



Economia do compartilhamento e custos de transação: os casos Uber e Airbnb

Ricardo Santos Folgueira

Ana Lucia P. Silva

Carlos Eduardo Carvalho

Resumo

O artigo analisa a economia do compartilhamento como um novo fenômeno social, com base na Nova Economia Institucional (NEI) e na Economia dos Custos de Transação (ECT), examinando os casos do Uber e do Airbnb, duas das companhias digitais com crescimento mais rápido em valor de mercado. O artigo propõe uma visão crítica sobre esse fenômeno, examinando pontos como o direito de propriedade, regulamentação trabalhista e proteção aos consumidores, defendendo a necessidade de tratamento diferenciado em termos de regulação e de outras políticas públicas para permitir a entrada de novos agentes e aumentar seu dinamismo e eficiência.

Palavras-chave: Economia do compartilhamento; custos de transação; Coase; Uber; Airbnb

Abstract

This paper analyzes the sharing economy as a new social phenomenon, based on the New Institutional Economics (NIE) and Transaction Cost Economics (TCE), examining the cases of Uber and Airbnb, two digital companies with the fastest growth in market value in history. The paper proposes a critical view on this



phenomenon, examining issues such as property rights, labor regulations, and consumer protection, advocating the need for distinguished treatment in terms of regulation and other public policies to allow the entry of new agents and increase their dynamism and efficiency.

Key words: Sharing economy; transaction costs; Coase; Uber; Airbnb

JEL-CODE: D23, D21, D02

Introdução

Nas últimas décadas, uma grande variedade de plataformas virtuais com base na internet foi criada e consolidada, alterando drasticamente a relação entre empresas, indústrias e consumidores. Dentre estas, estão as chamadas economia do compartilhamento, economia colaborativa ou até mesmo consumo colaborativo, como Uber e Airbnb, podem ser compreendidas como plataformas *peer-to-peer* (P2P ou, em português, ponto a ponto). Esses tipos de plataformas permitem que indivíduos façam uso colaborativo de ativos físicos ou humanos subutilizados através de compartilhamento pago por taxas e coordenado através de serviços online. De acordo com relatório publicado pela Deloitte (2015), mais de 12 bilhões de dólares já foram investidos em startups de economia do compartilhamento, mais que o dobro dos investimentos recebidos por startups de rede social como Facebook e Twitter.

O objetivo deste trabalho é discutir como a economia do compartilhamento, novo fenômeno social e econômico, se relaciona com a ciência econômica tradicional, discutindo as possíveis implicações em termos dos conceitos utilizados na teoria econômica e as estruturas industriais, por meio dos conceitos da



nova economia institucional (NEI) e de sua vertente, a teoria da economia dos custos de transação (ECT).

Adotando o arcabouço teórico da NEI e da ECT, o artigo analisa o ambiente institucional brasileiro da economia do compartilhamento, uma discussão sobre sua regulação e caracterização e as mudanças estruturais nas áreas de atuação do Uber e do Airbnb no Brasil. A especificidade dos ativos, a incerteza e a frequência apresentam características distintas, que implicam em maiores ou menores custos das transações. O trabalho defende que o segmento da economia do compartilhamento requer um tratamento diferenciado em termos de regulação e outras políticas públicas, visando permitir a entrada de novos agentes e aumentar seu dinamismo e eficiência.

O artigo apresenta quatro seções, além desta introdução e das considerações finais: a primeira caracteriza a economia do compartilhamento como fenômeno social, suas origens e tipologia; a segunda propõe uma abordagem a partir das teses de Ronald Coase e da nova economia institucional; a terceira apresenta os dois casos destacados; e a quarta discute a estrutura regulatória existente e os desafios para a regulamentação destas atividades.

1. A economia do compartilhamento como fenômeno social

Economia do compartilhamento, economia colaborativa, consumo colaborativo ou economia ponto a ponto são designações possíveis para práticas antigas de dividir, permutar, trocar ou transacionar financeiramente produtos e serviços entre pessoas. Hoje, elas são realizadas em espaços muito mais amplos e muitas vezes sem a presença de uma instância superior, como uma grande companhia ou o Estado, no controle dos termos das transações. Na



atualidade, essas transações econômicas ocorrem geralmente por meio de sites e aplicativos online entre pares que parecem confiáveis, uma confiança baseada em avaliações de outros usuários dos mesmos sistemas. Esses tipos de transações, como observa Costa (2015), parecem estar em algum ponto entre uma relação comercial e uma relação pessoal.

A base da economia do compartilhamento são as trocas ponto a ponto, do inglês *peer-to-peer*, ou P2P. No entanto, para Juliet Schor (2014), o termo “economia do compartilhamento” é bem mais abrangente e cobre um enorme campo, de plataformas digitais até plataformas offline, com atuação de empresas com ou sem fins lucrativos. Por esses motivos, chegar a uma definição sólida de economia do compartilhamento que reflita corretamente a realidade é quase impossível, já que há uma grande diversidade entre as atividades e empresas participantes e seus limites.

1.1. Origens e crescimento dessa nova forma de transações

O conceito de economia do compartilhamento baseia-se no conceito mais amplo de consumo colaborativo. Atualmente, o termo consumo colaborativo pode ser definido de modo geral como a atividade pessoa a pessoa para obter, dar ou compartilhar acesso a bens e serviços, coordenada por meio de serviços online de comunidade (HAMARI et al.). O conceito de consumo colaborativo tinha significado distinto: “Eventos em que uma ou mais pessoas consomem bens ou serviços no processo de se envolverem em atividades conjuntas”, como “tomar cerveja com os amigos, fazer refeições com parentes” etc. (FELSON & SPAETH, 1978, p. 614).

Para Belk (2007), o consumo colaborativo é uma forma alternativa à propriedade privada, tanto no mercado de trocas



como na entrega (e compra) de presentes. Ao compartilhar, duas ou mais pessoas podem desfrutar dos benefícios e dos custos de possuir um bem. Ao invés de distinguir algo como “meu” ou “seu”, a partilha introduz o “nosso”. Dentro desse conceito, é possível compartilhar desde uma casa de veraneio ou um pacote de doces até coisas mais abstratas, como conhecimento, responsabilidade e poder. Dessa maneira, todos os envolvidos possuem algo (uma parcela) dos custos ou benefícios do objeto sendo compartilhado. Ou seja, isso nada mais seria do que o ato e processo de distribuir o que é nosso para outros utilizarem e receber algo de outros para utilizarmos.

Na forma econômica clássica, pares que não se conhecem utilizam o dinheiro como meio para a troca, que é considerada justa e não requer endividamento permanente ou sentimentos de amizade. Belk aponta que o consumo colaborativo poderia promover comunidades, preservar recursos e criar certas sinergias econômicas.

Para o Comitê Econômico e Social Europeu (EESC) (EU, 2014), órgão consultivo da União Europeia, essa nova tendência de consumo começou a ganhar impulso como resposta à crise financeira de 2008 – partilha de carros, aluguel de cômodos, comunidades digitais de aprendizagem de idiomas podem ser alternativas atraentes em tempos de crise, com baixos custos e novas oportunidades de renda. Segundo Botsman e Rogers (2011), foi em meio à falta de oportunidades de emprego e redução de salários que a grande maioria das plataformas da economia do compartilhamento surgiu e se consolidou a partir de 2008.

As plataformas de economia colaborativa reduzem os custos por não haver intermediários e por cobrarem taxas de utilização abaixo das empresas tradicionais. Para Schor (2014), há também



fatores psicológicos e sociais como motivação para os participantes, interessados em conhecer e criar laços com novas pessoas. Segundo Sundararajan (2014), uma série de fatores contribuiu para o crescimento das plataformas de economia colaborativa, como o aumento no consumo ou “consumerização” de tecnologias digitais, o surgimento das instituições digitais e, finalmente, a urbanização e a globalização.

Até o início dos anos 1990, as inovações nas tecnologias digitais eram voltadas quase inteiramente para necessidades corporativas e governamentais, com pouca ou nenhuma atenção aos consumidores pessoais. Com a popularização da internet nos anos 1990, o desenvolvimento de novas tecnologias digitais mudou o foco para as necessidades dos consumidores e não das empresas ou dos governos. A massificação das novas tecnologias digitais colocou produtos cada vez mais sofisticados nas mãos de milhões de consumidores e criou a possibilidade dos negócios p2p intermediados digitalmente.

Com uma fração crescente da interação e troca mediada pelas tecnologias digitais, surgiram diferentes tipos de plataformas baseadas em tecnologias digitais que facilitam as trocas, da mesma maneira que instituições econômicas tradicionais fizeram ao longo da história. Um exemplo é o sistema de “reputação digital”, cuja base são as avaliações de vendedores e compradores sobre as suas transações passadas, sem estarem próximos fisicamente.

O terceiro fator (SUNDARARAJAN, 2014) é a concentração populacional em regiões metropolitanas, que cria ambiente muito favorável para um aumento na escala do compartilhamento de recursos entre pessoas, com maior ênfase no uso em detrimento da posse e da propriedade de ativos. Outros pesquisadores apontam a popularização da internet como a mudança fundamental do



paradigma, já que qualquer um pode utilizar as plataformas existentes para alugar, vender ou compartilhar coisas diretamente, sem agentes intermediários e com redução das barreiras de reputação (SCHOR, et al., 2015; BENKLER, Y, 2004; FORUM, 2014).

1.2. Os sistemas da economia do compartilhamento

Apesar de diversos autores terem proposto formas de classificar os sistemas da economia do compartilhamento, utiliza-se aqui a classificação proposta por Bostman e Rogers (2011), além de observações de outros autores sobre o tema.

