

Zukin, Sharon; MAGUIRE, Jennifer Smith. Consumidores e consumo. **Annu. Rev. Sociol.** 30, p. 173-197, 2004.

ANEXO I

QUESTIONÁRIO

Serviços de transporte privado por aplicativo, regulação dos serviços pelo governo e intenção de uso do consumidor

Vivemos em uma era de revolução tecnológica, tempos em que aplicativos são criados para resolver quase todos os nossos problemas. Consequentemente, certos serviços surgem baseados em lacunas que não foram preenchidas por outros competidores ou mesmo por brechas na lei (ausência de regulação por parte do Governo).

Nesse sentido, convidamos você a participar de uma pesquisa avaliando algumas afirmações que irão nos ajudar a entender como esse processo acontece em nossa sociedade e como os serviços de transporte privado por aplicativo podem coexistir com os serviços de transporte já existentes, gerando benefícios para todos os envolvidos.

Você não precisa se identificar! Precisamos apenas de sua contribuição.

***Obrigatório**

1. Qual desses serviços de transporte privado por aplicativo de celular você utiliza com maior frequência quando precisa de uma corrida? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Uber
- ☐ 99
- ☐ Cabify
- ☐ Taxi comum por meio de aplicativo
- ☐ Outro serviço de carona com aplicativo

2. Com que frequência costuma utilizar esse tipo de serviço? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Todos os dias
- ☐ De três a quatro vezes por semana
- ☐ De uma a duas vezes por semana
- ☐ Ao menos uma vez por semana
- ☐ De uma a duas vezes por mês

https://docs.google.com/forms/d/1z4VDdbv6UJLTWfepw59E53_GCf9svUkfy_uKAzW0kY/edit

1/12

26/05/2020

Serviços de transporte privado por aplicativo, regulação dos serviços pelo governo e intenção de uso do consumidor

A partir de agora, pedimos que julgue e avalie as afirmações abaixo, no melhor do seu entendimento, sobre aspectos relacionados a intenção/uso de aplicativos de carona. Pedimos ainda que avalie as afirmações conforme o grau em que concorda ou discorda de cada uma das afirmações abaixo, sendo 1 – discordo totalmente e 7 – concordo totalmente. A descrição dos graus de concordância encontram-se descritos na figura abaixo.

1	2	3	4	5	6	7
Discordo Totalmente	Discordo Muito	Discordo Pouco	Não concordo nem discordo	Concordo Pouco	Concordo Muito	Concordo Totalmente

9. A regulação de um serviço pelo governo torna esse serviço mais caro *

Marcar apenas uma oval.

[illegible]

10. A regulação de um serviço pelo governo torna esse serviço mais eficiente.*

Marcar apenas uma oval.

[illegible]

11. A regulação de serviços pelo governo aumenta a competitividade entre os prestadores desses serviços *

Marcar apenas uma oval.

[illegible]

12. Entre dois serviços similares, um regulado pelo governo e um não regulado, eu escolheria o serviço regulado sempre que possível. *

Marcar apenas uma oval.

[illegible]

13. Os serviços regulados pelo governo são, em geral, mais seguros que os serviços não regulados *

Marcar apenas uma oval.

[illegible]

14. A regulação de um serviço pelo governo visa proteger o usuário desse serviço *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Discordo Totalmente	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Concordo Totalmente

15. A regulação de um serviço pelo governo visa proteger o prestador desse serviço *

Marcar apenas uma oval.

[illegible]

16. Os serviços regulados pelo governo são, em geral, mais confiáveis que os serviços não regulados *

Marcar apenas uma oval.

[illegible]

17. A regulação de um serviço pelo governo torna esse serviço mais atrativo para uso *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Discordo Totalmente	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Concordo Totalmente

18. O governo só quer arrecadar mais dinheiro quando tenta regular um serviço *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Discordo Totalmente	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Concordo Totalmente

19. Considero o design do aplicativo de celular do serviço de transporte privado atraente/interessante *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Discordo Totalmente	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Concordo Totalmente

20. Eu tenho acesso rápido e fácil aos serviços oferecidos pela empresa por meio do aplicativo de celular *

Marcar apenas uma oval.

	1	2	3	4	5	6	7	
Discordo Totalmente	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Concordo Totalmente

Questões sociodemográficas

37. Idade *

38. Contando com você, quantas pessoas moram na sua residência? *

39. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Masculino
☐ Feminino
☐ Não binário

40. Orientação sexual *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Heterossexual
☐ Homossexual
☐ Bissexual

41. Estado Civil *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Solteiro(a)
☐ Casado(a)
☐ União Estável
☐ Divorciado(a)
☐ Viuvo(a)

42. Faixa de renda familiar aproximada (somando todos as rendas da família) *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Até R\$1.000,00
☐ Entre R\$1.001,00 e R\$3.500,00
☐ Entre R\$3.501,00 e R\$6.000,00
☐ Entre R\$6.001,00 e R\$8.500,00
☐ Entre R\$10.501,00 e R\$13.000,00
☐ Entre R\$13.501,00 e R\$15.000,00
☐ Acima de R\$15.000,00

43. Escolaridade *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Até Ensino Médio
☐ Superior Incompleto
☐ Superior Completo
☐ Pós-Graduado