

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Instituto de Economia
Monografia de Bacharelado

**EMPRÉSTIMOS PEER-TO-PEER (OU COLETIVOS) E O MODELO
MARKETPLACE LENDING: ESTUDO DE CASO DA PLATAFORMA NEXOOS E
OS POSSÍVEIS IMPACTOS NO SETOR BANCÁRIO BRASILEIRO**

Eduarda Milhomem Cordeiro
Matrícula nº: 116170505

ORIENTADOR(a): Prof^a Dr^a. Dália Maimon Schiray

MARÇO 2021

Universidade Federal do Rio de Janeiro
Instituto de Economia
Monografia de Bacharelado

**EMPRÉSTIMOS PEER-TO-PEER (OU COLETIVOS) E O MODELO
MARKETPLACE LENDING: ESTUDO DE CASO DA PLATAFORMA NEXOOS E
OS POSSÍVEIS IMPACTOS NO SETOR BANCÁRIO BRASILEIRO**

Eduarda Milhomem Cordeiro
Matrícula n°: 116170505

ORIENTADOR(a): Profª Drª. Dália Maimon Schiray

MARÇO 2021

EDUARDA MILHOMEM CORDEIRO

EMPRÉSTIMOS PEER-TO-PEER (OU COLETIVOS) E O MODELO MARKETPLACE
LENDING: ESTUDO DE CASO DA PLATAFORMA NEXOOS E OS POSSÍVEIS IMPACTOS
DESSA INOVAÇÃO NO SETOR BANCÁRIO BRASILEIRO

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao
Instituto de Economia da Universidade Federal do
Rio de Janeiro, como requisito para a obtenção do
título de Bacharela em Ciências Econômicas.

Rio de Janeiro, 3/23/2021.

DÁLIA MAIMON SCHIRAY - Presidente
Professora Dra. do Instituto de Economia da UFRJ

VICTOR PROCHNIK
Professor Dr. do Instituto de Economia da UFRJ

RENATA LÈBRE LA ROVERE
Professora Dra. do Instituto de Economia da UFRJ

As opiniões expressas neste trabalho são de exclusiva responsabilidade da autora.

AGRADECIMENTOS

Sem dúvidas, de todas as palavras contidas nessa monografia, essas são as mais difíceis de serem encontradas. Cada passo que já dei em minha vida e todo caminho que trilhei só foram possíveis graças às bênçãos de Deus e o apoio das pessoas que mais amo no mundo.

Por esse motivo, quero primeiro agradecer a Deus por me prover tudo que me foi necessário para que eu alcançasse mais esse objetivo. Sei que nada aconteceria se não fosse de acordo com Seus planos.

Agradeço a minha mãe, Solange, por ser sempre o meu maior exemplo de força e de amor. Por sempre ser compreensiva e estar ao meu lado. Espero um dia ser ao menos metade do ser humano que ela é.

As minhas irmãs, Raynna e Rafaella, e ao meu afilhado Eduardo, por serem os melhores presentes que já ganhei na vida. Todos os dias me esforço para ser alguém melhor e servir de exemplo a vocês. Nunca conseguirei expressar todo o meu amor e gratidão.

Agradeço a toda a minha família por sempre estar ao meu lado e me apoiar em todas as minhas metas. Vocês sempre me fizeram acreditar que eu posso ser e alcançar o que eu quiser nessa vida. E eu acredito nisso, graças a vocês.

A meu namorado, Lucas, por ter estado ao meu lado durante toda a minha graduação. Sempre me inspirando e me dando força. Cada página deste trabalho contou com uma dose de incentivo e companheirismo dele. Obrigada por tudo e por tanto.

Ao meu pai, Paulo (*in memoriam*), por sempre estar ao meu lado, mesmo não sendo fisicamente. Sinto a sua presença todos os dias da minha vida. Graças a você, cheguei até aqui. Obrigada.

Tenho, de fato, muita sorte por tê-los como família. Sei que todos vocês nunca mediram esforços para me fazer feliz.

Agradeço também a todos os meus amigos que fiz durante toda a vida. Todos foram de extrema importância para construção de quem eu sou. Levarei ao longo de minha trajetória todas as histórias e risadas que compartilhamos.

Por fim, mas não menos importante, agradeço a minha orientadora, Professora Dra. Dália Maimon Schiray, pelo direcionamento e paciência. Obrigada também ao Instituto de Economia da UFRJ, seus professores, colaboradores e funcionários, que permitem que o conhecimento continue a ser compartilhado e cada vez mais elevado.

RESUMO

Esta monografia tem por objetivo uma análise do modelo de negócio *Peer-to-Peer Lending* (Empréstimo entre Pessoas) no Brasil e entender as possíveis influências deste novo modelo no setor bancário brasileiro. Trata-se de uma nova categoria de captação e distribuição de recursos econômicos através de uso de plataformas digitais sem a intervenção de uma instituição financeira tradicional. Para tanto, desenvolveu-se um estudo de caso da plataforma Nexoos de economia compartilhada, empresa pioneira de *marketplace lending* no país;

Inicialmente, resumiu-se a literatura sobre economia compartilhada com foco no Peer-to-Peer Lending. Em seguida, apresentou-se o estudo da plataforma Nexoos, aqui buscou-se entender o seu funcionamento, sua origem e motivações, precificação e uma breve comparação com outras empresas no mesmo setor. E, por fim, foi discutido o cenário atual de concessão de crédito no Brasil, elaborando uma ligeira comparação entre os bancos tradicionais e os Peer-to-Peer Lending. Por fim, especulou-se sobre os possíveis impactos desse modelo de negócio no setor bancário brasileiro.

Palavras Chaves: Economia Compartilhada; Empréstimo *Peer-to-Peer*; Nexoos

ABSTRACT

This monograph aims to analyze the Peer-to-Peer Lending business model (Loan between People) in Brazil and understand the possible influences of this new model in the Brazilian banking sector. This term refers to a new category of capturing and distributing economic resources through the use of digital platforms without the intervention of a traditional financial institution. To this end, a case study of the Nexoos platform was developed, a pioneering marketplace lending company in the country.

Initially, the literature on shared economy was summarized with a focus on Peer-to-Peer Lending. Then, the study of the Nexoos platform was presented, the goal was to understand its operation, its origin and motivations, pricing and a brief comparison with other companies in the same sector. Later, the current scenario for granting credit in Brazil was discussed, drawing a slight comparison between traditional banks and Peer-to-Peer Lending. Finally, possible impacts of this business model on the Brazilian banking sector were speculated.

Key words: Shared Economy; Peer-to-Peer lending; Nexoos

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Faixa etária do grupo-alvo das iniciativas de compartilhamento.....	26
Figura 02: Características dos clientes das iniciativas de Economia Compartilhada.....	28
Figura 03: Foco geográfico das iniciativas colaborativas.	29
Figura 04: Os principais desafios das iniciativas de Economia Compartilhada.....	32
Figura 05: Diversifique seus investimentos	41
Figura 06: Comparação dos Rendimentos.....	42
Figura 07: Alavanque o crescimento da sua empresa.....	45
Figura 08: Página Principal da Nexoos	47
Figura 09: Escolha seu acesso	47
Figura 10: Captando Recursos.....	48
Figura 11: Confiança da Nexoos no site Responde Aqui.....	49
Figura 12: Orçamento dos Bancos em Tecnologia em R\$ bilhões.....	61

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 01: Percentual da carteira de crédito Pessoa Jurídica do Sistema Financeiro Nacional (SFN) por porte das empresas no Brasil.....	59
Gráfico 02: Composição dos Dispendios Com Tecnologia por Setor em 2019 (% do total)...	62
Gráfico 03: Saldo da carteira de crédito das MPEs - em Milhões de Reais	64
Gráfico 04: Concessão de crédito Pessoas Jurídicas por porte - em Bilhões de Reais.....	65
Gráfico 05: Demanda por linhas de crédito por porte de Pessoa Jurídica.....	65
Gráfico 06: Fatores que influenciam na demanda por crédito – Micro, pequenas e médias empresas	66
Gráfico 07: Composição do Spread - Divisão dos recursos que formaram o spread bancário em 2019 (%)	74
Gráfico 08: Spread Bancário x Taxa Selic- Diferença entre juros de aplicação e captação dos bancos e a taxa básica de juros, em %	75

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Tipos de Logísticas no Consumo Colaborativo.....	34
Quadro 02: Rating x Retorno (ao ano.) - Plataforma Nexoos	43
Quadro 03: Operação das empresas do setor de empréstimo P2P.....	50
Quadro 04: Modelo de Negócio	52
Quadro 05: Cadeia de Logística	53
Quadro 06: O Produto	53
Quadro 07: Fusões, Incorporações e Aquisições dos cinco principais bancos brasileiros entre 2008-2019.....	56

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZANDO E CONCEITUANDO A ECONOMIA COMPARTILHADA	13
I.1. Economia Compartilhada: Conceitos e Definições.....	13
I.2. O Surgimento da Economia Compartilhada e Suas Motivações	14
I.2.1 Surgimento da Economia Compartilhada	14
I.2.2. Incentivos para o Surgimento da Economia Compartilha.....	16
I.3. Fatores que influenciaram no crescimento da Economia Compartilhada.....	17
I.4. Iniciativas de Economia de Compartilhamento	20
I.4.I Modelos.....	20
I.4.2. Exemplos	22
I.5. Grupo Alvo da Economia Compartilhada	26
I.6. O Modelo de Negócios Na Economia Compartilhada: Plataformas de Compartilhamento	29
I.7. Desafios: Reputação, Confiança e Massa Crítica das plataformas.....	31
I.8. Logística das Plataformas	33
I.9. Como são Definido os Preços das Plataformas de Compartilhamento.....	36
CAPÍTULO II. EMPRÉSTIMOS PEER-TO-PEER (OU COLETIVOS) E O MODELO DE MARKETPLACE LENDING: UM ESTUDO DE CASO DA NEXOOS.....	37
II.1. Empréstimo Peer-to-Peer e Marketplace Lending: Conceitos.....	37
II.2. Empréstimos Peer-to-Peer Lending	38
II.3. Origem e História da Nexoos.....	39
II.4. Funcionamento da Empresa.....	40
II.5. Layout da Plataforma.....	46
II.6. Confiança.....	48
II.7. Comparação da Nexoos com outras empresas do setor no Brasil	49

II.8. Síntese	51
CAPÍTULO III. IMPACTOS DO EMPRÉSTIMO PEER-TO-PEER (OU COLETIVOS) NO SETOR BANCÁRIO	54
III.1. Contexto: A Crise de 2008 e o Avanço da Tecnologia.....	54
III.2. Spread Bancário: Por que tão elevado no Brasil?.....	57
III.3. Incentivo do Banco Central com a Resolução nº 4.656/2018.....	58
III.4. Empresas de Crédito P2P versus Bancos Tradicionais.....	60
III.5. O Futuro: Empresas de Empréstimo P2P e Bancos Tradicionais	63
CONCLUSÃO.....	67
BIBLIOGRAFIA	69
APÊNDICE A – SPREAD BANCÁRIO BRASILEIRO	74

INTRODUÇÃO

Cada vez mais a era digital na qual estamos vivendo tem exigido das empresas inovadoras grandes mudanças para atender às novas necessidades da sociedade. E nesse sentido, vem surgindo um novo modelo de negócio denominado *Peer-to-Peer Lending* (em português, Empréstimo entre Pessoas).

