



**Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas (FATECS)
Curso de Administração**

**ESTUDO SOBRE A PERCEÇÃO DE VALOR DO CONSUMIDOR NA
ECONOMIA DE COMPARTILHAMENTO: UM ESTUDO DE CASO UNICEUB -
PARA OS ALUNOS CONCLUINTE DOS CURSOS DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS
CONTÁBEIS E GESTÃO PÚBLICA**

**A STUDY ON THE PERCEPTION OF CONSUMER VALUE IN THE
SHARING ECONOMY: A CASE STUDY UNICEUB - FOR STUDENTS COMPLETING
THE COURSES OF BUSINESS ADMINISTRATION, ACCOUNTING AND PUBLIC
MANAGEMENT**

Jane Kelly Pereira Arnaldo¹

Max Bianchi Godoy²

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo geral observar e analisar a percepção de valor do consumidor de bens e serviços compartilhados em relação ao serviço prestado, tendo, para alcançar este fim, os seguintes objetivos específicos: 1) Verificar principais estímulos e preferências do consumidor para utilizar bens e serviços compartilhados; 2) Identificar o que o consumidor de bens e serviços compartilhados mais valoriza na decisão de consumo: preço, confiança, economia, entre outros; e 3) Identificar como e em quais circunstâncias a percepção de valor do consumidor é construída. Para tanto, foi aplicado um questionário em forma de formulário para os alunos inseridos na população analisada, buscando caracterizar esse público e buscar suas percepções referentes a aspectos que geram valor para bens e serviços compartilhados, para, em seguida analisar as respostas de maneira quantitativa e responder aos objetivos, concluindo que, de maneira geral a economia de compartilhamento vem ganhando grande espaço, reconhecimento e confiança por parte dos consumidores.

Palavras-chave: Economia de compartilhamento. Economia compartilhada. Economia do acesso. Percepção de valor do consumidor.

ABSTRACT

This study's overall objective was to observe and analyze the consumer's perception of the value of shared goods and services in relation to the service provided, having, to this end, the following specific objectives: 1) To verify the main stimuli and consumer preferences to use

¹ Aluno(a) do curso de Administração. Trabalho apresentado ao Centro Universitário de Brasília como pré-requisito para obtenção de Certificado de Conclusão de Curso. E-mail: janekelly@sempreceub.com.

² Professor(a) orientador(a) do curso de Administração e de Ciências Contábeis. Mestre em Administração, com MBA Executivo em Negócios Financeiros (UnB), com especialização em Gestão Estratégica e Gestão da Qualidade, formado em Administração e em Ciências Contábeis, autor de livro sobre Segurança da Informação (2004) e artigos científicos, textos e colaborações em periódicos (2011 a 2022) e co-autor do Livro Educação e Pandemia (2021), consultor empresarial e contábil em Gestão, Planejamento e Orçamento e professor do Centro Universitário de Brasília. E-mail: max.godoy@ceub.edu.br.

shared goods and services; 2) To identify what the consumer of shared goods and services values most in the consumption decision: price, trust, economy, among others; and 3) To identify how and under what circumstances the consumer's perception of value is built. To this end, a questionnaire was applied in the form of a form for students included in the population analyzed, seeking to characterize this audience and seek their perceptions regarding the aspects that generate value for shared goods and services, to then analyze the answers in a quantitative way and answer the objectives, concluding that, in general, the sharing economy has been gaining great space, recognition and trust by consumers.

Keywords: Sharing economy. Sharing economy. Access economy. Consumer value consumer.

1 INTRODUÇÃO

A inovação no campo de bens e serviços, que estabelecem uma nova relação entre tecnologia e modelos de gestão, podem gerar valor para usuários e prestadores de serviços se implementada de maneira eficaz. Valor este que pode ser atribuído ao aumento na produtividade em serviços, maior velocidade em processos e menores custos de prestação, além de melhor atender às necessidades dos clientes (TIGRE, 2019).

Com isso, para Tigre (2019) há a economia de compartilhamento, a qual consiste num termo utilizado para descrever um evento onde plataformas tecnológicas e prestação de serviços se fundem para atender a um determinado propósito, começando um movimento de inovações fundamentadas na concepção do compartilhamento.

Como tal, tem-se que o objetivo dessa inovação é oferecer desempenho ao invés de produtos, com foco no que é necessário e urgente para o usuário, com a vantagem de utilizar recursos ociosos ou subutilizados para atender à sua demanda. Tudo isso tendo como força geradora o desenvolvimento das tecnologias da informação e os novos hábitos de consumo proveniente da exacerbação de informações (TIGRE, 2019).

Dessa forma, a partir da implementação do que hoje se conhece como economia de compartilhamento, pode-se notar que as inovações disruptivas empreendidas através das plataformas vêm afetando grande parte das atividades econômicas, convertendo bens materiais em serviços, atribuindo serviços a produtos e concebendo novos nichos de negócios (PINHEIRO, 2019).

Em vista disso, como justificativa social, destaca-se que, apesar de não se classificar como objetivo principal da organização, o modelo auxilia em temáticas como desenvolvimento social, redução de poluentes tóxicos na natureza, reutilização de produtos já utilizado e outros mais (GERHARD; JÚNIOR; CÂMARA, 2019).

Já como justificativa gerencial, segundo Tavares (2010), com a qualidade sendo percebida cada vez menos como diferencial competitivo e passando a ser vista como o preço de entrada em um mercado, o que entra em foco são as criações disruptivas. Criações que se mostram necessárias para o futuro, mudando os princípios da competitividade e deixando as empresas únicas, o que interfere diretamente no gerenciamento delas por si só e perante o mercado.

Seguidamente, como justificativa acadêmica, tem-se que os estudos e as práticas envolvendo sistemas de economia de compartilhamento ainda são muito escassos, tanto no Brasil quanto no exterior, apesar do surgimento constante de organizações que operam nessa nova modalidade. Sendo assim, faz-se necessário o conhecimento mais amplo, para entendimento e para participação dos indivíduos no consumo colaborativo (CAMPOS, 2018).

Corroborado, ainda como justificativa acadêmica, pelo resultado de pesquisa na plataforma CAPES, onde, ao se buscar por “Economia de compartilhamento” foram obtidos 277 resultados, até o dia 1 de novembro de 2022, contendo artigos em inglês, português e espanhol.

Além disso, a economia de compartilhamento ressalta a sustentabilidade e o fortalecimento de comunidades que visam a capacitação perante organizações que prezam o modelo econômico do autointeresse (COSTA-NASCIMENTO; TEODÓSIO; PINTO, 2021). Nesse sentido, em relação ao objeto de estudo, como o consumidor de bens e/ou serviços compartilhados percebe o valor dos atributos oferecidos pelas empresas do setor?

Com base nisso, quanto ao objetivo geral, a tendência é observar e analisar a percepção de valor do consumidor de bens e serviços compartilhados em relação ao serviço prestado. Já como objetivos específicos, destaca-se: 1) Verificar principais preferências do consumidor para utilizar bens e serviços compartilhados; 2) Identificar o que o consumidor de bens e serviços compartilhados mais valoriza na decisão de consumo: preço, confiança, economia, entre outros; e 3) Identificar como e em quais circunstâncias a percepção de valor do consumidor é construída.

Para tanto, logo na introdução foram abordados tópicos a respeito do direcionamento da pesquisa, sua expressividade na sociedade atual, o esclarecimento do tema em pauta, as justificativas acadêmica, gerencial e social, e a definição dos objetivos geral e específicos que o trabalho busca responder.

Adiante, no referencial teórico, abordou-se temáticas e contextos relacionados ao objeto de estudo em abrangência: a economia de compartilhamento, como a exploração do contexto em que se tornou propício o surgimento desse modelo de negócio, exemplos de economia de compartilhamento e ainda aspectos sociais, como regulamentação e os direitos daqueles que se inserem no modelo.

Na metodologia, foi definido o caminho metodológico para se alcançar os objetivos e os critérios que seriam utilizados para poder responder o problema de pesquisa. Na sequência, houve a análise e discussão dos dados coletados de acordo com a metodologia estabelecida, comparando, analisando e fazendo inferências a partir dos gráficos e tabelas formados pela ferramenta de análise do Google Formulários.

Na conclusão, enfim, foram feitas as apresentações e desenlaces dos resultados obtidos, assim como inferências e respostas ao problema de pesquisa estabelecido.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Contextualização e conceituação da Economia de Compartilhamento

Na transição do século XX para o XXI, por intermédio dos meios de comunicação, como televisão e internet, aumentou-se generalizadamente a facilidade no acesso à informação em tempo real, permitindo a rápida disseminação de conhecimento entre as diversas partes do mundo. Com isso, empresas, indivíduos, sociedades e governos passaram a estar conectados por uma extensa rede de informação, com influência na economia, na cultura e em aspectos políticos em toda a sociedade (BARBOSA, 2010).

Por meio do aspecto tecnológico, pode-se observar transformações que contribuem para um mundo globalizado, advindo da internet e do aumento na quantidade de plataformas móveis, responsáveis pela capacitação das pessoas para diversos fins. Tais transformações relacionam-se à revolução tecnológica, principalmente quanto a tecnologias de informação e comunicação, gerando também mudança de valores percebidos na sociedade (CAMPOS, 2018).

A partir disso, e com a demanda constante por inovação no campo de bens e serviços, surge a economia de compartilhamento, caracterizado como um modelo de gestão onde plataformas tecnológicas e prestação de serviços se fundem para atender a um determinado propósito, dando início a um movimento definido por inovações fundamentadas na concepção do compartilhamento, como aponta Tigre (2019).

Como tal, o objetivo dessa inovação é oferecer desempenho ao invés de produtos, com foco no que é necessário e urgente para o usuário, com a vantagem de utilizar recursos ociosos

ou subutilizados para atender sua demanda, o que também reduz a necessidade por novos investimentos e permite a customização na utilização do serviço (TIGRE, 2019).

Nesse sentido, mesmo sendo um modelo relativamente novo, empresas como Uber, Airbnb, Spotify e Netflix, que já contribuíram para gerar valor no mercado, possuem destaque em seus respectivos setores, movimentando grandes somas de recursos financeiros anualmente. Ou seja, sendo a economia compartilhada um fenômeno mundial da atualidade, com perspectivas de crescimento, há a projeção de que esse fenômeno ascenda entre os modelos de gestão no longo prazo, demandando maiores estudos e investigações referentes ao tema (JÚNIOR; LOPES, 2020).

Contudo, há certa divergência na conceituação de alguns temas como: economia de compartilhamento, economia compartilhada, economia colaborativa e economia do acesso, sendo conceitos similares e, por vezes, aplicáveis conjuntamente. Desse modo, a economia de compartilhamento, ou economia compartilhada, caracterizada anteriormente, se difere da economia colaborativa, estando inserida nesta. Já que a economia colaborativa é um campo mais amplo que se divide em quatro setores, sendo eles: de produção, de educação, de finanças e de consumo, estando a economia de compartilhamento inserida no setor de consumo (ZANATTA, 2017).

Quanto à economia do acesso, ela se difere no sentido de focar somente no serviço prestado, desconsiderando sustentabilidade e altruísmo, percebendo o consumidor como apenas uma peça utilitária e maximizando o autointeresse (GERHARD; JÚNIOR; CÂMARA, 2019).

De todo modo, estima-se também que o crescimento da economia compartilhada irá maximizar a reutilização e, possivelmente, reduzir a ociosidade de bens, trazendo vantagens para a sustentabilidade, tanto empresarial quanto ambiental (MUNARO; BERTOLDO, 2020).

2.2 Trajetórias e oportunidades das inovações em serviços

Tendo em vista a conceituação de economia de compartilhamento, a inovação, por sua vez, faz parte de um processo gradual, que envolve o coletivo e está relacionado a uma economia, específico de um setor ou de uma empresa. Para uma economia que se encontra extremamente competitiva, a inovação deixa de ser um diferencial e passa a ser estratégia indispensável, devendo ser capaz de racionalizar custos, aumentar eficiência, oferecer novos produtos e serviços que acompanhem as necessidades dos clientes, que estão em constante adaptação, alcançando, por conseguinte, diferencial na concorrência (HENRIQUES, 2018).

Desse modo, a inovação utiliza algumas ferramentas para alcançar seus objetivos, sendo uma delas a tecnologia, tendo a vantagem de diferenciar a oferta e ajudar na redução de custos para alcançar a vantagem competitiva desejada. Observa-se que o aumento na produtividade, a melhora no controle, no planejamento, na comunicação e na qualidade dos serviços prestados reforçam o valor da inovação tecnológica (HENRIQUES, 2018).

Desse modo, como elenca Tigre (2019), a partir da tecnologia foram criadas plataformas onde as organizações que operam neste modelo de gestão de compartilhamento funcionam. As plataformas tecnológicas se caracterizam como um conjunto de tecnologias e componentes padronizados que servem de base para a prestação e oferecimento de bens e serviços, além das inovações disruptivas que acontecem dentro das próprias plataformas, as quais convertem produtos em serviços e agregam serviços a produtos.

Além disso, as plataformas *on-line* também possuem a funcionalidade de facilitar a intermediação entre quem demanda o serviço e quem o oferece, o que, conseqüentemente, demanda menos recursos e otimiza os que já estão em utilização (TIGRE, 2019).

Sendo assim, com a utilização dessas oportunidades, que são as plataformas e a economia compartilhada, casos de realce surgiram, como, por exemplo, a Uber, que ganhou espaço no Brasil principalmente em virtude de uma crise, quando milhares de pessoas buscaram refúgio em aplicativos de *smartphone* para obter renda extra. Isso demonstra as constantes

mudanças do mercado devido aos avanços tecnológicos, e como eles influenciam as partes envolvidas nas transações, comprando ou oferecendo serviços, a ponto de surgirem termos como “*Uberização*”, que traduz a migração de serviços tradicionais para serviços mediados por plataformas, que ocorrem de maneira mais flexível e terceirizada (LAMEIRA; RIBEIRO, 2019).

Já no que se refere ao caso do Airbnb, tendo como foco o mercado brasileiro, mas também analisando aspectos inerentes a outras localidades onde criou representatividade, nota-se que a plataforma opera por meio da confiança, ainda que não haja espaço para o anonimato entre hóspedes e anfitriões, já que os cadastros são imperativos para a navegação na plataforma como medida de segurança (CAMPOS, 2018).

Assim, sendo esse também um veículo mais amplo para quem busca experiência e variedade de preços e opções, existem formas de aferir a qualidade dos serviços, como as avaliações e os comentários que são úteis para ambas as partes, denominado Sistema de *Review*, programado para garantir a imparcialidade nas avaliações (CAMPOS, 2018).

No entanto, como aborda Pinheiro (2019), embora existam diversos benefícios, também há o desafio de se lidar com um modelo onde o foco não é oferecer o produto em si, mas a solução para o problema apresentado, oferecendo ao cliente capacitação e jurisdição tecnológica, humana e organizacional.

Consta ainda no modelo de economia de compartilhamento, fundamentalmente, intangibilidade para os produtos e serviços que não podem ser percebidos fisicamente; interatividade, devido à produção e ao consumo acontecerem concomitantemente; heterogeneidade em função da variabilidade de resultados ao se produzir um serviço; e ausência de transferência de direito de propriedade por causa da substituição da venda pela licença de uso temporário (PINHEIRO, 2019).

2.3 Aspecto sociais e a economia de compartilhamento

A vontade e a necessidade dos indivíduos de compartilhar é uma pauta presente na história da humanidade como um aspecto normativo, mas apenas com as mudanças em modelos econômicos vigentes que surgiu a necessidade de acumular bens de consumo. Nesse sentido, diante das crises financeiras, com a necessidade de redução de custos, ressurgiu a ideia de compartilhamento. Todavia, não se trata do mesmo tipo de compartilhamento, já que a ideia de inovação que surge a partir dessa nova necessidade se trata de um modelo de negócio que visa suprir as expectativas da era e do contexto em que se insere (JÚNIOR; LOPES, 2020).

Dessa forma, segundo Gerhard, Júnior e Câmara (2019), sendo a economia de compartilhamento um fenômeno global da atualidade, ainda que comparativamente recente, de certo influencia a vida dos indivíduos, tanto isolados como em sociedade, e isso se apresenta por meio das discussões acerca dos direitos humanos e sociais, já que a economia de compartilhamento não pode ser reduzida à percepção e aos aspectos referentes ao reaproveitamento de recursos, ao gerenciamento sistemático, ou à valorização única de práticas sustentáveis.

É oportuno também que haja práticas colaborativas em consenso, que se apoiem em conceitos como colaboração, reciprocidade e compartilhamento e, embora o objetivo seja o bem estar socioambiental e questões voltadas para a redução do uso desenfreado de recursos, os benefícios promovidos devem ir além do âmbito empresarial, atingindo a sociedade em si (GERHARD; JÚNIOR; CÂMARA, 2019).

Para Costa-Nascimento, Teodósio e Pinto (2021), confiança, reputação, sustentabilidade, fortalecimento das comunidades e capacitação de grupos vulneráveis são as moedas de troca da economia compartilhada, além de propaganda da economia de compartilhamento como algo promissor e relevante para parâmetros sociais e ambientais, ainda que as discussões em relação aos dilemas e desdobramentos seja relativamente escassa. Apesar

de muitos ativistas lutarem pela conversão do modelo tradicional para o modelo de partilha, alegando a busca pelo equilíbrio entre trabalho, paixão, interesse pessoal e missão.

Algumas dessas questões podem ser representadas pela dúvida econômica, que põe em pauta se essas práticas seriam capazes de quebrar barreiras de distribuição e riqueza; pela dúvida sustentável, que garante o benefício se o bem for utilizado até o seu limite, mas que vai de encontro com a lógica consumista de acumulação; pela dúvida social, que de forma sutil distribui o trabalho ao longo da cadeia, compartilhando até mesmo o que seria de responsabilidade da indústria; e pela dúvida do acesso e do excesso, que destaca a diferença entre livre acesso e acesso limitado, além de colocar em pauta até que ponto a cultura da propriedade pode ser superada (COSTA-NASCIMENTO; TEODÓSIO; PINTO, 2021).

Com isso, destaca-se a precarização do trabalho, onde a nova classe de trabalhadores, advinda do surgimento da economia compartilhada, recebe pouca visibilidade, quando comparada a outras profissões, estando sujeita ao excesso de oferta e à fácil substituição. Além disso, observa-se condições negativas relacionadas à *uberização*, como baixos salários, precariedade e condições de trabalho perigosas e estressantes (LAMEIRA; RIBEIRO, 2019).

Em contraponto, há a complexidade relacionada às vantagens percebidas por esses trabalhadores, como autonomia na organização de horários de trabalho e a renda anteriormente indisponível que garante a sua sobrevivência (LAMEIRA; RIBEIRO, 2019).

A partir disso, segundo Garcia, Pereira e Rossi (2022), a regulação do trabalho na economia de compartilhamento ganha relevância em sincronicidade com o crescimento do modelo, com os reguladores responsáveis medindo a intensidade de intervenção necessária, já que os métodos tradicionais não se aplicam. Ademais, surgem desafios para as políticas sociais e jurídicas na tentativa de equilibrar a inovação e o reconhecimento dos direitos humanos, tornando constantes as tentativas de regulamentação, conforme se observa na edição de novas legislações no cenário brasileiro com a Lei nº 13.640/2018, a qual objetiva alterar diretrizes da Política Nacional de Mobilidade Urbana, a fim de “regulamentar o transporte remunerado privado individual de passageiros”.

Quanto ao consumidor e à sua percepção de valor, observa-se que a economia compartilhada representa um novo benefício para esses indivíduos, uma vez que seus serviços costumam ser mais econômicos para quem consome quando comparado com serviços tradicionais, além de possuir comunicação mais rápida e prática mediada pela tecnologia, ao invés do processo burocrático entre pessoa física e jurídica (MUNARO; BERTOLDO, 2020).

Ademais, a percepção de valor do consumidor advém de fatores como confiança e reputação, que se caracteriza pelo poder de mensuração de qualidade do serviço oferecido, que seria a “moeda virtual de segurança”, capaz de traduzir o grau de confiança das pessoas envolvidas no processo a partir de avaliações anteriores, o “sistema de *review*”, qualificando não apenas quem oferece o bem ou serviço, mas também quem consome, para que a transação realizada seja o mais segura e confortável possível, que é fator fundamental na escolha de utilizar o serviço (CAMPOS, 2018).

