



Ana Carolina dos Santos Silva

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**ECONOMIA COMPARTILHADA: análise da intenção de
consumo em Naviraí/MS**

Orientador: Dr. Wesley Osvaldo Pradella Rodrigues

Naviraí-MS

2023



ECONOMIA COMPARTILHADA: análise da intenção de consumo em Naviraí/MS

Ana Carolina dos Santos Silva

RESUMO

O consumo compartilhado tem como propósito viabilizar o acesso a diversos produtos sem a necessidade de posse. Dentro desse modelo, as transações para usufruir do compartilhamento podem envolver uma troca monetária ou não. Este trabalho tem como objetivo analisar a intenção de consumo compartilhado em Naviraí/MS e região, identificando os principais motivos que levam os consumidores a optarem pelo compartilhamento de bens em vez da posse dos produtos. O estudo se trata de uma pesquisa de natureza mista classificada pela abordagem do levantamento, na qual foi realizada a aplicação virtual de formulários pela ferramenta do *Google Forms* e utilizou as plataformas digitais Instagram e WhatsApp, obtendo um total de 101 participantes entre moradores de Naviraí/MS e região. Com base na pesquisa, apenas 30,7% dos entrevistados afirmaram ter alguma familiaridade sobre o tema. Porém os participantes que possuem familiaridade com o tema de Economia Compartilhada apresentaram uma visão positiva sobre o modelo econômico, associando o tema a uma opção inteligente, além de ser uma novidade positiva, entretanto, apresentaram receio em relação ao risco de serem enganados e/ou roubados. Por fim, destaca-se a relevância deste trabalho ao fato de abordar a temática emergente “Economia compartilhada”, além de se colocar entre os poucos trabalhos de língua portuguesa que relacionam “Economia compartilhada” + “intenção de consumo” + “intenção de compra”.

Palavras-chave: Economia Compartilhada; formas de compartilhamento; intenção de consumo; Mato Grosso do Sul; Brasil.

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho possui como objetivo analisar a intenção de consumo compartilhado em Naviraí/MS e região. A intenção de consumo pode ser definida como a união do interesse de um possível cliente em obter um específico produto com a viabilidade real da aquisição ocorrer (FERREIRA, 2018).

A economia compartilhada é um fenômeno em crescimento, e não há evidências de que seja algo passageiro ou temporário. Esse modelo de consumo chegou para mudar a maneira tradicional de o consumidor e o fornecedor se relacionarem no processo comercial.

O termo economia compartilhada também pode ser definido como economia *mesh*, consumo colaborativo ou consumo conectado e vem se mostrando como uma tendência para novos modelos de negócios e organizações, com foco no compartilhamento de bens e serviços (SILVEIRA et al. 2016). Nesse sentido, a economia compartilhada está na ação de dividir produtos e serviços com outras pessoas, envolvendo troca (ou não) de dinheiro.

Neste sentido, tem-se os trabalhos de Marçal (2020), Capozzi; Haya; Chizzola (2018), Júnior (2020), que se propuseram a identificar os principais motivos que levam os consumidores a optarem pelo compartilhamento de bens em detrimento da posse do produto. Esse modelo se baseia na ideia de compartilhar bens e serviços, em vez de comprá-los ou vendê-los.

A rápida ascensão do consumo compartilhado impulsionada pela evolução tecnológica justificaria esse trabalho, por se destacar como um fenômeno relevante, indicando um horizonte promissor com novos produtos e serviços oferecidos em tempo real, facilitando o acesso ao consumo. Contudo, entende-se o potencial da economia compartilhada em gerar impactos positivos em diversas áreas, entre elas, economia, meio ambiente e social. Em especial, na região de Naviraí/MS, a economia compartilhada pode desempenhar um papel crucial no desenvolvimento econômico e social.

Além desta introdução, o trabalho está estruturado em cinco seções. A segunda seção aborda o referencial teórico, centrando-se na conceitualização da Economia Compartilhada e suas diversas tipologias. A seção 3 detalha a metodologia empregada para atender aos objetivos propostos. A quarta seção apresenta as análises dos resultados obtidos. Por fim, a quinta seção traz as

considerações finais deste estudo.

2. ECONOMIA COMPARTILHADA

A economia compartilhada surgiu a partir da década de 1990 e se popularizou rapidamente no Vale do Silício nos Estados Unidos, e desde então, vem avançando de forma rápida, impulsionada, principalmente, pelos avanços na utilização das tecnologias que propiciaram a redução dos custos de transações *on-line peer-to-peer* (pessoa para pessoa) (MUNARO, BERTOLDO, 2020). O avanço das tecnologias de informação, principalmente da internet, promoveu o surgimento de um novo modelo de consumo baseado no acesso aos bens e serviços por meio da troca e/ou compartilhamento entre pessoas desconhecidas (GIOVANINI, 2020).