Esse modelo é uma nova categoria de captação e distribuição de recursos econômicos através de uso de plataformas digitais sem a intervenção de uma instituição financeira tradicional. Nele, além das empresas se beneficiarem da disseminação do acesso à internet, elas se aproveitam da expansão da utilização de smartphones, da ação legislativa e do apoio ao empreendedorismo por parte do governo e do gradativo interesse dos indivíduos nas novas tecnologias financeiras.

Essa crescente oferta de empresas deste modelo tem preocupado as instituições financeiras que já estão consolidadas no mercado. Os juros altos que são cobrados pelos bancos, a falta de serviço personalizado e a escassez de crédito para empresas menores têm incentivado os empresários de pequenas e médias empresas a buscarem outras formas de acesso a crédito. Por outro lado, a busca por investimentos de maiores rentabilidade tem motivado pessoas físicas a assumirem mais riscos e a buscarem novas formas de investimento. Assim, a migração dos investidores e dos empresários para essas empresas inovadoras poderá impactar diretamente a rentabilidade do atual setor bancário brasileiro.

O objetivo dessa monografia é analisar o marketplace lending através de um estudo de caso sobre a maior empresa deste modelo no Brasil, a plataforma Nexoos, e entender as possíveis influências deste novo modelo no atual setor bancário brasileiro. Para atingir os objetivos propostos, esta dissertação é composta de três capítulos, além desta pequena Introdução e a Conclusão. O primeiro capítulo faz um resumo da literatura sobre Economia Compartilhada, assim como suas origens e motivações, fatores que influenciaram no seu crescimento dos últimos anos, grupo alvo e alguns exemplos de economia compartilhada aplicadas ao dia a dia da sociedade atual. O segundo capítulo traz uma análise da plataforma Nexoos, tentando buscar elementos como seu funcionamento, sua origem no mercado, sua precificação e uma breve comparação com outras empresas no mesmo setor. E, por fim, será discutido o cenário atual de concessão de crédito no Brasil, assim como uma ligeira

comparação entre banco tradicional e empresas de inovação e o que se pode esperar do futuro dessa conjuntura.

O tema sobre Empréstimo *Peer-to-Peer* é extremamente atual e relevante, tanto no mercado quanto no meio acadêmico, e apesar disso, ainda há uma escassez na literatura sobre este tema. Ao trabalhar por três anos em um dos grandes bancos situados no Brasil, entendi a importância de sempre pensarmos nos possíveis impactos futuros para se adiantar e manter-se competitivo no mercado. Assim, a principal motivação deste presente trabalho é ter uma breve análise de como o setor bancário poderá ser influenciado nos próximos anos.

A metodologia utilizada se baseou em uma revisão da literatura sobre o tema, incluindo artigos, livros relacionados ao tema e relatórios disponibilizados em sites governamentais. Já para o estudo de caso da plataforma Nexoo recorreu-se aos dados da empresa apresentados no seu site institucional, a trabalhos acadêmicos, assim como em matérias de veículos de imprensa renomados, tentando ilustrar a relevância do tema e impactos econômicos.

CAPÍTULO I. CONTEXTUALIZANDO E CONCEITUANDO A ECONOMIA COMPARTILHADA

I.1. Economia Compartilhada: Conceitos e Definições

A ideia primordial da Economia Compartilhada é a de um maior aproveitamento dos recursos físicos e humanos que não são utilizados em seu potencial. Este aproveitamento vem através do uso de Plataformas Digitais que aceleram e impulsionam os encontros entre ofertantes e demandantes. São exemplos desses recursos espaços, ferramentas, dinheiro, serviços, uma habilidade específica ou até mesmo o próprio tempo. Neste modelo, há o compartilhamento entre quem dispõe do recurso com quem deseja ter o acesso a eles.

Para GANSKY (GANSKY, 2010), a economia compartilhada é um sistema socioeconômico formado em torno do compartilhamento de recursos humanos, que incluem criação, produção, distribuição, comércio e consumo compartilhado de bens e serviços por pessoas e organizações (GANSKY, 2010). Obedecendo as seguintes exigências:

1. A oferta principal é algo que pode ser compartilhado, dentro de uma comunidade, mercado ou cadeia de valor, incluindo produtos, serviços e matérias-primas;
2. São utilizadas redes de dados avançadas para rastrear a mercadoria e agregar informações de uso, clientes e produtos.
3. O foco em bem físico compartilhável, incluindo os materiais usados, o que torna a entrega local de serviços e produtos - e sua recuperação - valiosa e relevante.
4. Ofertas, notícias e recomendações são transmitidas amplamente de boca a boca, complementadas por serviços de redes sociais.

A forma de consumo mais tradicional é aquela onde o indivíduo precisa ter a plena posse do bem para que ele possa ser utilizado. Entretanto, para os autores BARDHI E ECKHARDT (2012), a Economia Compartilhada defende a existência de uma forma alternativa de consumo baseada apenas no acesso. No modelo socioeconômico da economia compartilhada, os indivíduos desejam apenas ter acesso aos produtos ou serviços por um curto período de tempo, ao invés de comprá-los, assim há a preferência de pagar apenas pela experiência de tê-los momentaneamente.

Para BOSTMAN E ROGERS (2011) a economia do compartilhamento é composta por um conjunto de práticas comerciais que permitem o acesso a bens e serviços, sem que haja,

necessariamente, a compra efetiva do bem ou alguma troca monetária entre as partes envolvidas. Os autores defendem a ideia que não há a necessidade de envolver uma recompensa monetária no consumo colaborativo. Os autores acreditam que o estado atual e tradicional da economia baseada em hierarquias está sendo substituído pelo movimento colaborativo, e esses sistemas baseados na cooperação e colaboração se tornarão uma forma comportamental e organizacional padrão para que os indivíduos troquem informações, ou atinjam objetivos, tanto pessoais como coletivos, independentemente de as trocas serem feitas com outros produtos, serviços, bens ou habilidades. Essas novas tendências comerciais incluem transações como o compartilhamento, empréstimo, doação, as trocas e o escambo (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

O consumo colaborativo é uma maneira de suportar as necessidades e desejos de um indivíduo de forma mais sustentável, atraente e com pouco ônus para o indivíduo que dele se utiliza (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

Neste presente trabalho vai se adotar a definição elaborada por BOTSMAN, 2015 para *sharing economy*: “Um sistema econômico baseado no compartilhamento de bens ou serviços subutilizados, gratuitamente ou por uma taxa determinada, diretamente entre indivíduos.”¹ (BOTSMAN, 2015; Tradução livre).

I.2 O Surgimento da Economia Compartilhada e Suas Motivações

I.2.1 Surgimento da Economia Compartilhada

Economia compartilhada tem se tornado um termo de grande relevância na literatura acadêmica, apesar de sua origem ser bastante recente, tendo tido sua origem em meados da década de 1990. Contudo, é natural encontrarmos fragmentos a respeito do conceito de compartilhar e de colaborar em atividades diárias dos indivíduos de uma comunidade. Portanto, apesar de ser um termo recente, o conceito de compartilhar e de colaborar não são tão novos.

O autor RIFKIN (2014) identificou a existência de uma gestão e do compartilhamento de bens e serviços desde o início da Idade Média com as sociedades feudais. Devido às altas taxas e a exigência de parte da produção pelos senhores feudais, os trabalhadores e os camponeses eram obrigados a potencializar os bens que restavam em suas posses. Dessa forma,

¹Texto Original: An economic system based on the sharing of underutilized goods or services, free of charge or for a specific tax, directly between individuals.

era fácil encontrar situações de trocas e de empréstimos para gerenciar os bens e garantir a sobrevivência em uma sociedade totalmente excludente.

SERRA (2003) observa que o escambo, prática ancestral de troca de serviços e de mercadorias sem que haja trocas monetárias envolvidas, seria o pioneiro das práticas colaborativas aqui no Brasil. Essa prática ocorreu no período de colonização, onde os portugueses, em um primeiro contato com os índios nativos, ofereciam mercadorias em troca do Pau Brasil e de serviços manuais.

Contudo, não há a necessidade de buscar evidências tão longínquas. Se olharmos as definições das palavras “compartilhar” e “colaboração”, por exemplo, facilmente nos vêm à cabeça lembranças que clarificam a noção de que o compartilhamento e a colaboração, bases da Economia Compartilhada, não são tão recentes como os modelos sobre os quais iremos abordar.

“Trabalho em comum com uma ou mais pessoas; cooperação” e “Ajuda, auxílio, contribuição” são as primeiras definições que encontramos no dicionário Aurélio (2018) da língua portuguesa para a palavra “Colaboração”. E para “Compartilhar”, encontramos “ter ou tomar parte em; partilhar com; ou dividir”.

Emprestar uma xícara de açúcar ao seu vizinho; dar uma carona para um conhecido do trabalho; receber um parente de outra cidade em casa por alguns dias; comprar uma roupa usada de um brechó são situações rotineiras na vida da sociedade e que podem ser encaixados dentro da Economia Compartilhada que já conhecemos há muitas décadas.

Entretanto, a definição que conhecemos hoje por Economia Compartilhada e que será estudada neste presente trabalho, ou seja, com suas atividades baseadas em plataformas virtuais, iniciou-se nos Estados Unidos com a origem de *websites* de comércio virtual como o eBay e Craigslist, ambas no ano de 1995. Esses sites ainda fazem parte da experiência de consumo dos indivíduos norte-americanos. Eles aproveitam-se dos avanços tecnológicos, utilizam *softwares* especializados para diminuir os custos de transação a fim de explorarem mercados secundários e ociosos (SCHOR, 2014). A redução dos custos de transação é o fator impulsionador implícito que possibilita a expansão das transações *on-line* pessoa-para-pessoa nas grandes empresas inovadoras (SHIRKY, 2008). E isso tem levado a um aumento do número de novos modelos de negócios nos últimos anos, estimulando cada vez mais a ampliação desse fenômeno da economia compartilhada (GANSKY, 2010).

Ao longo do tempo e com o aprimoramento da tecnologia e das plataformas virtuais, a economia compartilhada foi surgindo como uma alternativa para satisfazer necessidades diversas dos consumidores, que, anteriormente, eram atendidas predominantemente por empresas.

Concordando, a autora J. SCHOR (2014) declara que práticas de compartilhar bens e serviços como essas apresentadas no consumo colaborativo sempre existiram, apesar disso, o que é inovador nesse modelo socioeconômico é a constante troca entre desconhecidos, proporcionada unicamente pelo desenvolvimento da ciência tecnológica, em detrimento das antigas práticas onde esse compartilhamento só era realizado entre pessoas conhecidas, como vizinhos e familiares (SCHOR, 2014).