Quanto à sustentabilidade, para Pereira e Silva (2018), houve a percepção crescente da necessidade de ruptura no sistema vigente para alcançar um sistema mais sustentável, principalmente no que diz respeito à mobilidade. Sendo assim, é a partir da recursividade caracterizadora que as organizações emergem, com práticas que buscam repetição e estabilidade, algo que foi de certa forma encontrado no modelo de gestão da economia compartilhada.

Isto é, busca-se a maximização do uso de bens de consumo e a redução do uso de recursos naturais, já que há a profunda necessidade do compartilhamento no conceito de sustentabilidade por meio das camadas sociais, já que o caminho para a sustentabilidade depende fortemente dos valores e dos comportamentos difundidos entre os agentes econômicos (PEREIRA; SILVA, 2018).

Finalmente, observa-se que a geração de valor agregada à economia de compartilhamento é em grande parte graças ao *marketing*, sendo ele intrinsecamente ligado à estratégia empresarial, com a busca por atuar em consonância com as expressões sociais, enfatizando também o marketing colaborativo. Nesse teor, tendo a economia de compartilhamento despertado a curiosidade acadêmica e empresarial, é possível destacar o *marketing* como elemento mediador em função da sua capacidade de conectar as organizações à sociedade, além de ser possível perceber também dois pontos marcantes que fazem referência ao *marketing*, como a percepção de valor oriunda de uma visão mais socialmente equilibrada, e a interação entre os componentes das transações, ou seja, empresa e cliente, que ultrapassa os limites convencionais (PEREIRA; SILVA, 2018).

2.4 A produtividade do trabalho no setor de serviços

A colaboração em massa é um evento crescente nas sociedades e nas organizações, oriunda de novas infraestruturas de baixo custo que permitem capacitar milhares de indivíduos, seja para produzir conjuntamente ou para acessar mercados que anteriormente seria praticamente impossível. Sendo a economia da colaboração o resultado de duas forças convergentes: a forte mudança na estrutura das empresas, uma vez que se veem na obrigação de deixar cair seus muros e colaborar com as forças externas com o propósito de gerar valor; e o advento da economia fundamentalmente caracterizada como global que, além de permitir, praticamente torna imperativa a cooperação econômica (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007).

A colaboração também influencia diretamente na gestão de uma organização, orientando usuários, favorecendo experiências, se aproveitando da ociosidade, distribuindo recursos, entre outros, favorecendo o ambiente econômico, já que um negócio tem por princípio a geração de lucro. Sendo também que, as empresas que mais crescem no cenário econômico atual estão, de alguma forma, envolvidas no conceito de colaboração, isso pela maior facilidade de escalonar o negócio, de se inserir em novos mercados e de conquistar novos clientes, além do crescimento contínuo de investimentos na área, mesmo em época de recessão (MARGARIDO, 2022).

A economia que opera em função da maximização do uso de recursos e da redução do uso de novos recursos se mostra cada vez mais como uma alternativa capaz de implementar estratégias que tornam um negócio mais inteligente, sustentável e lucrativo, embasado no pensamento sistêmico e em tendências globais. Uma dessas tendências é, por exemplo, a substituição do sistema linear pelo circular, onde a ideia passa de ser produção, consumo e descarte, para a reutilização de recurso, seja na cadeia de produção ou em bens de consumo e serviços, além dos benefícios percebidos em relação à distribuição de recursos, como na indústria alimentícia (WEETMAN, 2019).

Em relação à produtividade, a economia de compartilhamento tem como objetivo geral a solução de problemas e a capacitação para solução desses. Isso implica no aumento da produtividade para maior velocidade na prestação de serviços, utilizando-se de instrumentos como a simplificação de métodos, maior velocidade de resposta e descentralização de funções. Tudo isso sendo orientado por tecnologias que tornam sólida a eficiência dos processos, principalmente considerando-se a base de dados em que operam, como *big data*, que permite captar dados em escalas monumentais, e a inteligência artificial, que une sistemas com robótica e aspectos considerados humanos, como a fala, para viabilizar uma comunicação mais eficaz entre sistemas e usuários (PINHEIRO, 2019).

2.5 Estudos Correlatos

Com os estudos correlatos referindo-se a trabalhos acadêmicos sobre assuntos tratados nos tópicos anteriores, Silveira (2020) cita que a economia compartilhada emergiu de um contexto em que se buscava a facilidade de recircular bens, simplificando o acesso de terceiros a recursos antes considerados ociosos, como transportes, alimentação, alojamentos e, até mesmo, competências pessoais. Nesse sentido, destaca-se no artigo que esse tipo de economia pode ser entendido como uma espécie de sistema socioeconômico, devido à possibilidade de criar, compartilhar, produzir, distribuir, acessar, consumir bens e serviços de forma interpessoal.

Nessa linha, são destacados aspectos mentais individuais que podem influenciar na decisão de aderir aos movimentos da economia compartilhada, referentes à ideia de propriedade. Os autores citam que dentro do consumo colaborativo o sentimento de posse, devido ao apego humano, pode ser um empecilho para que o modelo prospere, já que o desejo de compartilhar pode ser afetado, destacadamente pela ligação emocional entre o objeto e o seu dono (SORDI; PETRINI; SAMPAIO, 2019).

Nesse sentido, apesar de o sentimento de posse poder representar um obstáculo, Piran *et al.* (2018) apontaram em seu estudo que seus pesquisados consideram o modelo de economia compartilhada uma nova tendência, não se tratando apenas de uma ferramenta cômoda que subsidiará em um momento de crise financeira. Além disso, os autores apontam para o entendimento dos entrevistados de que tal modelo abre vistas para a oportunidade de revenda ou locação de algo pouco ou não utilizado, conseqüentemente podendo gerar receitas. Cabe salientar que a maioria desses entrevistados são jovens que reconhecem que não precisam ser proprietários de determinados itens para que deles possam desfrutar.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Classificação da Pesquisa

Alinhado ao que estabelece Lakatos e Marconi (2022) e Gil (2019), este trabalho possui abordagem qualitativa e quantitativa, tendo em vista que faz uso de informações contextualizadas de artigos, dissertações, livros e textos em geral para compreender as características, situações e percepções de um grupo inserido na sociedade. Além disso, há embasamento em teorias pré-existentes, com uso de questionário com respostas no padrão Likert, bem como posterior análise dos dados obtidos.

Ademais, destaca-se que, segundo Antônio Gil (2022), existem diversas categorias de classificação para pesquisas acadêmicas. Quanto à finalidade, este trabalho representa uma pesquisa básica pura, devido à intenção primordial de ampliar o conhecimento do público envolvido. No que tange os propósitos gerais, este artigo se enquadra como pesquisa descritiva, ao expor características da economia de compartilhamento e relacionar essa temática com outros fatores presentes nos agrupamentos sociais; e como pesquisa explicativa, considerando que explana e identifica fenômenos interligados à economia compartilhada.

Seguidamente, observa-se que constam neste trabalho dois métodos predominantes: pesquisa bibliográfica e estudo de caso. A pesquisa bibliográfica justifica-se pela ampla utilização de materiais acadêmicos e doutrinários já publicados, como livros, artigos e revistas, enquanto o estudo de caso encontra sua aplicabilidade na busca ampla por informações acerca da percepção de estudantes sobre a economia de compartilhamento (GIL, 2022).

3.2 Procedimentos Empíricos

Concernente à coleta de dados, realizou-se um levantamento por meio de questionamento direto aos respondentes, a fim de compreender seus hábitos (MARCONI; LAKATOS, 2021). Nesse sentido, o questionário foi a ferramenta escolhida, sendo composto por perguntas ordenadas e adaptadas, em que o respondente elegeu suas respostas sem a

presença de um entrevistador, considerando que a distribuição se deu por intermédio das mídias sociais, com destaque para o *e-mail* institucional (LAKATOS, 2021).

Com relação à escolha dos participantes, restringiu-se o estudo aos estudantes concluintes dos cursos de Administração, Ciências Contábeis e Gestão Pública do UniCEUB - Centro Universitário de Brasília, convocados para realizarem a prova do ENADE (Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes), do Ministério da Educação, em sua edição de 2022, sendo esses os componentes da população pesquisada (LAKATOS, 2021). Justifica-se tal escolha por se tratar do meio a que pertence este estudo. Ademais, salienta-se que os dados foram obtidos pelas respostas dadas pelos questionados a partir do questionário disponibilizado, com posterior análise.

Quanto à inviabilidade de alcançar a integralidade do público alvo, isto é, a população do estudo, fez-se necessário valer-se de amostragem probabilística, com vertente aleatória simples. Tal classificação representa uma escolha aleatória, ao acaso, em que cada indivíduo tem a mesma probabilidade de ser selecionado, assim como seus resultados são atribuídos ao todo, sendo possível compensar erros amostrais (LAKATOS, 2021). Nesses termos, este trabalho, por meio de calculadora amostral, considerou uma margem de segurança de 90% e uma margem de erro de 10%, alcançando, então, o número mínimo de 55 respondentes do universo de 279 aptos.

A coleta de dados foi feita com a distribuição e análise do resultado do questionário, o qual foi elaborado dentro da plataforma Google Formulários. Salienta-se que o formulário ficou disponível para acesso de 30/09/2022 a 20/10/2022. Após a finalização das respostas, foram gerados gráficos e tabelas demonstrando as comparações e análises dos resultados. Destaca-se que as perguntas encontram-se presentes no Apêndice A deste estudo.

3.3 Procedimentos Analíticos

No tocante à análise e interpretação de dados coletados, Eva Lakatos (2021) ressalta a relevância de categorizar, codificar com classificações, tabular, distribuir em frequências e afins para que se possa observar os parâmetros da pesquisa em tratamento.

Sendo assim, destaca-se que os principais quesitos foram desenvolvidos no padrão Likert (escala de cinco graus de respostas entre: discordo totalmente e concordo totalmente, com níveis de respostas parciais e neutras); e que os demais serviram para conhecer os perfis dos respondentes. Desse modo, demandou-se a codificação das respostas obtidas por categorias e classes de assuntos, a fim de organizar os dados e possibilitar um exame mais direcionado, tanto em aspectos qualitativos como quantitativos, além da disposição das informações apuradas em tabelas, como preconiza Lakatos (2021).

Conforme apresentado por Akamine e Yamamoto (2013), este trabalho está enquadrado na definição de estatística descritiva, visto que organiza e apresenta dados extraídos de uma pesquisa, com apoio de tabelas e gráficos. Ademais, esses autores destacam que tal definição vincula-se à relação entre variáveis como média, moda, mediana, desvio padrão, distribuição de frequência.

Desse modo, para se chegar aos resultados houve a análise quantitativa dos dados recolhidos por meio de instrumentos analíticos quantitativos, tais como média, mediana, moda, desvio padrão e distribuição de frequência, como mencionado, seguido por uma análise qualitativa, onde buscou-se analisar e interpretar mais aprofundadamente as tendências de comportamento apresentadas nos resultados, como hábitos e atitudes, conforme recomenda Lakatos (2022).

Nesse âmbito, os autores Akamine e Yamamoto (2013) explicam que a média aritmética representa a soma de todos os dados apurados dividida pelo número de dados. Já a moda se refere ao conjunto de dados que mais se repetem com relação aos demais. Quanto à mediana, esta é representada pelo valor central de um conjunto de dados organizados. Finalmente, o

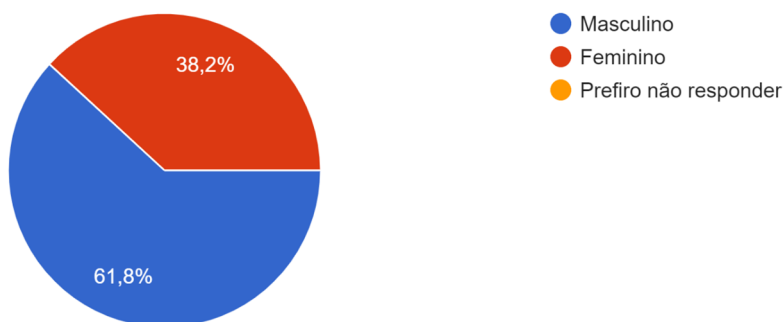
desvio padrão está relacionado à oscilação dos dados entre si. Por fim, a distribuição de frequência caracteriza-se pelo agrupamento de valores repetidos (LAKATOS, 2021).

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O presente trabalho teve como base a análise de uma determinada população à luz de aspectos referentes ao tema proposto, a percepção de valor do consumidor em relação à economia de compartilhamento. Para tal, foi feito um estudo acerca da caracterização do público de análise para, então, observar e analisar discordâncias e consonâncias para com aspectos que geram influência na utilização do serviço por parte do consumidor.

Dessa forma, logo no gráfico 1, para caracterização, percebe-se que a maior parte do público respondente e que, conseqüentemente, faz uso de bens e serviços compartilhados é formado por homens, representando um percentual de 61,8%, enquanto menos da metade é formada por mulheres, representando 38,2% do público alcançado.

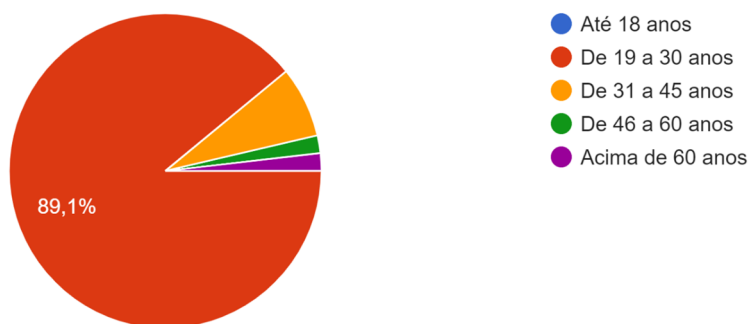
Gráfico 1 - Frequência de gênero



Fonte: Elaboração própria

Para formulação da faixa etária, observa-se no gráfico 2 que a esmagadora maioria é formada por pessoas que possuem de 19 a 30 anos, ocupando a faixa percentual de 89,1%, seguido pelo público de 31 a 45 anos com 7,4% e com o restante sendo ocupado pelo público acima de 46 anos, levando-se também em consideração que a população em análise é formada inteiramente por estudantes universitários.

Gráfico 2 - Frequência de idade

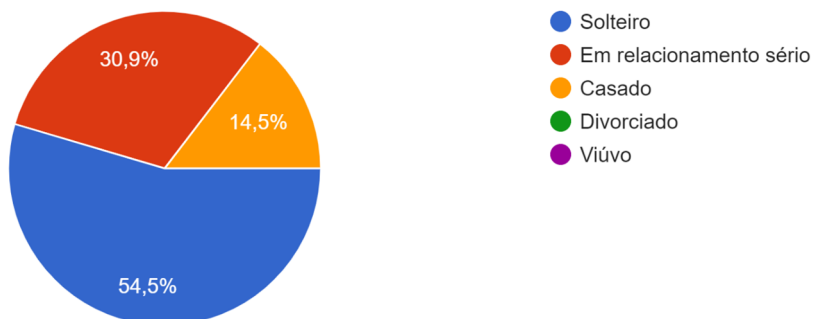


Fonte: Elaboração própria

Na observação de estado civil presente no gráfico 3, percebe-se a predominância de três respostas em particular, com 54,5% dos respondentes declarando-se solteiros, seguido pelos

30,9% que afirmam estarem em um relacionamento sério e, por fim, com 14,5% colocando-se como casados, sem representantes nos demais grupos de respostas apresentados.

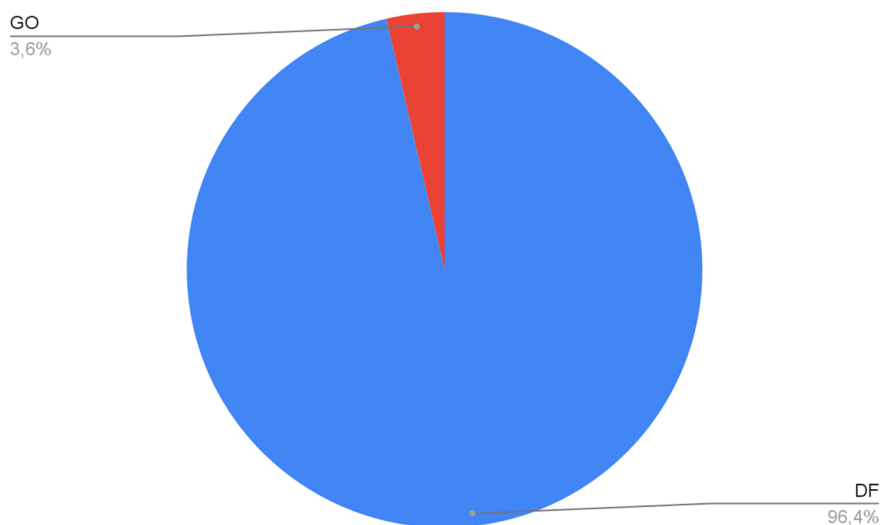
Gráfico 3 - Frequência de estado civil



Fonte: Elaboração própria

Para o questionamento em relação à da unidade federativa, recebeu-se como resposta que 96,4% do público respondente reside no Distrito Federal, enquanto apenas 3,6% dos respondentes declararam-se moradores de Goiás, como se verifica no gráfico 4.

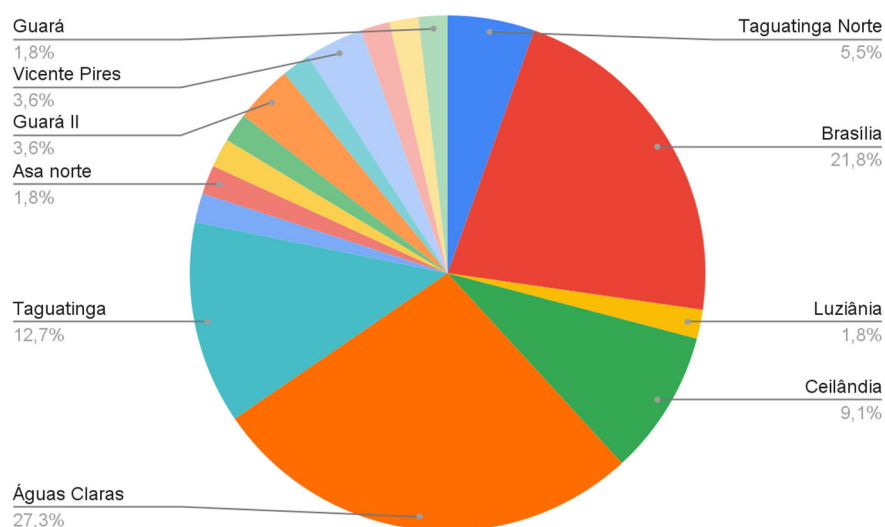
Gráfico 4 - Frequência de Unidade Federativa



Fonte: Elaboração própria

Para cidade ou cidade satélite onde os respondentes residem, percebe-se no gráfico 5 que a maior parte do público analisado é residente em Águas Claras com 27,3%, seguido pelos residentes de Brasília com 21,8%, Taguatinga com 12,7% e Ceilândia com 9,1%. Havendo também outras respostas que foram mais escassas, como Taguatinga Norte, Vicente Pires, Guará e Asa Norte, e também cidades de Goiás, como Valparaíso e Luziânia.

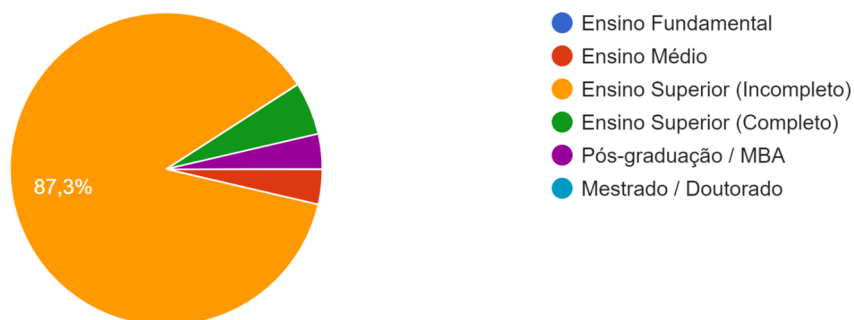
Gráfico 5 - Frequência de cidade ou cidade satélite



Fonte: Elaboração própria

Para a pergunta em relação à escolaridade, demonstrado pelo gráfico 6, a maioria absoluta declara ensino superior incompleto, indicando estarem em sua primeira graduação, o que ocupa a faixa percentual de 87,3%, seguindo com ensino superior completo, pós-graduação e ensino médio, completando a amostra.