Pereira e Marcelino (2019) destacam que a ação de compartilhar é um fenômeno tão antigo quanto a humanidade, remetendo-se ao princípio de bem comum na Roma Antiga. Porém, a economia compartilhada é um fenômeno com origem na era da internet. Para os autores, a percepção de que as pessoas podem compartilhar bens entre si e ainda gerar vantagens para ambos os lados vem se desenvolvendo e ganhando forças e, assim, gerando cada vez mais interessados em entrar nesse mercado.

Algar (2007) destaca que o conceito da economia compartilhada está na ação de dividir produtos e serviços com outras pessoas e ganhou importância mundial no começo do século XXI, em virtude da Crise Financeira de 2007-2008, a qual ocasionou instabilidade na manutenção do emprego e geração de renda das pessoas e famílias, impossibilitando a aquisição de novos bens e serviços. Para Duarte (2020), estes ocorridos contribuíram para o desenvolvimento de um novo modelo de negócios, no qual as pessoas compartilham seus bens e serviços, pagando apenas a fração que foi consumida.

Silveira et al. (2016) complementa que a economia compartilhada também pode ser denominada como economia *mesh*, consumo colaborativo ou consumo conectado e vem se mostrando como uma tendência para novos modelos de negócios e organizações, com foco no compartilhamento de bens e serviços.

Para Schor (2014) às práticas da economia colaborativa podem ser divididas em quatro grandes grupos: (i) recirculação de bens: Como no mercado de redistribuição, a lógica é aumentar a utilidade de produtos que possam ser melhor

usados por outras pessoas que não são os proprietários atuais, seja por meio de revenda, empréstimo ou doação; (ii) maior utilização de ativos duráveis: são exemplos de compartilhamento que tornam o uso dos bens mais intensos um exemplo seria: Airbnb; (iii) troca de serviços: concentra-se a ideia de *timebanking* (banco de horas), podendo existir a troca de serviços por transações monetárias; (iv) compartilhamento de ativos produtivos: aqui Schor enfatiza a diferença em relação às outras três classificações, ao contrário das primeiras, que eram sobre consumo, esta é sobre produção. Nesse sentido (iv) consiste em compartilhar bens ou espaços com objetivo de possibilitar a produção, como uma cozinha compartilhada, por exemplo.

Já para Gansky (2010) economia *mesh* é um sistema socioeconômico criado 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.

Domingos et al. (2020) entende que a economia compartilhada é formada por práticas de *connected consumption*, isto é, consumo conectado, enfatizando o reaproveitamento de produtos, e as conexões *peer-to-peer*, eliminando a necessidade de outros intermediários, e podendo levar a conexões face a face que estão remodelando os modelos de negócio da economia tradicional.

Belk (2007, p.126, tradução nossa) complementa que o consumo compartilhado é “o ato e processo para distribuir o que é nosso para os outros utilizarem e/ou o ato ou processo de receber algo de outros para nosso uso”. A economia compartilhada se resume em mudar a lógica da propriedade privada para o acesso compartilhado e assim, mudar nossos modelos de vida e consumo.

Quanto aos aspectos econômicos, a economia compartilhada possibilita o rendimento do excesso e ociosidade dos estoques individuais (FERREIRA; LIMA 2018), levando a um novo modelo econômico onde as pessoas são menos dependentes dos empregadores e capazes de diversificar suas fontes de renda (VILLANOVA, 2015).

Dentro da literatura nacional e internacional, encontramos as seguintes formas de compartilhamento: (i) de pessoa para pessoa sem envolver troca financeira; (ii) de empresa para pessoa sem envolver troca financeira; e (iii) de pessoa para pessoa envolvendo troca financeira; (iv) de empresa para pessoa

envolvendo troca financeira.

(i) De pessoa para pessoa sem envolver troca financeira

O compartilhamento sem o dinheiro acontece quando existe um desejo maior dos indivíduos em servir à sociedade, acontece quando o negócio pode gerar algum benefício para o meio ambiente, reduzir as desigualdades sociais, difundir a cultura e o conhecimento entre outros.

Segundo Hamari, Sjoklint e Ukkonen (2016) a intenção de fazer o bem aos outros também é uma das razões que motiva as pessoas a praticar a Economia Compartilhada e dessa forma, sem o dinheiro, muitos projetos no mundo são realizados, investindo tempo, dinheiro de muitas pessoas e empresas. No caso de compartilhamento “de pessoa para pessoa sem dinheiro”, temos os exemplos:

- **Plataformas de troca/banco de tempo (time banking)**

São plataformas de troca de serviços por moeda virtual. Ao fazer um serviço a pessoa ganha uma recompensa em crédito de tempo, sendo que o tempo de cada pessoa tem o mesmo valor. Por meio desse sistema os usuários podem ofertar serviços, como, por exemplo, aula de informática. Quando o usuário presta um serviço, ele tem direito de escolher outro serviço gratuitamente, mas com o mesmo período (SCHOR, 2014). No Brasil, o banco de tempo de Florianópolis (BTF) Bliive é o mais popular.