1.2.2. Sistema de serviços e produtos

A essência do sistema de serviços e produtos (SSP) é a “mentalidade de uso”, de o consumidor pagar pelo benefício de um produto sem ter de possuí-lo. Em um SSP, um serviço permite que vários produtos de propriedade de uma companhia sejam compartilhados, ou que produtos de propriedade privada sejam compartilhados entre agentes independentes, aumentando o tempo de vida útil do produto (BOSTMAN e ROGERS, 2011, p. 61).

O SSP traz benefícios para o meio ambiente, já que um produto de propriedade individual, de uso limitado, é substituído por um serviço compartilhado que maximiza sua utilidade. Os consumidores individuais também recebem grandes benefícios. Como já não precisam pagar pela posse do produto, são evitados os encargos de propriedade, como seguro, manutenção e conserto, permitindo utilização bem mais intensa dos bens e serviços e maior atenção a necessidades como viagens, lazer, trabalho, filhos etc.

A possibilidade de compartilhamento de ativos de propriedade privada de outras pessoas ou empresas entre indivíduos e a prática de “não possuir” não são novidades e remontam a antigas formas de comércio. Empresas tradicionais de



aluguel de bens para consumo, como locadoras de automóveis, redes de hotéis, lavanderias, aluguéis de roupas para festas etc., sempre atuaram em modelos de acesso temporário a produtos para utilização por consumidores. A diferença principal está no potencial muito maior das plataformas digitais de fornecer aos consumidores o compartilhamento de uma imensa variedade de produtos, facilitando a conexão de oferta e demanda de forma mais eficiente. Sundararajan (2014) analisa como essas plataformas da economia colaborativa que atuam no sistema SSP criam um mercado para o fornecimento de serviços, frequentemente criando oportunidades de trabalho para indivíduos que não são profissionais do ramo. Botsman e Rogers (2011, p. 84) destacam alguns tipos de produtos e mercados que por suas características já estão maduros para este tipo de modelo de partilha: produtos com uma elevada capacidade ociosa (automóveis, ferramentas domésticas); produtos com uso limitado devido à moda (bolsas, sapatos); produtos que atendem a necessidades temporárias (equipamentos para bebês, roupas para gestantes); produtos que têm sua atração e seu valor diminuídos após o uso (filmes, livros); e, finalmente, produtos que possuem custos iniciais ou de compra elevados e alta barreira de entrada em termos de sua obtenção (painéis solares).

O Airbnb parte da ideia simples de que bens não utilizados de forma permanente, caso de espaços físicos de imóveis, podem ser aproveitados por outros em troca de pagamento. No entanto, para que os consumidores desse novo modelo superem o paradigma anterior de necessidade da posse de bens, as novas plataformas digitais têm que tornar o ato de compartilhar conveniente, atraente, seguro e mais eficaz em termos de custos de transação em contrapartida à propriedade tradicional. As



plataformas criam um mercado central com grande diversidade de bens disponíveis, onde os consumidores podem acessá-los facilmente, e um espaço em que a segurança e a confiança são altas: todas as transações estão escoradas em contratos e termos legais, apólices de seguros e ferramentas de avaliação e ponderação das transações passadas, tanto dos ofertantes como dos demandantes.

1.2.2. Os mercados de redistribuição

A consolidação das redes sociais e das outras tecnologias digitais móveis permite que mercadorias usadas sejam redistribuídas de maneira mais eficiente e prática. Os mercados de redistribuição, ou mercados secundários, são uma forma mais sustentável de comércio, contestam o dogma de “comprar mais” ou “comprar um novo” e reduzem consideravelmente o desperdício com o reaproveitamento de itens antigos (BOTSMAN e ROGERS, 2011). Tais mercados podem adotar diversos formatos e peculiaridades, seja com trocas de mercadorias usadas por outras mercadorias, retomando a longínqua forma de escambo, ou com trocas de mercadorias usadas por dinheiro, ou combinações entre ambas.

No artigo “A natureza da firma”, Coase (1937) desenvolveu o conceito de “custos de transação” para referir-se aos custos de fazer qualquer tipo de troca ou participar de um mercado, entre eles os custos para idealizar, formular, programar, monitorar e executar contratos entre ofertantes e demandantes.

Por exemplo, se você for ao supermercado e comprar algumas mercadorias, seus custos não serão apenas o preço das mercadorias, mas também a energia, o tempo e o esforço necessários para você escrever sua lista, deslocar-se até a loja e voltar de lá, empurrar seu carrinho pelos corredores e escolher seus produtos, esperar na fila do caixa e desempacotar e guardar as



mercadorias quando voltar para casa. Seus “custos” totais serão maiores do que o valor expresso em unidades monetárias no seu recibo (BOTSMAN e ROGERS, 2011, p. 105).

Antes da revolução digital, da internet e das tecnologias móveis, os custos de transação de interligar pessoas eram elevados, o que tornava o mercado secundário de compartilhamento de produtos complicado e desfavorável – em outras palavras, um mercado ineficiente. Em mercados “desconectados” e “não virtuais”, os custos transacionais para vender algo que não se quisesse mais seriam muito altos, tanto em tempo como em esforço, e haveria uma probabilidade pequena de achar alguém que estivesse buscando em um mercado de segunda mão o mesmo tipo de produto nas mesmas condições de uso. A melhor solução era, geralmente, descartar os produtos usados ou vendê-los a preços irrisórios.

As novas plataformas do sistema de mercados de redistribuição criaram um mercado virtual de ilimitadas possibilidades para conectar bens usados de pouca utilidade para seus proprietários, com contrapartes que os consideram úteis, ou seja, é a combinação de oferta e demanda em larga escala, de sincronização instantânea de tempo real. Esse sistema permite maior confiança entre estranhos, utiliza ao máximo a capacidade ociosa das mercadorias e reduz os impactos ambientais da produção e do consumo, já que mantém as mercadorias em uso e reduz o desperdício.

1.2.3. Um novo estilo de vida: o colaborativo

Pessoas com interesses similares estão cada vez mais se reunindo, fisicamente e virtualmente, para compartilhar e trocar não apenas ativos tangíveis, como carros, bicicletas, roupas e bolsas usadas, mas também ativos menos tangíveis, como habilidades,



conhecimentos, tempo, espaço, dinheiro e criatividade. São essas reuniões que os autores Botsman e Rogers (2011) chamam de estilo de vida colaborativo e propõem como mais uma forma de sistema da economia do compartilhamento. Como os focos das trocas nesse estilo de vida estão, frequentemente, mais em interações humanas do que produtos físicos, é necessário um maior grau de confiança entre os indivíduos participantes. Por conseguinte, esse grau de confiança elevado produz uma maior afinidade de relacionamentos entre as pessoas e mais conexão social.

A relação econômica de troca de bens ou serviços por outros bens ou serviços entre dois indivíduos, sem a transferência de dinheiro entre as partes, é a forma mais antiga de negociação econômica. Tal relação, também chamada de escambo, permuta ou troca direta, esteve presente e foi utilizada pelos homens durante milhares de anos antes de ser inventada a ideia das moedas e das cédulas de papel-moeda já nos séculos mais recentes. Apesar de parecer uma relação econômica ultrapassada e antiquada, é comum ver formas mais modernas de escambo ressurgirem de tempos em tempos em economias que passam por períodos longos de grave crise econômica.

Um dos grandes problemas das relações econômicas na forma de escambo ou troca direta é que cada parte precisa querer exatamente o que o outro está oferecendo. A improbabilidade dessa troca ocorrer sem o papel do dinheiro é o que o economista clássico William Jevons chamou de “dupla coincidência de vontades” ou “coincidência dupla de desejos”:

A primeira dificuldade na troca é encontrar duas pessoas cujas posses descartáveis se adequem mutuamente às necessidades de cada uma. Pode haver muitas pessoas querendo, e



muitas possuindo aquelas coisas desejadas; mas para permitir um ato de troca, deve haver uma dupla coincidência, o que raramente acontecerá (JEVONS, 1876, p. 4)

A improbabilidade de esses tipos de trocas ocorrerem é uma importante categoria dos custos de transação da utilização de mercados e impõe sérias limitações às economias que não possuem um meio de troca (como o dinheiro). A introdução do dinheiro na economia como meio viabilizador de trocas supera o problema: as transações podem ocorrer entre bens e serviços de um lado e dinheiro do outro – este pode ser utilizado em futuras trocas, já que é um meio estabelecido e amplamente aceito. A outra parte da equação que elimina essa ineficiência e reduz os custos de transação é a internet e as novas tecnologias. Ao permitir que indivíduos dispersos e desconhecidos e empresas contatem-se em uma escala global e virtual, há uma maneira agora eficiente de combinar posses e desejos, oferta e procura, sem precisarem se conhecer, aumentando e instituindo um alto grau de confiança.

2. A Nova Economia Institucional (NEI) e a teoria dos custos de transação

As instituições, de acordo com Douglass North, denominadas como as “regras do jogo”, formais e informais, têm como principal papel restringir as ações humanas, por meio da estruturação da interação social, econômica e política (NORTH, 1991, p. 97). Essa dinâmica pode reduzir o custo das interações entre os seres humanos, elemento de grande relevância à eficiência econômica e ao desenvolvimento.

A Nova Economia Institucional (NEI) é uma teoria multidisciplinar, que busca combinar contribuições de diferentes disciplinas – economia, direito, administração ciência política,



sociologia e antropologia – para explicar a natureza, funcionamento e evolução de uma ampla variedade de instituições. Seu interesse central é o estudo da funcionalidade econômica e singularidades de eficiência de diferentes arranjos institucionais (leis, contratos, estruturas organizacionais etc.), assim como as motivações econômicas que levam a modificações na estrutura institucional dos mercados, que condicionam as atividades e transações econômicas (PONDÉ, 2005). Assim, as instituições seriam como “as regras do jogo em uma sociedade ou, de modo mais formal, (...) as restrições arquitetadas pelos homens que dão forma a sua interação” (NORTH, 1991, p. 3). Knudsen (1993, p. 269) define as instituições como “regras sociais formais e informais (em oposição a regras pessoais) que podem solucionar vários problemas de interação social”.