I.2.2. Incentivos para o Surgimento da Economia Compartilha

A disseminação de um senso de comunidade e uma maior preocupação com o meio ambiente podem ser considerados os principais incentivos que impulsionaram a alteração dos hábitos para um consumo mais colaborativos. Os indivíduos passaram a dar preferência às formas de consumir que não fossem prejudiciais ao ecossistema, seja comprando coisas usadas, pedindo emprestados, alugando carros ao invés de comprá-los, ou até mesmo se hospedando em casas comuns diminuindo cada vez mais a demanda por novos hotéis (FITZMAURICE; SCHOR, 2014). E essa expansão da ideologia do “ser sustentável”, por possuir um enorme peso na sociedade atual, acabou impondo uma alteração na forma de ofertar sob as empresas inovadoras.

No âmbito social, as plataformas tecnológicas digitais tornaram mais simples o contato entre pessoas desconhecidas. Como afirma SCHOR (2014), há uma necessidade intrínseca do ser humano em se conectar com novas pessoas, como a vontade de conhecer melhor seus vizinhos e colegas de trabalho, por exemplo.

Para SCHOR (2014), há outras motivações além da sustentabilidade e dos enquadramentos sociais, há motivações econômicas e financeiras. Assim, a possibilidade de se conseguir uma renda extra (FITZMAURICE; SCHOR, 2014) ou a de otimizar os recursos econômicos são exemplos desse tipo de motivação que levam um indivíduo a querer fazer parte de uma rede colaborativa. Vender bens pessoais ociosos ou então alugar temporariamente um imóvel vazio acaba por gerar benefícios econômicos tanto para quem oferta os bens ou serviços quanto para quem consome por preços inferiores em caso de compra da propriedade.

As motivações para a participação em atividades de compartilhamento também foram estudadas por HAMARI, SJÖKLINT E UKKONEN (2015), as quais foram classificadas em quatro categorias: sustentabilidade, divertimento, reputação e benefícios econômicos. Foi feita também uma distinção entre as motivações consideradas intrínsecas (sustentabilidade e divertimento) e extrínsecas (reputação e benefícios econômicos). Os resultados desse estudo indicaram que tanto as motivações intrínsecas quanto as extrínsecas influenciaram positivamente a atitude de participar do consumo colaborativo. No que diz respeito à intenção continuada de participação, verificou-se que motivações extrínsecas tiveram peso significativo, assim como o divertimento causado pela participação. Observou-se também que, embora a sustentabilidade percebida provoque uma atitude positiva em relação ao consumo colaborativo, os benefícios econômicos apresentaram-se como motivadores mais fortes para a intenção de participação (HAMARI; SJÖKLINT; UKKONEN, 2015).

Em suma, a sociedade atual busca viver em cidades mais justas e sustentáveis. E agregasse a isso a ideia de se economizar com o compartilhamento de produtos e serviços ociosos e conseguir uma renda extra, aproveitando a motivação intrínseca do ser humano de criar uma conexão com os demais indivíduos.

I.3. Fatores que influenciaram no crescimento da Economia Compartilhada

Na literatura de Economia Compartilhada podemos encontrar seis fatores principais que contribuíram para o crescimento do compartilhamento na sociedade, são eles: A emergência das novas tecnologias de comunicação; o surgimento de um sentimento social de adoção de hábitos mais sustentáveis; a mentalidade que nasceu junto com a geração Y²; a crise internacional de 2008; a eliminação dos intermediários devido ao avanço da tecnologia; a redução da assimetria de informação; e o mais recente, o avanço da COVID-19 que resultou em um maior confinamento por parte da população. Abaixo iremos analisar cada fator com mais detalhes.

- 1. A emergência das novas tecnologias de comunicação:** O desenvolvimento das tecnologias digitais e da internet permitiu que os bens e serviços se tornassem cada vez mais acessíveis. Dessa forma, o custo de aquisição dos bens digitais se reduziu, fazendo com que estes se tornassem cada vez mais presente na vida dos indivíduos de uma sociedade. RIFKIN (2016) afirma que a difusão das tecnologias relacionadas à indústria

²A geração Y, também chamada geração do milênio, geração da internet, ou milênios é um conceito em Sociologia que se refere à corte dos nascidos após o início da década de 1980 até, aproximadamente, o final do século.

4.0 (internet das coisas, *big data*, inteligência artificial, impressora 3D, *cyber-physical systems*) está reduzindo significativamente o custo de produção e aquisição de bens pelos consumidores, fazendo com que o seu custo marginal se aproxima de zero. Isso facilita com que os consumidores progressivamente deixem de querer ter a posse do bem para compartilhar.

2. **O surgimento de um sentimento social de adoção de hábitos mais sustentáveis:** De forma gradativa as pessoas estão se conscientizando de que precisam adotar hábitos que tenham um menor impacto sobre a disponibilidade dos recursos existentes e que são subutilizados. Esta conscientização crescente faz com que elas sejam cada vez mais receptivas a inovações sustentáveis. E o ato de compartilhar ao invés de comprar é um exemplo de sustentabilidade. Com isso, diminui-se a necessidade de criação de bens e há a reutilização de bens ociosos.
3. **A mentalidade que nasceu junto com a geração Y:** Essa geração se desenvolveu em uma época de grandes avanços tecnológicos, prosperidade econômica, ambiente altamente urbanizado e imediatamente após o contato virtual deixar de ser o principal meio de interação social (BULL, 2010; RIFKIN, 2016). A internet, os smartphones e as redes sociais permitiram que esta geração desenvolvesse capacidades elevadas em estabelecer confiança com um desconhecido, ainda que à distância. Como veremos na seção 1.8 da presente monografia, a confiança é fundamental para a existência da economia compartilhada. Além desse fator, a geração Y possui um comportamento de consumo mais consciente, voltado para o compartilhamento de experiências em detrimento da acumulação de bens (BULL, 2010; RIFKIN, 2016).
4. **A crise internacional de 2008:** A crise financeira que aconteceu em 2008 em todo o mundo resultou em restrição do acesso aos bens e serviços por parte da população. Criando um campo altamente fértil para a aplicação das novas tecnologias voltadas à viabilização do acesso aos produtos. Em particular, surgiu uma nova percepção, de que as novas tecnologias podem ser utilizadas para promover a utilização mais racional dos bens que se encontram subutilizadas (MARSHALL, 2015). O resultado foi o desenvolvimento de aplicativos que possibilitam o compartilhamento de bens e serviços através de plataformas digitais (SHIRKY, 2012; SCHOR, 2017; BOTSMAN, 2017). Como exemplo podemos citar o caso do Airbnb que surgiu no ano de 2008. Os seus cofundadores decidiram criar um site para alugar os quartos de seu apartamento na cidade de São Francisco para conseguir uma renda extra para pagar o aluguel do espaço. Logo, a grande empresa atual surgiu através da necessidade de obter-se uma renda extra com

a crise que acontecia naquele ano. Com a emergência da economia compartilhada, o pensamento tradicional segundo o qual os bens deveriam ser adquiridos foi substituído por uma nova abordagem. Portanto, cada vez mais as pessoas estão aprendendo a valorizar o acesso e a experiência em detrimento da posse (BELK, 2014; BOTSMAN, 2016; ROGERS, 2009).

5. **A eliminação dos intermediários devido ao avanço da tecnologia:** As maiores capacidades de comunicação possibilitada pelos avanços da internet e pelos aparelhos eletrônicos resultaram no crescimento da comercialização de bens e serviços diretamente através de plataformas digitais, sem a necessidade de intermediários. Este processo barateia o bem final e aumenta a rentabilidade dos produtores e dos usuários (BOTSMAN, 2016). Como consequência, negócios com baixa rentabilidade podem se tornar mais viáveis com a aplicação de novas tecnologias que reduzem o número de intermediários.
6. **A redução da assimetria da informação:** Os aplicativos e as redes sociais disponibilizam as informações para o usuário em tempo real, possibilitando a oferta de novos bens e serviços (SUNDARARAJAN, 2016). Como exemplo, se tem o Airbnb, que através de um mapa mostra os apartamentos que se encontram para alugar em determinada região e em determinada data; o Waze que fornece informações em tempo real sobre o trânsito; o Tem açúcar? que permite que o usuário encontre moradores próximos a ele que possuam o objeto que ele está precisando.
7. **O confinamento que resultou da pandemia do COVID-19:** Apesar de ser um tema muito recente, a crise da saúde e o isolamento social causado pelo COVID-19 gerou impactos profundos nas economias, nos negócios e nos consumidores em todo o mundo. Apesar de ainda existir muita incerteza, ficou claro que os consumidores redefiniram e adaptaram suas rotinas diárias e estilos de vida para acomodar o distanciamento social vivido pela humanidade, reforçando o entretenimento doméstico e as experiências virtuais. E grande parte dessas mudanças só foram possíveis devido à existência das redes sociais, da internet e dos smartphones. Com a pandemia, os indivíduos de todas as faixas etárias passaram a realizar confraternizações em aplicativos de vídeo, passaram a fazer suas compras através dos sites das lojas e pelas redes sociais e começaram a trabalhar em suas casas no modelo de home office, e aqueles que não tinham tanta afinidade com aparelhos modernos, tiveram que aprender a manuseá-los para se incluir no novo contexto social. Portanto, pode-se afirmar que a pandemia vivida durante os anos de 2019 até o momento atual foi capaz de acelerar a

inclusão de pessoas de faixas etárias que não tinham tanta empatia com smartphones e que, até o período anterior, concentravam suas compras e trocas unicamente no presencial.

I.4. Iniciativas de Economia de Compartilhamento

I.4.I Modelos

Na literatura há três modelos principais no qual podemos categorizar as formas de consumo colaborativo, são eles: sistema de serviços de produtos; mercados de redistribuição; e estilo de vida colaborativo.

(i) Sistema de serviços de produtos:

Nesse sistema, há a lógica de que um produto ocioso pode se transformar em um serviço. Assim, o consumidor paga pelo benefício para utilizar um determinado produto sem precisar ter sua propriedade. É importante observar a mudança de prioridades no comportamento da sociedade ao longo dos anos. Antes, ter a posse de um bem representava não só o consumo em si, mas um status social e prestígio, entretanto, a difusão da ideia de que ter o acesso aos bens por meio de compartilhamento é mais vantajoso do que a sua posse em si.

“Consumo Colaborativo está permitindo pessoas a perceberem o enorme benefício do acesso ao benefício dos bens e serviços ao invés da posse dos mesmos, e ao mesmo tempo economiza dinheiro, espaço e tempo; faz novos amigos; e se tornam cidadãos ativos novamente.”
(BOTSMAN; ROGERS, 2011, Tradução Livre)³

Segundo BOTSMAN E ROGERS (2011), os benefícios para esse novo sistema vão além dos ambientais com a redução de produtos novos ociosos. Há ganhos financeiros, onde o consumidor pode economizar com a compra de produtos, manutenção e seguros.