- **Plataforma de empréstimo entre vizinhos**

Outra plataforma de pessoa para pessoa sem dinheiro seria o empréstimo entre vizinhos que nada mais é que compartilhar ou doar produtos domésticos ociosos na vizinhança de forma online. No Brasil, a plataforma Tem Açúcar é a mais conhecida.

- **Plataforma de troca e doação de produtos**

Outra plataforma de troca e doação de produtos é a eBay e do Craigslist que deram origem à economia compartilhada. Existem várias plataformas de troca e doação; em alguns casos, o item pode ser vendido por pontos ou dinheiro, como no e-Bay. Normalmente, os usuários postam os produtos que desejam trocar nas plataformas de troca e os interessados oferecem produtos para realizar a troca, a plataforma possibilita a comunicação entre as partes. No Brasil, os sites mais populares são o LivraLivro e Trocando livros (troca de livros ou book swapping);

Tomaladaca e Xcambo (troca de produtos em geral); Projeto Gaveta (troca de roupas ou clothes swapping); e Quintaldetrocas (troca de brinquedos), (CAPOZZI; HAYASHI; CHIZZOLA, 2018).

(ii) De empresa para pessoa sem troca financeira

O compartilhamento de empresas que prestam serviços e entregam produtos sem pedir dinheiro ao cliente em questão está crescendo a cada dia. Nessa modalidade, encontramos empresas que são umas das maiores do mundo e que mudam significativamente a forma como nos relacionamos com a sociedade, exemplos disso são: WhatsApp, Facebook, Twitter, Alibaba, Google, Wase e Wikipédia. Em todos esses casos, acabam trocando dados e informações.

A Wikipédia, por exemplo, segundo Murilo Corrêa (2008, p.1) “é um novo modelo de enciclopédia”, “que apresenta a informação sendo compartilhada de forma colaborativa, organizada e em tempo real através da Internet”. É considerada uma *crowdsourcing* (terceirização para a multidão) que pode ser definida como uma prática na qual as empresas ou instituições terceirizam uma função para ser realizada por uma rede indefinida (e geralmente grande) de pessoas sob a forma de um convite aberto.

Nessa categoria “de empresa para pessoas sem dinheiro” temos, no Brasil, o exemplo Imazon (Instituto de Homem e Meio Ambiente da Amazônia)

(iii) De pessoa para pessoa envolvendo troca financeira

Continuando a analisar cenários relacionados ao dinheiro, essa forma de compartilhamento envolve dinheiro de uma pessoa para outra, ocorre quando a outra parte tem uma pessoa interessada em compartilhar determinado produto ou serviço de terceiros e o outro possui ou oferece um produto ou serviço que você deseja compartilhar. Nesse caso, entre os dois há uma empresa que atua apenas como "intermediária" na operação, facilitando o compartilhamento entre eles.

Duas grandes empresas internacionais podem ser citadas nesta categoria, como a Uber e o Airbnb. A Airbnb é uma plataforma, com finalidade rentável, que liga pessoas que tenham quartos disponíveis para locação com possíveis inquilinos (SCHOR, 2014) e também é a maior rede mundial de economia compartilhada. A Uber é uma empresa de carros sob demanda que permite solicitar os serviços de um motorista particular por meio de um aplicativo.

Os sistemas de informação dessas empresas conectam pessoas que

desejam compartilhar produtos ou serviços, o que impulsiona a negociação entre as partes. Eles recebem uma porcentagem da transação comercial de pessoa para pessoa (DUARTE, 2020). Alguns exemplos de empresas como a Amazon, Mercado Livre, Enjoei, OLX, são empresas que atuam como intermediárias. Além disso, há também empresas que intermediam a compra ou aluguel de imóveis, a exemplo da Zap Imóveis, ImóvelWeb, VivaReal Imóveis, dentre outras.

(iv) De empresa para pessoa envolvendo troca financeiro

No item anterior tínhamos duas pessoas compartilhando que seria uma fornecendo e a outra usando determinado produto. Agora quem fornece o serviço é uma empresa proprietária do produto a ser compartilhado. A empresa Yellow Bike compartilha bicicletas e patinetes, a empresa é dona dos seus próprios produtos. As Bicicletas e os patinetes estão espalhados pela cidade e os consumidores podem encontrá-los em seus smartphones e faz o pagamento do tempo que foi usado. Também existe para automóveis de propriedade da própria empresa, um exemplo seria Zipcar que é compartilhado por intervalo de apenas uma hora de aluguel. Tem também a Netflix que compartilha filmes que ela mesma produz. A Booking.com e Hoteis.com também são exemplos de compartilhamento de empresas para pessoas envolvendo troca financeira (DUARTE, 2020).