Um conceito geral de instituição resultante desse processo pode ser expresso da seguinte forma:

Instituições econômicas são regularidades de comportamento, social e historicamente construídas, que moldam e ordenam as interações entre indivíduos e grupos de indivíduos, produzindo padrões relativamente estáveis e determinados na operação do sistema econômico (PONDÉ, 2005, p. 126)

As instituições assumem dois níveis analíticos distintos na nova economia institucional:

(i) *o ambiente institucional*: conjunto de “regras do jogo” econômicas, políticas, sociais, morais e legais que estabelecem as bases para produção, troca e distribuição de uma economia capitalista (DAVIS e NORTH, 1971, *apud* WILLIAMSON, 1993, p. 21) (complexidade moderna, especialização e custos de transação);

(ii) *as estruturas de governança*: diferentes tipos de *organizações e mercados*. As organizações são entidades



institucionais que configuram agrupamentos de indivíduos cujos comportamentos este subordinados a determinadas metas e objetivos definidos para esta coletividade específica (como, por exemplo, uma empresa privada ou uma universidade pública). Os mercados são os espaços institucionais nos quais se processam as interações entre compradores, vendedores e competidores.

As estruturas de governança contemplam respectivamente macroinstituições – aquelas que estabelecem as bases para as interações entre os seres humanos, representadas pelos trabalhos de Douglass North, Steven Cheung e Barry Eichengreen, tendo como principal mote a relação entre instituições e desenvolvimento econômico – e microinstituições – aquelas que regulam uma transação específica, estudadas nas contribuições de Yoram Barzel e de Oliver Williamson, cujo enfoque é predominantemente microanalítico. Ambos os níveis analíticos da NEI partiram de uma referência comum: o trabalho seminal de Coase (1988a). A partir de Williamson (1991), a ligação entre ambiente institucional e estruturas de governança permitiu a composição de uma agenda de pesquisa comum, materializando-se na formalização da Internacional Society of New Institutional Economics, em 1997.

Uma mudança no ambiente institucional, de acordo com North e Weigast (1989), altera a complexidade moderna, afetando a especialização e os custos de transação. Um dos efeitos diretos da mudança do quadro institucional é o aumento da credibilidade dos direitos de propriedade, elevando o investimento e melhorando a eficiência econômica. Aspectos comportamentais também alteram a “regra do jogo”. Há três pressupostos comportamentais relevantes na NEI: racionalidade limitada, oportunismo e informação imperfeita.



Os indivíduos possuem racionalidade (capacidade de raciocínio mínimo), porém de maneira limitada para processar as informações. A existência de racionalidade limitada e informação imperfeita levam à formação de contratos incompletos. O comportamento oportunista (*“self-interested behavior”*) *ex-ante* leva à seleção adversa; o oportunismo *ex-post*, ao risco moral (*“moral hazard”*). Neste sentido, os custos de transação se potencializam na presença de oportunismo e de racionalidade limitada dos indivíduos.

A literatura sobre o tema da separação entre propriedade e controle discute uma variedade de mecanismos institucionais que atuam no sentido de minimizar os custos de agência nas empresas de capital aberto. Os custos de agência podem então ser definidos como os dispêndios que decorrem da possibilidade dos agentes negligenciarem o interesse do principal, incluindo a aplicação de recursos para dissuadir os agentes de atuarem de forma oportunista (por exemplo, custos de monitoramento) e o valor das eventuais perdas incorridas pelo principal em decorrência do comportamento auto interessado dos agentes. Em outras palavras, são custos de estruturar, monitorar e firmar contratos entre agentes com distintos interesses. Portanto, do ponto de vista organizacional, o desafio gerado pela separação entre propriedade e controle está no desenvolvimento de mecanismos que permitam o usufruto desses ganhos, através da minimização dos custos de agência que serão necessariamente incorridos (PONDÉ, 2007).

A regularidade dos eventos torna o conhecimento sobre o futuro mais seguro e previsível. A incerteza inerente aos mercados, ou seja, o desconhecimento de ocorrência de possíveis eventos futuros, aumenta os custos de transação, de monitoramento e de



controle – não há como controlar e monitorar os mercados completamente.

2.1. Teoria da Economia dos Custos de Transação (ECT) de Oliver Williamson

A teoria da Economia dos Custos de Transação, fundamentada no trabalho de Ronald Coase (1937), “The Nature of the Firm”, publicado em 1937 na *Economica*, tornou-se uma referência fundamental para abordagens teóricas da empresa capitalista a partir dos custos de transação, posteriormente desenvolvida por Oliver Williamson (1985) e referenciada por diversos autores em pesquisas sobre análise contratual das firmas. É uma abordagem interdisciplinar que engloba as áreas de direito, economia e organização, aplicada ao estudo das formas de organização da empresa capitalista, com referência especial às firmas, ao mercado e às relações contratuais.

Williamson (1985, p. 1) define uma “transação” como “o evento que ocorre quando um bem ou serviço é transferido através de uma interface tecnologicamente separável”.

Os custos de transação são definidos como os custos envolvidos para fazer qualquer tipo de troca ou participar de um mercado. São os custos para idealizar, formular, programar, monitorar e executar contratos, garantindo que o cumprimento dos termos contratuais se faça de maneira satisfatória para as partes envolvidas e compatíveis com sua funcionalidade econômica. O argumento principal desses autores é que a compreensão a respeito das várias formas de arranjo entre firmas pressupõe o conhecimento das relações contratuais e dos custos de transação associados a cada uma delas.



A unidade de análise é a transação: operação onde são negociados bens e serviços e estabelecidos direitos de propriedade. A transação se caracteriza pela frequência, risco ou incerteza de continuidade e especificidade dos ativos envolvidos. A essas características são associados custos de transação, divididos em três categorias: custo de informação, de negociação e de monitoração (TELLECHEA, 2001).

Definidos transação e custos de transação, a ECT estabelece dois pressupostos a respeito do comportamento dos agentes e das suas motivações que implicam o surgimento dos custos de transação:

- (I) *a racionalidade limitada* dos agentes econômicos: se refere ao fato que esses agentes não detêm o conhecimento perfeito dos acontecimentos futuros, daí os contratos resultam; e
- (II) *o oportunismo* presente nas ações dos agentes econômicos.

Esses dois pressupostos, associados à especificidade dos ativos envolvidos na transação irão determinar o tipo de arranjo ou estrutura de governança que irá coordenar os agentes econômicos envolvidos.

A racionalidade limitada dos agentes imperfeitos e cheios de cláusulas eleva os custos da transação.

O comportamento oportunista, caracterizado pela busca do auto interesse e da obtenção de vantagens imediatas nas transações, é derivado da incerteza, o que leva à falta de previsibilidade e à falta de cooperação (MALLMANN, 2000).



2.2. O papel das redes sociais

A rede social é um conjunto de participantes autônomos unidos através de ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados (MARTELETO, 2001). Nas redes sociais, são valorizadas as relações informais em detrimento das estruturas hierárquicas e burocratizadas.

O estreitamento dos laços sociais em um ambiente de negócios, por meio do estabelecimento de vínculos sociais de confiança e reciprocidade entre membros de diferentes empresas facilita as transações comerciais, o que leva determinados relacionamentos possuir um valor único, o que passa a ser um recurso diferenciado que pode vir a gerar vantagens competitivas em relação a outras organizações do setor. Ademais, essas relações também diminuem os custos das transações, por diminuir a necessidade de complexos contratos escritos, facilitando o fluxo das transações de forma mais direta (BARNEY; HANSEN, 1994; UZZI, 1997).

Assim, o estabelecimento de relações sociais consolidadas entre parceiros de uma aliança leva a um incremento da atuação em conjunto, além de reduzir a necessidade do estabelecimento de contratos formais em virtude do surgimento de laços de confiança, diminuindo os riscos inerentes a qualquer parceria (BLUMBERG, 2001).

Uma das formas de reduzir custos de transação é se proteger contra possíveis comportamentos oportunistas. A falta de confiança nas relações da empresa com o seu ambiente e a presença de comportamento oportunista por parte de alguns agentes representam questões centrais na geração dos custos de transação (BALESTRIN e ARBAGE, 2005, p.2). Ademais, parcerias estritamente formais com a possibilidade de surgimento de



conflitos, equívocos e mudanças nas expectativas, que muitas vezes levam a novas rodadas de negociações, geram novos custos de transação (RING, 2002). De fato, relações anônimas de mercado envolvem altos custos de transação que poderiam ser minimizados com a criação de uma estrutura hierárquica: “Outra vantagem da organização interna é que, em comparação com o intercâmbio recorrente de mercado, é mais provável que se elaborem códigos eficazes e que as partes as empreguem com [a existência de] confiança” (WILLIAMSON, 1991, p.42).

Gulati et al. (2000) defende que a confiança surge como variável fundamental para facilitar a realização de determinadas transações, na medida em que, através de normas e sanções pré-estabelecidas, pode atuar como substituta para os sistemas formais de controle, como contratos ou mesmo o estabelecimento de hierarquias (RING, 2002).

Larson (1992, p.95) também coloca de forma contundente a importância da variável confiança para a formação de parcerias, em pesquisa onde procurou entender o processo pelo qual um conjunto de sete alianças altamente cooperativas foi construído e preservado. Segundo a autora, “quando perguntados o que protegia as firmas do oportunismo dos parceiros na ausência de contratos, os entrevistados repetidamente utilizaram a palavra ‘confiança’”.