Nos dias de hoje há diversas empresas grandes que atuam com este tipo de mercado. Como por exemplo, a Uber, com o aluguel do serviço de transporte individual, sem ter a

³Texto original: Collaborative Consumption is enabling people to realize the enormous benefits of access to products and services over ownership, and at the same time save money, space, and time; make new friends; and become active citizens once again.

necessidade de adquirir um carro. Ou Airbnb, já citado anteriormente, onde é possível alugarmos um espaço físico, como um quarto ou um apartamento inteiro, por alguns dias.

(ii) Mercados de Redistribuição:

Seu funcionamento é através da prolongação dos ciclos de vida dos produtos, como por exemplo, empréstimos, doações e revendas. Objetos que possam ser repassados para outros proprietários quando não são mais úteis aos donos a qual o utensílio pertence. Há neste tipo de mercado a preocupação ambiental de reduzir lixo, além de outros incentivos como desapegar de um objetivo sem utilidade e gerar uma renda extra.

As principais empresas desses mercados de redistribuição são o eBay e a OLX. Entretanto, há novos mecanismos de redistribuição através de plataformas digitais que não envolvam trocas monetárias. Pode ocorrer uma troca de mercadoria por outra, uma doação ou emprestar, indo a contramão à cultura do consumo exacerbado e de status social.

“Apesar das especificidades da troca, um mercado de redistribuição encoraja revendas e reutilização de itens antigos ao invés de jogá-los fora, e, também reduz significativamente desperdícios e recursos que se dão junto à nova produção. Mercados de redistribuição desafiam a relação tradicional entre produtor, varejista e consumidor, e rompem com a doutrina de ‘comprar mais’ e ‘comprar novo’.” (BOTSMAN; ROGERS, 2011, Tradução Livre)⁴

(iii) O Modelo de Estilo de Vida Colaborativo:

É o modelo de compartilhamento de recursos além do físico, como o tempo e o conhecimento. Veremos no tópico seguir exemplos desse tipo de modelo.

“Sistemas de serviços de produtos e Mercados de redistribuição são dois sistemas que nos levam a repensar as razões de como consumimos produtos e serviços. Mas e os ativos mais pessoais e menos tangíveis que fazem nosso dia a dia? E coisas como

⁴Texto original: Regardless of the specifics of the exchange, a redistribution market encourages reusing and reselling old items rather than throwing them out, and also significantly reduces waste and resources that go along with new production. Redistribution the fifth 'R'—reduce, recycle, reuse, repair, and redistribute—and is increasingly considered a sustainable form of commerce. It challenges the traditional relationship between producer, retailer, and consumer, and disrupts the doctrines of "buy more" and "buy new."

nosso conhecimento, tempo, espaços de trabalho, criatividade, dinheiro, casas, jardins e outros espaços sociais? Não são apenas bens de consumo que podem ser permutados, emprestados, presenteados ou trocados. Você pode compartilhar um sofá, um jardim, um escritório, uma carona, um espaço de trabalho, uma refeição, uma tarefa, uma habilidade ou produção caseira. Essas trocas estão desenvolvendo um sistema que chamamos de “Estilo de Vida Colaborativo” (BOTSMAN; ROGERS, 2011, tradução livre).”⁵

I.4.2. Exemplos

Por mais que muitas pessoas não conheçam o termo “Consumo Colaborativo”, a ideia por trás já está impregnada na sociedade há muitos anos, como podemos ver nos tópicos acima. Entretanto, dentro deste termo há categorias que são importantes para entendermos melhor como se dá este tipo de consumo, são elas:

(i) Coworking:

É um modelo onde há a divisão de um espaço e de recursos para trabalhar. Costumam a usar espaços de coworking os profissionais que não possuem escritórios próprios e buscam espaços com aluguéis mais baratos, com horários mais flexíveis e que podem ser usados por outras pessoas.

No mundo há grandes empresas especializadas em coworking, como é o caso da WeWork. A WeWork⁶ é uma empresa imobiliária comercial americana que fornece espaços de trabalho compartilhados flexíveis para startups de tecnologia e serviços para outras empresas. A WeWork projeta e constrói espaços compartilhados físicos e virtuais e serviços de escritório para empreendedores e empresas.

(ii) Crowdsourcing:

São plataformas colaborativas onde os indivíduos se reúnem para agregar seus conhecimentos em torno da solução de problemas que podem beneficiar a todos. É como se

⁵Texto original: Product service systems and redistribution markets are two systems that lead us to rethink the reasons and way we consume products and services. But what about the less tangible and more personal assets that make up our day-to-day lives? What about things like our knowledge, time, workspaces, creativity, money, homes, gardens, and other social spaces? It’s not just consumer goods that can be bartered, loaned, gifted, or swapped. You can share a couch, a garden, an office, a carpool, a workspace, a meal, a chore, a skill, or homegrown produce. These exchanges are thriving in a system we call collaborative lifestyles.

⁶ Disponível em: <https://www.wework.com/pt-BR>

fosse um modelo em que o coletivo ajuda com informação, conhecimento, recursos e etc. para desenvolver algo.

Muitas empresas, especialmente as de pequeno e médio porte, têm aderido de forma crescente a plataformas virtuais que concentram dezenas de profissionais de diversas áreas. Assim, a empresa pode divulgar o que ela precisa e uma infinidade de profissionais lhe oferece seus serviços e custos. A empresa irá escolher a opção que melhor se encaixa com as suas necessidades, comprando pontualmente seus produtos ou serviços.

(iii) *Crowdfunding*- Financiamento Coletivo:

O *crowdfunding*, ou em português Financiamento Coletivo, consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral de pessoas físicas interessadas na iniciativa.

Neste modelo, a internet auxilia impulsionando o alcance do que está sendo financiado, além de proporcionar uma maior transparência fazendo com que ocorra um engajamento crescente por parte dos investidores. No Brasil, um exemplo de comunidade de financiamento coletivo é a Catarse⁷. Cerca de 14.500 projetos foram financiados nesta plataforma, movimentando um total de R\$156 milhões até Dezembro de 2020. Existem diversos tipos de projetos, desde criação de jogos, publicações de livros e gravações de filmes. Em sua maioria, os investidores recebem recompensas por ajudar, como no caso de uma criação do jogo, os financiadores recebem posters, descontos para a compra do jogo ou até mesmo personagens exclusivos.

(iv) *Crowdlearning*:

Trata-se de uma colaboração coletiva na busca por conhecimento. Neste modelo, têm-se características como: um espaço para o compartilhamento do conteúdo, ferramentas de autoria intuitiva e o acesso gratuito e disponível para qualquer pessoa ao redor do mundo que tenha acesso a internet.

Um exemplo brasileiro de *Crowdlearning* é o Nós.Vc⁸. Nesta plataforma, cada indivíduo pode sugerir temas para cursos, workshops ou debate. Assim, quando há uma adesão

⁷ Disponível em: <https://www.catarse.me/>

⁸ Disponível em: <http://nos.vc/>

de um público interessado para o tema, a plataforma permite que o indivíduo se reunia com os interessados (virtualmente ou presencialmente) para conversar e debater sobre o assunto escolhido.

(v) *Coliving*:

Trata-se de espaços de moradia compartilhada onde diferentes pessoas dividem o local, podendo ser uma casa ou um apartamento. Há empresas, como a ULiving⁹ - a primeira empresa que veio ao Brasil com esse conceito - que aluga quartos compartilhados para, em sua maioria, estudantes e jovens trabalhadores.

(vi) Trocas/Empréstimos:

As iniciativas colaborativas que propõe trocas e/ou empréstimos funcionam como uma ponte entre pessoas que possuem bens de alta capacidade ociosa com aqueles que possuem interesse nesse bem. Normalmente funcionam como algum referenciamento geográfico para facilitar a logística da transação, normalmente *peer-to-peer* e sem envolvimento de qualquer tipo de transação monetária.

“Ao receber um pedido, a plataforma contata os vizinhos em busca de quem tenha esse item disponível para emprestá-lo, as condições do empréstimo e local de encontro são acertadas pelas partes. Após a devolução do item os usuários avaliam um ao outro, com o objetivo de aumentar a credibilidade da plataforma (BOTSMAN; ROGERS, 2011)

Um exemplo de uma plataforma que funciona como descrita acima é a “Tem Açúcar?”.

10

(vii) Hospedagem:

O serviço de hospedagem colaborativa é um dos principais setores da Economia Compartilhada. As plataformas Couchsurfing, fundada em 2004, e o Airbnb, fundada em 2008, são os dois principais e mais conhecidos exemplos.

⁹ Disponível em: <https://uliving.com.br/>

¹⁰ Disponível em: <http://temacucar.com/>

O *Couchsurfing*¹¹ é uma plataforma que conecta viajantes de todo o mundo à moradores locais. Os usuários podem oferecer ou solicitar hospedagens gratuitas em troca do compartilhamento de experiências, conhecimentos, idiomas, habilidades e/ou conhecer novas pessoas.

O Airbnb¹² é uma plataforma que possui a mesma ideia de fornecer hospedagens, no entanto, de forma paga. O anfitrião, nomenclatura utilizada pela plataforma para se referir àqueles que buscam usuários que queiram se hospedar em seus imóveis, pode alugar um quarto ou um imóvel completo diretamente com o hóspede. Neste caso, a plataforma cobra uma porcentagem pelo serviço.

(viii) Mobilidade Urbana:

Aplicativos de transporte de carros particulares como Uber¹³ e Cabify¹⁴ são exemplos de alternativas aos tradicionais serviços de táxis e ao transporte público, que muitas vezes carecem de qualidade e funcionalidade.

Além dos serviços pagos de transporte com carros particulares, há serviços de carona. Um exemplo é a plataforma Blablacar¹⁵, que conecta motoristas e passageiros dispostos a viajar entre cidades e compartilhar o custo da viagem. A plataforma existe apenas para conectar motoristas a outros usuários que queiram a carona.

Além das corridas particulares, o compartilhamento de bicicletas e de patins elétricos vem crescendo no Brasil. A Bike Rio Itaú¹⁶, uma iniciativa colaborativa do Banco Itaú, dispõe de terminais com bicicletas compartilhadas que estão disponíveis àqueles que assinam um plano diário ou mensal.

(ix) TimeBanking:

As plataformas de *timebanking*, ou banco do tempo, permitem aos usuários trocarem serviços sem envolver trocar monetárias - sendo o principal mecanismo de troca o tempo de cada um. Um exemplo desta plataforma é a Beliive¹⁷, onde um usuário X ao se cadastrar na

¹¹ Disponível em: <https://www.couchsurfing.com/>

¹² Disponível em: <https://www.airbnb.com.br/>

¹³ Disponível em: <https://www.uber.com/br/pt-br/>

¹⁴ Disponível em: <https://cabify.com/br/motoristas>

¹⁵ Disponível em: <https://www.blablacar.com.br/>

¹⁶ Disponível em: <https://bikeitau.com.br/bikerio/>

¹⁷ Disponível em: <https://beliive.com/>

plataforma recebe um crédito de uma hora. Dessa forma, ele pode solicitar um serviço com esse tempo para um usuário Y que ao prestar o serviço, o mesmo tem como pagamento uma hora para usar como quiser, seja como o usuário X ou com qualquer outro usuário.