3. METODOLOGIA

Visando atingir o objetivo proposto no trabalho optou-se por realizar um estudo de natureza quantitativo, a partir de uma abordagem de levantamento. De acordo com GIL (2022) as pesquisas do tipo levantamento se caracterizam por ter um grupo considerável de pessoas que expõem suas opiniões, e a partir da quantificação dos dados obtêm-se conclusões que são projetadas para a totalidade. Além disso, os dados numéricos permitem que sejam feitas correlações, diminuindo as interpretações subjetivas dos pesquisadores. A abordagem a partir do levantamento é muito útil para o estudo de opiniões e atitudes (GIL, 2022), se tornando adequada para essa pesquisa ao investigar a percepção das pessoas sobre a forma de consumir.

O instrumento de coleta utilizado foi o formulário. Para Gil (2022, p. 111) o formulário pode ser definido como a “técnica de coleta de dados em que o pesquisador formula questões previamente elaboradas e anota as respostas”. Para

o autor, o formulário constitui a técnica mais adequada para a coleta de dados em pesquisas de opinião pública e de mercado.

A elaboração do formulário foi baseada no referencial teórico do trabalho e adaptado do trabalho de Marçal (2020), o qual se propôs identificar os principais motivos que fazem os consumidores optarem pelo compartilhamento de bens em detrimento da posse do produto. O formulário é composto por 14 perguntas e os temas tratados foram: vantagens e desvantagens do uso ao invés da posse; a escolha pelo uso ou posse para uma relação de produtos; intenção de consumo; os principais motivos que os fazem a continuar optando pelo aluguel/compartilhamento; dados demográficos como idade, identificação social, e a quantidade de pessoas que moram com os respondentes. O formulário está apresentado no Apêndice.

O formulário foi aplicado virtualmente pela ferramenta do Google Forms e utilizou as plataformas digitais Instagram e WhatsApp como meios de divulgação da pesquisa, de forma a abranger a maior quantidade de respostas possíveis. A aplicação teve duração de 07 semanas compreendidas entre os dias 13 de julho e 23 de agosto de 2023.

Os respondentes foram selecionados através de amostragem por conveniência, de acordo com Hair et al (2007), envolve a seleção de elementos da amostra que estejam mais disponíveis e que podem oferecer as informações necessárias. Foram coletadas 101 respostas, entre moradores de Naviraí/MS e região.

Os dados obtidos foram analisados com o auxílio do Microsoft Excel e foram elaborados gráficos e tabelas que permitissem fazer um levantamento da representatividade das respostas através de estatísticas descritivas.

4 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Este trabalho buscou analisar a intenção de consumo compartilhado em Naviraí e região. O Quadro 1 apresenta o perfil socioeconômico dos entrevistados, os quais podem ser caracterizados como um grupo jovem, com média de idade entre 23 e 33 anos (representando 75,2% dos entrevistados) e renda familiar média entre 2 e 5 salários-mínimos (42,6% dos entrevistados), sendo constituídos por maioria do sexo feminino (56,4%), com ensino superior incompleto (46,5%) e residindo com 2 a 3 pessoas (55,4%).

Quadro 1 - Perfil socioeconômico dos entrevistados

Sexo	Masculino (43,6%) Feminino (56,4%)
Idade	Até 23 (39,6%) De 24 a 33 (35,6%) De 34 a 43 (15,8%) De 44 a 53 (5,9%) De 54 a 63 (3%)
Renda Domiciliar	Até 2 salários-mínimos (30,7%) De 2 a 5 salários-mínimos (42,6%) De 5 a 10 salários-mínimos (20,8%) De 10 a 20 salários-mínimos (5%) Acima de 20 salários-mínimos (1%)
Escolaridade	Ensino Fundamental Incompleto (1%) Ensino Fundamental Completo (6%) Ensino Médio Incompleto (3%) Ensino Médio Completo (18,8%) Ensino Superior Incompleto (46,5%) Ensino Superior Completo (13,9%) Pós-Graduação (9,9%) Não Informado (1%)
Casa	Mora sozinho (11,9%) De 2 a 3 pessoas (55,4%) De 4 a 5 pessoas (29,7%) Acima de 6 pessoas (3%)
Cidade	Naviraí (84,2%) e Região

Fonte: Elaboração própria (2023).

A pesquisa perguntou ao entrevistado sobre a familiaridade em relação ao tema “Economia Compartilhada”, destes, apenas 30,7% dos participantes afirmaram ter alguma familiaridade sobre o tema e os outros 69,3% informaram desconhecimento.

Os entrevistados também foram questionados sobre as principais vantagens de se alugar (usar) um produto ao invés de ter de comprá-lo (ter a sua posse) (Quadro 2). Os resultados mostraram que a grande maioria (44,6% dos

respondentes) apontou a relação de custo-benefício como principal vantagem, os mesmos resultados foram encontrados nos trabalhos de Marçal (2020) e Balck e Curaçau (2015), onde alegam que uma das mais relevantes motivações para o uso ao invés da posse é o preço, entretanto, o preço não deve ser considerado isoladamente, pois 34,7% dos entrevistados consideraram permanecer com o objeto só até o momento em que estiver satisfazendo a necessidade foi outra vantagem bastante votada.

