

Economia compartilhada deixa 89% de seus usuários satisfeitos, revela estudo da CNDL/SPC Brasil

87% dos brasileiros acham que consumo colaborativo vem ganhando espaço no dia a dia das pessoas. Poupar dinheiro é a principal vantagem, mas falta de confiança nas pessoas é barreira para 51%. Carona, aluguel para temporadas e compartilhamento de roupas são práticas mais usuais

Novos modelos de negócios em que a experiência de consumo vale mais do que a propriedade sobre um determinado bem. Essa é a lógica da economia compartilhada, também conhecida como 'Consumo Colaborativo'. Um levantamento feito em todas as capitais pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) revela que **89% dos brasileiros que já experimentaram alguma modalidade** de consumo colaborativo ficaram satisfeitos após a experiência vivenciada. Apenas 2% dos entrevistados ficaram insatisfeitos, enquanto 9% estão indiferentes.

De modo geral, em cada dez consumidores brasileiros, **nove (87%) acreditam que a economia compartilhada é uma prática** que vem ganhando mais espaço na vida das pessoas e 68% creem que, em até dois anos, podem incorporar esta nova forma de consumir no seu dia a dia. Além disso, para 81% das pessoas, a economia colaborativa torna a vida mais fácil e funcional e 71% acham que possuir muitas coisas em casa mais atrapalha do que ajuda.

Na avaliação do educador financeiro do portal '[Meu Bolso Feliz](#)', José Vignoli, a economia compartilhada nasce da necessidade de tornar acessível aos consumidores os benefícios de determinados produtos ou serviços, sem que, necessariamente, eles se tornem proprietários sobre aquilo que consomem. "O objetivo é dar utilidade às coisas. Trata-se de uma mudança de paradigma em que o verbo 'possuir' é substituído pelo verbo 'compartilhar'. Assim, ao invés de simplesmente adquirir, a pessoa escolhe desfrutar de um produto ou serviço de forma coletiva. É como se a pessoa se perguntasse: será que eu preciso mesmo de um carro na garagem e de todos os custos associados a esse bem ou meu objetivo real é apenas me deslocar rapidamente pela cidade de forma barata?", afirma Vignoli.

Caronas, aluguel para temporadas e compartilhamento de roupas são práticas colaborativas mais adotadas; internet é principal meio para unir consumidores

De acordo com o levantamento, **as modalidades de consumo colaborativo mais utilizadas pelos brasileiros são as caronas** para locais como trabalho, faculdades e viagens (41%), aluguel de casas ou apartamentos de terceiros para pequenas temporadas (38%) e aluguel ou compartilhamento de roupas (33%). Outras atividades já utilizadas são as bicicletas compartilhadas em vias públicas (21%), financiamentos coletivos (16%), compartilhamento de espaço de trabalho, como coworking (15%), aluguel de brinquedos (15%) e compartilhamento de moradias, também conhecido como república ou cohousing (15%).

A CNDL e o SPC Brasil também procuraram descobrir quais são os tipos de economia compartilhada que os brasileiros nunca experimentaram, mas conhecem e estão propensos a vivenciar. Nesse caso, o aluguel de bicicletas (48%) e o compartilhamento de espaço de trabalho (47%) ocuparam as primeiras colocações. **Por outro lado, ainda há modelos de negócios colaborativos pouco conhecidos, mas que já demonstram alguma rejeição por parte do público**, como o aluguel de itens para casa e utensílios da cozinha (15%) e o compartilhamento de moradias (14%).

A pesquisa demonstra que embora a revenda, troca e aluguel já existissem há tempos, as novas tecnologias impulsionaram as práticas existentes e viabilizaram o surgimento de novas. Exemplo disso, é que a maioria das modalidades de consumo compartilhado foram conhecidas pela internet, especialmente os financiamentos coletivos (43%), aluguel de itens esportivos (43%) e compartilhamento do espaço de trabalho (43%). Entre a recomendação de amigos ou conhecidos, se destacam as modalidades de caronas (47%), aluguel de casas para temporadas curtas (36%) e aluguel ou compartilhamento de roupas (33%). Nas redes sociais, as modalidades de aluguel ou troca de brinquedo (31%), compartilhamento do local de moradia (31%) e hospedagem de animais de estimação (29%) ganham força.