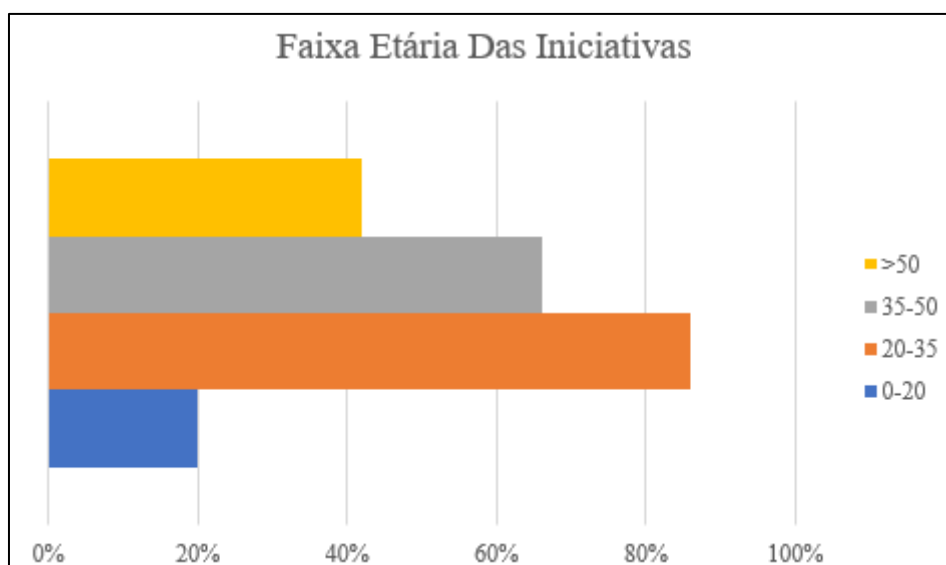
(x) Revendas/Marketplaces:

As práticas de revenda seguem a lógica da economia circular e se enquadram no modelo de mercado de redistribuição proposto por BOTSANAN E ROGERS (2011) citado anteriormente. As plataformas possuem o papel de conectar pessoas que querem vender um produto que não lhe tenha utilidade para um usuário que queira tenha interesse no bem. É o caso do OLX¹⁸, uma empresa global de comércio eletrônico que publica anúncios classificados na internet.

I.5. Grupo Alvo da Economia Compartilhada

As iniciativas colaborativas direcionam-se, em sua maioria, para os mais jovens da população como foi analisado na pesquisa “Escutando Iniciativas de Economia Compartilhada”. Esse estudo contou com a participação de representantes de 110 iniciativas com e sem fins lucrativos da América do Norte, Europa e América Latina.

Figura 1: Faixa etária do grupo-alvo das iniciativas de compartilhamento



Fonte: WAGNER et al, 2015

¹⁸ Disponível em: <https://www.olx.com.br/>

De acordo com os resultados propostos, o grupo alvo das iniciativas de consumo colaborativo são os chamados “tech-savvy” - uma nova geração de jovens que são adeptos ao uso da tecnologia, também chamados de “geração do milênio” ou “geração Y”. Isso se dá porque, segundo o estudo, 92% das iniciativas que participaram desta pesquisa dispõem de uma plataforma online ou aplicativo para celular para disponibilizar os seus serviços. Como resultado, menos da metade das iniciativas identificaram pessoas com cinquenta anos ou mais como público-alvo. O principal motivo apresentado pela pesquisa foi a que pessoas com idades mais avançadas são menos adeptos ao uso da tecnologia necessária para obter acesso aos modelos de negócio baseados na Economia Compartilhada.

ERVING (2014) faz uma crítica a essa exclusão causada por esse novo modelo de consumo, em que, para participar é necessário ter acesso à tecnologia (seja pelo smartphones, computador ou laptop) e ter conhecimento sobre este tipo de inovação. Cada vez mais as tecnologias estão se adaptando ao cenário da sociedade, impactando em novas mudanças diariamente. O que dificulta a inserção de pessoas com idades mais avançadas nesse modelo dado à dificuldade de acompanhar todo esse desenvolvimento tecnológico.

Além disso, como veremos mais adiante, uma das dificuldades que as plataformas de iniciativas de economia compartilhada enfrentam é a respeito da necessidade de usuários desenvolverem uma relação de confiança com desconhecidos - exemplo ao emprestar dinheiro para um desconhecido para a realização de projeto ou emprestar um objeto pessoal a uma pessoa que não é mesmo ciclo social. Pessoas com idades mais avançadas têm menos experiências nesse tipo de processo, e assim, enfrentam fortes barreiras para participar de sistemas de compartilhamento.

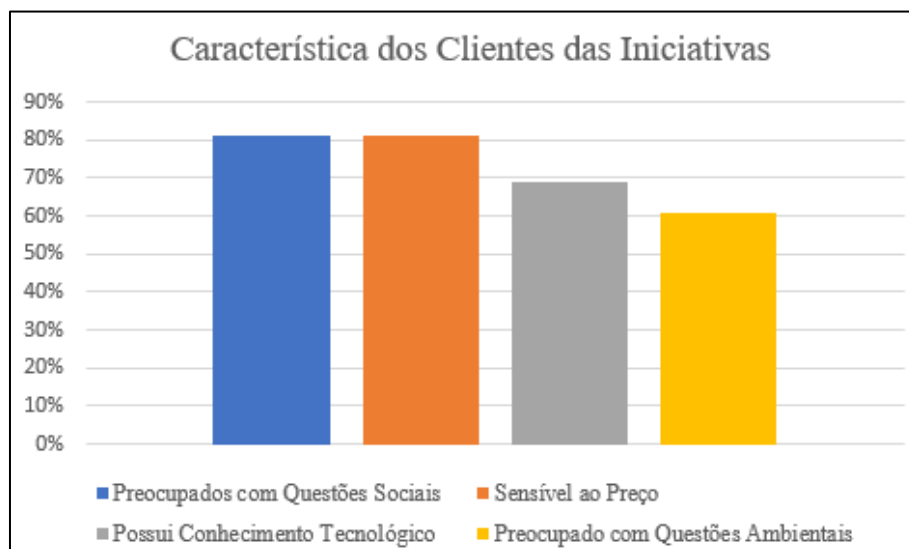
Por outro lado, CHENG (2015) apontou que o desenvolvimento dessas iniciativas colaborativas pode reintegrar ao mercado pessoas que estavam fora dele por algum motivo, como aposentados, idosos e portadores de necessidades especiais. Essas pessoas costumam ter mais tempo livres para se dedicar a ensinar habilidades, compartilhar experiências e contar histórias que agregam valor a outros indivíduos.

Neste ponto é interessante fazermos uma pré-análise das alterações que ocorreram na Economia Compartilhada devido à pandemia atual que o mundo está enfrentando. A doença COVID-19 tornou-se uma pandemia ao alcançar uma escala de disseminação mundial, o qual afetou toda a dinâmica de diversos países ao redor do globo, sendo responsável por um

isolamento de grande parte da população, culminando na perda de contato social físico entre os indivíduos. Embora ainda não existam estudos concretos sobre isso, há uma tendência clara de que a pandemia implicou na inclusão de muitos idosos no meio digital. As redes sociais e os aplicativos tornaram-se os principais veículos de comunicação e interação durante o período de restrição social, além de se tornarem um dos principais meios de lazer, substituindo as atividades que eram realizadas fisicamente. Com esse novo cenário, aposta-se que as iniciativas colaborativas irão tirar o foco no público alvo nos jovens e tenderão a buscar alternativas de captar cada vez mais usuários de todas as faixas etárias.

Em relação à pesquisa que estávamos analisando anteriormente, os pesquisadores também se preocuparam em identificar quais características às iniciativas de compartilhamento atribuem a seus clientes. O resultado foi o seguinte:

Figura 2: Características dos clientes das iniciativas de Economia Compartilhada.



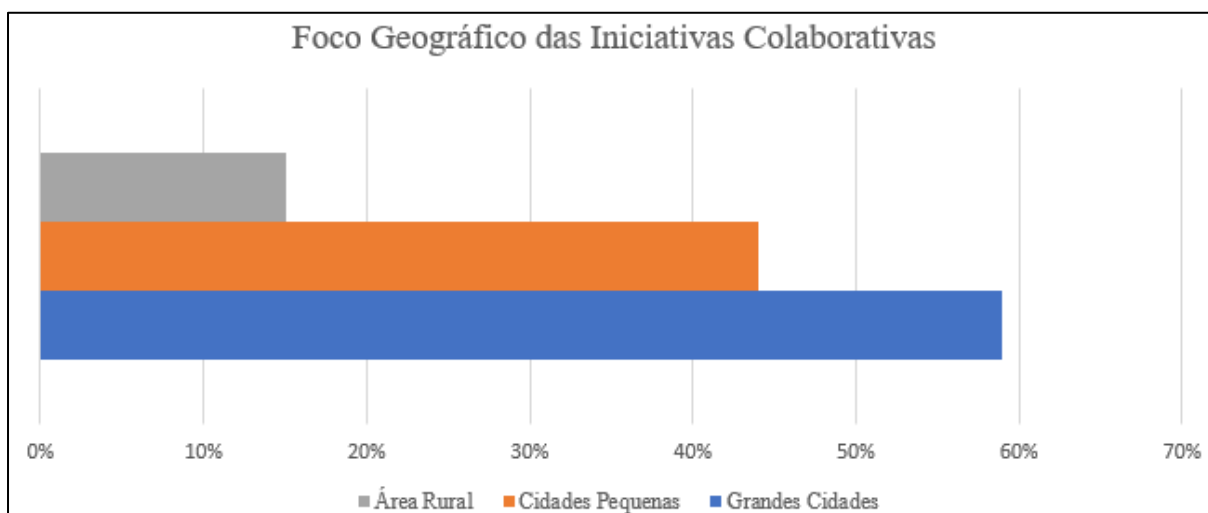
Fonte: WAGNER et al, 2015

Essas características estão de acordo com que verificamos na seção I.2.2 do presente texto. Os consumidores preocupados com as questões sociais e ambientais são a grande maioria dos demandantes de economia compartilhada. E, em segundo lugar, esses demandantes se preocupam com a sensibilidade do preço. Os indivíduos, com a crise econômica de 2008, passaram a buscar formas de economizar gastos e continuar consumindo os bens e serviços, mesmo que não seja por meios de posse.