A confiança, portanto, torna-se uma variável primordial quando se pretende estudar a formação de arranjos cooperativos, podendo ser considerado um dos fatores fundamentais para a redução dos custos de transação. Para Hutt et al. (2000), fatores como a frequência da comunicação e a franqueza entre os parceiros são determinantes para a consolidação de uma relação de confiança em uma parceria. Luo (2001) mostra que confiança significa necessariamente a existência de vulnerabilidade e risco, mas



baseia-se nas expectativas positivas sobre o comportamento do parceiro.

Deste modo, verifica-se que a confiança tem papel fundamental para a formação de parcerias entre organizações.

Nesse sentido, Friedberg e Neuville (2003) argumentam que o estabelecimento de confiança entre os parceiros reduz o oportunismo, mas, por outro lado, reduz a proteção contra possíveis comportamentos oportunistas, podendo servir assim como incentivo à atuação do parceiro de forma a aproveitar essa maior vulnerabilidade e reduzir custos de transação e agilizar o processo de tomada de decisão. Em contrapartida, poderá aumentar os riscos de oportunismo.

Para os institucionalistas, as regras do jogo de cada sociedade influenciam as decisões de seus agentes. Essas regras são estabelecidas pela cultura, suas convenções e suas instituições, e pelo sistema legal e seus princípios éticos. São esses os parâmetros que regem o sistema econômico das sociedades os quais poderão penalizar ou recompensar a conduta de seus indivíduos.

Deve-se destacar que, assim como em websites do mercado de redistribuição, neste sistema os sites usam mecanismos de feedback entre os participantes das transações. Dessa forma, voltando ao exemplo citado, boa reputação, ou seja, relações sociais e interações positivas, promovem a confiança entre os membros da comunidade, tornando possível o ato de dar e receber carona.

Esta confiança, explicada pela teoria do capital social, contribui para a redução dos custos de transação dentro do sistema da economia do compartilhamento. Além deste fator, existe uma segunda contribuição que reduz os custos de transação, advinda da própria redução dos custos destes serviços como um todo, que



ocorre por conta da junção de interesses, de maneira pouco onerosa.

2.3. Economia do compartilhamento e a Nova Economia Institucional

Em um trabalho recente, Abramovay (2014), questiona o que aconteceria se os custos de transação que conduzem à existência das empresas caíssem drasticamente e se as interações econômicas entre indivíduos, domicílios e coletividades pudessem ser feitas de forma mais ágil, rápida, com informação suficiente para permitir a oferta de bens e serviços com eficiência igual ou superior ao que é feito pelas firmas (ABRAMOVAY, 2014). Esse questionamento nos leva a refletir acerca dos moldes da economia do compartilhamento, considerando a relevância desse fenômeno econômico: empresas como Uber e Airbnb mudaram a maneira de se pensar o serviço de transporte individual e de hospedagem.

Se pensarmos no serviço oferecido, independente da tecnologia, não há nada de novo. Contudo, antes da difusão da tecnologia da informação para equipamentos móveis, os custos de transação para esses tipos de serviço eram tão altos que não era possível de fato ter um serviço permanente (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2016).

Dois fatores inviabilizavam a existência desse tipo de mercado:

i) volume de informação necessário para parear pessoas interessadas em ofertar e demandar o serviço era extremamente elevado.

ii) O custo da informação sobre a qualidade do ofertante e do serviço e do demandante, especialmente (notadamente a qualidade do crédito).



Com os avanços tecnológicos nos campos da informação e da comunicação, através das novas plataformas e aplicativos “é possível simultaneamente juntar ofertantes e demandantes dispersos e garantir os dois participantes do mercado em termos de: 1. qualidade do serviço através dos sistemas de avaliação e 2. pagamento do serviço via cartão de crédito pré-cadastrado” (FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS, 2016).

O desenvolvimento de novas tecnologias permite que companhias e indivíduos, ou indivíduos diretamente entre si, conectem interesses de forma mais simples e menos onerosa, reduzindo substancialmente os custos de transação. A maioria desses sites apresenta também mecanismos de feedback entre os participantes das transações, que acaba funcionando como uma espécie de autorregulação. O sistema de avaliação serve para demonstrar a boa ou má reputação tanto do usuário como de quem prestou o serviço, o que facilita o desenvolvimento de uma relação de confiança entre os membros da comunidade, tornando possível interações econômicas.

Prática bastante comum de transação dentro da economia do compartilhamento, os contratos relacionais são “promessas baseadas em salvaguardas e ditadas por mecanismos reputacionais e por sanções informais, por aquilo que se conhece como ‘*soft law*’, isto é, o direito que não é direito posto e positivado, mas que muitas vezes funciona melhor que a própria lei” (PINHEIRO; SADDI, 2005, p. 119). As constantes trocas de informação pelo meio eletrônico podem afetar, para o bem ou para o mal, a credibilidade dos agentes envolvidos. Pinheiro ressalta que existem muitos outros meios reputacionais que se prestam ao papel de “*soft law*” e que acabam funcionando com frequência ainda melhor do que os mecanismos legais (PINHEIRO; SADDI, p. 119).



2.4. Quadro explicativo para o fenômeno da economia do compartilhamento

Como visto na seção anterior, economistas como Ronald Coase e Oliver Williamson introduziram o conceito dos custos de transação para mostrar as limitações dos resultados eficientes dos livres mercados e responder à difícil e pouco abordada pergunta sobre a existência das firmas. Também se observou que a intensidade de expansão ou diminuição de cada firma está relacionada às mudanças nos custos de utilização dos mercados, que movem a margem tanto dos custos da última transação organizada internamente como da próxima transação organizada pelo mecanismo de preços. Essa margem é conhecida como decisão de “fazer ou comprar”: uma empresa pode adquirir ou organizar a capacidade de realizar um serviço adicional ou pode adquirir o serviço no mercado (KLEIN, 2005).

À medida que surgem inovações que afetam as informações disponíveis, são modificados os níveis de incerteza, as trocas, a elaboração e aplicação de acordos e contratos, e o tamanho ótimo das empresas. São as inovações, inclusive (mas não apenas) a inovação tecnológica, que alteram o limite transacional eficiente da firma, porque afetam os custos de transação, as economias de escala e escopo que fazem da integração vertical uma estrutura organizacional lucrativa. Essas mudanças tecnológicas criam oportunidades para mudanças nos os custos de transação em diversas indústrias e mercados e, assim, para duas ações dinâmicas: alterar o tamanho da firma de acordo com as mudanças nos custos de transação e criar mercados que anteriormente não existiam pela presença de elevados custos de transação.

A economia do compartilhamento opera em uma lógica econômica muito similar, mas ao mesmo tempo em uma margem



distinta. Pode-se entender a escolha relevante agora como “alugar ou comprar”, ao invés do clássico “fazer ou comprar”. Muitos bens duráveis, como cômodos de apartamentos e automóveis, ficam ociosos durante uma boa porção de tempo da sua vida útil, e essa ociosidade tem custos que não apareciam como tão óbvios como agora. A diferença no avanço tecnológico atual, tornada possível pela internet e as tecnologias móveis, é o motivo pela drástica redução nos custos de transação. Em 1990, um motorista particular de um carro podia receber 10 dólares para dirigir um passageiro por alguns quilômetros, mas o custo de transação de o motorista encontrar o passageiro e o passageiro encontrar o motorista era muito alto. Graças à tecnologia da internet, o Uber fornece a combinação entre motorista e passageiro, reduzindo os custos de transação e de procura para as duas partes (FURCHTOGG-ROTH, 2017).

O tema unificador dos dois modelos de negócios baseados em plataformas digitais que serão estudados no próximo capítulo, sejam eles centrados em excesso de capacidade, como o Airbnb, ou o aluguel de serviços de curtíssimo prazo, como o Uber, é a possibilidade de alugar e monetizar o excesso de capacidade por meio de dispositivos e plataformas conectados em redes de dados. Estas duas companhias implementaram modelos de compartilhamento, tornando o excesso de capacidade relevante ao aumentarem os custos de oportunidade da ociosidade. Cada minuto não utilizado (produtivo) envolve custos de armazenamento e taxas de retorno dos custos de oportunidade que os proprietários dos ativos duráveis poderiam ganhar com o excesso de capacidade. As tecnologias digitais tornam essas plataformas possíveis ao reduzirem os custos de transação (KIESLING, MUNGER e THEISEN, 2017).



Uma plataforma de compartilhamento de viagens com transporte individual, como o Uber, dá aos proprietários do veículo a possibilidade de monetizar o excesso de capacidade do ativo subutilizado e aos consumidores, a possibilidade de transporte, tudo isso de forma simultânea e responsiva às mudanças de oferta e demanda em tempo real. É de se esperar, portanto, que essas plataformas alterem a maneira de avaliar a compra de um novo carro, afetando, por exemplo, a margem a decisão de quando comprar, qual a qualidade do novo carro (levando em consideração que o Uber tem serviços diferenciados, com remunerações diferenciadas para cada tipo de carro) e quantas horas estar disponível na plataforma para trabalhar como motorista particular de outros passageiros.

De maneira geral, o custo de oportunidade efetivo do excesso de capacidade varia inversamente com os custos de transação do compartilhamento de tal capacidade. Um agente não pensará no custo da capacidade não utilizada de bens duráveis inativos a menos que haja alguma maneira de vender ou alugar esta capacidade ociosa. A redução dos custos de transação torna o excesso de capacidade existente mais caro, ou menos eficiente, da perspectiva do proprietário, em termos dos custos de oportunidade. Seja um sofá ou um quarto que está vazio na maior parte do tempo, ou um apartamento inteiro sem ninguém quando os moradores saem por um longo período, a redução dos custos de transação pelas plataformas digitais transforma esse excesso de capacidade em um ativo ocioso que o proprietário poderia monetizar (KIESLING, MUNGER e THEISEN, 2017).