Quadro 2 - Vantagens de Alugar ao Invés de Comprá-lo

Opções	Total da Amostra
Praticidade para adquirir e devolver o produto.	15,8%
Preservação do meio ambiente (não gastar mais recursos).	5,0%
A relação custo-benefício (preço, custo de manutenção etc.)	44,6%
Não gostar de ter objetos em casa (juntar coisas).	0%
Permite permanecer com o objeto só até o momento em que estiver satisfazendo a necessidade.	34,7%

Fonte: Elaboração própria (2023).

Com relação às desvantagens do consumo compartilhado, os entrevistados apontaram a relação custo-benefício a longo prazo (37,6%) (ver Quadro 3), essa associação pode estar relacionada com a frequência de utilização dos produtos. Por exemplo, produtos pouco utilizados podem ter uma boa relação custo-benefício. No entanto, produtos com maior utilização podem ter uma relação custo-benefício inferior a longo prazo, relacionado com a frequência de utilização.

Quadro 3 - Desvantagens de Alugar ao Invés de comprá-lo.

Opções	Total da Amostra
Falta de segurança nos aplicativos/ plataformas de compartilhamento.	24,8%
Sentimento de pertencimento em relação ao objeto comprado ("Ele é meu").	19,8%
Falta de confiança nos produtos alugados.	17,8%
Relação custo-benefício no longo prazo.	37,6%

Fonte: Elaboração própria (2023).

De acordo com a pesquisa, a relação custo-benefício a longo prazo pode ser vista como uma desvantagem para produtos amplamente utilizados. Isso se deve ao fato de que eles tendem a preferir adquirir itens duráveis e de alto valor agregado, como moradias, meios de transporte, eletrodomésticos e ferramentas. Além disso, 24,8% dos participantes destacaram a falta de segurança dos aplicativos e/ou plataformas de compartilhamento como desvantagens do consumo compartilhado. Esta apreensão em relação à segurança pode se materializar de várias maneiras, incluindo a exposição de dados pessoais, o risco de roubo de identidade e até mesmo a possibilidade de furto dos bens compartilhados.

A Figura 1 apresenta a preferência de posse ou utilização de diversos tipos de bens. O propósito dessa questão era analisar se as preferências por posse ou uso variam conforme o tipo de bem em questão.

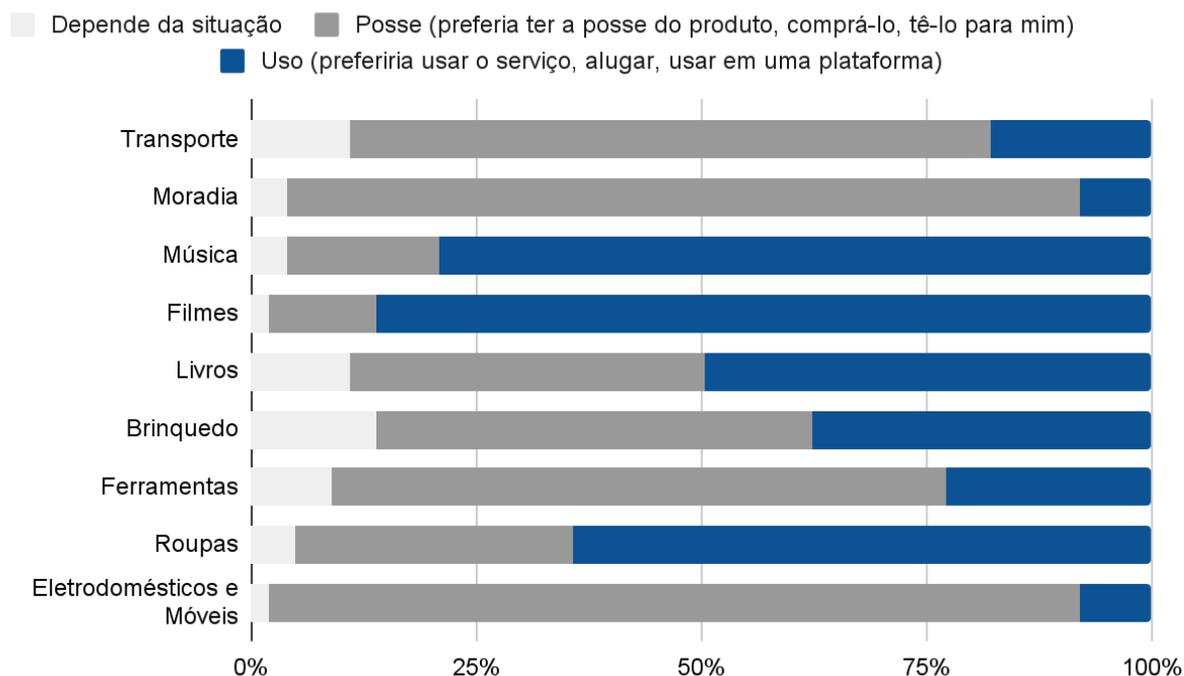


Figura 1 - Preferência de posse versus utilização

Fonte: Elaboração própria (2023).