E, por fim, o estudo busca analisar o foco geográfico das iniciativas que participaram do estudo. Analisando o resultado na figura 3 abaixo, podemos verificar que o foco da maioria das iniciativas são as áreas urbanas. As justificativas para esse fenômeno são que as cidades possuem uma maior densidade populacional e dispõe de um grande potencial em termos de bens e habilidades subutilizadas, e esses são os pré-requisitos para que a maioria das iniciativas de compartilhamento seja bem sucedida.

O espaço rural possui uma menor densidade demográfica quando comparada a área urbana. Isso torna mais difícil alcançar uma massa crítica de usuários para montar um modelo de negócio viável baseado no consumo compartilhado. Além disso, a área rural possui uma idade média da população maior e menos infraestrutura necessária para facilitar o compartilhamento de serviços, como dificuldade de locomoção entre os indivíduos e baixo acesso da população à internet.

Figura 3: Foco geográfico das iniciativas colaborativas.



Fonte: WAGNER et al, 2015

I.6. O Modelo de Negócios Na Economia Compartilhada: Plataformas de Compartilhamento

Diante de todo o cenário em que se envolve a Economia Compartilhada, podemos identificar a relevância das plataformas digitais para o crescimento das iniciativas colaborativas. Essas plataformas possibilitam um aumento exponencial de trocas entre pessoas, já que as conexões deixaram de estar geograficamente limitadas. Como diziam

BOTSMAN E ROGERS (2011): “Na era pré-internet, os custos de transação de coordenar grupos de pessoas com vontades e necessidades alinhadas ou com interesses semelhantes eram altos, tornando o compartilhamento de produtos complicado e inconveniente¹⁹”.

De outro modo, as emergentes necessidades dos indivíduos de estarem dentro desse novo modelo de negócio impulsionam a criação de novas plataformas para atender cada vez mais rápido a conexão entre indivíduos (DUBOIS; SCHOR; CARFAGNA, 2014).

CHASE (2015) dedica um capítulo inteiro do seu livro para tratar do assunto de Plataformas de Compartilhamento. Segunda a autora, o propósito das plataformas é de liberar o valor “intrínseco” na capacidade excedente, mobilizando os ativos, o tempo, o conhecimento e a criatividade dos outros. No geral, para Chase, as plataformas se organizam, simplificam e padronizam a participação dos demais. Em suas palavras: “Uma boa plataforma reduz o custo e o empenho de participar ao seu mínimo absoluto, reduzindo ao máximo as barreiras à entrada (CHASE, 2015).

Já a discussão apresentada no trabalho de HENTEN E WINDEKILDE (2016), por sua vez, é sobre custos de transação na economia compartilhada. Os pesquisadores argumentam que as trocas de bens e serviços entre pessoas foram viabilizadas pelo surgimento e desenvolvimento dessas plataformas de compartilhamento, que proporcionaram a redução dos custos de transação. Sem essas plataformas, essas trocas não seriam possíveis, pois os custos exigidos para a pesquisa, contato e contratação seriam muito mais altos. Nesse contexto, novos mercados são criados e surgem novos operadores, que consistem em substitutos para as operações de negócios já existentes. É importante destacar que esses novos mercados e operadores satisfazem necessidades humanas já conhecidas (como transporte e acomodação), portanto, pode haver alto grau de substituição e, conseqüentemente, significativa competição entre os novos modelos de negócios e os tradicionais.

O cenário mais provável, segundo os autores, é de que no longo prazo, haverá certo grau de substituição, mas também de complementaridade, tanto no que se refere à oferta quanto à demanda. No lado da oferta, os operadores de mercado já existentes podem passar a oferecer seus serviços por meio das novas plataformas, assim como, no lado da demanda, consumidores

¹⁹Texto original: In the pre-Internet age, the transaction costs of coordinating groups of people with aligned wants and needs or even just similar interests were high, making the sharing of products tricky and inconvenient.

que não contratavam serviços da indústria tradicional podem vir a ser atraídos pelos novos operadores (HENTEN; WINDEKILDE, 2016).

Essas plataformas digitais citadas em diversos estudos de economia compartilhada garantem a disseminação da comunicação entre milhões de pessoas e caracterizam a existência de uma comunidade global onde as distâncias são cada vez menores. SCHOR (2014) chama de *stranger sharing*, ou compartilhamento entre estranho em tradução livre, essa possibilidade de compartilhamento entre desconhecidos. Mais a frente veremos que toda a Economia Compartilhada e a eficácia das plataformas digitais irão depender bastante da confiança entre os *peers*, pois se um usuário não confia no outro, a transação dificilmente irá acontecer.

Segundo EINAU, FERRONATO E LEVIN (2016), serviços on demand costumam praticar uma solução para conectar compradores e vendedores e ainda manter os custos de transações baixos, que é centralizar o processo. Os autores utilizaram o exemplo da empresa Uber, onde os usuários informam, através da plataforma digital, o destino para onde querem se deslocar, mas não escolhe o motorista. A plataforma envia uma notificação para todos os motoristas que estão próximos à localização do usuário, sem mostrar o destino inserido pelo passageiro. Desta forma, há uma agilização no processo e uma certa garantia do funcionamento do aplicativo.

Nesse tipo de serviço, o preço, na maioria das vezes, é determinado pela plataforma. No caso da Uber, exemplo citado pelos autores, a viagem do usuário é precificada através de uma taxa fixa e outra variável, dependendo da distância e do tempo de deslocamento até a chegada do destino. Há também algoritmos para definir o preço, no caso da Uber, existe a “tarifa dinâmica”, cujo objetivo é atualizar através de um algoritmo o preço dependendo da oferta e demanda. Por exemplo, em um dia de chuva ou com um grande evento na cidade, é provável que muita gente demande os serviços do aplicativo, o que acaba gerando aumento nos preços.

I.7. Desafios: Reputação, Confiança e Massa Crítica das plataformas

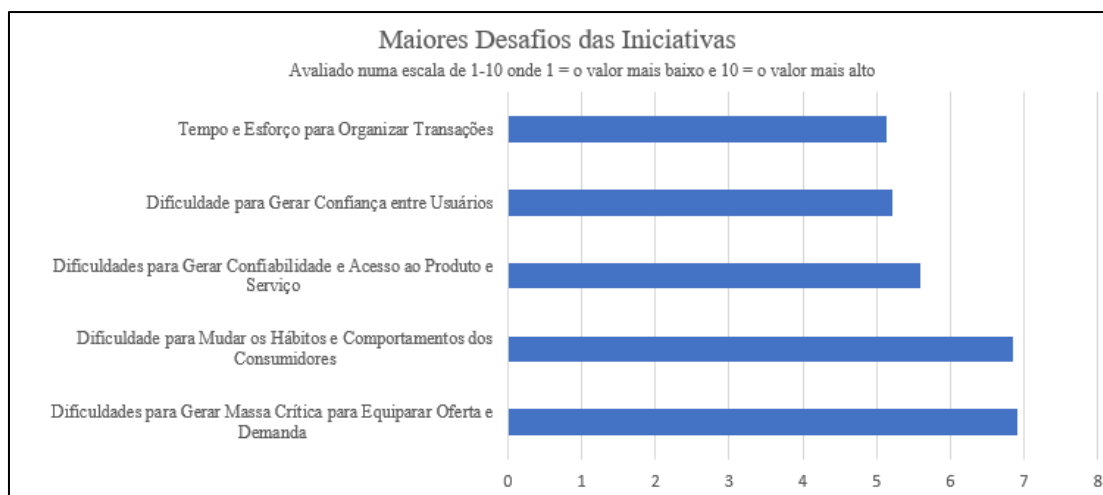
Para BOTSMAN E ROGERS (2010), a massa crítica, a capacidade ociosa, a crença no bem comum e confiança entre estranhos são os quatro princípios essenciais que norteiam o consumo colaborativo. E são esses princípios interligados que representam os maiores desafios para uma iniciativa de compartilhamento.

Pode-se afirmar que o principal fundamento da Economia Compartilhada é ser feita de pessoa para pessoa, e isso já é um dos desafios para o crescimento e consolidação de grande parte das iniciativas compartilhadas. É preciso ter massa crítica para o bom funcionamento das mesmas (WAGNER et al., 2015). Imagine uma pessoa que detém um objeto que está ocioso e ela decide que ter a posse deste bem não é mais útil. Então ela decide procurar formas para vendê-lo, e para que a transferência do bem ocorra, há a necessidade de encontrar algum outro indivíduo que tenha interesse em comprar este bem. Esta mesma lógica funciona para as empresas de iniciativa colaborativa. Quanto mais indivíduos compartilhando uma necessidade, isto é, quanto mais indivíduos na plataforma, maior a chance de sucesso da mesma. Pensando em exemplos práticos, a grande empresa Uber só funciona porque temos um número considerável de motoristas querendo uma renda extra e, ao mesmo tempo, há um interesse de boa parte dos indivíduos de querer pagar baixos custos por um serviço de transporte particular.

Há então a necessidade de haver aderência de um público interessado nas ideias de uma determinada iniciativa. Essa abrangência deve ser grande o suficiente para possibilitar o funcionamento da logística dessas plataformas. Dessa maneira, passar segurança e confiança aos usuários é de suma importância para conseguir a adesão necessária para a estabilização.

Na pesquisa “Escutando Iniciativas de Economia Compartilhada” que foi citada anteriormente na seção I.4 deste capítulo, houve a preocupação de entender quais são os principais desafios enfrentados pelas iniciativas analisadas. Esses desafios foram agrupados na figura abaixo:

Figura 4: Os principais desafios das iniciativas de Economia Compartilhada



Fonte: WAGNER et al., 2015

A principal dificuldade apontada nesse estudo é a que já foi citada anteriormente sobre a necessidade de existir uma massa crítica em uma iniciativa colaborativa para criar e ativar as redes necessárias de logística. Portanto, nos modelos de negócios *peer-to-peer*, exige-se uma massa crítica para garantir a oferta e a procura dos produtos e serviços a serem compartilhados.

O segundo ponto analisado pela pesquisa aponta acerca do desafio de mudar os hábitos e comportamentos dos consumidores. Boa parte da população ainda não é familiarizada com a Economia Compartilhada, o que dificulta a adesão de novos membros. Como apontado por BOTSCHAN E ROGERS (2011), a crença no bem comum e confiança entre estranhos são dois dos quatro princípios básicos da economia do compartilhamento. E essas ideias ainda não são difundidas na sociedade. E a realidade é que a cultura da posse e do consumo exacerbado ainda está muito presente na comunidade (CHASE, 2016), implicando na dificuldade de disseminar o ato de compartilhar. Em suma, há então uma dificuldade em firmar uma mudança comportamental e de hábitos por parte das pessoas.

Por último, é também um desafio consolidar a estrutura legislativa que abrange as práticas colaborativas, devendo haver um equilíbrio entre a existência de um ambiente propício para as práticas de colaboração e a garantia de serviços prestados que atendam, de forma segura e eficiente, as necessidades dos usuários.