Enquanto as novas tecnologias de rede inteligentes conseguirem descentralizar cada vez mais as redes de produção e fornecimento e alterarem as interações, relacionamentos e



organizações do sistema econômica, os tipos de produção e de consumo serão cada vez mais heterogêneos. Novamente olhando o caso do Uber, os agentes atuantes desse nicho não são mais apenas consumidores ou fornecedores, podem ser agora os dois (em conjunto ou separadamente), diversas vezes ao longo de um dia. É, portanto, bastante claro que, ao mudar o papel de atuação dos agentes e as escalas dos mercados, as novas tecnologias digitais alteram também os modelos de negócio, as instituições regulatórias, as leis do Estado etc., tudo em decorrência das reduções nos custos de transação e da barreira à entrada, agora menor.

3. Estudos de casos

Airbnb e Uber estão entre as empresas digitais mais inovadoras e com crescimento mais rápido na história. Seu valor de mercado soma 99 bilhões de dólares, apesar de possuírem pouquíssimos ativos físicos: o Airbnb tem valor de mercado no mesmo patamar do conglomerado Marriott International, sem possuir nenhum quarto de hotel; o Uber está avaliado em 69 bilhões de dólares, mais do que qualquer outra startup privada de tecnologia do mundo, e está entre as maiores companhias de serviço de carro ou transporte, apesar de não empregar nenhum motorista profissional nem possuir carro algum (Stone, 2017).

3.1. Airbnb

Airbnb, originalmente chamado de “Airbed & Breakfast” [Colchão Inflável & Café da Manhã], é uma companhia digital fundada em agosto de 2008, em São Francisco, Califórnia, Estados Unidos. Atualmente, a empresa Airbnb se autodescreve como “um mercado comunitário confiável para pessoas anunciarem, descobrirem e reservarem acomodações únicas ao redor do



mundo, seja de um computador, de um celular ou de um tablet” (AIRBNB, 2017a). É essencialmente uma plataforma online através da qual pessoas comuns alugam os seus espaços (imóveis) como acomodações para turistas. Essas acomodações podem ser um imóvel inteiro (como um apartamento ou casa), um quarto privado em uma residência onde o anfitrião também está presente ou, até mesmo, quartos compartilhados (exemplo: um hóspede pode dormir em um colchão na sala de estar) ou acomodações exóticas como iglus e casas na árvore.

Fornecendo uma plataforma online que conecta anfitriões que têm espaços para alugar com hóspedes que procuram esses espaços, o negócio vem crescendo excepcionalmente e, hoje, o Airbnb já apresenta mais de 3 milhões de anúncios em mais de 65 mil cidades e 191 países (AIRBNB, 2017a). Para efeito de comparação, os números do ano de 2015, eram de 1 milhão de anúncios em 34 mil cidades (Henten e Windekilde, 2015). Em 1 de março de 2015, o site *Bloomberg* anunciou que o Airbnb estava arrecadando dinheiro de investidores em uma rodada de financiamento que avaliaria o negócio de compartilhamento de espaços em 20 bilhões de dólares (SAITTO, 2015). Em menos de dois anos, já há novas notícias de que a empresa estaria novamente arrecadando financiamento de investidores em mais uma rodada, tornando a avaliação de valor agora em 31 bilhões de dólares (LUNDEN, 2017).

A empresa afirma claramente nos seus Termos de Serviço, Garantia ao Anfitrião e Condições que “não constitui um proprietário ou operador de propriedades, incluindo, mas não limitando a, quartos de hotel, motel, outros tipos de acomodações ou propriedades, nem constitui um fornecedor de propriedades, incluindo, mas não limitando a, quartos de hotel, motel, outros tipos



de acomodações ou alojamentos, e a Airbnb não possui, vende, revende, fornece, providencia, aluga, realoca, gerencia e/ou controla propriedades, incluindo, sem limitação, quartos de hotel, motel, outros tipos de Acomodações ou acomodações ou serviços de transporte ou viagens” (AIRBNB, 2017b). O website do Airbnb (AIRBNB, 2017c) é bastante simples: um potencial hóspede (ou cliente) pesquisa com base em destino, datas de viagem e número de pessoas; o website, então, retorna uma lista dos espaços disponíveis, que podem ser refinados ou filtrados por atributos como preço, bairro e amenidades; anúncios individuais podem ser selecionados para um maior detalhe, que inclui descrição, fotografias e avaliações de hóspedes anteriores. Pagamentos são realizados através do website do Airbnb, e a companhia cobra tanto os anfitriões quanto os hóspedes pelo uso de sua plataforma online. Ambas as taxas são calculadas como uma porcentagem da taxa de acomodação aplicável: é cobrada dos hóspedes uma taxa de serviço de 6 a 12% sobre o valor total toda vez que uma reserva é realizada. A exata porcentagem da taxa dos hóspedes depende das particularidades da reserva, ocorrendo um percentual menor quanto mais alto for o subtotal para que os hóspedes possam economizar ao fazerem reservas maiores (AIRBNB, 2017d). De anfitriões, são cobrados 3% sobre a diária por noite para cada reserva. Essa taxa cobre os custos de processar pagamentos e é deduzida do pagamento ao anfitrião. Os anfitriões são responsáveis por definir os valores de suas diárias, taxas de limpeza e depósitos de segurança.

De maneira geral, as responsabilidades do Airbnb limitam-se a facilitar a disponibilidade do site, do aplicativo e dos serviços e servir como “um agente limitado de cobrança de pagamentos exclusivamente com o propósito de receber as taxas de



acomodação dos hóspedes” (AIRBNB, 2017e). O Airbnb simplesmente utilizou a internet como alavanca para revolucionar a prática já existente há muitos anos de pessoas comuns alugarem suas acomodações para turistas. Essa prática vinha sendo sempre limitada pela dificuldade enfrentada pelos anfitriões de tornarem conhecidas as suas acomodações para potenciais clientes, e o desafio de estabelecer uma confiança entre as partes envolvidas. O Airbnb superou esses obstáculos explorando as novas tecnologias de internet e de mobilidade: a infraestrutura tecnológica permite que os anfitriões possam atrair, sem esforço, reservas de todo o mundo, já que o website torna muito simples a tarefa de incluir descrições e fotografias de seus espaços, se comunicar com hóspedes e aceitar reservas e pagamentos. Da mesma forma, a plataforma do Airbnb permite o estabelecimento de uma confiança entre anfitriões e hóspedes, primeiramente através da prática de ambos escreverem avaliações públicas sobre a outra parte. Tal sistema de reputação tem o objetivo de permitir que duas partes aprendam mais uma sobre a outra antes de concordarem com uma transação e de criar um incentivo para que ambas as partes se comportem de uma forma aceitável. Adicionalmente, a confiança é promovida através da comunicação direta de mensagens entre anfitriões e hóspedes; através de várias técnicas de verificação de identidade (descritas abaixo); e através dos perfis dos usuários, que geralmente incluem uma fotografia, informações pessoais e avaliações de anfitriões anteriores. Atualmente, esse empreendimento é muito mais do que uma simples plataforma de encontro ou união de agentes buscando uma transação econômica, já que é diretamente integrado a vários aspectos do processo total de transação. Por exemplo, para aumentar ainda mais a segurança e a confiança, o Airbnb introduziu inúmeros mecanismos de



verificação de identidade que incluem o fornecimento de identificação por foto, autenticação do número de telefone das partes, e conexão do perfil pessoal do Airbnb com outras contas de mídias sociais como Facebook e LinkedIn (AIRBNB, 2017f; AIRBNB, 2017g; AIRBNB, 2017h).

3.2. Uber

O Uber, sediado em São Francisco, Califórnia, Estados Unidos, é uma empresa de rede de transportes online baseada fundada em 2009. A empresa criou um aplicativo inteligente de telefone celular (*mobile app*) disponível para download em smartphones que combina e controla pagamentos entre consumidores que procuram transporte e “motoristas parceiros” do Uber. Esses motoristas são indivíduos credenciados com o Uber que utilizam seus próprios carros para fornecer um serviço de transporte individual de passageiros (consumidores) que precisam da viagem.

O serviço de transporte de viagens sob demanda é operado pela plataforma móvel do Uber (*mobile app*) simplesmente enviando pedidos de viagens dos passageiros, ligando motoristas e consumidores. Para procurar e pedir uma viagem (transporte), o consumidor abre o aplicativo do Uber e encontra um mapa da área local ao seu redor, com imagens dos motoristas parceiros em um raio próximo que estão disponíveis para a viagem, além de uma estimativa de quantos minutos levará para o veículo mais próximo alcançar a localização do cliente. Após a realização do transporte de passageiros, ou finalizada a viagem, o usuário realiza o pagamento previamente estipulado por meio de cartão de crédito e o motorista credenciado recebe uma remuneração pelo serviço prestado



diretamente do Uber, que é destinatário de percentual do pagamento efetuado pelo passageiro (BINENBOJM, 2016).

Como o pagamento é feito diretamente para o Uber e não para os motoristas, a estrutura de preços da empresa, baseada em comissões, significa que a companhia terá uma porcentagem do lucro do motorista cada vez que ele fizer uma corrida. Tarifas do Uber incluem uma taxa-base e taxas baseadas em tempo e distância, que variam de cidade a cidade. Na média, de 70 a 80% das tarifas brutas vão para os motoristas. Uma parte da porcentagem retida serve para cobrir os custos de processamento de pagamento, pagamentos de fraude, reembolsos, serviços ao cliente, resolução de disputas e esforços regulatórios locais (HENTEN e WINDEKILDE, 2015).