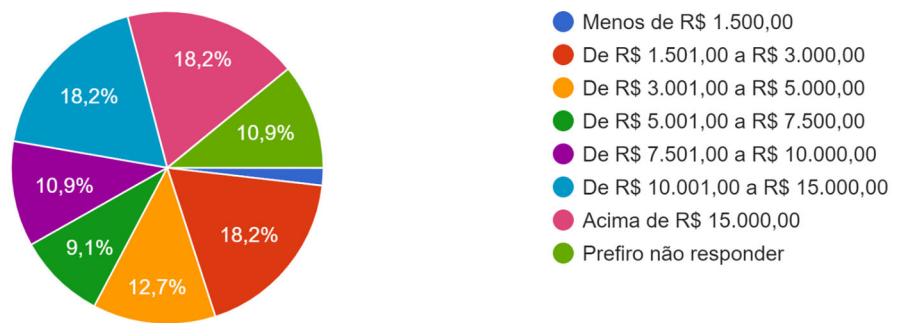
Gráfico 6 - Frequência de escolaridade



Fonte: Elaboração própria

Já no gráfico 7, onde foi apresentado o rendimento domiciliar dos respondentes, os percentuais ficaram em relativo equilíbrio, com três grupos de respostas contabilizando 18,2% cada um, sendo eles de R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00; de R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00; e acima de R\$ 15.000,00. Onde também 10,9% do público preferiu não responder e o restante se dividiu nas demais alternativas.

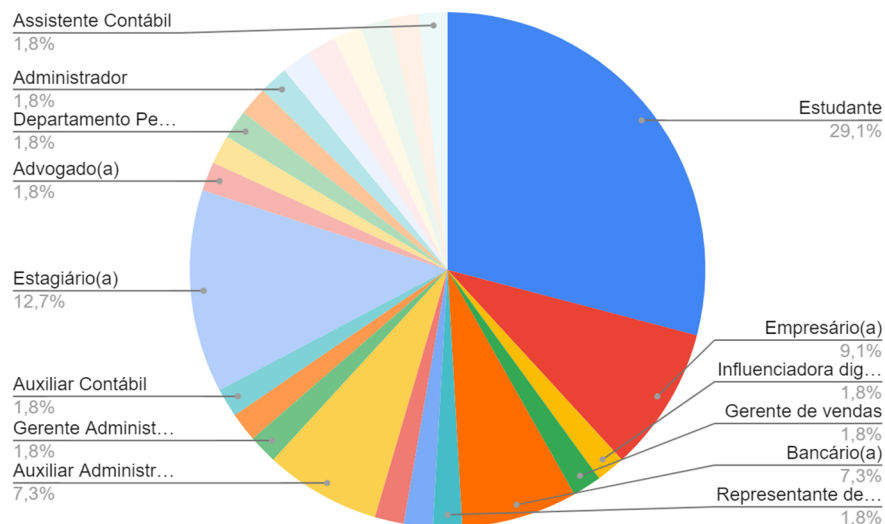
Gráfico 7 - Frequência de rendimento domiciliar



Fonte: Elaboração própria

Para a problemática em relação à ocupação dos respondentes, demonstrada no gráfico 8, observa-se que grande parte do público é formada por estudantes, ocupando a faixa percentual de 29,1%, seguido por estagiários com 12,7%, empresários com 9,1% e bancários com 7,3%, com o restante da população respondente se dividindo em cargos e profissões que variam de advogados, auxiliares administrativos, entre outros.

Gráfico 8 - Frequência para ocupação



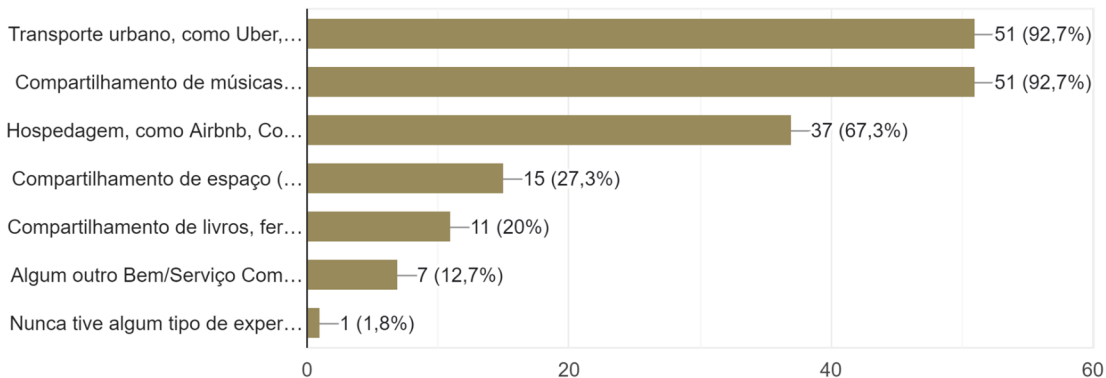
Fonte: Elaboração própria

Já em relação ao objeto de estudo, que visa conhecer e analisar a relação do consumidor com os bens e serviços compartilhados, pode-se perceber a partir da tabela 1 que os respondentes apresentam maior grau de familiaridade com serviços relacionados ao transporte urbano, como Uber e Bike Itaú, e serviços de compartilhamento online (*Streaming*), como Netflix e Spotify, com ambas as alternativas demarcadas por 92,7% dos respondentes, sendo possível, nesta questão, a demarcação de mais de uma alternativa. Ressaltando também que empresas como essas, mesmo sendo relativamente novas, vem conquistando grande espaço no mercado, se transformando em um evento global com grande panorama de crescimento, assim como apontam Júnior e Lopes (2020).

O terceiro serviço de maior acesso foi o de hospedagem, como Airbnb e Alugue Temporada, representando 67,3% do público alcançado. Foi possível perceber também o grau de acesso mais baixo no compartilhamento de espaços (27,3%), livros, ferramentas e utilidades

(20%) e outras formas de bens e serviços compartilhados (12,7%), destacando-se que houve apenas uma resposta para nunca ter utilizado um bem ou serviço compartilhado.

Tabela 1 - Grau de familiaridade com bens/serviços compartilhado

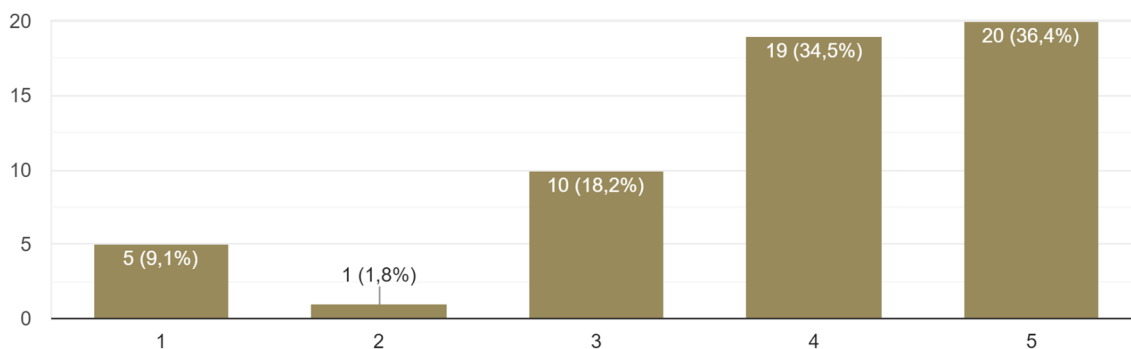


Fonte: Elaboração própria

Já nas próximas tabelas, que atenderam às questões do tipo Likert, onde as respostas podem variar de discordo totalmente, demarcadas como 1, até concordo totalmente, demarcadas como 5, procurou-se observar o grau de concordância dos respondentes para com as asserções apresentadas, para assim verificar quais temáticas representam maior relevância para a percepção de valor do consumidor nos bens e serviços compartilhados.

Nesse sentido, na tabela 2, onde procurou-se entender a concordância dos respondentes em relação à sua participação na redução do impacto ambiental através do modelo estudado, a média apresentada foi de 3,87; a moda foi 5; a mediana de 4 e o desvio padrão de 1,2. Tais resultados indicaram que a maior parte dos respondentes considera que contribui para a redução do impacto ambiental e que, de certa forma, consideram que é uma questão importante.

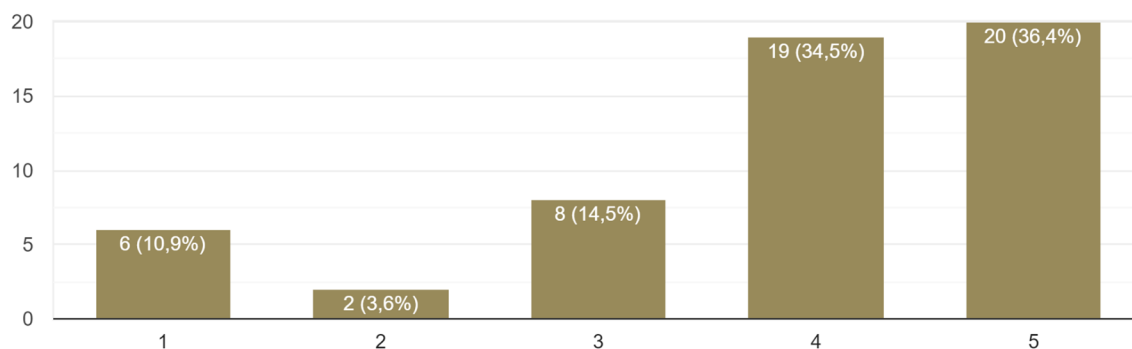
Tabela 2 - Redução do impacto ambiental



Fonte: Elaboração própria

Na tabela 3, onde o objetivo era verificar o grau de concordância dos respondentes acerca da redução do uso de recursos naturais, a média verificada foi de 3,81; a moda apresentada foi de 5; a mediana de 4 e o desvio padrão foi de 1,27. Mais uma vez, os respondentes entram em relativo consenso de que a economia de compartilhamento pode ser benéfica para a redução do uso de recursos naturais e, conseqüentemente, para a redução no impacto ambiental.

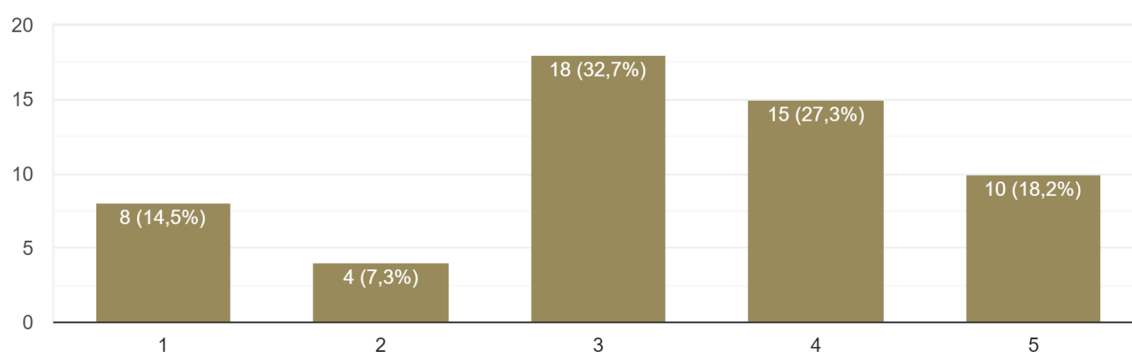
Tabela 3 - Redução do uso de recursos naturais



Fonte: Elaboração própria

A tabela 4, que verifica o grau de pertencimento dos respondentes a um grupo que pensa de forma semelhante, apurou que a média apresentada foi de 3,27; a moda de 3; a mediana de 3 e o desvio padrão de 1,26. Percebe-se que, aqui, houve certa estabilidade, com a questão não sendo interpretada com maior relevância por 32,7% dos respondentes, mas ainda apresentando concordância parcial ou total por parte de 45,5% da população.

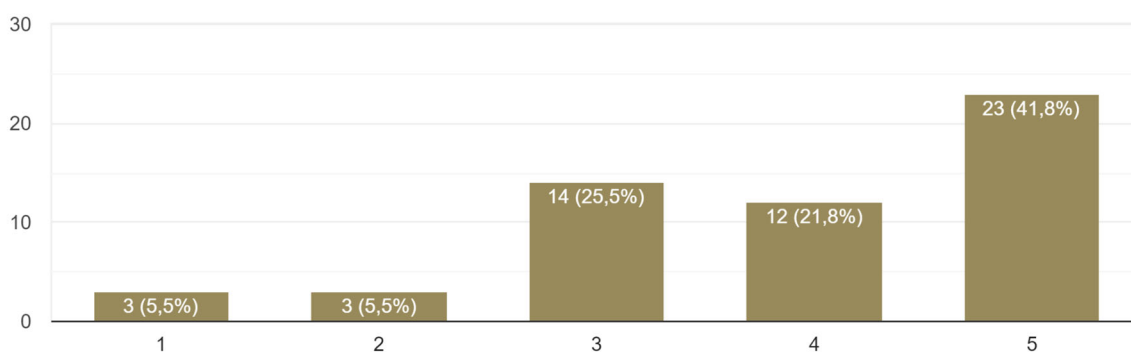
Tabela 4 - Pertencimento a um grupo de pensamento semelhante



Fonte: Elaboração própria

Já na tabela 5 foi perguntado se bens e serviços compartilhados são melhores em comparação às demais ofertas de mercado, onde apresentou uma média de 3,89; a moda foi 5; mediana de 4 e o desvio padrão foi 1,18. Apresentando também o alto grau de concordância por parte dos respondentes, já que a maior parte considera que os preços apresentados na economia de compartilhamento estão em melhor vantagem em comparação com as demais ofertas que lhes são apresentadas.

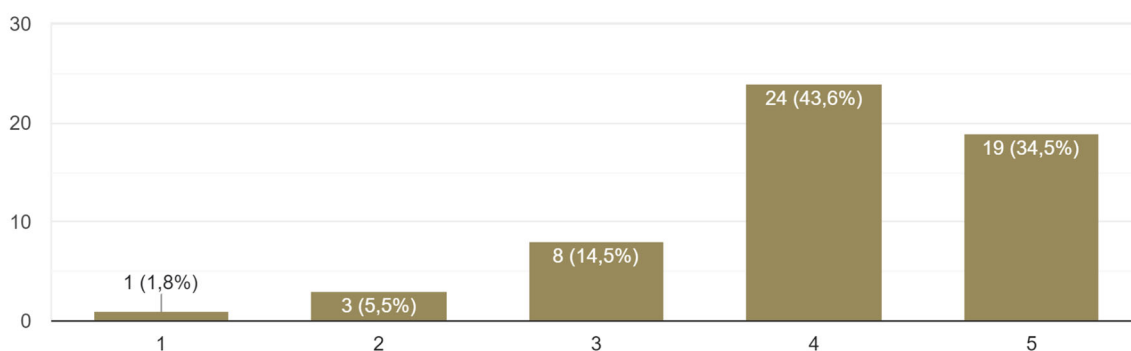
Tabela 5 - Serviços melhores em comparação às demais ofertas de mercado



Fonte: Elaboração própria

Na tabela 6, buscou-se analisar se os respondentes consideram boa a relação custo-benefício dos serviços compartilhados em comparação aos serviços tradicionais, apresentando uma média de 4,036; moda de 4; mediana de 4 e desvio padrão de 0,94. Houve, novamente, a percepção por parte dos respondentes de que os benefícios percebidos suprem ou até superam o custo despendido, principalmente em comparação com as demais ofertas de mercado.

Tabela 6 - Relação custo/benefício

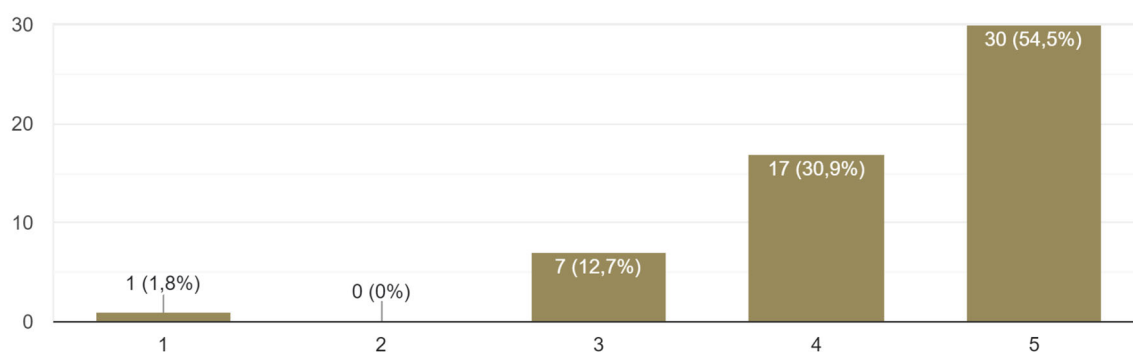


Fonte: Elaboração própria

Para denotar os preços percebidos como vantajosos, tal como mostra as tabelas 5 e 6, Campos (2018) afirma que este é um modelo para quem busca variedade de experiências, preços e opções, reforçando o custo/benefício e destacando a relação entre preço e a variedade de bens e serviços.

A tabela 7 buscou verificar a importância dada à conveniência que os *smartphones* oferecem aos respondentes, alcançando-se a média de 4,36; a moda 5; mediana de 5 e o desvio padrão 0,84. Logo, destaca-se que este é um fator de grande relevância para os consumidores em análise, ressaltando-se também que esse é um dos maiores pontos abordados nas últimas tendências de mercado, a tecnologia.

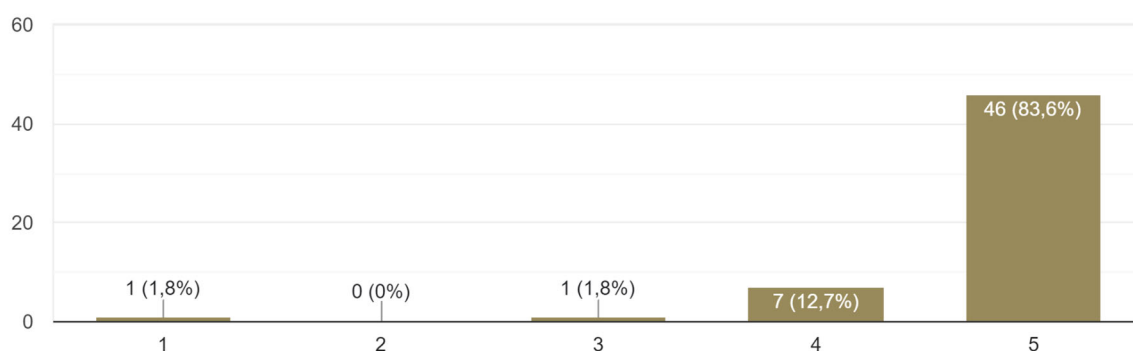
Tabela 7 - Conveniência dos smartphones



Fonte: Elaboração própria

A tabela 8, por sua vez, buscou verificar o quanto a interação via internet é útil para os respondentes, recebendo a média 4,76; a moda de 5; mediana de 5 e o desvio padrão de 0,66. Mostra-se aqui um consenso ainda maior, com a maioria absoluta dos respondentes considerando que é de grande utilidade na utilização dos serviços a interação que tem com eles por meio da internet, ressaltando a praticidade e o valor percebidos.

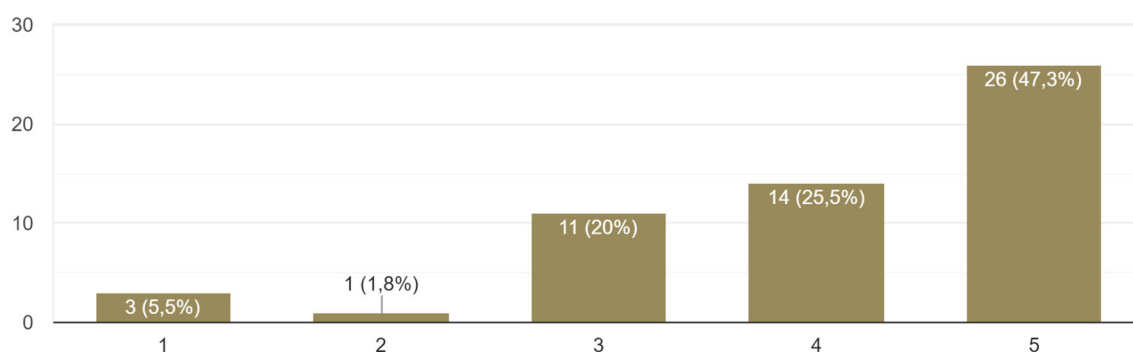
Tabela 8 - Utilidade da interação via internet



Fonte: Elaboração própria

A tabela 9 buscou a compreensão dos respondentes quanto à navegação amigável nos sites e aplicativos que oferecem os bens e serviços compartilhados, recebendo média 4; moda 5; mediana de 4 e desvio padrão 1,11. Esse resultado demonstra, ainda em face da tecnologia, que os consumidores analisados estão de acordo com a facilidade de se navegar em plataformas de bens e serviços compartilhados, sendo um grande ponto de relevância.