“As pessoas sempre viveram inseridas em redes de relacionamento. Os laços comunitários estão na origem das sociedades e sempre exerceram papel importante. A inovação, contudo, é a potencialização das relações que se estabelecem com ajuda da tecnologia e da internet. Para a economia

compartilhada, isso significa que as pessoas podem estar em contato mais rapidamente e de forma ampla, rompendo distâncias e aproximando interesses em comum, inclusive entre desconhecidos”, afirma a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti.

Para 61% dos usuários, consumo colaborativo foi estratégia para economizar; 88% acham que quantia poupada é significativa

Outra constatação do estudo é que a maioria dos entrevistados enxerga a economia compartilhada como um meio capaz de ajudar a lidar melhor com as próprias finanças. Desse modo, **economizar dinheiro foi a principal finalidade daqueles que se utilizaram** de algum tipo de consumo colaborativo, com 61% de menções. Outras motivações foram contribuir para a sustentabilidade do meio ambiente (39%), ajudar terceiros (30%), economizar tempo (26%) e até mesmo conhecer outras pessoas (21%). Há ainda 11% de entrevistados que resolveram adotar práticas de consumo colaborativo para ganhar renda extra e 10% que foram influenciadas por conhecidos.

No geral, **para 88% dos entrevistados, a economia proporcionada pelo consumo colaborativo é significativa** para o bolso. Apenas 9% afirmam que ela é pequena ou irrelevante. Sobre esse assunto, as modalidades com melhor nota de avaliação dos entrevistados sobre os aspectos da economia de dinheiro, comodidade e facilitar a vida das pessoas são as caronas (7,85), o aluguel de casas para curtas temporadas (7,84) e o aluguel de bicicletas (7,66). As que obtiveram notas menores são o compartilhamento do local de moradia (6,74) e o aluguel de itens da casa, eletrônicos e ferramentas (6,55).

Para 51%, falta de confiança nas pessoas é principal entrave para economia compartilhada

O crescimento do consumo colaborativo no Brasil, contudo, ainda enfrenta barreiras. De acordo com a pesquisa, ainda há caminho a percorrer para tornar essas relações de consumo mais transparentes e confiáveis. Na opinião dos entrevistados, as principais barreiras para a economia compartilhada estão ligadas ao desconhecimento sobre quem está do outro lado. **Mais da metade (51%) das pessoas ouvidas relataram a falta de confiança nas pessoas** e o medo de ‘serem passados para trás’ e 43% falaram do perigo de lidar com

estranhos. Outros temores são a falta de garantias no caso de não cumprimento do acordo (42%), falta de informação (37%) e desconfiança com relação a qualidade daquilo que está sendo dividido (30%).

“A economia compartilhada oferece soluções criativas que aproximam consumidores de um jeito diferente e muitas vezes sem intermediários. Com barreiras desfeitas, a confiança ganha ainda mais importância nesse contexto. É natural que com a popularização dessas práticas colaborativas, formas mais seguras de aproximar pessoas sejam criadas com o auxílio da tecnologia. Principalmente, porque muitos desses modelos de negócios atendem a necessidades reais das pessoas e muitas delas não querem abrir mão da facilidade adquirida”, explica o educador financeiro José Vignoli.

Metodologia

A pesquisa ouviu 824 consumidores acima de 18 anos, de ambos os gêneros, de todas as classes sociais e que residem nas 27 capitais do país. A margem de erro é de no máximo 3,4 pontos a um intervalo de confiança de 95%. Baixe a íntegra da pesquisa em <https://www.spcbrasil.org.br/pesquisas>

Informações à Imprensa

Vinícius Bruno
(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742
vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Andrea Giardino
(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303
andrea.giardino@spcbrasil.org.br

Amanda Wall
(61) 3213-2017 | (61) 9 8475-1686
amanda.wall@inpressoficina.com.br