NGUYEN (2014) também identificou através de seus estudos que a grande maioria das plataformas virtuais de compartilhamento investem no treinamento da oferta de modo a promover maior apelo junto à demanda. O principal canal para estimular a adesão às plataformas é o boca-a-boca e o desenvolvimento de comunidades é crucial para reter os usuários. Além disso, todas elas dedicam boa parte de seus recursos e atividades para assegurar a segurança e confiança nas transações realizadas na plataforma.

I.8. Logística das Plataformas

Para BOTSCHAN E ROGERS (2011), é relevante abordar outra classificação que diz respeito aos possíveis sistemas logísticos dentro das iniciativas colaborativas. As logísticas podem envolver fluxos monetários e de informação e mobilização física e humana e as logísticas por trás de tais fluxos são de suma importância no universo da economia compartilhada (CARBONE; ROUQUET; ROUSSAT, 2015).

“... uma pesquisa de Sofres-La Poste (2013) com mil indivíduos identifica a complexidade logística como uma grande barreira para adoção de práticas colaborativas, perdendo apenas para os temores a respeito da segurança das transações.” (CARBONE; ROUQUET; ROUSSAT, 2015)²⁰

CARBONE, ROUQUET E ROUSSAT (2015) focalizaram em um artigo os tipos de logísticas presentes no consumo colaborativo e suas características. Eles identificaram duas variáveis estruturais no tipo de logísticas: o seu papel e o seu tipo de gestão. Combinando essas variáveis foi possível identificar quatro tipos de logísticas nas quais o consumo colaborativo se baseia: logística *peer-to-peer*, logístico business, logística *crowd-party* e logística *crowd-driven*.

Quadro 1: Tipos de Logísticas no Consumo Colaborativo

	Gestão de Logística Descentralizada	Gestão de Logística Centralizada
Logística Como Suporte para as Colaborações	Logística <i>Peer-to-Peer</i>	Logística <i>Business</i>
Logística como Propósito das Colaborações	Logística <i>Crowd-Party</i>	Logística <i>Crowd-Driven</i>

Fonte: CARBONE, ROUQUET, ROUSSAT, 2015. Tradução Livre

(i) Logística *Peer-to-Peer* (P2P):

Essa logística caracteriza-se com usuários se conectando por conta própria e realizando a negociação, doação, troca e/ou compartilhamento. Dessa forma, toda a logística da transação é determinada pelos usuários visando o melhor para ambas as partes. A plataforma não faz nenhum tipo de intervenção no fluxo físico das transações dos bens ou serviços, sendo o seu único papel agir como o agente facilitador da conexão entre os usuários. Em alguns exemplos,

²⁰Texto original: “... a Sofres-La Poste survey (2013) of one thousand individuals identifies logistics complexity as a major barrier hindering the adoption of collaborative practices, ranked second only to fears concerning the security of exchanges.”

a plataforma disponibiliza informações necessárias para o sucesso da transação, como dicas de segurança e melhores práticas de negociação.

(ii) Logística *Business*:

Outro tipo de logística é a *Business*, na qual a plataforma possui o papel indispensável de atuar como intermediário físico, além de um intermediário informacional. Assim, neste tipo de logística, o gerenciamento de fluxos físicos é feito de forma centralizada pela plataforma de modo a complementar a transação entre os usuários da mesma com sucesso garantindo que a negociação entre o ofertante e o demandante seja verdadeira, funcionando como um controle de qualidade.

(iii) Logística *Crowd-Party*:

Essa terceira logística difere-se das demais apresentadas porque funciona como a logística sendo o propósito da colaboração. Neste caso, o coletivo é convocado para participar dos serviços de logística por já possuírem recursos para tais serviços, como por exemplo, veículos para transporte e espaços para estocar. A plataforma não faz nenhum tipo de intervenção nas atividades, funcionando apenas como ferramentas para conectar os usuários. Assim, ao aproveitar os recursos subutilizados já existentes, não se vê necessária a contratação de firmas tradicionais de logística.

(iv): Logística *Crowd-Driven*:

Por fim, há a logística *Crowd-Driven*. Assim como o *Crowd-Party*, esse tipo de logística também se utiliza dos arranjos colaborativos. Entretanto, tem como objetivo obter o controle de oferta e logística de determinada mercadoria. Esse tipo de arranjo requer a plataforma para organizar e controlar toda a cadeia de suprimentos junto com os produtores e ajudá-los a tomar decisões logísticas coletivamente e de forma centralizada. Nesse caso o papel da plataforma é encontrar logísticas alternativas, dando poder ao usuário de controlar e organizar juntamente aos produtores toda a cadeia de distribuição. Esse tipo surge da demanda dos usuários de ter maior segurança. Nesse caso específico de logística, os autores destacam parcerias com seguradoras.

1.9. Como são Definido os Preços das Plataformas de Compartilhamento

Um equilíbrio entre manter o custo de transação baixo e manter a eficiência no uso das informações deve ser encontrado pelas iniciativas colaborativas. Por outro lado, mecanismos para incorporar todas as informações dispersas no mercado devem ser desenvolvidos (EINAV; FERRONATO; LEVIN, 2016).

Os mercados *peer-to-peer* seguem a lógica de plataformas descentralizadas, onde os ofertantes são diversos e há uma variedade de bens e serviços oferecidos. Nesses casos, há uma priorização de escolhas individuais e mecanismos eficientes de busca são necessários (EINAV; FERRONATO; LEVIN, 2016).

Então, no mercado de P2P, quando o comprador é conectado com o vendedor, há diversas formas de precificar o preço do bem ou do serviço. No exemplo do OLX, a plataforma não interfere em nada na precificação do produto ou serviço. O vendedor anuncia o bem por um determinado preço. O comprador entra em contato através do próprio aplicativo para negociar o valor justo e as logísticas de trocas. Outro exemplo é o eBay, onde ocorrem leilões virtuais²¹ de lances automáticos, onde o comprador coloca o máximo que está disposto a pagar e a plataforma vai dando lances graduais até chegar no limite indicado por ele anteriormente.

Os autores chamam atenção para outras formas de precificação dos ativos. Cada plataforma decide como será o mecanismo de precificação de seus usuários, sempre pensando em agradar ambos os *peers*. Outros dois exemplos são o Airbnb que cobra suas hospedagens por espaço alugado por noite (e não pelo número de hóspedes como é feito em boa parte dos hotéis) e os serviços domésticos que cobram por hora de trabalho (EINAV; FERRONATO; LEVIN, 2016).

²¹Regulamento dos leilões no eBay disponível em: <<https://pages.ebay.com/br/pt-br/help/buy/biddingoverview.html>>

CAPÍTULO II. EMPRÉSTIMOS PEER-TO-PEER (OU COLETIVOS) E O MODELO DE MARKETPLACE LENDING: UM ESTUDO DE CASO DA NEXOOS

II.1. Empréstimo Peer-to-Peer e Marketplace Lending: Conceitos

Como foi visto anteriormente, as plataformas de compartilhamento têm gerado uma ampla gama de produtos e serviços em diferentes categorias econômicas, um destes serviços é o empréstimo *peer-to-peer* (P2P). Quando esse serviço de empréstimo P2P é realizado em uma plataforma online, chama-se *Marketplace Lending*. Este é um termo relativamente novo, que vem ganhando força no Brasil, mas já vem sendo utilizado no exterior há alguns anos. Trata-se de uma modalidade de empréstimo onde uma plataforma online conecta empreendedores a investidores, sem a intermediação de um banco tradicional.

No modelo tradicional de financiamento, os agentes que desejam adquirir um empréstimo precisam recorrer a um intermediário financeiro que capta recursos dos agentes superavitários e empresta para os agentes deficitários, reduzindo o risco incorrido na transação, através da cobrança de um *spread*, o que eleva a taxa de juros praticada na operação. Por sua vez, no *marketplace lending peer-to-peer* (P2P), uma plataforma digital faz a correspondência entre os agentes superavitários (emprestadores) e os agentes deficitários (pessoas ou empresas que buscam empréstimos), substituindo o papel do intermediário financeiro (BOTSMAN, 2017)

Desta forma, a vantagem dos empréstimos P2P para o agente deficitário são as menores taxas de juros, a menor burocracia e a maior velocidade de concessão do empréstimo (LEE, LEE, 2012; OWYANG e tal., 2013; LIU, 2015; LENZ, 2016). Já os agentes superavitários conseguem obter taxas maiores de retorno, por causa da eliminação dos intermediários financeiros (MITREGA-NIESTRÓJ, 2016). Portanto, os agentes superavitários contam com a possibilidade de escolher para qual agente vão emprestar o seu dinheiro, com base em informações referentes à reputação passada dos agentes deficitários, no qual o histórico passado é utilizado para definir a taxa de juros do tomador de empréstimo além de outros algoritmos (MILNE; PARBOTEEAH, 2016).

É importante destacar que os bancos tradicionais não são considerados empresas dentro de economia compartilhada pelos seguintes motivos: nos bancos tradicionais há clientes que se direcionam a instituição financeira para solicitar um empréstimo ou investir o seu dinheiro, sendo assim o banco é o principal agente intermediador entre eles. Enquanto que nas

plataformas de compartilhamento há a conexão direta entre investidor e empresa, ou seja, há uma relação entre desconhecidos de uma forma totalmente virtual possibilitada pelos avanços tecnológicos; além disso, as plataformas de marketplace lending, por ser totalmente online, necessita da confiança entre usuários. Nos bancos, não há a necessidade de confiar em um desconhecido, mas na própria instituição financeira.

II.2. Empréstimos Peer-to-Peer Lending

O *peer-to-peer lending* (P2P) teve origem em 2005 no Reino Unido com a empresa Zopa. Depois, com a crise econômica de 2008, ganhou força e espaço na economia de outros países, como nos Estados Unidos, hoje considerado o maior mercado de P2P do mundo.

A LendingClub é a maior plataforma de empréstimos *peer-to-peer* dos Estados Unidos. Atualmente a empresa tem mais de 3 milhões de clientes e já intermediou mais de 60 bilhões de dólares segundo informações apresentadas em seu site, fazendo a ponte desses recursos entre investidores e financiados. Fundada em 2007, a empresa abriu capital em 2014 na NYSE (The New York Stock Exchange), então avaliada em 5,4 bilhões de dólares, em um dos maiores IPOs (sigla em inglês de oferta pública inicial) daquele ano. Na China, o setor de empréstimos P2P cresceu rapidamente entre 2011 e 2015, com o número de credores P2P aumentando de 50 para quase 3.500, neste período.

A categoria de empréstimo P2P Lending ainda é muito recente no Brasil. Por se tratar de uma prática muito nova, ainda não há a confiança e segurança necessária para o modelo funcionar plenamente, havendo ainda uma resistência dos usuários. Entretanto, as plataformas online de Marketplace Lending estão se consolidando como alternativas interessantes para micro e pequenas empresas que buscam recursos para acelerar os negócios ou até mesmo saírem de uma crise financeira. E além dessa desconfiança e resistência, a legislação brasileira ainda é um grande obstáculo. A liberação para concluir o processo de empréstimos sem envolvimento das instituições financeiras tradicionais ainda é recente e gera dúvidas entre os envolvidos.