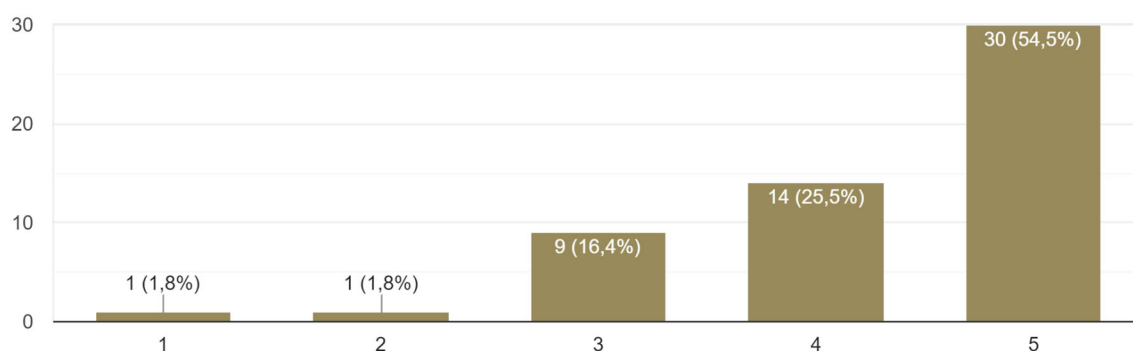
Tabela 9 - Navegação amigável em sites e aplicativos



Fonte: Elaboração própria

A tabela 10 buscou compreender se as transações em plataformas de bens e serviços compartilhados é percebida como fácil pelos respondentes, para a qual recebeu média 4,29; moda de 5; mediana de 5 e desvio padrão de 0,93. Aqui, demonstra-se que os respondentes consideram fáceis as conclusões das transações financeiras realizadas dentro das plataformas onde os serviços são oferecidos, fazendo parte da referida navegação amigável.

Tabela 10 - Transações facilitadas

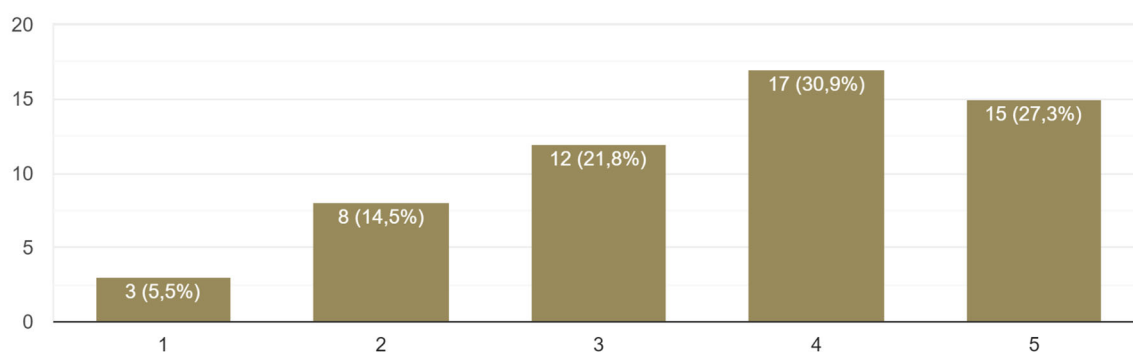


Fonte: Elaboração própria

Então, no que se refere à praticidade associada à tecnologia, como demonstrado nas tabelas 7, 8, 9 e 10, a tecnologia se apresenta para solucionar problemas, implicando na velocidade em que um serviço é prestado e na produtividade dos mesmos, tal como aponta Pinheiro (2019). Existindo ainda a percepção de que a comunicação ocorre de maneira mais rápida e prática se mediada pela tecnologia, sendo um ponto de valor para o consumidor (MUNARO; BERTOLDO, 2020).

A tabela 11 demonstra a percepção quanto ao atendimento das expectativas e necessidades por parte do suporte ao usuário dos bens e serviços compartilhados, recebendo média 3,6; moda 4; mediana 4 e desvio padrão 1,19. Sendo um tema onde as respostas ficaram em relativo equilíbrio, mas tendem para a concordância, o que fala um pouco sobre as empresas em si e como lidam com eventuais percalços e divergências, de acordo com o ponto de vista de consumidor dos respondentes.

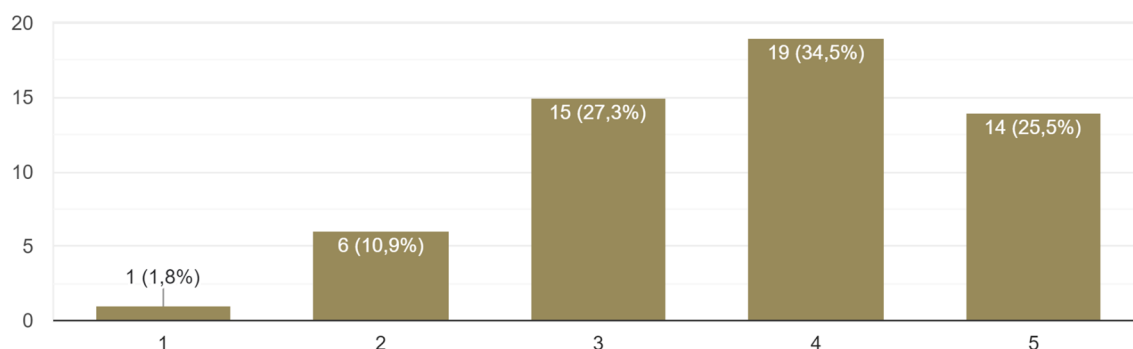
Tabela 11 - Expectativa para suporte ao usuário



Fonte: Elaboração própria

Na tabela 12 buscou-se demonstrar se os usuários de bens e serviços compartilhados acreditam que as empresas conhecem suas necessidades, recebendo média 3,7; moda 4; mediana de 4 e desvio padrão 1,03. Demonstrando-se que os consumidores acreditam que suas necessidades são enxergadas pelas empresas para que, assim, possam ser melhor atendidas e os objetivos de ambas as partes alcançados.

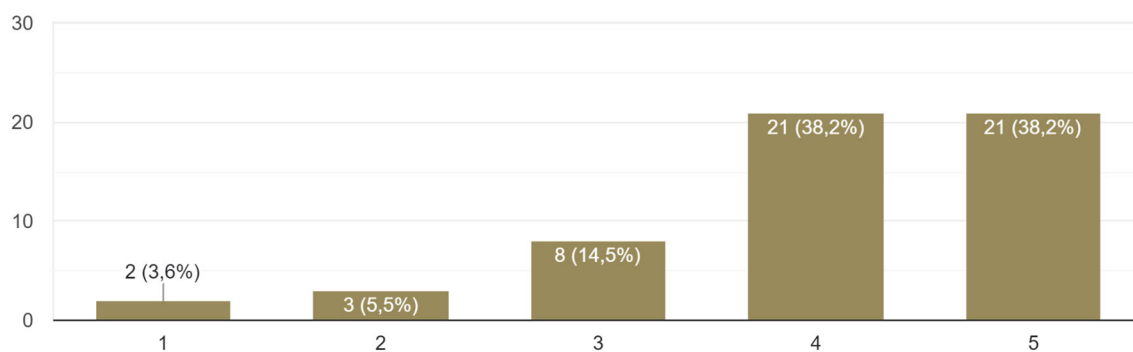
Tabela 12 - Empresas conhecem as necessidades dos clientes



Fonte: Elaboração própria

A tabela 13 verifica se os respondentes demonstram sintonia com os novos meios de consumo e com as últimas tendências de mercado, recebendo média 4,01; moda 4 e 5; mediana 4 e desvio padrão de 1,04. Percebe-se aqui que os consumidores acreditam-se como inteirados com os novos meios de consumo que vem tomando uma grande parcela do mercado atual e até mesmo substituindo outros modelos mais antigos, já que 76,4% dos respondentes concentraram-se nas concordâncias total e parcial.

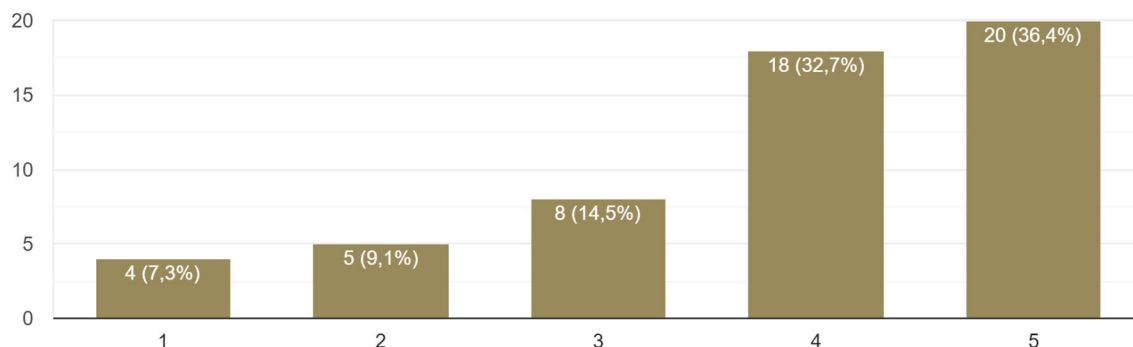
Tabela 13 - Sintonia com novos meios de consumo



Fonte: Elaboração própria

Na tabela 14 buscou-se perceber se os respondentes consideram os bens e serviços compartilhados uma boa substituição aos serviços tradicionais, para a qual recebeu média 3,81; moda 5; mediana 4 e desvio padrão de 1,23. Então demonstra-se por este que há uma crescente percepção da troca de modelos econômicos mais tradicionais por novos modelos que se adequem melhor às necessidades demonstradas atualmente pelos consumidores.

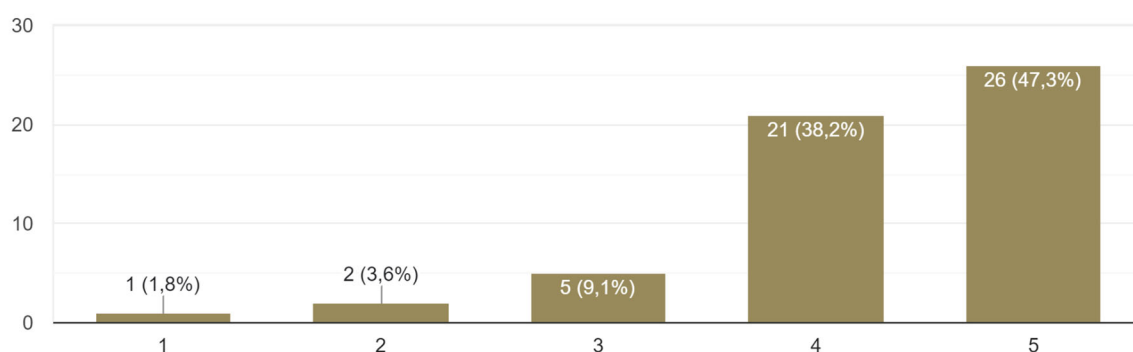
Tabela 14 - Substituem bem os serviços tradicionais



Fonte: Elaboração própria

A tabela 15 buscou aferir o grau de satisfação dos respondentes quanto aos bens e serviços compartilhados, recebendo média 4,25; moda 5; mediana 4 e desvio padrão de 0,9. Percebe-se aqui um alto grau de satisfação dos consumidores com relação a experiências passadas com bens e serviços de compartilhamento, onde a maior parte dos respondentes concorda total ou parcialmente.

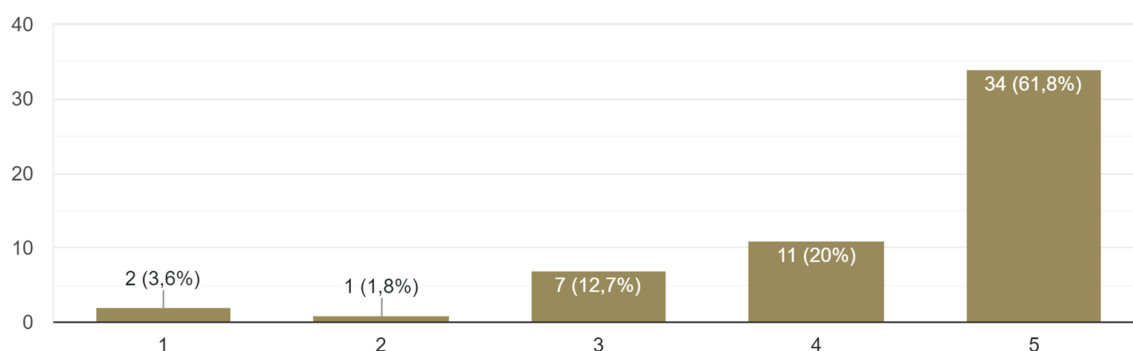
Tabela 15 - Grau de satisfação



Fonte: Elaboração própria

Já na tabela 16 buscou-se compreender se os bens e serviços compartilhados atenderam plenamente às expectativas dos respondentes da última vez que fizeram uso de tais serviços, para o qual recebeu média 4,34; moda 5; mediana 5 e desvio padrão de 1,02. Percebeu-se que a maioria absoluta considera que suas expectativas foram atendidas pelos serviços com os quais tiveram experiências, estando as expectativas diretamente ligadas com as suas necessidades e decisão de consumo.

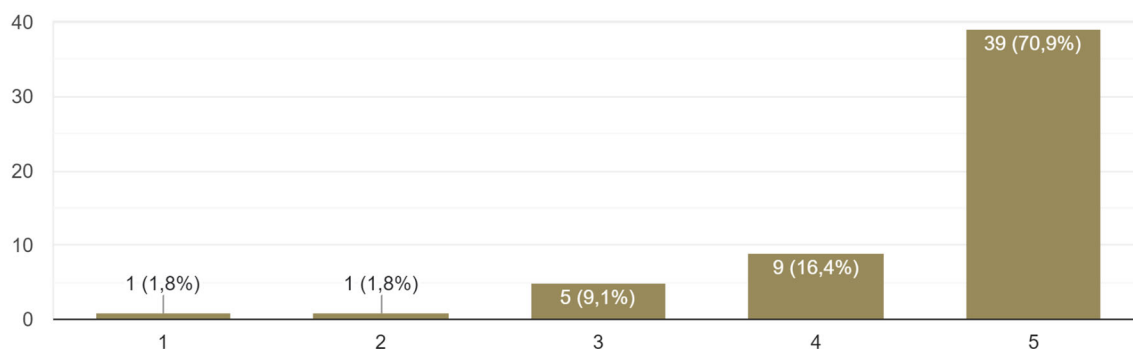
Tabela 16 - Atendimento às expectativas



Fonte: Elaboração própria

A tabela 17 buscou aferir a propensão dos respondentes a utilizarem bens e serviços compartilhados novamente na próxima vez que precisarem, obtendo média 4,52; moda 5; mediana 5 e desvio padrão 0,87. Percebe-se neste uma forte tendência por parte dos respondentes para a reutilização dos serviços com os quais tiveram experiências anteriores, com concordância total da maioria absoluta.

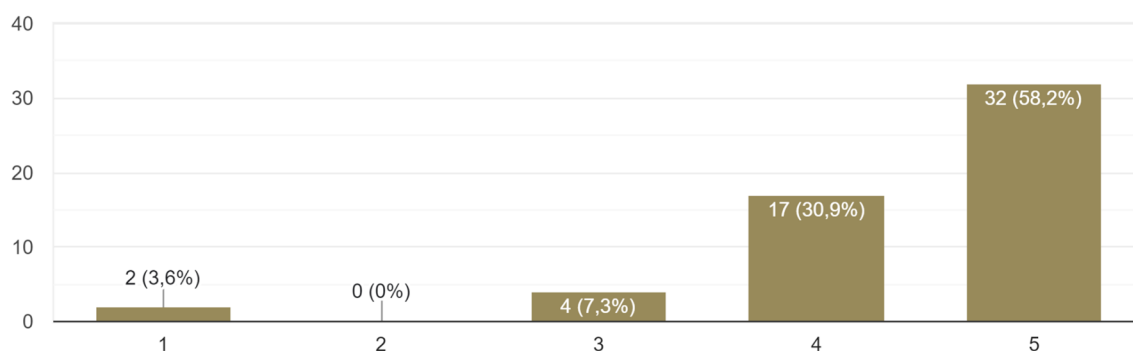
Tabela 17 - Propensão à reutilização



Fonte: Elaboração própria

Na tabela 18 buscou-se compreender se os respondentes tiveram a expectativa de que o que lhes foi oferecido foi entregue, recebendo média 4,4; moda 5; mediana 5 e desvio padrão 0,91. A partir disso percebe-se que a maior parte dos analisados concorda total ou parcialmente que a demanda que eles apresentavam foi suprida por parte das empresas que ofereciam os serviços demandados.

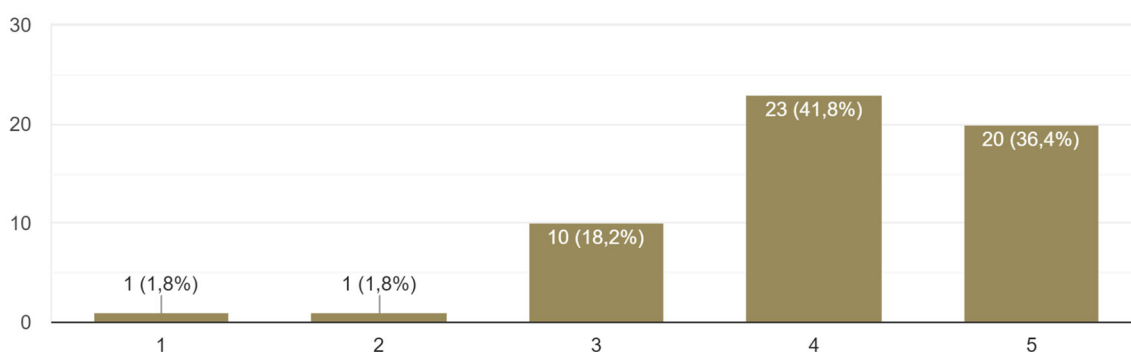
Tabela 18 - Expectativa de atendimento do que foi proposto



Fonte: Elaboração própria

A tabela 19 buscou compreender se os usuários de bens e serviços compartilhados se sentiram mais propensos a confiar nos serviços graças às avaliações pós-utilização, para a qual recebeu média 4,09; moda 4; mediana 4 e desvio padrão 0,88. Percebe-se que neste quesito há um equilíbrio entre as respostas positivas, destacando a relevância que comentários progressos têm no poder de decisão dos consumidores futuros.

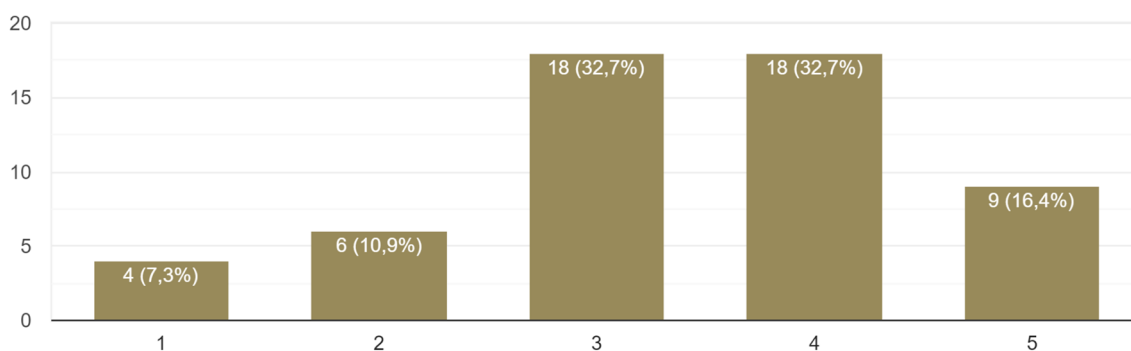
Tabela 19 - Confiança nas avaliações pós-utilização



Fonte: Elaboração própria

Já a tabela 20 buscou compreender a percepção dos respondentes quanto ao poder das empresas de proporcionar segurança em eventuais imprevistos, para qual recebeu média 3,4; moda 3 e 4; mediana 3 e desvio padrão 1,11. Destacando-se que houve equilíbrio entre a neutralidade e a concordância parcial com relação ao tema, possivelmente oriundo da não necessidade ou demanda dos respondentes para este tipo de serviço, ou ainda do atendimento parcial das expectativas criadas.