Apesar de o serviço prestado pelos motoristas credenciados do Uber ser muito similar ao serviço tradicional de transporte de passageiros em veículos a taxímetro (táxis), o Uber não possui automóveis nem emprega motoristas. A empresa afirma ser um mercado onde os motoristas agem como agentes independentes e podem encontrar passageiros. O Uber afirma nos “Termos e Condições” que seus serviços constituem “uma plataforma de tecnologia que permite aos(às) Usuários(as) de aplicativos móveis ou sítios de Internet da Uber, fornecidos como parte dos Serviços (cada qual um ‘Aplicativo’), providenciar e programar Serviços de transporte e/ou logística e/ou compra de certos bens com terceiros provedores independentes desses Serviços, inclusive terceiros fornecedores independentes de transporte, terceiros fornecedores independentes de logística e terceiros fornecedores independentes de bens, mediante contrato com a Uber ou determinadas Afiliadas da Uber (‘Prestadores Terceiros’)” (UBER, 2017b).



O valor central que o Uber oferece é a redução dos custos de procura e de transações tanto para motoristas como para passageiros: a geração de valor está principalmente na possibilidade da troca direta entre agentes (HENTEN e WINDEKILDE, 2015). Há uma diminuição intensa das assimetrias informacionais relacionadas à qualidade do serviço a ser prestado, já que o Uber fornece ao cliente em potencial diversas informações relevantes, como (i) informações sobre o perfil do motorista, (ii) grau de segurança e conforto de veículo, (iii) trajeto a ser percorrido e (iv) estimativa de preço. Adicionalmente, o aplicativo fornece a avaliação dos usuários daquele motorista designado para atendimento ao consumidor do serviço (sistema de “*scoring*”) e, por isso, o motorista parceiro credenciado tem forte incentivo a prestar o melhor serviço de transporte possível, já que está sujeito a um sistema de credenciamento mais rigoroso e seu desempenho é avaliado pelos usuários (BINENBJM, 2016).

O Uber vem crescendo em ritmo muito acelerado, com novas rodadas de captação de recursos: em dezembro de 2014, a empresa valia mais de 40 bilhões de dólares (SAITTO, 2014), um ano depois já estava em 62 bilhões (NEWCOMER, 2015). Em outubro de 2016, o chefe executivo da companhia divulgou que havia 40 milhões de usuários ativos mensalmente (LYNLEY, 2017) e, com o serviço atualmente presente em 558 cidades em todo o mundo (UBER 2017c) com uma avaliação de valor de 69 bilhões de dólares (STONE, 2017).

3.1. O preço dinâmico do Uber e sua relação com as curvas de oferta e demanda

Uma diferença fundamental entre as duas empresas de plataforma analisadas é a dinâmica da precificação do serviço. O



Airbnb mantém a decisão final de preços totalmente nas mãos dos anfitriões (proprietários dos imóveis) enquanto o Uber estabelece os preços das corridas, com o sistema chamado de “preço dinâmico”: um algoritmo monitora a demanda de passageiros e a oferta de motoristas disponíveis e institui um multiplicador sobre o preço básico quando a demanda supera a oferta ao preço base (COHEN et al, 2016).

No começo de 2012, a equipe do Uber de Boston, Estados Unidos, percebeu que nas noites de sexta-feira e sábado havia um pico de “pedidos não atendidos”. A causa-raiz era que os motoristas desligavam o aplicativo, “encerrando a jornada” antes do horário de pico de pedidos no sistema. Surgiu então a ideia de oferecer aos motoristas um preço mais alto para que eles continuassem conectados ao sistema e, em apenas duas semanas, houve um aumento de 70 a 80% dos motoristas nas ruas e os pedidos foram quase totalmente atendidos. A empresa percebeu que a curva de oferta era altamente elástica, já que os motoristas eram motivados pelos preços (GURLEY, 2014): “Se a demanda de passageiros estiver alta, o preço dinâmico aumentará os valores de modo gradual. Para os passageiros, o preço dinâmico ajuda a garantir a disponibilidade rápida de um veículo. Para os motoristas parceiros, o preço dinâmico aumenta os valores das viagens para fornecer um ganho adicional” (UBER, 2017d).

Por outro lado, o modelo de aumento de preços procura reduzir temporariamente a demanda, de modo a garantir oferta suficiente e maximizar o número de corridas completas (GURLEY, 2014). Os seja, as curvas de oferta e de demanda do mercado de transações do Uber têm elasticidades-preços altas; pode-se dizer que o mercado atendido pelo Uber é altamente eficiente e funciona como em livros-texto de economia, dado que os dois lados do



mercado – motoristas parceiros do Uber e consumidores – são grupos grandes de agentes independentes. Quando a demanda supera a oferta, os algoritmos de preço dinâmico aumentam os preços para ajudar o mercado a alcançar o equilíbrio; quando a oferta supera a demanda, os preços voltam ao normal. Sem o aumento de preços, muitos consumidores seriam deixados sem atendimento.

4. A estrutura regulatória existente e os desafios para a regulamentação

4.1. A economia do compartilhamento deveria ser regulada?

Não há consenso sobre a necessidade de intervenção do Estado regulador na economia do compartilhamento e menos ainda sobre o modelo a adotar. Para Sundararajan (2012), a autorregulação dos mercados já seria suficiente:

(i) as plataformas de consumo colaborativo já apresentam mecanismos autorregulatórios satisfatórios para a redução da assimetria de informação e aumento da confiança dos consumidores, centrados na reputação e construção da confiança, capazes de corrigir a maior parte das falhas de mercado; e

(ii) conflitos regulatórios mais complexos poderiam ser resolvidos pelas próprias plataformas e instituições especializadas nos mercados, por meio de mecanismos privados de regulação.

Para o autor, as plataformas detêm mais informações, capacidade e proatividade para atuarem do que entidades estatais, já que os modelos de negócios e tecnologias associadas são muito dinâmicos. A regulação estatal provocaria o engessamento dos mercados e traria riscos de captura regulatória pelos agentes estabelecidos, caso da reação de taxistas contra o Uber. Além disso,



para o autor, a indústria tenderia a cumprir com maior aderência as normas elaboradas e impostas por seus pares.

No entanto, para a maior parte dos autores, existem evidências de que a autorregulação não é suficiente. Cannon e Chong (2015) mencionam externalidades negativas na utilização do Airbnb em locais em que coexistem alta demanda por hospedagem para turistas e alta demanda por habitação regular, como São Francisco e Nova York. Já a precarização do mercado de trabalho é destacada por Singer (2014): em plataformas como o Uber, diante das dificuldades econômicas recentes, há forte presença de pessoas dependentes de trabalhos.

A inovação da economia do compartilhamento está exatamente na mudança na forma de se consumir, não exatamente em novas demandas de consumo. Essa nova configuração do mercado não se adequa mais ao modelo tradicionais de normas regulatórias centralizadas.

Sabe-se, porém, que conforme observamos na prática, nenhum regime regulatório é puramente de autorregulação ou de “comando e controle” centralizado. Por isso, pelas características peculiares da economia do compartilhamento justificam formas mais flexíveis e adaptáveis de regulação. É aqui que entra a contribuição da teoria da regulação responsiva (CANNON e SHUNG (2015).

Críticos argumentam que se trata apenas de uma nova forma de exploração econômica e social (BARKER, 2015; REICH, 2015). Os novos desafios para a regulamentação envolvem quatro áreas: proteção dos trabalhadores, proteção dos consumidores, direitos de propriedade e riscos de discriminação de usuários (BARKER, 2015).



4.1. Proteção dos trabalhadores

Em um cenário ideal e hipotético, as firmas da economia do compartilhamento tratariam as pessoas envolvidas em suas atividades como colaboradoras autônomas e não como pessoas que trabalham para elas. As pessoas usariam tempo livre para obter renda adicional, e não sua renda principal. No entanto, é evidente que muitas pessoas tratam seu trabalho para o Uber, por exemplo, como emprego de tempo integral (BARKER, 2015).

Em diversos casos, a justiça dos Estados Unidos e do Brasil consideraram que as pessoas trabalhando para essas companhias deveriam ter os mesmos direitos de funcionários regulares. Um magistrado de Minas Gerais reconheceu que a relação entre o motorista e o Uber cumpria os requisitos fixados na lei trabalhista para definir um vínculo de trabalho: relação entre empresa e pessoa física; pessoalidade (só o motorista pode dirigir); onerosidade (a remuneração é feita pela empresa); não eventualidade ou habitualidade (o serviço não é prestado de forma esporádica); subordinação (os condutores têm de respeitar as regras da Uber) (SIMÕES GOMES, 2017; UBER É CONDENADO, 2017):

De modo muito similar, o juiz da Vara do Trabalho de São Paulo afirmou que, apesar de sustentar que não existe relação de trabalho entre si e os motoristas, o Uber presta serviços de transporte aos passageiros, lançando mão do trabalho humano prestado pelos motoristas. Não é correto, portanto, dizer que os motoristas são clientes; eles são trabalhadores que despendem energia em prol da atividade lucrativa da empresa (UBER É CONDENADO, 2017).



Ainda para embasar a sentença, o juiz afirma que a decisão não é uma novidade, mostrando que como a decisão na Califórnia em 2015 foi importante:

[O Uber] atua em inúmeros países, e decisões oriundas do estado da Califórnia, nos Estados Unidos, e do Reino Unido demonstram que o entendimento tem sido basicamente o mesmo aqui enunciado: [o Uber] atua na exploração de serviços de transporte (UBER É CONDENADO, 2017).

Há um deslocamento dos riscos econômicos para os trabalhadores: uma queda na demanda, uma mudança súbita nas necessidades dos consumidores, uma lesão pessoal ou doença: tudo isso pode tornar impossível ao trabalhador comum pagar suas contas, além de eliminar as proteções trabalhistas como o salário mínimo, segurança dos trabalhadores, licença familiar e médica e horas extras. É por isso que tribunais de justiça já estão transbordando com processos e ações judiciais sobre se as companhias têm classificado incorretamente “trabalhadores” como “contratantes independentes”, resultando em uma profusão de critérios e definições.