A análise dos resultados revelou que, em grande parte dos casos, os participantes demonstraram uma preferência por possuir os bens. Essa tendência se verifica em relação a bens de alto valor que são frequentemente utilizados, como casas, meios de transporte, brinquedos, ferramentas e eletrodomésticos. Por outro

lado, no caso de bens de baixo valor e utilização ocasional, como músicas, filmes, livros e roupas de casamento, os respondentes tendem a preferir alugar o bem ou serviço.

A Figura 2 apresenta como os participantes classificaram a probabilidade de compartilharem diferentes itens ou serviços.

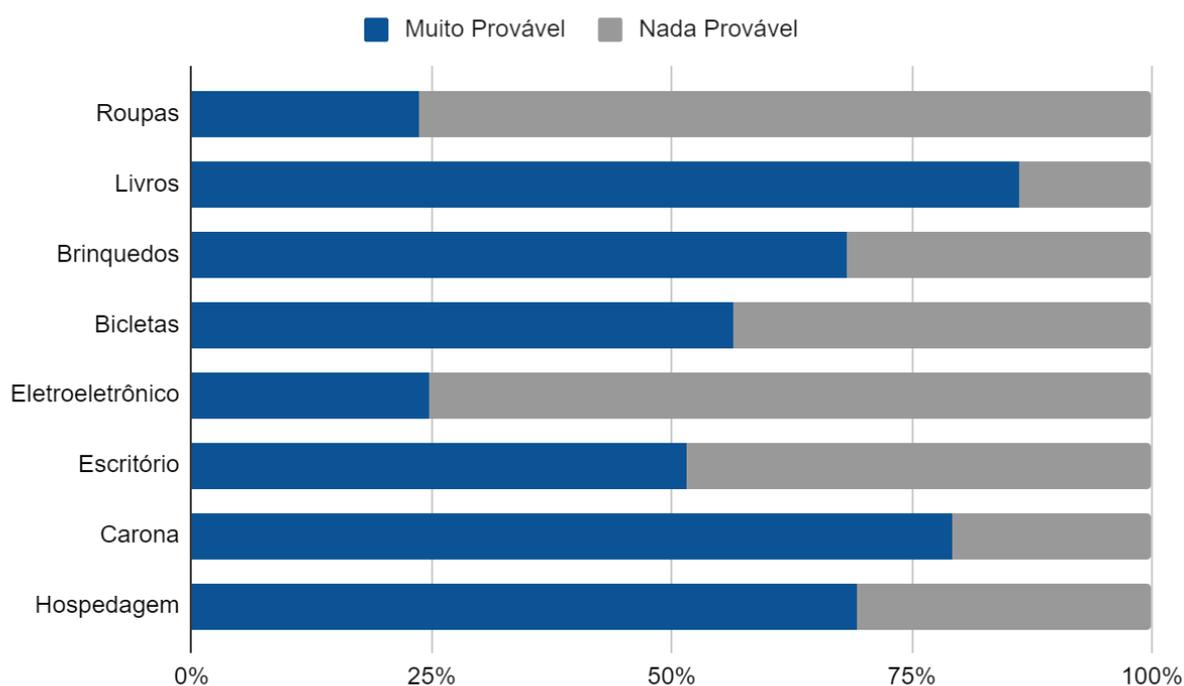


Figura 2 - Situações de compartilhamento

Fonte: Elaboração própria (2023).

Os participantes optaram por compartilhar livros, brinquedos, bicicletas, escritórios, caronas e hospedagem, mas não roupas ou eletroeletrônicos. Portanto, a maioria dos participantes parece estar disposta a compartilhar.

A Figura 3 mostra a percepção dos respondentes sobre a Economia Compartilhada.