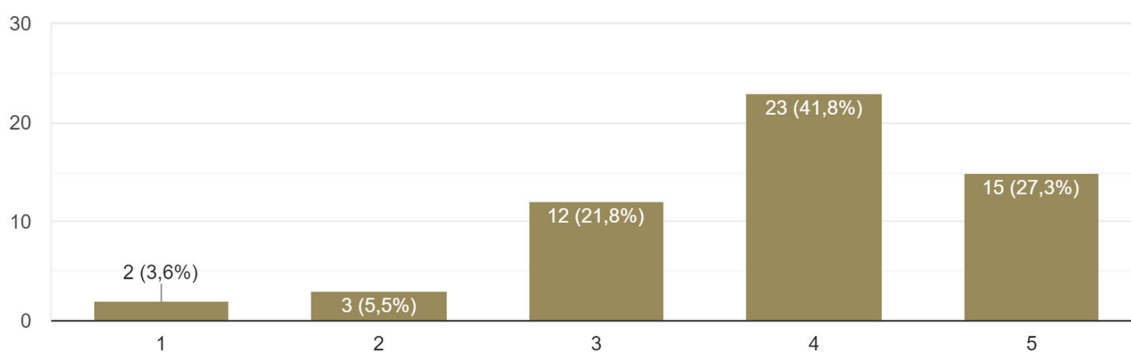
Tabela 20 - Segurança para eventuais imprevistos



Fonte: Elaboração própria

Na tabela 20 buscou-se a compreensão da percepção dos respondentes quanto à segurança do ambiente oferecido pelas empresas para que o serviço possa ser usufruído em sua totalidade, recebendo média 3,83; moda 4; mediana 4 e desvio padrão 1,01. Destacando-se neste questionamento que a predominância nas respostas foi da neutralidade até a concordância total, ressaltando a opinião relativamente positiva dos respondentes para com a segurança envolvida nos serviços prestados.

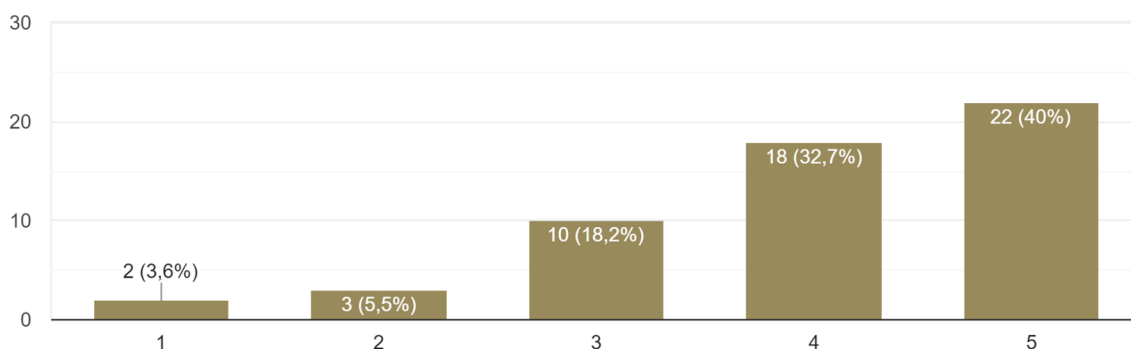
Tabela 21 - Segurança do ambiente oferecido pelas empresas



Fonte: Elaboração própria

Por fim, na tabela 22 buscou-se a percepção dos respondentes em relação à confiabilidade geral de bens e serviços compartilhados, obtendo média 4; moda 5; mediana 4 e desvio padrão 1,07. Obteve-se aqui a percepção geral dos respondentes quanto à confiabilidade percebida nos bens e serviços compartilhados, sendo esse um fator chave para a decisão do consumidor de voltar ou não a consumir determinado produto ou serviço, apresentando predominância das respostas neutras até as respostas de concordância total.

Tabela 22 - Confiabilidade geral de bens e serviços compartilhados



Fonte: Elaboração própria

Assim sendo, como percebe-se nas tabelas 11 e 12, mas mais profundamente nas tabelas 16 a 22, a confiança, assim como preconiza Campos (2018), é de onde advém a percepção de valor do consumidor e a mensuração de qualidade do serviço, traduzindo o grau de confiança dos envolvidos no processo a partir de ferramentas de avaliação, oferecendo ainda conforto e segurança. Além disso, para que a confiança ocorra, o produto ou serviço oferecido deve acompanhar a demanda dos clientes, que estão em constante progressão (HENRIQUES, 2018).

Logo, percebe-se que existem alguns aspectos que são interpretados como de maior relevância para os consumidores de bens e serviços compartilhados, tais como o custo-benefício, as facilidades proporcionadas pela tecnologia e a confiança, tanto nos serviços em si quanto nos seus prestadores. Tudo isso como forma de suprir as expectativas dos consumidores, trazendo-lhe satisfação e criando um ambiente onde, futuramente, essas pessoas se sintam propensas a recorrer novamente aos bens e serviços compartilhados.

5 CONCLUSÃO

O trabalho aqui apresentado teve como problema de pesquisa a seguinte problemática: Como o consumidor de bens e/ou serviços compartilhados percebe o valor dos atributos oferecidos pelas empresas do setor? Esse questionamento pôde ser respondido a partir dos meios implementados nesta pesquisa, como o instrumento de pesquisa e a consecutiva análise, correlação e inferência dos resultados obtidos.

A partir disso, também foi possível observar e analisar a percepção de valor do consumidor de bens e serviços compartilhados em relação ao serviço prestado, sendo esse o objetivo geral, que possibilitou a melhor compreensão de características associadas aos consumidores desse tipo de serviço, como o meio em que vive, a renda que obtém e afins. Além de observar e analisar onde percebem valor nos serviços compartilhados que consomem, o que indica o que os faz utilizar e continuar a utilizá-los.

O presente trabalho também propôs alguns objetivos específicos, sendo eles: 1) Verificar principais preferências do consumidor para utilizar bens e serviços compartilhados; 2) Identificar o que o consumidor de bens e serviços compartilhados mais valoriza na decisão de consumo: preço, confiança, economia, entre outros; e 3) Identificar como e em quais circunstâncias a percepção de valor do consumidor é construída. Todos esses também puderam ser respondidos através da coleta e análise de dados demonstrados no artigo.

Com isso, foi possível verificar, ainda como atingimento dos objetivos específicos, que os principais estímulos e preferências dos consumidores estão voltados para bens e serviços ligados, prioritariamente, ao transporte urbano, ao consumo de *streaming* e aos serviços de hospedagem, como abordado na tabela 1, de verificação de afinidade com bens e serviços compartilhados. Onde o resultado obtido se relacionou diretamente com o estudo realizado, que apontou esses como os serviços mais conhecidos e utilizados, estando em constante propagação no mercado atual.

Observou-se também que os fatores que os consumidores mais valorizam na tomada de decisão estão relacionados à praticidade oferecida pela tecnologia, os preços mais favoráveis e a confiança para com os serviços prestados, todos demonstrados nas tabelas de frequência relacionadas. Observações relacionadas também com deduções e discursos de alguns autores relacionados, que reafirmam a incidência de tais opiniões em estudos correlatos.

Ademais, observou-se que a percepção de valor do consumidor é construída a partir do momento em que recebe o que lhe foi prometido, atendendo suas expectativas, observando experiências de outras pessoas e recebendo o suporte necessário da empresa caso haja necessidade, verificados pelas tabelas que representam confiança e satisfação. Verificado também pela confiança que se estabelece entre os agentes nas transações, que é responsável por essas percepções e construções perante o serviço prestado.

Como limitação neste trabalho houve a dificuldade de se capturar o interesse da população para que se respondesse o instrumento de pesquisa, dado o fato de ser uma pesquisa do tipo *survey*, isto é, sem requerer a presença física do aplicador. Esse fator foi determinante para limitar a população e a precisão da amostra.

Como agenda futura, propõe-se a aplicação do instrumento de pesquisa em uma população maior e mais representativa, até mesmo em nichos mais variados. Também como objeto de estudo para organizações que operam com base na economia de compartilhamento, para melhor atender às necessidades dos envolvidos no processo, além de servir de base para o estudo e o desenvolvimento social e ambiental, que são elementos do modelo.

Por fim, a contribuição deste trabalho de pesquisa está pautada no entendimento da influência socioambiental que a economia de compartilhamento acarreta perante a sociedade, com os usuários e os prestadores de serviço, as organizações, que oferecem as ferramentas e o ambiente para as transações ocorrerem de forma satisfatória, e até mesmo o governo, agindo como legislador para intermediar essas trocas.

REFERÊNCIAS

AKAMINE, Carlos Takeo; YAMAMOTO, Roberto Katsuhiko. **Estudo Dirigido de Estatística Descritiva**. 3. ed. São Paulo: Érica, 2013.

BARBOSA, Alexandre de Freitas. **O mundo globalizado: economia, sociedade e política**. 5. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

BRASIL. Lei nº 13.640, de 26 de março de 2018. Institui Diretrizes da Política Nacional de Mobilidade Urbana. **Diário oficial da união**: seção 1, Brasília, DF, ano 197, n. 59, p. 3, 27 mar. 2018.

CAMPOS, José Rubens de. **Um estudo sobre a percepção de valor do consumidor na Economia de Compartilhamento**. Orientador: Alexandre Luzzi Las Casas. 2018. 149. Dissertação (Mestrado) – Administração, Programa de Estudos Pós-Graduados em Administração, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018.

COSTA-NASCIMENTO, Daniela Viegas da; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa; PINTO, Marcelo de Rezende. **Dilemas da economia da partilha na era do acesso**. Revista Organizações e Sociedade [online], v. 28, n. 99, p. 806-829. 2021. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1984-92302021v28n9904PT>>. Acesso em: 7 out. 2022.

GARCIA, Vitor de Almeida; PEREIRA, Thiago Rodrigues; ROSSI, Leonardo Bortolozzo. **Economia compartilhada e uberização: o mito da autonomia do proletariado e os riscos da romantização da precarização do trabalho**. Argumenta Journal Law, Jacarezinho-PR, Brasil, n. 36, p. 15-39, jan/abr. 2022. Disponível em: <<http://seer.uenp.edu.br/index.php/argumenta/article/view/2432/1065>>. Acesso em: 7 out. 2022.

GERHARD, Felipe; JÚNIOR, Jeová Torres Silva; CÂMARA, Samuel Façanha. **Tipificando a economia do compartilhamento e a economia do acesso**. Revista Organizações e Sociedade [online], v. 26, n. 91, p. 795-814, out./dez. 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/1984-9260919>>. Acesso em: 5 out. 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 7. ed. Barueri: Atlas, 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

HENRIQUES, Silvia Helena. **Gestão da inovação e competitividade**. 2. ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.

JÚNIOR, Walter Duarte Barreto; LOPES, Thiago Henrique Carneiro Rios. **Economia compartilhada no Brasil e o perfil do consumidor: uma pesquisa com os usuários do facebook**. Revista de desenvolvimento econômico, Salvador-BA, v. 3, n. 47, p. 352-377, dez/dez. 2020.

LAMEIRA, Francisco Leandro Martins; RIBEIRO, Tânia Guimarães. **Uber: trabalho precarizado em tempos de economia de compartilhamento na cidade de Belém**. Complexitas - Rev. Fil. Tem., Belém, v. 5, n. 1, p. 79-84, jan/jun. 2019.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia Científica**. 8. ed. Barueri: Atlas, 2022.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

MARGARIDO, Carlos. **Economia colaborativa: por dentro de uma transformação em curso no mundo dos negócios**. Curitiba: InterSaberes, 2022.

MUNARO, Cristina; BERTOLDO, Jeferson. **Economia compartilhada e seus impactos no consumo moderno**. Revista científica multidisciplinar núcleo do conhecimento, ano 05, ed. 11, v. 19, p. 115-123, nov/nov. 2020.

PEREIRA, Carlos Henrique Távora; SILVA, Minelle E.. **A economia compartilhada como um movimento de transição para uma mobilidade sustentável**. Revista de gestão ambiental e sustentabilidade - GeAS, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 451-468, set./dez. 2018.

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

SILVEIRA, Lisilene Mello da. **Economia compartilhada: aproximações e afastamentos da inovação social**. 2020. Tese (Doutorado) - Programa de pós-graduação em administração, PUCRS, Porto Alegre, 2020.

SORDI, Jefferson; PETRINI, Maira; SAMPAIO, Cláudio Hofmann. **Concreto ou abstrato? Um esquema conceitual das representações mentais da economia compartilhada**. Teoria e prática em administração, v. 9, n. 1, p. 105-118. 2019.

SORDI, José Osvaldo de. **Desenvolvimento de projeto de pesquisa**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2017.

TAPSCOTT, Don; WILLIAMS, Anthony D.. **Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

TAVARES, Mauro Calixta. **Gestão estratégica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

TIGRE, Paulo Bastos; PINHEIRO, Alessandro Maia. **Inovação em serviços na economia do compartilhamento**. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 16. ed. São Paulo: Atlas, 2016.

WEETMAN, Catherine. **Economia circular: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma mais inteligente, sustentável e lucrativa**. 1. ed. São Paulo: Autêntica Business, 2019.

ZANATTA, Rafael A. F.; PAULA, Pedro C. B. de; KIRA, Beatriz. **Economias de**

Compartilhamento e o direito. Curitiba: Juruá, 2017.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

Com o propósito de atender ao problema de pesquisa, os objetivos gerais e os objetivos específicos, foi utilizado como instrumento de coleta o questionário a seguir. Sendo este um instrumento validado, que tem como fonte o trabalho de dissertação dos alunos José Rubens de Campos e Vicente Argentino Netto, do Programa de Mestrado em Administração, da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, com adaptações do autor do presente artigo para melhor atender aos objetivos de pesquisa.

Se você já utilizou bens/serviços de maneira compartilhada, como, por exemplo, Uber, Airbnb, Netflix, Bike Itaú, entre outros, você está apto a responder este questionário. As suas respostas serão mantidas em total sigilo e você irá gastar apenas 5 minutos para responder às questões.

Sexo

Masculino Feminino Prefiro não responder

Quantos anos você tem?

Até 18 anos

De 19 a 30 anos

De 31 a 45 anos

De 46 a 60 anos

Acima de 60 anos

Qual é seu estado civil?

Solteiro

Em relacionamento sério

Casado

Divorciado

Viúvo

Em qual estado *(UF) você mora?

Em qual cidade, ou cidade satélite, você mora?

Qual é a sua escolaridade?

Ensino Fundamental

Ensino Médio

Ensino Superior (Incompleto)

Ensino Superior (Completo)

Pós-graduação / MBA

Mestrado / Doutorado

Qual é a sua ocupação?

É estudante? Se sim, que curso está cursando?

Qual é o seu rendimento domiciliar mensal? (Média da soma dos rendimentos* mensais de todos que residem com você)

Menos de R\$ 1.500,00

De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00

De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00

De R\$ 5.001,00 a R\$ 7.500,00

De R\$ 7.501,00 a R\$ 10.000,00

De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00

Acima de R\$ 15.000,00

Prefiro não responder

1 – Para conhecermos o seu grau de familiaridade com os Bens/Serviços Compartilhados, aponte todos aqueles com os quais você já teve alguma experiência de consumo:

- Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;
- Compartilhamento de músicas e filmes (Streaming) como Netflix, Spotify, entre outros;
- Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;
- Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);
- Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;
- Algum outro Bem/Serviço Compartilhado não citado;
- Nunca tive algum tipo de experiência envolvendo Bem/Serviço Compartilhado.

Para as próximas questões, utilize o seguinte critério de resposta:

1 = Discordo totalmente; 2 = Discordo em parte; 3 = Nem concordo, nem discordo; 4 = Concordo em parte; 5 = Concordo totalmente.

2 – Eu considero que contribuo para a redução do impacto no meio ambiente ao fazer uso de um Bem/Serviço Compartilhado.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

3 – Acredito que quando utilizo um Bem/Serviço Compartilhado, eu contribuo com a redução do uso de recursos naturais.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

4 – Utilizar Bens/Serviços Compartilhados me faz sentir parte de um grupo de pessoas que pensam como eu.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

5 – Considero que os preços dos Bens/Serviços Compartilhados são melhores em comparação com as demais ofertas de mercado.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

6 – Considero boa a relação custo/benefício dos Bens/Serviços Compartilhados em comparação com as demais ofertas de mercado.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

7 – Utilizo Bens/Serviços Compartilhados devido à conveniência proporcionada pelo meu smartphone.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

8 – A interação via internet é muito útil na utilização de Bens/Serviços Compartilhados.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

9 – Utilizo os Bens/Serviços Compartilhados devido à navegação amigável nos sites e aplicativos.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

10 – A conclusão da transação numa plataforma de Bens/Serviços Compartilhados é muito fácil.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

11 – O suporte ao usuário dos Bens/Serviços Compartilhados atende à sua expectativa e necessidade.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

12 – Acredito que as empresas de Bens/Serviços Compartilhados conhecem as necessidades dos seus clientes.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

13 – Demonstro sintonia com os novos meios de consumo e com as últimas tendências ao utilizar os Bens/Serviços Compartilhados.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

14 – Acredito que os Bens/Serviços Compartilhados substituem muito bem os serviços tradicionais.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

15 – De maneira geral, eu estou satisfeito com as experiências de consumo que obtive ao usar Bens/Serviços Compartilhados.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

16 – Da última vez que fiz uso de um Bem/Serviço Compartilhado, ele atendeu plenamente às minhas expectativas.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

17 – Estou propenso a utilizar os Bens/Serviços Compartilhados da próxima vez que precisar.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

18 – Ao ver uma oferta de Bem/Serviço Compartilhado, eu tenho expectativa de que aquilo que me foi proposto será entregue.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

19 – Os usuários dos Bens/Serviços Compartilhados estão mais propensos a confiar uns aos outros, principalmente devido às avaliações pós-utilização.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

20 – Acredito que as empresas de Bens/Serviços Compartilhados proporcionam segurança nos casos de eventuais imprevistos.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

21 – As empresas de Bens/Serviços Compartilhados proporcionam um ambiente seguro para que eu possa usufruir o serviço em sua totalidade.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

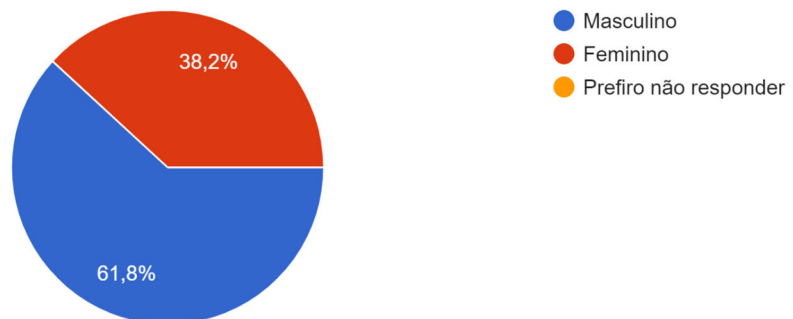
22 – De maneira geral, os Bens/Serviços Compartilhados são confiáveis.

* Discordo totalmente 1 2 3 4 5 Concordo totalmente

Muito obrigada!