Apesar de já haver casos definidos na justiça pela existência de um vínculo empregatício entre as partes, Barker (2015) defende que existirão zonas cinzentas substanciais e que o Legislativo deve promover uma definição mais clara de quem deve ter direito a proteções semelhantes à dos trabalhadores tradicionais. As regulações e proteções de direitos trabalhistas deveriam ser compatibilizadas com as relações da economia do compartilhamento, bem menos formais que a relação tradicional entre empregador e empregado.



4.2. Proteção ao consumidor

No caso dos serviços de transporte individual, o setor de táxis é fortemente regulamentado para garantir segurança dos carros e dos motoristas. A cidade de São Paulo, por exemplo, exige certificados para motoristas e inspeção dos veículos. Estes requerimentos não se aplicam diretamente ao Uber e outras empresas de transporte individual. As empresas dizem fazer estas verificações, mas trata-se de decisão voluntária e não há como assegurar seu cumprimento.

O setor de hotéis é obrigado a cumprir normas de segurança, como a proteção contra riscos de incêndios, com exigência de alvarás e inspeções regulares (TAUIL, 2013). Esse tipo de estrutura regulatória não pode ser transferido prontamente para o modelo do Airbnb, já que a empresa não tem como inspecionar todo imóvel ou quarto listado em seu site. No entanto, poderia ser instituída uma exigência de que todo anfitrião utilizando o serviço tenha uma apólice de seguro que cubra seus hóspedes em relação a incêndios ou outros males enquanto estiverem hospedados. As seguradoras presumivelmente fixarão os preços das apólices para incorporar os riscos impostos por estas possíveis circunstâncias (BARKER, 2015).

Pode-se argumentar que boa parte da regulamentação foi criada para proteger o poder de mercado de segmentos tradicionais, caso dos táxis, mas as leis de proteção ao consumidor incluem preocupações públicas legítimas. Os governos podem ser encorajados a desenhar formas de regulamentação mais flexíveis: o Uber, por exemplo, poderia submeter às autoridades públicas seus procedimentos para assegurar que motoristas e veículos são seguros e ficar submetida a controles ou vistorias aleatórias. Esse tipo de processo de controle seria importante para a segurança



pública, para os consumidores e para abrir os mercados a novos competidores. O objetivo deve ser claro no sentido de termos normas comuns e aplicável tanto às firmas existentes como às novas firmas que desejam entrar no mercado.

4.3. Direitos de propriedade

No caso do Airbnb, os vizinhos em condomínios de apartamentos podem entender que têm direito de não viver ao lado de um “hotel”, o que é um motivo para as cidades terem restrições de zoneamento. Com a popularidade desse tipo de serviços nas grandes cidades, há cada vez mais brigas, insegurança e disputas judiciais.

No Brasil, a locação residencial é regulada pela Lei 8.245/1991, que prevê duas situações: a locação típica por mais de 90 dias geralmente é feita com contratos de 30 meses, e a locação por temporada, de até 90 dias. Pela Lei de Locações, “não é permitida hospedagem ‘por hora’, ‘dia’, ‘parte do imóvel (cômodos)’, com caráter claramente de mercancia, atípico, inominado, onde o pactuado entre as partes não põe a salvo os direitos dos comunheiros e a responsabilidade civil necessária na defesa da integridade do patrimônio comum”. De maneira geral, se o condomínio tem a finalidade de uso residencial, a lei determina que os condôminos não podem dar destinação diversa às suas unidades.

Já existem decisões no judiciário contrárias ao Airbnb tanto no Brasil quanto em muitos outros países. Nesses casos, a empresa foi considerada violadora de regras de zoneamento que proíbem o uso comercial de propriedades ou limitam áreas como uma forma de restringir densidade populacional.



4.4. Discriminação na prestação de serviços

Desde a década de 1980, no Brasil a discriminação baseada em raça, cor, sexo, etnia, religião, deficiência etc. está tipificada e sujeita às penas estabelecidas na Lei 7.716/1989, aplicável a empresas e pessoas, com previsão de penalidades substanciais em caso de violações. Em locações do Airbnb, os anfitriões são independentes e a maior parte de sua interação com os potenciais hóspedes acontece de forma virtual. É difícil determinar se indivíduos específicos agiram com discriminação na decisão de para quem desejam alugar seu imóvel ou quarto ocioso. Não há um remédio óbvio para prevenir tal risco, mas é importante que formuladores de políticas estejam conscientes dele.

Apesar de algumas áreas com dificuldades presentes, Barker expõe que há outras áreas em que a discriminação pode ser facilmente detectada e remediada, como no caso de pessoas com deficiências. Por exemplo, tanto táxis quanto hotéis são usualmente obrigados por leis ou governos a acomodar pessoas que usam cadeiras de rodas. Uma companhia como o Uber seria obrigada a acompanhar a porcentagem de seus motoristas que podem acomodar clientes com deficiências e um serviço como o Airbnb poderia fazer o mesmo com as listagens de aluguéis.

Conclusão

A expansão e consolidação dos negócios pessoa a pessoa da economia colaborativa já estão trazendo diversos impactos econômicos aos países e economias ao redor do mundo. Esses novos tipos de negócios podem levar a um uso mais eficiente do capital físico e a ganhos de produtividade, já que dão melhores usos a ativos, como imóveis e automóveis, antes subutilizados. Mudanças de paradigmas tecnológicos que aumentam o produto gerado com um mesmo capital aumentam a produtividade e,



historicamente, um padrão consistente ao longo do tempo desse tipo de aumento de produtividade leva a crescimentos econômicos e de bem-estar.

As discussões mais atuais na mídia a respeito desse novo fenômeno social estão focadas apenas no entusiasmo causado pelas novas formas de compartilhar e comercializar bens e serviços ou nas críticas a respeito das atuações comerciais das novas companhias de plataformas virtuais, das condições de trabalho daqueles que prestam serviços a elas e a proteção do consumidor frente a estas novas formas de consumo.

Neste artigo, a questão de pesquisa fundamental foi mostrar como a teoria dos custos de transação, a partir de Coase, com os desenvolvimentos da Nova Economia Institucional, pode ser utilizada para explicar as mudanças nas estruturas industriais e comerciais nas áreas de atuação das novas plataformas digitais fundamentadas nos avanços tecnológicos da internet e dos dispositivos móveis. A teoria dos custos de transação é o elemento central do ferramental teórico para entender a economia do compartilhamento, visto que as novas plataformas digitais criam oportunidades de drásticas reduções nos custos de utilização do mercado entre consumidores e fornecedores. Como os custos de transação de trocar valores na sociedade vêm diminuindo, a forma e a lógica das entidades econômicas (produtivas e regulatórias) precisam mudar e se adaptar.

A redução nos custos de transação possibilita novos mercados e formas de consumo que antes possuíam extensão e formas limitadas. Uma consequência interessante, na forma de um efeito colateral paradoxal, é que a drástica redução dos custos de transação permitiu novas operações de mercado que criaram companhias globais com extrema valorização e capitalização.



Enquanto a redução dos custos de transação dá maiores possibilidades de empresas menores e indivíduos livres operarem diretamente nos mercados, ao mesmo tempo leva à criação de grandes firmas que prosperam em função destes custos.

Referências bibliográficas

ALCHIAN, A. e WOODWARD, S. The Firm Is Dead; Long Live the Firm – A Review of Oliver E. Williamson's The Economic Institutions of Capitalism. *Journal of Economic Literature*, vol. 26, ed. 1, p. 65-79, 1988.

ALLEN, D. e BERG C. The Sharing Economy. How Over-Regulation Could Destroy an Economic Revolution. *Institute of Public Affairs*, 2014. Disponível em: <<https://collaborativeconomy.com/research/the-sharing-economy-how-over-regulation-could-destroy-an-economic-revolution/>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

AIRBNB. Sobre Nós. *Airbnb*, 2017a. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/about/about-us>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

_____. Termos de Serviço. *Airbnb*, 2017b. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/terms>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

_____. Airbnb. 2017c. Disponível em: <www.airbnb.com>. Acesso em: 22 abr. 2017.

_____. O que são as taxas de serviço dos hóspedes? *Airbnb*, 2017d. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/104/what-are-guest-service-fees>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

_____. Termos de Serviço de Pagamentos. *Airbnb*, 2017e. Disponível em:



<<https://www.airbnb.com.br/terms/payments/terms>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

_____. Confiança. *Airbnb*, 2017f. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/trust>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

_____. O que são as verificações de perfil e como consigo as minhas? *Airbnb*, 2017g. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/336/what-are-profile-verifications-and-how-do-i-get-them>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

_____. Como funciona o fornecimento de documentos de identificação no Airbnb? *Airbnb*, 2017h. Disponível em: <<https://www.airbnb.com.br/help/article/1237/how-does-providing-identification-on-airbnb-work>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

BARBOSA, Renan. Airbnb causa guerra entre síndicos e moradores de condomínios. *A Gazeta do Povo*, 27 abr. 2017. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-publica/justica-e-direito/airbnb-causa-guerra-entre-sindicos-e-moradores-de-condominios-9kro0bgfnrzymwp75qoqf9jo>>.

Acesso em: 04 jun. 2017.

BARKER, D. The Opportunities and Risks of the Sharing Economy. Written testimony of for the hearing on "The Disrupter Series: How the Sharing Economy Creates Jobs, Benefits Consumers, and Raises Policy Questions" before the Subcommittee on Commerce, Manufacturing, and Trade of the U.S. House of Representatives Committee on Energy and Commerce, v29, 2015.

BELK, R. Why Not Share rather than Own? *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, Vol 611, Issue 1, p. 126–140, 2007.