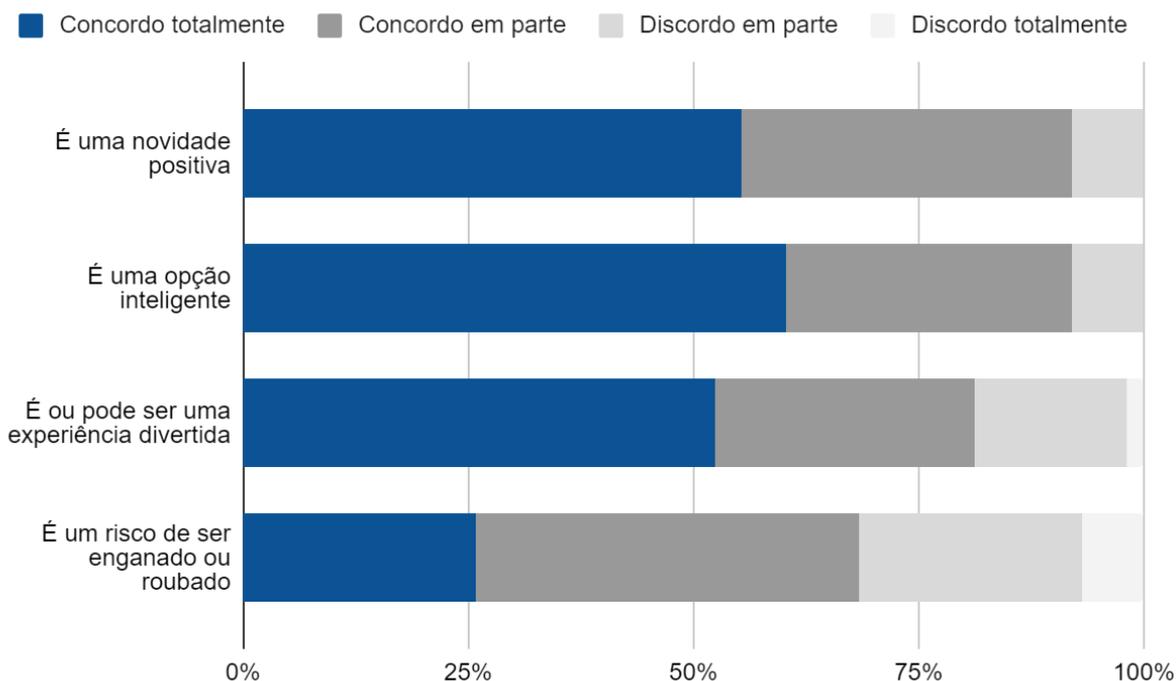


Figura 3 - percepção dos respondentes sobre a Economia Compartilhada.

Fonte: Elaboração própria (2023).

A maioria dos respondentes concorda totalmente que a Economia Compartilhada é uma opção inteligente e uma novidade positiva, e concorda em parte que existe um risco de ser enganado ou roubado. Os resultados da pesquisa mostram que 26% dos respondentes concordam totalmente que existe um risco de ser enganado ou roubado em relação à Economia Compartilhada. Isso sugere que esse é um risco que preocupa muitos usuários desse modelo econômico. Por outro lado, 25% dos respondentes discordam parcialmente. Isso sugere que esses usuários reconhecem o risco, mas acreditam que ele é administrável. Em geral, os resultados da pesquisa mostram que os usuários da Economia Compartilhada estão cientes dos riscos associados a esse modelo econômico. No entanto, eles também acreditam que os benefícios superam os riscos.

O Quadro 4 mostra que o principal motivo para optar pelo aluguel é a possibilidade de permanecer com o objeto apenas até o momento em que estiver satisfazendo a necessidade. Isso é importante para pessoas que não têm certeza de quanto tempo precisarão do objeto ou que desejam ter flexibilidade para mudar de ideia. O segundo motivo mais importante é a facilidade de planejamento financeiro. O aluguel é uma despesa mensal fixa, o que pode ajudar as pessoas a controlarem

suas finanças.

O terceiro motivo é a possibilidade de ter acesso a uma diversidade maior de produtos. O aluguel pode ser uma opção mais acessível do que a compra, o que permite que as pessoas experimentem produtos que não poderiam comprar. O quarto motivo é a possibilidade de adquirir produtos que possuem alto valor de compra. O aluguel pode ser uma maneira mais econômica de ter acesso a produtos que são caros demais para comprar à vista. E o quinto motivo que nenhum respondente escolheu foi o sentimento de pertencimento a um grupo que pensa como ele.

Quadro 4 - Motivo para continuar optando pela Economia Compartilhada

Opções	Total da Amostra
Permite permanecer com o objeto só até o momento em que estiver satisfazendo a necessidade.	61,4%
Facilita o planejamento financeiro	14,9%
Poder ter acesso a uma diversidade maior de produtos	12,9%
Permite a aquisição de produtos que possuem alto valor de compra	23,9%
Sentimento de pertencimento a um grupo que pensa como eu	0%

Fonte: Elaboração própria (2023).

Os resultados da pesquisa mostram que a Economia Compartilhada ainda é um conceito relativamente novo para a população de Naviraí e região. Apenas 30,7% dos entrevistados afirmaram ter alguma familiaridade sobre o tema. No entanto, os participantes que estão familiarizados com a Economia Compartilhada têm uma visão positiva sobre o modelo econômico. Eles acreditam que a Economia Compartilhada é uma opção inteligente e uma novidade positiva, mas também reconhecem que existem riscos associados a esse modelo econômico.