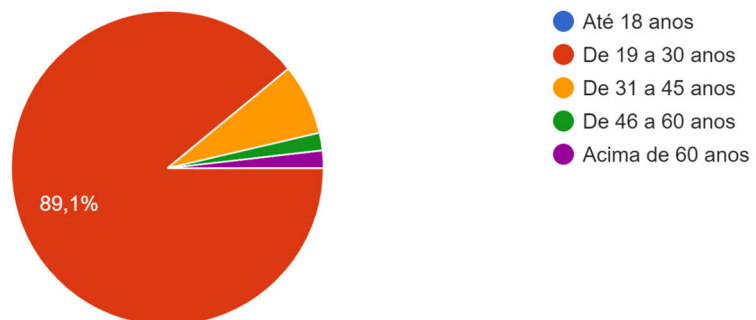
APÊNDICE B – GRÁFICOS DE CARACTERIZAÇÃO

Gráfico 1 - Frequência de gênero



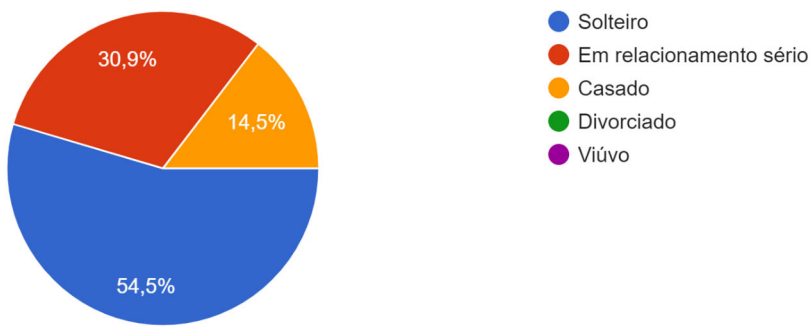
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 2 - Frequência de idade



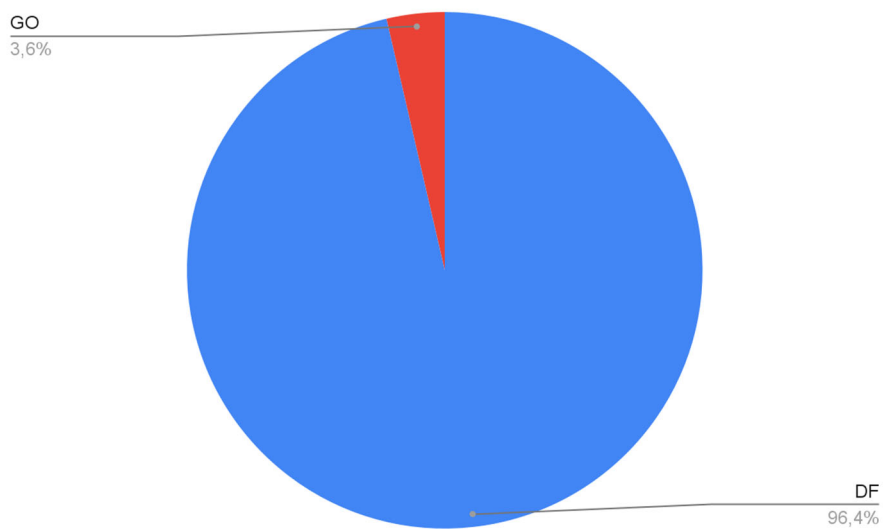
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 3 - Frequência de estado civil



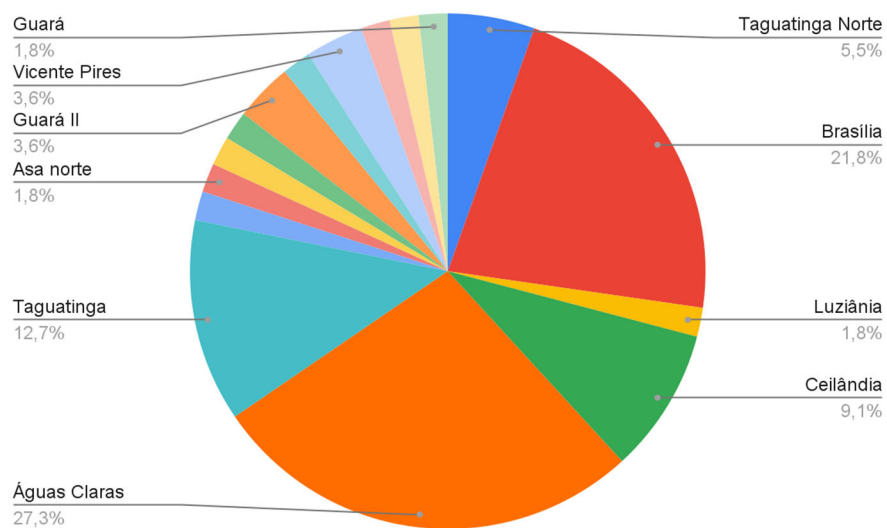
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 4 - Frequência de Unidade Federativa



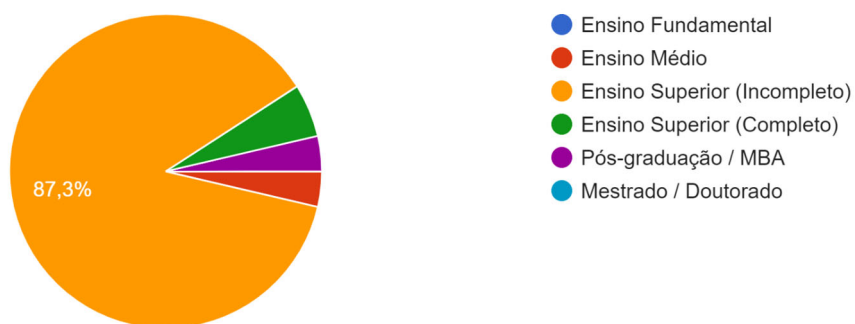
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 5 - Frequência de cidade ou cidade satélite



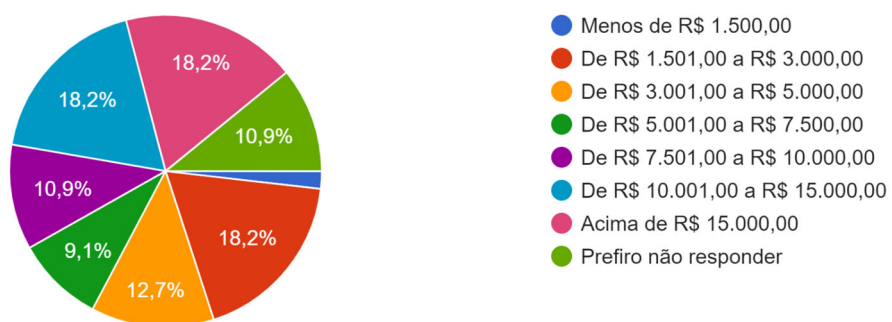
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 6 - Frequência de escolaridade