_____. Sharing. *Journal of Consumer Research*, v. 36, n. 5, p. 715-734, 2009.



_____. You Are What You Can Access; Sharing and Collaborative Consumption Online. *Journal of Business Research*, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, 2014.

BENKLER, Y. Sharing Nicely: On Shareable Goods and the Emergence of Sharing As a Modality of Economic Production. *The Yale Law Journal*, v. 114, p. 273, 2004.

BINENBOJM, G. Novas tecnologias e mudanças regulatórias nos transportes públicos municipais de passageiros: um estudo a partir do caso Uber. *Revista de Direito da Cidade*, v. 8, n. 4, p. 1690-1706, 2016.

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

COASE, R. Speech to ISNIE: The Task of the Society. Opening Address to the Annual Conference. International Society of New Institutional Economics. Washington, DC, USA, 1999. Disponível em: < <http://www.coase.org/coasespeech.htm> >. Acesso em: 22 abr. 2017.

_____. The Nature of the Firm. *Economica*, vol 4, no. 16, 1937.

_____. The nature of the firm. In: The firm, the market, and the law. Chicago: University of Chicago Press, 1988a.

COHEN, P. et al. Using Big Data to Estimate Consumer Surplus: The Case of Uber. No. w22627. *National Bureau of Economic Research*, 2016.

COSTA, Ramon B. Sobre o papel da confiança e das tecnologias digitais de comunicação nas experiências de economia colaborativa. UFRJ. *Anais dos Seminários dos Alunos do PPGAS-Museu Nacional-UFRJ*, v.7, 2015.

DELOITTE. The Sharing Economy: Share and Make Money. How Does Switzerland Compare? Disponível em:



<<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ch/Documents/consumer-business/ch-cb-shared-economy-share-and-make-money.pdf>>. Acesso em: 22 abr. 2017.

EU. EU Advisory Body Calls for More Collaborative Consumption. *Euractiv*, 23 jan. 2014. Disponível em: <<http://www.euractiv.com/health/eu-advisory-committee-calls-coll-news-532944>>. Acesso em: 13 set. 2017

FELSON, M., & SPAETH, J. Communitive Structure and Collaborative Consumption. *American Behavioral Scientist*, vol. 21, no. 4, 1978.

FORUM, T. The Sharing Economy. *TRPC*, 2014.

FRAIBERGER, S., & SUNDARARAJAN, A. Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy. 2015. Disponível em: <https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?Abstract_id=2574337>. Acesso em: 13 set. 2017

FURCHTOGG-ROTH, H. The Myth Of “Sharing” In A Sharing Economy. *Forbes*, 9 jun. 2016. Disponível em: <<https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/haroldfurchtgottroth/2016/06/09/the-myth-of-the-sharing-economy/&refURL=&referrer=#3673104059bf>>. Acesso em: 09 nov. 2017.

GURLEY, B. A Deeper Look at Uber’s Dynamic Pricing Model. *Above the Crowd*, 11 mar. 2014. Disponível em: <<http://abovethecrowd.com/2014/03/11/a-deeper-look-at-ubers-dynamic-pricing-model/>>. Acesso em: 14 maio 2017.

HAMARI, J., SJÖKLINT, M., & UKKONEN, A. The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, v. 67, n. 9, p. 2047-2059, 2016.



HENTEN, A., & WINDEKILDE, I. Transaction Costs and the Sharing Economy. *26th European Regional Conference of the International Telecommunications Society (ITS)*, Madri, Espanha, 2015.

ISAAC, M. e SINGER, N. California Says Uber Driver Is Employee, Not a Contractor. *New York Times*. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2015/06/18/business/uber-contests-california-labor-ruling-that-says-drivers-should-be-employees.html?_r=2>. 17 jun. 2015. Acesso em: 04 jun. 2017.

JEVONS, W. Money and the Mechanism of Exchange. New York: D. Appleton and Co. 1876

KIESLING, L., & MUNGER, L., & THEISEN, A. From Airbnb to Solar: Toward A Transaction Cost Model of a Retail Electricity Distribution Platform. Working paper prepared for presentation at the TILEC Workshop on Economic Governance of Data-driven Markets, 2017.

KLEIN, P. The Make-or-Buy Decision: Lessons From Empirical Studies. *Handbook of New Institutional Economics*, Springer, Boston, MA, p. 435-464, 2005.

LANE, D. et al. "Choice and Action". *Journal of evolutionary Economics*, v. 6, n. 1, 1996

KNUDEN, C. Modeling Rationality, Institutions and Process in Economic Theory. In: MÄKI, Uskali; GUSTAFSSON, Bo. e KNUDSEN, Christian. (Eds.), p. 265-299, 1993.

LYNLEY, M. Travis Kalanick Says Uber Has 40 Million Monthly Active Riders. *TechCrunch*, 19 out. 2016. Disponível em: <<https://techcrunch.com/2016/10/19/travis-kalanick-says-uber-has-40-million-monthly-active-riders/?ncid=rss>>. Acesso em: 14 maio 2017



LUNDEN, I. Airbnb Closes \$1B Round at \$31B Valuation, Profitable as of 2H 2016, No Plans for IPO. *TechCrunch*, 9 mar. 2017. Disponível em: <<https://techcrunch.com/2017/03/09/airbnb-closes-1b-round-at-31b-valuation-profitable-as-of-2h-2016-no-plans-for-ipo/>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

MACHADO, T. A economia do *crowdfunding*. Trabalho de conclusão de curso (bacharelado em Ciências Econômicas). Araraquara: Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Faculdade de Ciências e Letras, 2015.

NEWCOMER, E. The Ride-Hailing Company Is Said to Seek \$2.1 Billion in a New Funding Round. *Bloomberg*, 3 dez. 2015. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-12-03/uber-raises-funding-at-62-5-valuation>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

NORTH, D. C. Institutions, Institutional Change, and Economic Performance. Cambridge: Cambridge University. 1991.

NORTH, D., & WEINGAST, B. Constitution and commitment: the evolution of institutions governing public choice in seventeenth Century England. *Journal of Economic History*, v.49, p.803-32, Dec. 1989.

PONDE, J. L. Coordenação, custos de transação e inovações institucionais. Texto para discussão. Campinas, UNICAMP, 1994.

_____. Instituições e mudança institucional: uma abordagem schumpeteriana. *Economia*. Brasília (DF), v. 6, n. 1, p. 119-160, jan./jun. 2005.

REICH, R. Why the Sharing Economy Is Harming Workers – And What Must Be Done. Disponível em: *Robert Reich*, 27 nov. 2015. <<http://robertreich.org/search/sharing+economy>>. Acesso em: 04 jun. 2017.

RIFKIN, J. A Era do Acesso. São Paulo: Makron Books. 2001.



SAITTO, S. Uber Valued at \$40 Billion in \$1.2 Billion Equity Funding. *Bloomberg*, 04 dez. 2014. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2014-12-04/uber-valued-at-40-billion-with-1-2-billion-equity-fundraising>>. Acesso em: 14 maio 2017.

SAITTO, S. Airbnb Said to Be Raising Funding at \$20 billion Valuation. *Bloomberg*, 28 fev. 2015. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-03-01/airbnb-said-to-be-raising-funding-at-20-billion-valuation>>. Acesso em: 15 abr. 2017.

SCHOR, J. Debating the Sharing Economy. *Great Transition Initiative*, out. 2014. Disponível em: <<http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>>. Acesso em: 13 set. 2017

SCHOR, J., e FITZMAURICE, C. Collaborating and Connecting: The Emergence of the Sharing Economy. *Handbook of research on sustainable consumption*, v. 410, 2015.

SIMON, H. *Models of Man; Social And Rational*. Oxford: Wiley. 1957

_____. *Reason in Human Affairs*. Standford: Stanford University Press. 1983.

SIMÕES GOMES, Helton. Justiça do Trabalho de MG decide que motorista tem vínculo empregatício com Uber. *G1*. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/justica-do-trabalho-de-mg-decide-que-motorista-tem-vinculo-empregaticio-com-uber.ghtml>>. 14 fev. 2017. Acesso em: 04 jun. 2017.

STONE, Brad. The \$99 Billion Idea: How Uber and Airbnb Won. *Bloomberg*, 26 jan. 2017. Disponível em: <<https://www.bloomberg.com/features/2017-uber-airbnb-99-billion-idea/>>. Acesso em: 15 abr. 2017.



SUNDARARAJAN, A. Peer-to-peer businesses and the sharing (collaborative) economy: Overview, economic effects and regulatory issues. Written testimony for the hearing titled “The Power of Connection: Peer to Peer Businesses”, 2014. Disponível em: <https://smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf>. Acesso em: 04 jun. 2017.

TAUIL, R. Consultor Municipal. Os procedimentos para liberação do alvará de funcionamento. 2013. Disponível em: <<http://www.consultormunicipal.adv.br/novo/admmun/0101.pdf>>. Acesso em: 04 jun. 2017.

UBER. Recursos de Mídia. *Uber*, 2017a. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/media/>>. Acesso em: 14 maio 2017.

_____. Termos e condições. *Uber*, 2017b. Disponível em: <<https://www.uber.com/legal/terms/br/>>. Acesso em: 14 maio 2017.

_____. Cidades. *Uber*, 2017c. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/cities/>>. Acesso em: 14 maio 2017.

_____. O que é preço dinâmico? Uber Ajuda; Conta e Pagamento. *Uber*, Disponível em: 2017d. <https://help.uber.com/pt_BR/h/e9375d5e-917b-4bc5-8142-23b89a440eec>. Acesso em: 14 maio 2017.

UBER É CONDENADO a pagar R\$ 80 mil por vínculo empregatício. *Exame*, 13 abr. 2017. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/uber-e-condenado-a-pagar-r-80-mil-por-vinculo-empregaticio>>. Acesso em: 04 jun. 2017.