Com relação às vantagens do consumo compartilhado, os entrevistados apontaram a relação de custo-benefício como principal vantagem e as desvantagens a relação custo-benefício a longo prazo como principal. Ao analisar a preferência por posse ou uso, os resultados mostraram que, na maioria dos casos, os participantes preferem possuir os bens.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar a intenção de consumo compartilhado no município de Naviraí/MS e região. Os resultados da pesquisa mostraram que a Economia Compartilhada ainda é um conceito relativamente novo para a população de Naviraí/MS e região.

Com base na pesquisa, apenas 30,7% dos entrevistados afirmaram ter alguma familiaridade sobre o tema. Porém os participantes que possuem familiaridade com o tema de Economia Compartilhada apresentaram uma visão positiva sobre o modelo econômico, associando o tema a uma opção inteligente, além de ser uma novidade positiva, entretanto, apresentaram receio em relação ao risco de serem enganados e/ou roubados.

Contudo, os entrevistados apontaram como principal vantagem do consumo compartilhado a relação custo-benefício no curto prazo e como principal desvantagem a relação custo-benefício no longo prazo.

REFERÊNCIAS

ALGAR, R. **Collaborative Consumption**, Leisure Report, April 2007.

BALCK, B.; CRACAU, D. Empirical analysis of customer motives in the shareconomy: a cross-sectoral comparison. **Working Paper**, n. 02, 2015. Disponível em: https://www.fww.ovgu.de/fww_media/femm/femm_2015/2015_02-p-4074.pdf . Acesso em: 04 de Set. de 2023.

BARRETO JÚNIOR, W. D. **Economia compartilhada: um estudo para o Brasil**. 2020

BELK, R. Why not share rather than own?. **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**, v. 611, n. 1, p. 126-140, 2007.

CAPOZZI, A.; HAYA, G.; CHIZZOLA, S. Economia compartilhada. **Boletim de inovação e sustentabilidade/BISUS**, v. 1, 2018.

CORRÊA, M. **Wikipédia: Principais Conceitos e Tecnologias Associadas**.

DOMINGOS, E. et al. **Análise do sistema de economia compartilhada-ifood-pela visão dos estabelecimentos alimentícios**. Proceedings of the 40 th Encontro Nacional de Engenharia de Produção, p. 20-23, 2020.



DUARTE BARRETO JÚNIOR, Walter. **Economia compartilhada: um estudo para o Brasil.** 2020.

FELSON, M.; SPAETH, J. L. **Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach.** American Behavioral Scientist, v.21, n. 4, p. 614-624, 1978.

FERREIRA, E. A. **O Papel dos Influenciadores Digitais no processo de Intenção de Compra dos Seguidores.** 2018. Tese de Doutorado. Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social.

FERREIRA, S. R. M.; LIMA, T. J. D. **Por que compartilhar?** um estudo sobre a Economia Compartilhada na cidade de Fortaleza. Revista Gestão em Análise, v. 7, n. 2, p. 120-132, 2018.

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

GIOVANINI, A. **Economia compartilhada e governança pública.** Revista de Administração Pública, v. 54, p. 1207-1238, 2020.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** Barueri: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559771653. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9786559771653/>. Acesso em: 17 jun. 2023.

HAIR, J. F. et al. **Fundamentos de métodos de pesquisa em administração.** Porto Alegre, RS: Bookman, 2007.

HAMARI, J.; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. **A Economia compartilhada: por que as pessoas participam do consumo colaborativo.** Journal of the Association for Information Science and Technology , v. 67, n. 9, pág. 2047-2059, 2016.

MARÇAL, S. M. **Consumo colaborativo: um estudo sobre a percepção dos consumidores.** 2020. 56 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Administração) –Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

MEDINA, R. **A influência da publicidade na intenção de compra do consumidor jovem adulto, no setor alimentar.** 2015. Tese de Doutorado.



MUNARO, C.; BERTOLDO, J. **Economia Compartilhada e seus impactos no consumo moderno**. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento. Ano 05, Ed. 11, Vol. 19, pp. 115-123. Novembro de 2020. ISSN: 2448-0959,

Disponível em:

<https://www.nucleodoconhecimento.com.br/marketing/economia-compartilhada>.

Acesso em: 14 Mai 2023.

OLIVEIRA, Silvio. **Tratado de metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

PEREIRA, L. C.; MARCELINO, C. **Economia Colaborativa**: a importância das plataformas digitais para o consumo colaborativo. Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing–PMKT, Opinião e Mídia, v. 12, p. 1-19, 2019.

SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative, 2014.

Disponível em: <http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>.

Acesso em: 18 Abr. 2023.

SILVEIRA, L. M.; PETRINI, M.; SANTOS, A. C. M. Z. **Economia compartilhada e consumo colaborativo**: o que estamos pesquisando?. REGE-Revista de Gestão, v. 23, n. 4, p. 298-305, 2016.

VILLANOVA, A. L. I. **Modelos de negócio na economia compartilhada**: uma investigação multicaso. FGV, Tese de Doutorado - Escola brasileira de administração pública e de empresas, Fundação Getulio Vargas, Rio de Janeiro, 2015.