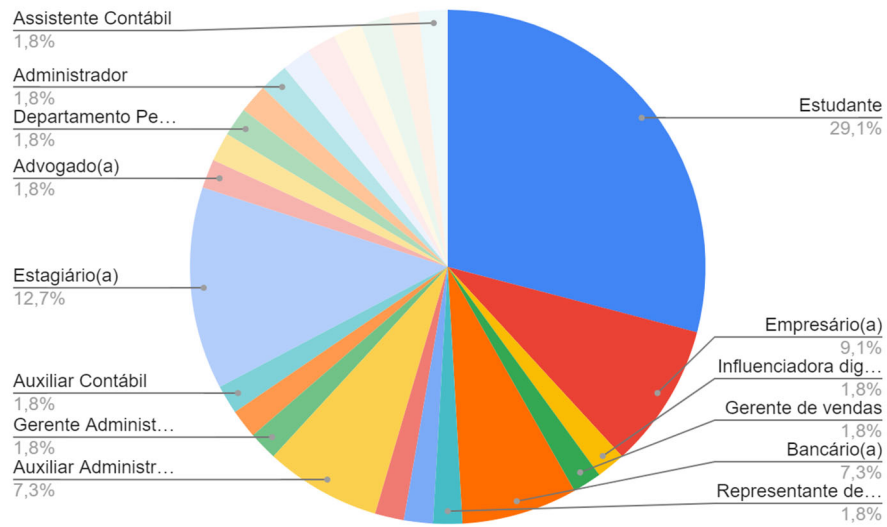
Fonte: Elaboração própria

Gráfico 7 - Frequência de rendimento domiciliar



Fonte: Elaboração própria

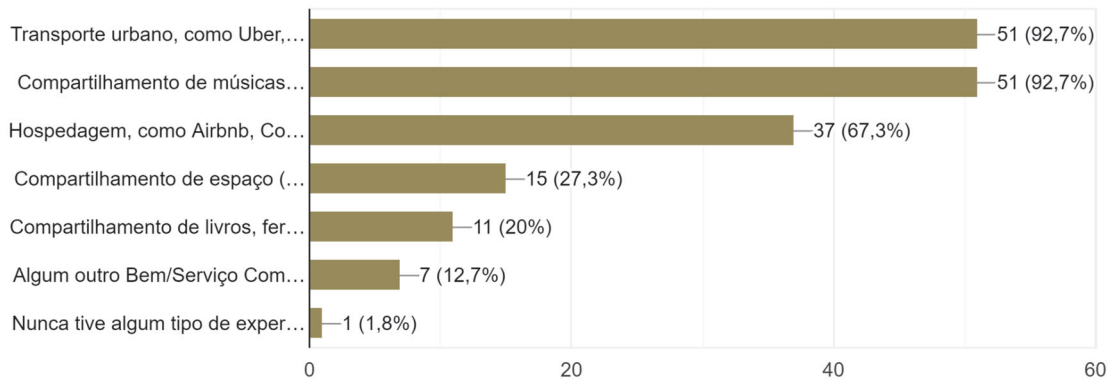
Gráfico 8 - Frequência para ocupação



Fonte: Elaboração própria

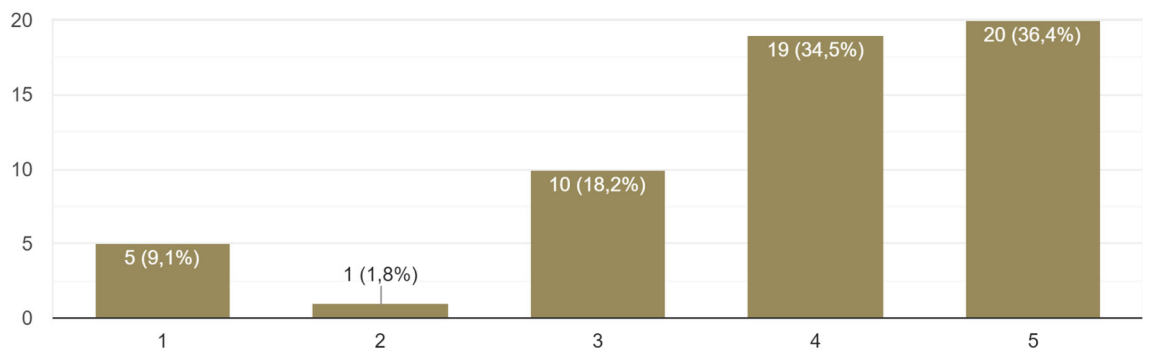
APÊNDICE C – TABELAS DE FREQUÊNCIA

Tabela 1 - Grau de familiaridade com bens/serviços compartilhados



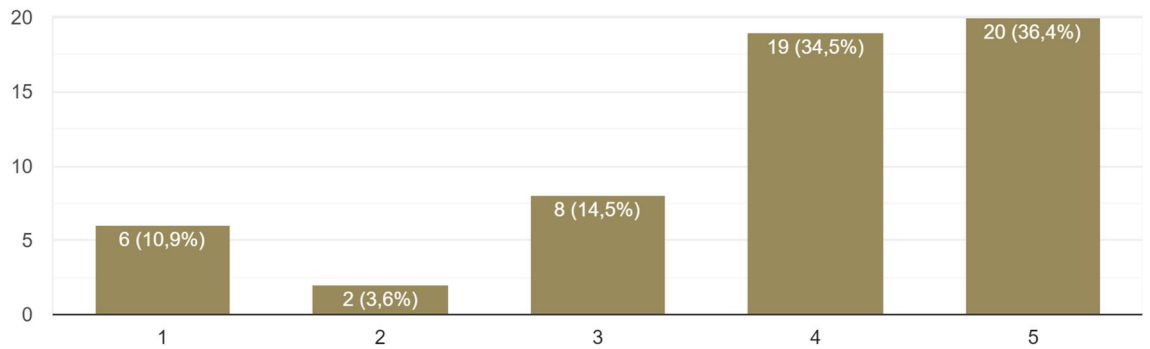
Fonte: Elaboração própria

Tabela 2 - Redução do impacto ambiental



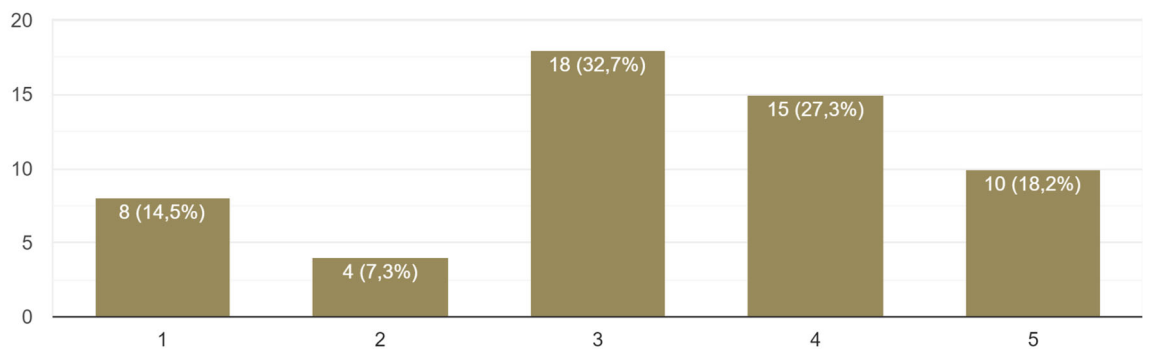
Fonte: Elaboração própria

Tabela 3 - Redução do uso de recursos naturais



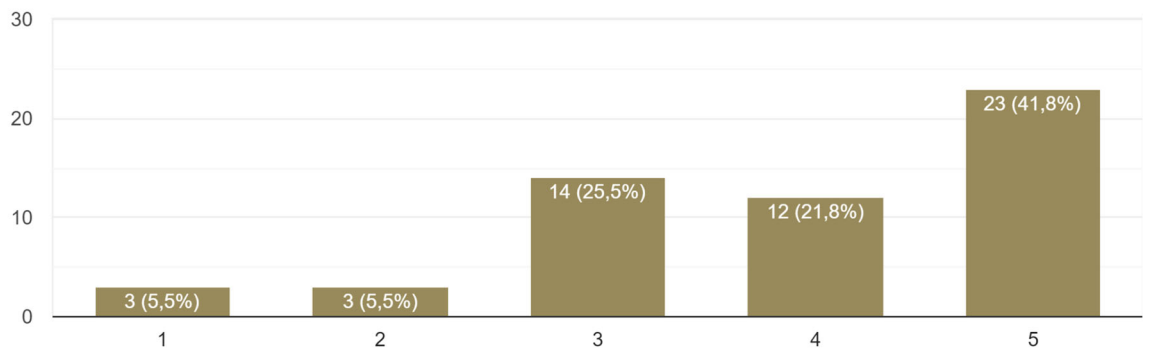
Fonte: Elaboração própria

Tabela 4 - Pertencimento a um grupo de pensamento semelhante



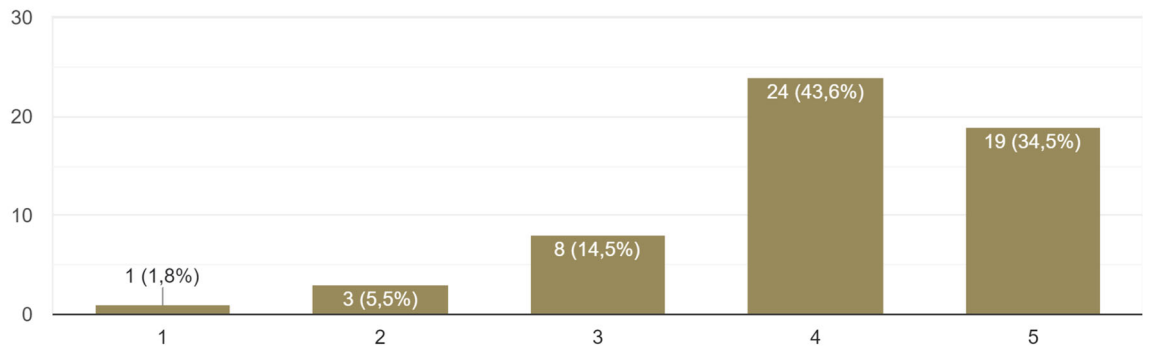
Fonte: Elaboração própria

Tabela 5 - Serviços melhores em comparação às demais ofertas de mercado



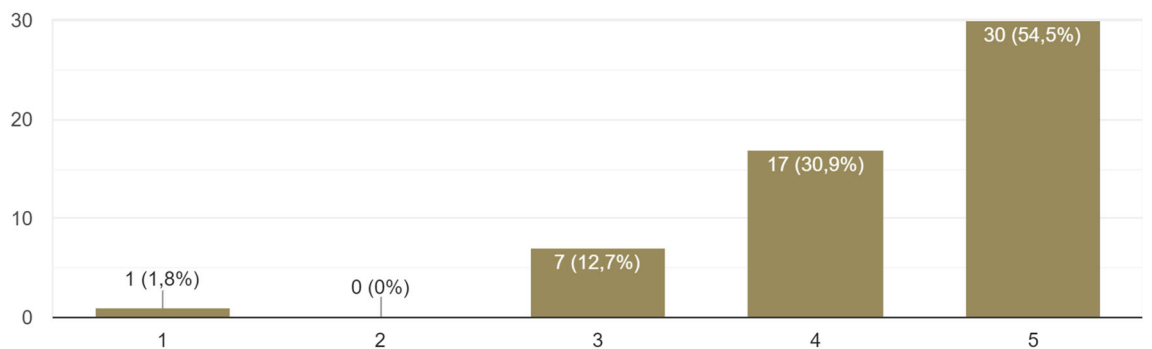
Fonte: Elaboração própria

Tabela 6 - Relação custo/benefício



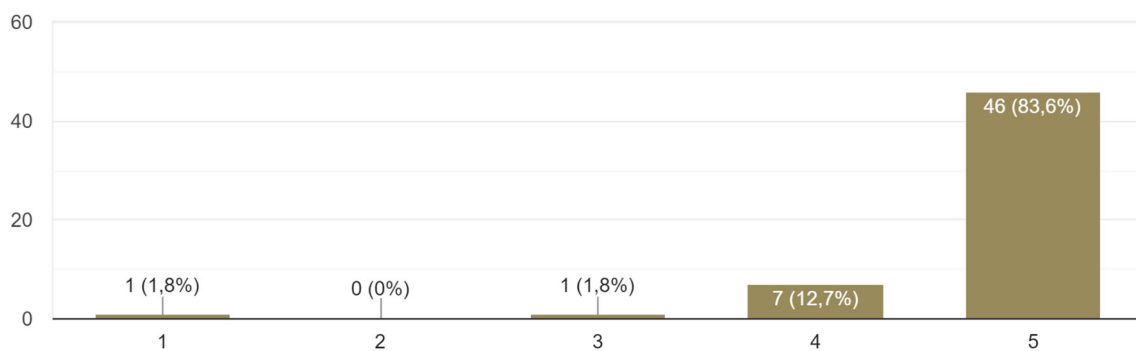
Fonte: Elaboração própria

Tabela 7 - Conveniência dos smartphones



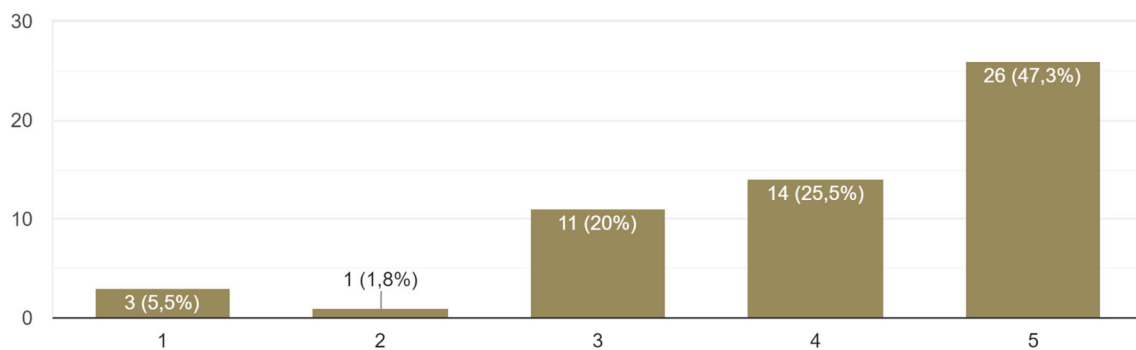
Fonte: Elaboração própria

Tabela 8 - Utilidade da interação via internet



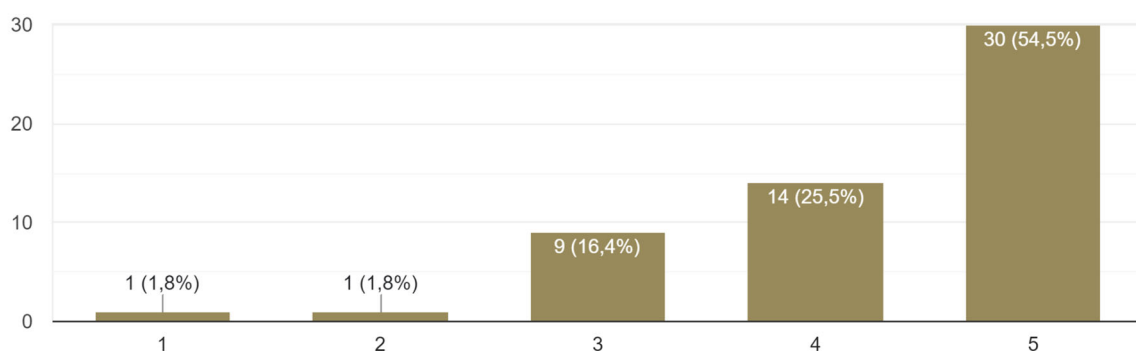
Fonte: Elaboração própria

Tabela 9 - Navegação amigável em sites e aplicativos



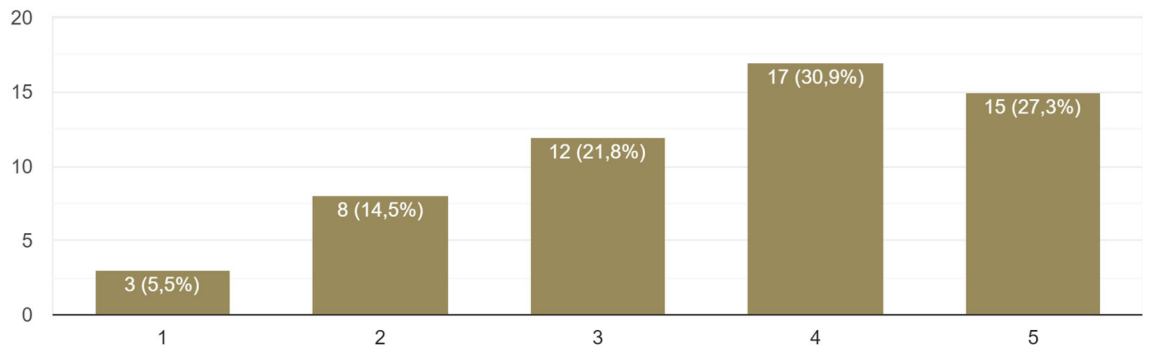
Fonte: Elaboração própria

Tabela 10 - Transações facilitadas



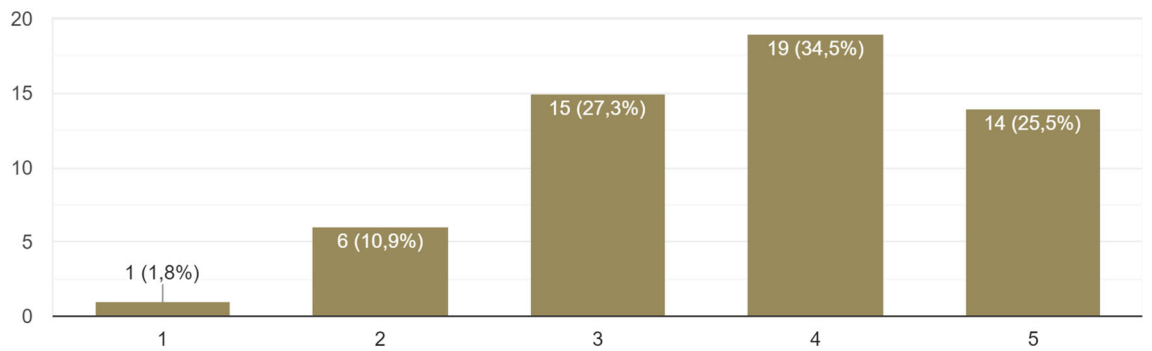
Fonte: Elaboração própria

Tabela 11 - Expectativa para suporte ao usuário



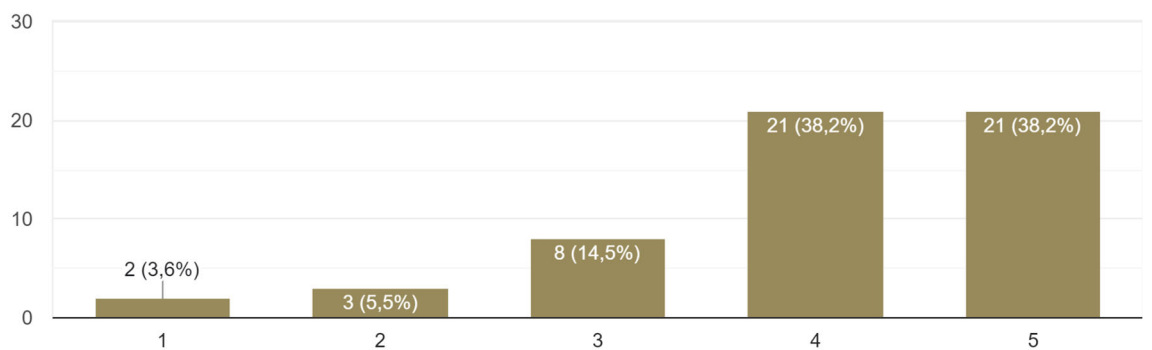
Fonte: Elaboração própria

Tabela 12 - Empresas conhecem as necessidades dos clientes



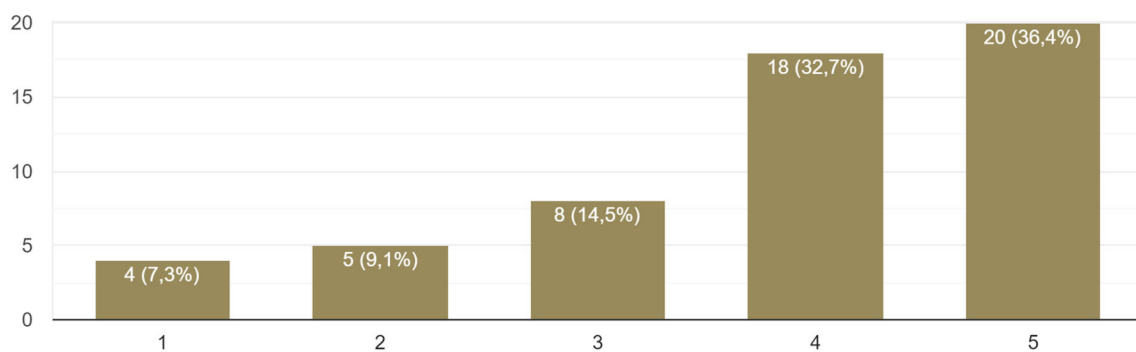
Fonte: Elaboração própria

Tabela 13 - Sintonia com novos meios de consumo



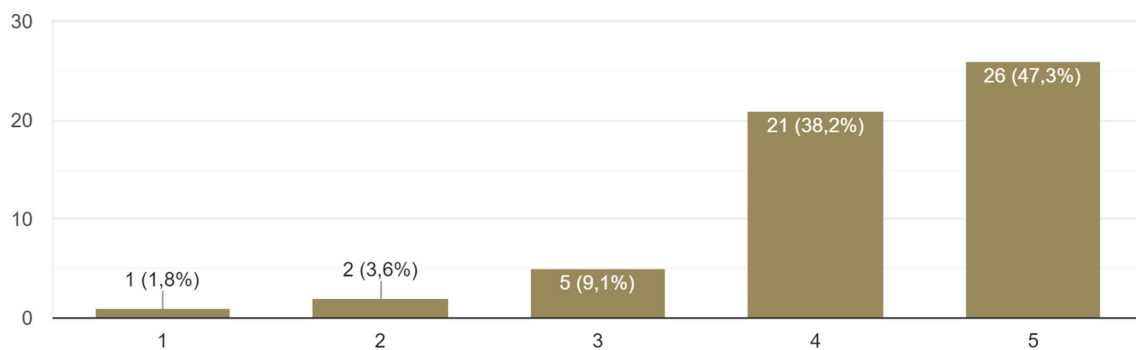
Fonte: Elaboração própria

Tabela 14 - Substituem bem os serviços tradicionais



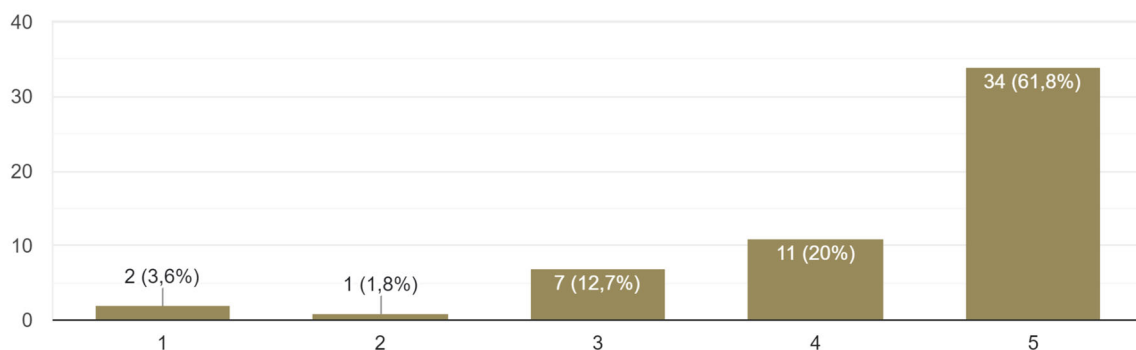
Fonte: Elaboração própria

Tabela 15 - Grau de satisfação



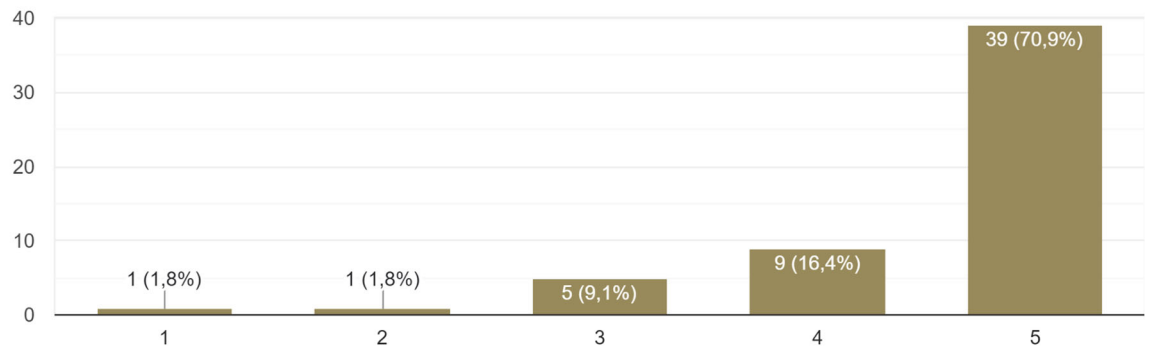
Fonte: Elaboração própria

Tabela 16 - Atendimento às expectativas



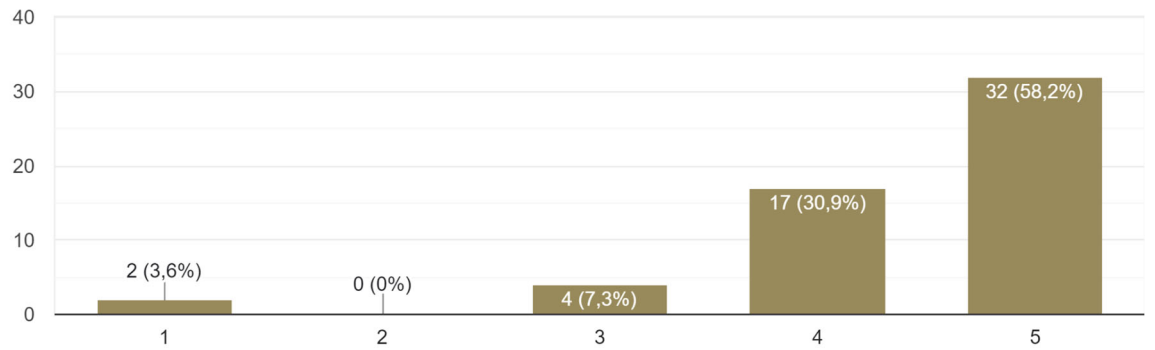
Fonte: Elaboração própria

Tabela 17 - Propensão à reutilização



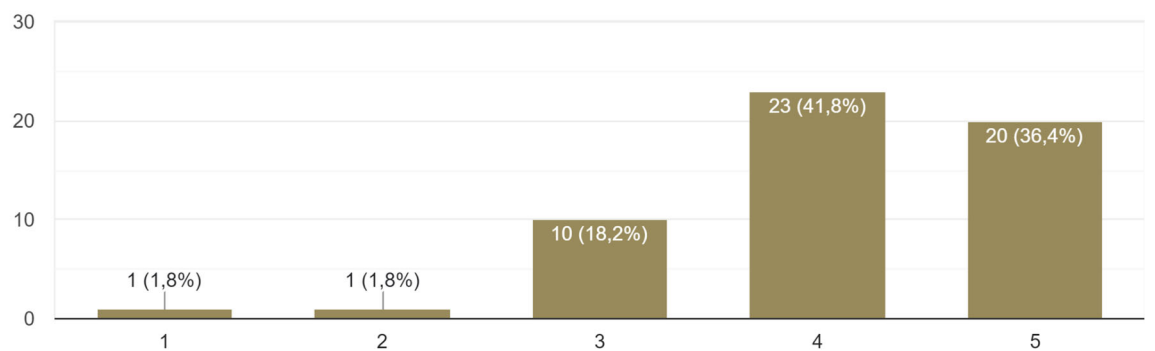
Fonte: Elaboração própria

Tabela 18 - Expectativa de atendimento do que foi proposto



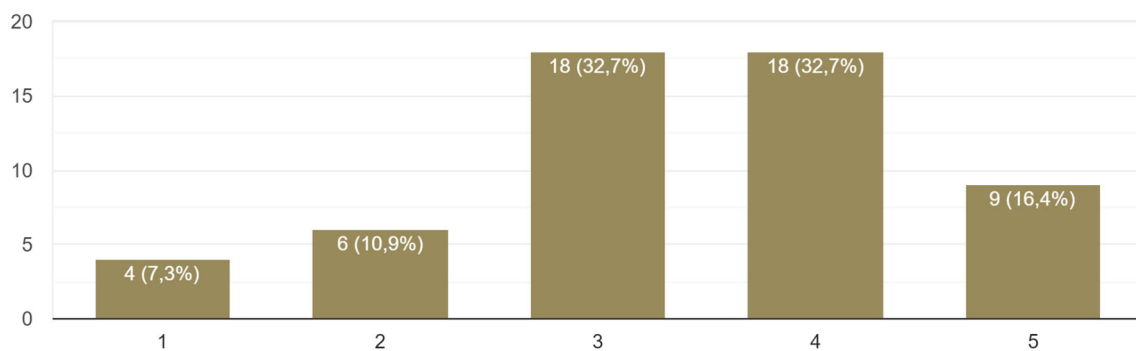
Fonte: Elaboração própria

Tabela 19 - Confiança nas avaliações pós-utilização



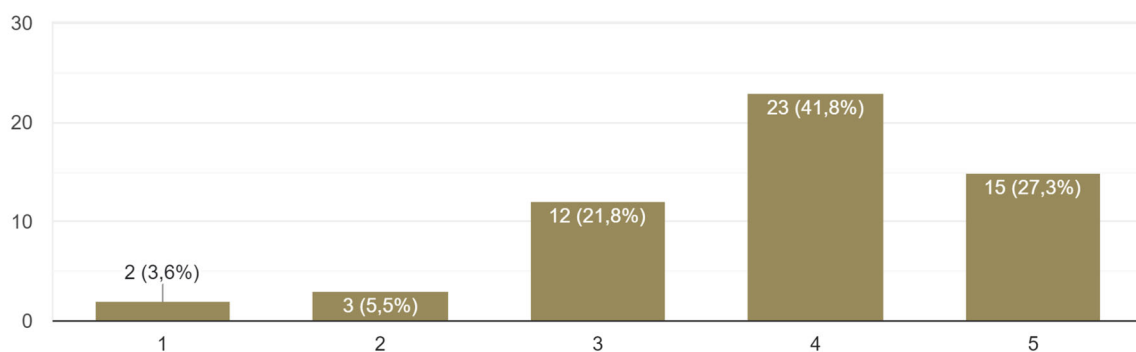
Fonte: Elaboração própria

Tabela 20 - Segurança para eventuais imprevistos



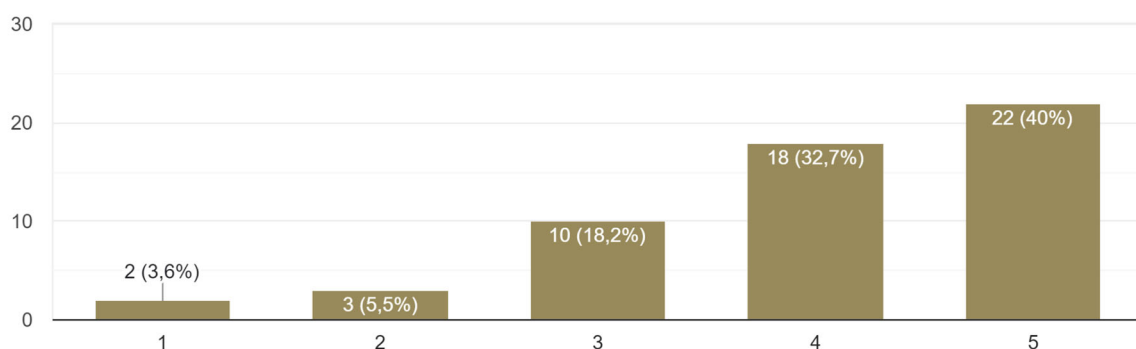
Fonte: Elaboração própria

Tabela 21 - Segurança do ambiente oferecido pelas empresas



Fonte: Elaboração própria

Tabela 22 - Confiabilidade geral de bens e serviços compartilhados



Fonte: Elaboração própria

APÊNDICE D – TABULAÇÃO DAS RESPOSTAS

	Gênero?	Quantos anos você tem?	Qual é seu estado civil?	Em qual UF você mora?
Resposta 1	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 2	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 3	Feminino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	GO
Resposta 4	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 5	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 6	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 7	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 8	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 9	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 10	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 11	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 12	Masculino	De 19 a 30 anos	Casado	DF
Resposta 13	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 14	Feminino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	GO
Resposta 15	Feminino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 16	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 17	Masculino	De 19 a 30 anos	Casado	DF
Resposta 18	Feminino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 19	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 20	Feminino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 21	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 22	Feminino	De 19 a 30 anos	Casado	DF
Resposta 23	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 24	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 25	Feminino	De 46 a 60 anos	Solteiro	DF

Resposta 26	Masculino	De 31 a 45 anos	Casado	DF
Resposta 27	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 28	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 29	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 30	Feminino	De 19 a 30 anos	Casado	DF
Resposta 31	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 32	Feminino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 33	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 34	Masculino	De 31 a 45 anos	Casado	DF
Resposta 35	Masculino	Acima de 60 anos	Casado	DF
Resposta 36	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 37	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 38	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 39	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 40	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 41	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 42	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 43	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 44	Masculino	De 31 a 45 anos	Solteiro	DF
Resposta 45	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 46	Feminino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 47	Feminino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 48	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 49	Feminino	De 19 a 30 anos	Casado	DF
Resposta 50	Masculino	De 19 a 30 anos	Em relacionamento sério	DF
Resposta 51	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 52	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 53	Feminino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF

Resposta 54	Masculino	De 19 a 30 anos	Solteiro	DF
Resposta 55	Masculino	De 31 a 45 anos	Solteiro	DF

