



XXIX CONGRESSO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA (CIC)

2019

UACSA, UAST, UFAPE, CODAI e UEADTEC

Universidade Federal Rural de Pernambuco

Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação

Coordenação de Programas Especiais



A PRÁTICA DE PRODUÇÃO DE NEGÓCIOS COLABORATIVOS: UM ESTUDO EM RECIFE E REGIÃO METROPOLITANA

Natalia Karine Almeida de Jesus ¹, Ionete Cavalcanti de Moraes ², Maria Iraê de Souza Corrêa ², Angela Cristina

Rocha de Souza ²

E-mail: nataliakarineaj@gmail.com

¹ Discente do curso de Bacharelado em Administração da UFRPE

² Docente do curso de Bacharelado em Administração da UFRPE

A economia compartilhada é um conjunto de práticas comerciais que possibilitam o acesso a bens e serviços, sem necessariamente haver a aquisição de um produto ou troca monetária (BOTSMAN, ROGERS, 2011). Esse sistema socioeconômico está cada vez mais sendo incorporado pela sociedade e fomentando mudanças tanto na forma de consumir como de produzir bens e serviços. Desde 2015, no Brasil, a economia compartilhada, está ganhando forma por meio de iniciativas de compartilhamento de bicicletas, espaços de trabalho, hospedagem, além da disseminação dos *sites* de troca de produtos e serviços e das plataformas de financiamento e produção coletiva (PORTAL CONSUMO COLABORATIVO, 2015). Apesar do crescimento de empresas ofertando negócios colaborativos, percebe-se ainda uma lacuna a ser preenchida, no que diz respeito às práticas que envolvem esses negócios do ponto de vista da sua produção. Assim, o objetivo geral desta pesquisa é compreender a prática de produção de negócios colaborativos em Recife e Região Metropolitana. Desse modo, foi desenvolvida uma pesquisa exploratória descritiva com abordagem qualitativa. Identificamos 21 negócios colaborativos localizados em Recife e Região Metropolitana. Os resultados demonstraram que esses negócios pertencem às três classificações propostas por Botsman e Rogers (2011). Dezesesseis são classificados como estilo de vida colaborativo, dois como sistemas de serviços de produtos e três como mercados de redistribuição. Realizamos entrevistas com cinco empreendedores dos negócios identificados. Essas entrevistas foram analisadas a partir de uma análise de conteúdo. As motivações citadas para empreender um negócio colaborativo estão relacionadas a fatores econômicos e sociais. Os significados apontados no que se refere a empreender um negócio colaborativo estão atrelados às motivações, sendo alguns mais simbólicos, como empreender um negócio que tem responsabilidade socioambiental com impacto na sociedade, e outros mais objetivos como redução de custos. Dentre as dificuldades citadas temos: falta de acesso à tecnologia e de regulação para o negócio. E como facilidades, o fato dos negócios colaborativos estarem na moda. Como consideração final, pode-se dizer que existe uma dificuldade no entendimento do que faz um negócio ser “colaborativo” e até uma definição mais universal do que seja um negócio colaborativo.

Palavras-chave: Economia compartilhada, Negócios colaborativos, Produção.

Área do Conhecimento: Ciências Sociais Aplicadas

Realização:



Apoio:



FUNDAÇÃO APOLÔNIO SALLES
F A D U R P E