	Em qual cidade, ou cidade satélite, você mora?	Qual é a sua escolaridade?	Qual é a sua ocupação?	Qual é o seu rendimento domiciliar mensal?
Resposta 1	Taguatinga Norte	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 2	Brasília	Ensino Superior (Incompleto)	Empresário	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 3	Luziânia - Goiás	Ensino Superior (Incompleto)	Influenciadora digital	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
Resposta 4	Ceilândia	Ensino Superior (Incompleto)	Gerente de vendas	Prefiro não responder
Resposta 5	Brasília	Ensino Superior (Incompleto)	Empresário	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 6	Águas claras	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
Resposta 7	Brasília	Ensino Médio	Estudante	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 8	Taguatinga	Ensino Superior (Incompleto)	Bancário	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 9	Samambaia Sul	Ensino Superior (Incompleto)	Representante de Negócios	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
Resposta 10	Taguatinga	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	Prefiro não responder
Resposta 11	Brasília - Asa Norte	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 12	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Gerente comercial	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 13	Brasília	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 14	Valparaíso	Ensino Superior (Incompleto)	Coordenadora Financeira	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00

Resposta 15	Sudoeste	Ensino Superior (Incompleto)	Auxiliar Administrativo	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
Resposta 16	Ceilândia	Ensino Superior (Incompleto)	Gerente administrativo	Prefiro não responder
Resposta 17	Guará 2	Ensino Superior (Incompleto)	Assistente técnico	De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00
Resposta 18	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Auxiliar Administrativo	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 19	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Empresário	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 20	Samambaia	Ensino Superior (Incompleto)	Auxiliar contábil	De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00
Resposta 21	Brasília	Ensino Superior (Incompleto)	Estagiário	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 22	Taguatinga	Ensino Superior (Incompleto)	Estagiária	De R\$ 5.001,00 a R\$ 7.500,00
Resposta 23	Taguatinga	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante.	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 24	Ceilândia - P Norte	Ensino Médio	Estagiária	De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00
Resposta 25	Brasília	Ensino Superior (Completo)	Bancária	De R\$ 7.501,00 a R\$ 10.000,00
Resposta 26	Brasília	Pós-graduação / MBA	Advogado	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 27	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Estagiária	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
Resposta 28	Brasília	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00
Resposta 29	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Assistente financeira	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
Resposta 30	Vicente Pires	Ensino Superior (Incompleto)	Departamento Pessoal	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 31	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Auxiliar Administrativo	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 32	Brasília	Ensino Superior (Incompleto)	Bancária	De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00
Resposta 33	Ceilândia	Ensino Superior	Estudante	De R\$ 1.501,00 a

		(Incompleto)		R\$ 3.000,00
Resposta 34	Brasília	Pós-graduação / MBA	Trabalhando	Prefiro não responder
Resposta 35	Brasília	Ensino Superior (Completo)	Administrador	De R\$ 7.501,00 a R\$ 10.000,00
Resposta 36	Taguatinga Norte	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 37	Taguatinga	Ensino Superior (Incompleto)	Assistente Financeiro	De R\$ 10.001,00 a R\$ 15.000,00
Resposta 38	Vicente Pires	Ensino Superior (Incompleto)	Analista de rh	De R\$ 7.501,00 a R\$ 10.000,00
Resposta 39	Octogonal	Ensino Superior (Incompleto)	Estagiária	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 40	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	De R\$ 7.501,00 a R\$ 10.000,00
Resposta 41	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Empresária	De R\$ 5.001,00 a R\$ 7.500,00
Resposta 42	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	Menos de R\$ 1.500,00
Resposta 43	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 44	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
Resposta 45	Brasília	Ensino Superior (Incompleto)	Estagiário	De R\$ 7.501,00 a R\$ 10.000,00
Resposta 46	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	De R\$ 5.001,00 a R\$ 7.500,00
Resposta 47	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Administrador hospitalar	De R\$ 5.001,00 a R\$ 7.500,00
Resposta 48	Lago Sul	Ensino Superior (Incompleto)	Estudante	Acima de R\$ 15.000,00
Resposta 49	Taguatinga Norte	Ensino Superior (Completo)	Comerciante	De R\$ 1.501,00 a R\$ 3.000,00
Resposta 50	Guará II	Ensino Superior (Incompleto)	Empresário	Prefiro não responder
Resposta 51	Águas Claras	Ensino Superior (Incompleto)	Estagiário	De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00

Resposta 52	Taguatinga	Ensino Superior (Incompleto)	CLT	De R\$ 5.001,00 a R\$ 7.500,00
Resposta 53	Ceilândia	Ensino Superior (Incompleto)	Assistente contábil	De R\$ 7.501,00 a R\$ 10.000,00
Resposta 54	Taguatinga	Ensino Superior (Incompleto)	Auxiliar administrativo	Prefiro não responder
Resposta 55	Guará	Ensino Superior (Incompleto)	Bancário	De R\$ 3.001,00 a R\$ 5.000,00

	1 – Para conhecermos o seu grau de familiaridade com os Bens/Serviços Compartilhados, aponte todos aqueles com os quais você já teve alguma experiência de consumo:	2 – Eu considero que contribuo para a redução do impacto no meio ambiente ao fazer uso de um Bem/Serviço Compartilhado.	3 – Acredito que quando utilizo um Bem/Serviço Compartilhado, eu contribuo com a redução do uso de recursos naturais.	4 – Utilizar Bens/Serviços Compartilhados me faz sentir parte de um grupo de pessoas que pensam como eu.
Resposta 1	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	4	5	3
Resposta 2	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify,	5	5	4

	BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros; Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);			
Resposta 3	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;	5	5	4
Resposta 4	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;	5	3	3
Resposta 5	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como	3	4	2

	Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;			
Resposta 6	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	1	1	1
Resposta 7	Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	4	2	3
Resposta 8	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada,	3	3	4

	DogHero, entre outros;, Algum outro Bem/Serviço Compartilhado não citado;			
Resposta 9	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;; Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);; Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;	5	5	5
Resposta 10	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada,	2	3	1

	DogHero, entre outros;			
Resposta 11	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	4	1	1
Resposta 12	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros; Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;	1	1	1
Resposta 13	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento	5	5	5

	o de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;; Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);			
Resposta 14	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;; Algum outro Bem/Serviço Compartilhado não citado;	4	4	3
Resposta 15	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	3	3	3

Resposta 16	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);, Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;; Algum outro Bem/Serviço Compartilhado não citado;	5	5	4
Resposta 17	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;	4	4	3
Resposta 18	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como	3	4	5

	Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;			
Resposta 19	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros; Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);	5	5	5
Resposta 20	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	4	3	3

Resposta 21	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	5	5	2
Resposta 22	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	5	5	3
Resposta 23	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing,	4	4	3

	Alugue Temporada, DogHero, entre outros;; Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;			
Resposta 24	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	5	4	4
Resposta 25	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;;	4	4	4
Resposta 26	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre	3	4	3

	outros;			
Resposta 27	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;	4	5	5
Resposta 28	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	5	5	5
Resposta 29	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;, Compartilhamento de espaço (Coworking) e	3	5	3

	serviço (lavanderia);			
Resposta 30	Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	4	4	3
Resposta 31	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	5	5	5
Resposta 32	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;,, Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);, Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;	5	4	4
Resposta 33	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes	4	4	4

	(Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;; Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;; Algum outro Bem/Serviço Compartilhado não citado;			
Resposta 34	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	1	1	1
Resposta 35	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb,	3	4	4

	Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;			
Resposta 36	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhament o de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	4	4	1
Resposta 37	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhament o de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;, Compartilhament o de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);	4	4	4
Resposta 38	Nunca tive algum tipo de experiência	5	5	4

	envolvendo Bem/Serviço Compartilhado.			
Resposta 39	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;, Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);	3	3	4
Resposta 40	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	5	5	5
Resposta 41	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem,	5	4	3

	<p>como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;;</p> <p>Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);</p> <p>Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;;</p> <p>Algum outro Bem/Serviço Compartilhado não citado;</p>			
Resposta 42	<p>Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;;</p> <p>Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;;</p> <p>Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;</p>	1	1	3
Resposta 43	<p>Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;;</p> <p>Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;;</p> <p>Hospedagem,</p>	5	5	4

	como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;; Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);			
Resposta 44	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;; Algum outro Bem/Serviço Compartilhado não citado;	4	5	3
Resposta 45	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre	3	2	1

	<p>outros;; Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);, Algum outro Bem/Serviço Compartilhado não citado;</p>			
Resposta 46	<p>Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;</p>	4	4	3
Resposta 47	<p>Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;; Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço</p>	3	3	3

	(lavanderia);			
Resposta 48	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;, Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);, Compartilhamento de livros, ferramentas e outras utilidades domésticas;	5	5	3
Resposta 49	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;, Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;, Compartilhamento de espaço (Coworking) e serviço (lavanderia);	5	5	5
Resposta 50	Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como	1	1	1

	Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;			
Resposta 51	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	4	3	2
Resposta 52	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros; Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;	4	4	5
Resposta 53	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	4	4	4

	Hospedagem, como Airbnb, Couchsurfing, Alugue Temporada, DogHero, entre outros;			
Resposta 54	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;	5	5	4
Resposta 55	Transporte urbano, como Uber, Bike Itaú, Pegcar, Cabify, BlaBlaCar, etc.;; Compartilhamento de músicas e filmes (Steaming) como Netflix, Spotify, entre outros;	4	4	2

	5 – Considero que os preços dos Bens/Serviços Compartilhados são melhores em comparação com as demais ofertas de mercado.	6 – Considero boa a relação custo/benefício dos Bens/Serviços Compartilhados em comparação com as demais ofertas de mercado.	7 – Utilizo Bens/Serviços Compartilhados devido à conveniência proporcionada pelo meu smartphone.	8 – A interação via internet é muito útil na utilização de Bens/Serviços Compartilhados.
Resposta 1	5	5	4	5
Resposta 2	2	4	4	5
Resposta 3	4	4	5	5
Resposta 4	5	5	5	5
Resposta 5	1	5	5	5
Resposta 6	3	4	4	5
Resposta 7	5	2	3	5

Resposta 8	5	5	5	5
Resposta 9	3	3	4	5
Resposta 10	5	4	5	5
Resposta 11	5	5	5	3
Resposta 12	5	5	5	5
Resposta 13	5	5	5	5
Resposta 14	3	4	5	5
Resposta 15	4	3	4	5
Resposta 16	3	3	3	5
Resposta 17	4	4	4	5
Resposta 18	2	4	5	5
Resposta 19	3	4	5	5
Resposta 20	4	4	5	5
Resposta 21	4	4	5	5
Resposta 22	5	5	5	5
Resposta 23	4	4	4	4
Resposta 24	5	4	5	5
Resposta 25	3	2	4	4
Resposta 26	4	4	5	5
Resposta 27	3	4	4	5
Resposta 28	5	5	5	5
Resposta 29	3	3	3	4
Resposta 30	5	4	4	5
Resposta 31	3	4	5	4
Resposta 32	4	4	4	5
Resposta 33	2	4	5	5
Resposta 34	1	1	1	1
Resposta 35	3	3	3	4

Resposta 36	3	3	3	5
Resposta 37	5	5	5	5
Resposta 38	5	5	4	5
Resposta 39	5	5	5	5
Resposta 40	5	5	5	5
Resposta 41	5	5	5	5
Resposta 42	1	2	4	5
Resposta 43	4	4	5	5
Resposta 44	4	3	5	5
Resposta 45	4	4	4	4
Resposta 46	5	5	3	5
Resposta 47	5	5	5	5
Resposta 48	5	5	3	5
Resposta 49	3	4	5	5
Resposta 50	3	3	4	4
Resposta 51	4	4	5	5
Resposta 52	5	5	5	5
Resposta 53	5	5	5	5
Resposta 54	5	4	4	5
Resposta 55	3	4	4	5

	9 – Utilizo os Bens/Serviços Compartilhados devido à navegação amigável nos sites e aplicativos.	10 – A conclusão da transação numa plataforma de Bens/Serviços Compartilhados é muito fácil.	11 – O suporte ao usuário dos Bens/Serviços Compartilhados atende à sua expectativa e necessidade.	12 – Acredito que as empresas de Bens/Serviços Compartilhados conhecem as necessidades dos seus clientes.
Resposta 1	4	5	4	4

Resposta 2	5	5	5	4
Resposta 3	5	5	3	3
Resposta 4	5	5	5	5
Resposta 5	5	5	2	2
Resposta 6	4	4	2	2
Resposta 7	3	3	2	2
Resposta 8	4	5	3	3
Resposta 9	5	4	4	3
Resposta 10	5	5	4	5
Resposta 11	5	5	5	5
Resposta 12	5	5	3	4
Resposta 13	3	3	5	5
Resposta 14	5	5	5	5
Resposta 15	3	5	1	2
Resposta 16	3	4	4	3
Resposta 17	4	4	4	3
Resposta 18	5	5	5	5
Resposta 19	5	5	2	3
Resposta 20	4	5	3	4
Resposta 21	5	5	3	5
Resposta 22	5	5	3	4
Resposta 23	3	3	4	4
Resposta 24	5	3	3	4
Resposta 25	3	2	2	2
Resposta 26	4	3	3	2
Resposta 27	4	5	5	5
Resposta 28	5	5	5	5
Resposta 29	2	3	3	3

Resposta 30	5	5	5	4
Resposta 31	4	5	5	5
Resposta 32	4	4	4	4
Resposta 33	5	5	4	4
Resposta 34	1	1	1	1
Resposta 35	4	4	3	4
Resposta 36	3	4	4	3
Resposta 37	5	5	5	5
Resposta 38	5	5	4	4
Resposta 39	5	4	3	4
Resposta 40	5	5	5	5
Resposta 41	3	4	3	4
Resposta 42	1	3	1	3
Resposta 43	3	5	4	4
Resposta 44	5	4	4	3
Resposta 45	3	5	2	3
Resposta 46	4	4	4	4
Resposta 47	5	5	5	5
Resposta 48	3	5	5	3
Resposta 49	5	5	2	3
Resposta 50	1	3	4	4
Resposta 51	4	3	4	3
Resposta 52	5	5	5	5
Resposta 53	5	4	2	4
Resposta 54	4	4	4	4
Resposta 55	4	4	4	3

	13 – Demonstro	14 – Acredito	15 – De	16 – Da última
--	----------------	---------------	---------	----------------

	sintonia com os novos meios de consumo e com as últimas tendências ao utilizar os Bens/Serviços Compartilhados.	que os Bens/Serviços Compartilhados substituem muito bem os serviços tradicionais.	maneira geral, eu estou satisfeito com as experiências de consumo que obtive ao usar Bens/Serviços Compartilhados.	vez que fiz uso de um Bem/Serviço Compartilhado ele atendeu plenamente às minhas expectativas.
Resposta 1	3	5	5	5
Resposta 2	4	3	5	5
Resposta 3	3	2	4	3
Resposta 4	5	5	5	5
Resposta 5	1	1	4	3
Resposta 6	4	5	5	5
Resposta 7	2	1	4	3
Resposta 8	5	4	4	5
Resposta 9	4	4	4	5
Resposta 10	4	2	5	5
Resposta 11	5	5	5	5
Resposta 12	5	2	4	5
Resposta 13	5	5	5	5
Resposta 14	5	4	4	5
Resposta 15	4	3	4	5
Resposta 16	5	4	4	4
Resposta 17	4	4	4	4
Resposta 18	5	5	5	5
Resposta 19	5	4	5	4
Resposta 20	4	5	5	5
Resposta 21	5	4	5	5
Resposta 22	5	4	5	5

Resposta 23	4	4	4	4
Resposta 24	4	3	4	3
Resposta 25	3	3	3	3
Resposta 26	4	1	2	2
Resposta 27	4	5	5	5
Resposta 28	5	5	3	4
Resposta 29	3	3	3	3
Resposta 30	4	4	5	5
Resposta 31	5	5	5	5
Resposta 32	4	4	4	4
Resposta 33	5	5	5	4
Resposta 34	1	1	1	1
Resposta 35	3	4	4	5
Resposta 36	2	2	4	4
Resposta 37	4	5	5	5
Resposta 38	4	5	3	5
Resposta 39	4	5	5	5
Resposta 40	5	5	5	5
Resposta 41	4	4	5	5
Resposta 42	5	4	2	3
Resposta 43	5	4	4	5
Resposta 44	4	3	4	5
Resposta 45	2	4	4	4
Resposta 46	4	5	5	5
Resposta 47	5	5	5	5
Resposta 48	3	3	5	5
Resposta 49	5	4	5	5
Resposta 50	3	2	3	1

Resposta 51	3	4	4	5
Resposta 52	5	5	5	5
Resposta 53	4	5	5	5
Resposta 54	5	5	4	4
Resposta 55	4	3	4	4

	17 – Estou propenso a utilizar os Bens/Serviços Compartilhados da próxima vez que precisar.	18 – Ao ver uma oferta de Bem/Serviço Compartilhado, eu tenho expectativa de que aquilo que me foi proposto será entregue.	19 – Os usuários dos Bens/Serviços Compartilhados estão mais propensos a confiar uns aos outros, principalmente devido às avaliações pós-utilização.	20 – Acredito que as empresas de Bens/Serviços Compartilhados proporcionam segurança nos casos de eventuais imprevistos.
Resposta 1	5	4	4	4
Resposta 2	5	5	4	4
Resposta 3	4	4	4	3
Resposta 4	5	5	3	3
Resposta 5	5	5	5	1
Resposta 6	5	5	3	2
Resposta 7	3	1	4	2
Resposta 8	5	5	4	3
Resposta 9	5	5	5	3
Resposta 10	5	5	5	4
Resposta 11	5	5	4	5
Resposta 12	5	5	5	4
Resposta 13	5	5	5	5
Resposta 14	5	5	4	4
Resposta 15	5	5	4	3

Resposta 16	3	5	4	3
Resposta 17	4	4	4	4
Resposta 18	5	5	5	5
Resposta 19	5	4	4	4
Resposta 20	5	5	4	4
Resposta 21	5	5	5	4
Resposta 22	5	5	5	3
Resposta 23	4	4	4	4
Resposta 24	4	4	3	3
Resposta 25	3	3	3	3
Resposta 26	4	5	3	2
Resposta 27	4	5	4	3
Resposta 28	2	3	2	3
Resposta 29	3	3	3	3
Resposta 30	5	5	5	5
Resposta 31	5	5	5	5
Resposta 32	4	4	4	4
Resposta 33	5	5	5	4
Resposta 34	1	1	1	1
Resposta 35	5	4	4	4
Resposta 36	4	4	4	4
Resposta 37	5	4	4	3
Resposta 38	5	4	4	5
Resposta 39	5	5	5	5
Resposta 40	5	5	5	4
Resposta 41	5	5	4	3
Resposta 42	5	5	4	1
Resposta 43	5	4	5	4

Resposta 44	5	5	5	2
Resposta 45	5	4	3	1
Resposta 46	5	4	5	5
Resposta 47	5	5	5	4
Resposta 48	5	5	5	3
Resposta 49	5	5	5	3
Resposta 50	3	3	3	2
Resposta 51	5	4	4	3
Resposta 52	5	5	5	5
Resposta 53	5	5	3	3
Resposta 54	5	4	4	4
Resposta 55	4	4	3	2

	21 – As empresas de Bens/Serviços Compartilhados proporcionam um ambiente seguro para que eu possa usufruir o serviço em sua totalidade.	22 – De maneira geral, os Bens/Serviços Compartilhados são confiáveis.
Resposta 1	4	5
Resposta 2	4	5
Resposta 3	3	3
Resposta 4	4	4
Resposta 5	4	2
Resposta 6	3	4
Resposta 7	2	2
Resposta 8	4	3
Resposta 9	5	4
Resposta 10	5	5
Resposta 11	5	5
Resposta 12	4	5

Resposta 13	5	5
Resposta 14	4	4
Resposta 15	4	3
Resposta 16	3	4
Resposta 17	4	5
Resposta 18	5	5
Resposta 19	5	5
Resposta 20	4	5
Resposta 21	4	4
Resposta 22	5	5
Resposta 23	4	4
Resposta 24	3	4
Resposta 25	3	3
Resposta 26	3	3
Resposta 27	4	3
Resposta 28	2	1
Resposta 29	3	3
Resposta 30	5	5
Resposta 31	5	5
Resposta 32	4	4
Resposta 33	4	5
Resposta 34	1	1
Resposta 35	4	4
Resposta 36	4	3
Resposta 37	4	4
Resposta 38	5	5
Resposta 39	5	5
Resposta 40	5	5

Resposta 41	4	3
Resposta 42	1	2
Resposta 43	4	5
Resposta 44	4	4
Resposta 45	3	3
Resposta 46	4	4
Resposta 47	5	5
Resposta 48	5	5
Resposta 49	3	5
Resposta 50	3	4
Resposta 51	3	4
Resposta 52	5	5
Resposta 53	3	4
Resposta 54	4	4
Resposta 55	2	4