Até o fim do ano de 2020, as maiores empresas de crédito P2P no Brasil eram: Nexoos, Biva, Banca Club, Tutu Digital e Kavod Lending.

II.3. Origem e História da Nexoos

A Nexoos do Brasil Tecnologia e Serviços LTDA, mais conhecida como Nexoos, é uma fintech líder de mercado na modalidade *Peer-to-peer Lending* (P2P) online que conecta pequenas e médias empresas (PMEs) a potenciais investidores. Com a ideia de proporcionar menores taxas para os empreendedores tomarem crédito e maiores retornos para investidores, a fintech que atua no modelo de marketplace lending foi fundada em 2016 por três amigos, Daniel Gomes, Nicolas Arellaga e Murilo Bassora.

A ideia da empresa surgiu num *hackathon*, que é uma espécie de maratona de programação, onde obteve reconhecimento ao receber uma premiação promovida pela University College London. Os três amigos venceram levando o prêmio “*Bright Idea Award*”²². Além do reconhecimento e prestígio, o grupo recebeu uma quantia em dinheiro que foi utilizado como capital inicial para estruturação da empresa.

Já no retorno ao Brasil, os sócios passaram por dificuldades devido à barreira regulatória que exigia que esse tipo de negócio estivesse atrelado a uma instituição financeira regulada pelo Banco Central do Brasil. Assim, até conseguir um parceiro para viabilizar a abertura da plataforma no país, os amigos começaram a estruturar a operação da Nexoos no Paraguai.

A empresa passou a exercer atividade no Brasil logo após a Resolução Nº 4.656 do Banco Central em Abril de 2018. Esta Resolução será explicada melhor no próximo capítulo deste presente trabalho. Em suma, a plataforma Nexoos passou a ser considerada uma Sociedade de Empréstimo entre Pessoas (SEP) podendo operar com empréstimos limitados sem a necessidade de uma instituição financeira como intermediadora. Entre Dezembro de 2018 e Dezembro de 2019, a fintech teve um aumento de 139% no volume transacionado dentro da sua plataforma. Neste mesmo período, a empresa consolidou a sua liderança no mercado de empréstimos de *peer to business*.

Em Março de 2020 a empresa decidiu ampliar os seus investimentos para introduzir novos serviços digitais em sua plataforma como conta digital, liquidação de boletos, cartão de crédito, além de novas modalidades de empréstimos. O objetivo dessa reestruturação é estreitar o relacionamento com os clientes que passam pela plataforma e, com um leque maior de

²² Tradução livre: Prêmio de Ideia Brilhante

serviços, a expectativa de Nicolas Arrellaga, sócio-fundador da Nexoos, é que a fintech amplie suas fontes de receita, e que esses aumentos sejam cada vez mais recorrentes.

O projeto mais recente da empresa foi o lançamento de seu aplicativo gratuito. Com ele, o investidor poderá acessar a sua própria conta e realizar os investimentos através dela. Além dessa função, o usuário poderá participar das rodadas de negócios e consultar saldos e extratos da conta em tempo real. O objetivo é levar maior praticidade, agilidade, mobilidade e segurança aos investidores.

Em Janeiro de 2021, o valor acumulado de financiamento para empresas pela plataforma foi de R\$ 472.338.326,00, com uma base de mais de 50.000 investidores e cerca de 300.000 PMEs já analisadas.

Segundo Nicolas Arregalla, um dos sócios fundadores da Nexoos, a plataforma atende empresas que faturam a partir de R\$ 500 mil por ano, mas tipicamente os clientes têm receita entre R\$ 1 milhão e R\$ 2 milhões. Para o sócio, essas empresas acabam ficando estagnadas em termos de crescimento porque elas não possuem acesso a crédito de forma eficaz e não possuem atendimento especializado com os bancos tradicionais. Assim, quanto mais descentralizado for o setor de crédito, mais chance uma empresa em fase de crescimento têm chances de se estabelecer no mercado.

“São companhias que tiveram um certo crescimento, mas atingiram um determinado patamar e não conseguem passar dele porque não têm acesso a crédito adequado” (NICOLAS ARREGALLA, sócio e co-fundador da Nexoos, 2018)

II.4. Funcionamento da Empresa

Como foi visto anteriormente, o papel principal da Nexoos é realizar a conexão entre pequenas e médias empresas que desejam acesso a empréstimos a pessoas que desejam realizar investimentos e buscam a diversificação de sua carteira. Então para analisarmos o funcionamento da empresa, precisaremos analisar do ponto de vista dos agentes superavitários e do ponto de vista das empresas que recebem os empréstimos, isto é, os agentes deficitários.

Para o investidor, a rentabilidade e o risco do investimento são fundamentais na hora de tomar a decisão de aplicar o seu dinheiro. E todo investidor deveria seguir a ideia de que diversificar a sua carteira de investimentos é fundamental para diminuir os riscos existentes nas negociações do mercado financeiro, como o risco de crédito²³, de liquidez²⁴ e de mercado²⁵. Sabendo disso, a plataforma focaliza nesses dois pontos para atrair novos possíveis investidores. Conforme a figura 5 que mostra a página principal para os investidores.

Figura 5: Diversifique seus investimentos



Fonte: Nexos (2021)

Seguindo ainda esse raciocínio, a empresa focaliza seu marketing para atrair novos investidores através da lógica da comparação com outros tipos de investimentos. Em sua plataforma, ela busca deixar claro que o retorno para os investidores é muito maior do que outros tipos de investimentos como o de poupança, Certificado de Depósito Bancário (CDB) ou tesouro direto.

²³ Risco de crédito está associado a possíveis perdas que um credor possa ter pelo não pagamento por parte do devedor dos compromissos assumidos.

²⁴ Risco de liquidez é o risco relacionado a dificuldade de transformar o ativo em moeda.

²⁵ Risco de mercado é a potencial oscilação dos valores de um ativo durante um período de tempo.

Figura 6: Comparação dos Rendimentos



Fonte: Nexoos (2021)

É importante entendermos como o cálculo de rentabilidade dos investimentos da plataforma funcionam. A rentabilidade dos investimentos depende da nota de risco (*credit rating*) da empresa solicitante. Quanto maior o risco da empresa solicitante, maior a taxa de juros do empréstimo, e maior a rentabilidade oferecida aos investidores. Considerando as empresas com rating aprovado pela Nexoos, as rentabilidades variam entre 14% e 63% anuais.

Essa nota de risco da empresa, o *credit rating*, é calculada através de uma análise feita por um analista especializado em pequenas e médias empresas e por um algoritmo de crédito. O perfil da empresa é examinado, assim como suas demonstrações financeiras, o setor no qual a empresa se enquadra e seus planos e projetos de crescimento. Assim, nesta análise é gerado um *score*, que é definido pelo risco de inadimplência, e pode variar de AA para aquelas de menor risco a E3 para maiores riscos. A tabela abaixo foi retirada do site e ilustra como os ratings estão diretamente ligados ao risco e ao rendimento de cada empréstimo.

Quadro 2: Rating x Retorno (ao ano.) - Plataforma Nexoos

Rating	Retorno (a.a)
AA	14.57%
A1	15.12%
A2	15.8%
A3	16.49%
B1	16.9%
B2	17.74%
B3	18.72%
B4	19.7%
B5	20.7%
B6	21.7%
C1	25.64%
C2	26.82%
C3	28.32%
D1	35.28%
D2	37.99%
D3	41.91%
E1	59.73%
E2	61.59%
E3	63.65%

Fonte: Nexoos (2021)

Além disso, a plataforma atua com rendimentos mensais, ou seja, os investidores recebem mensalmente uma parcela do capital emprestado, com juros do empréstimo. Esse repasse é feito através do pagamento obrigatório mensal das empresas financiadas. No caso da Nexoos, a principal métrica de rentabilidade é a Taxa Interna de Retorno (TIR), sendo uma taxa eficiente para medir a rentabilidade de investimentos que possuem diversos pagamentos antes do vencimento.

Como vimos na seção I.2.2 sobre motivações do capítulo I, a ideia de economia compartilhada está correlacionada com o incentivo do senso de comunidade. A grande maioria das fintechs relacionadas à economia compartilhada mostra essa preocupação com a sociedade, e a Nexoos não é diferente. Eles deixam claro em sua plataforma que, ao realizar um investimento em uma das PMEs, o investidor está incentivando o crescimento das empresas brasileiras, apoiando o empreendedorismo, criando empregos para o país e fazendo o dinheiro circular na economia nacional. Isso pode ser uma estratégia de *marketing* para atrair novos investidores que acreditam na causa de ajudar a economia local e as pequenas empresas.

Em suma, a fintech analisa o risco de crédito de cada empresa, seleciona as operações e as apresenta aos investidores. O investidor determina, através de uma análise pessoal, quais empresas farão parte do seu portfólio. No primeiro momento, os investidores devem fazer um aporte mínimo de R\$ 6.000,00 em uma primeira operação, que pode ser distribuída, a seu critério, entre até seis empresas. Após o aporte inicial, o investidor fica livre para investir o quanto quiser por empresa, respeitando o limite mínimo de R\$ 1.000,00 e máximo de R\$ 15.000,00 por oferta. A plataforma fica responsável tanto pela análise de crédito das PMEs quanto pela cobrança da dívida.

O procedimento pelo lado dos investidores é: (1) investidor faz o cadastro na plataforma, com envio de documentos e preenchendo o seu perfil de risco; (2) analisa as opções de investimento; (3) informa a sua proposta de investimento; (4) assina o contrato de investimento; (5) transfere o dinheiro; (6) recebe o valor principal mais juros acordados (Site Institucional Nexoos, 2021).

No ano de 2020 a fintech Nexoos lançou uma ferramenta que visa diluir o risco de quem quer investir em pequenas e médias empresas. Denominada de “Portfólio Automático”, a carteira de investimentos tem até 20 empresas de diferentes perfis de risco. Essa ferramenta surgiu devido à crise econômica apresentada devido a pandemia do coronavírus. Segundo o presidente e co-fundador, Daniel Gomes, é comum que, em períodos de crise econômica, haja uma retração de empréstimos em que pessoas emprestam para pessoas sem a intermediação de instituições financeiras. Essa retração é causada pelo medo relacionado à inadimplência. Então o Portfólio Automático seria uma medida para tentar manter os investimentos de uma forma mais segura para os usuários, devido a diluição do risco de inadimplência. E para o investir nas PMEs por meio do Portfólio Automático é necessário um aporte de, no mínimo, R\$ 10.000,00.

O portfólio automático é montado com empresas com proporções de riscos diferentes, de acordo com o perfil do investidor informado, que pode ser classificado como arrojado, balanceado ou conservador. O investidor acompanha e avalia a performance da carteira compostas pelas PMEs por meio da Taxa Interna de Retorno (TIR). Vale destacar que não há cobrança de taxa, inclusive, administrativa.

Do ponto de vista das PMEs, a Nexoos possui três requisitos mínimos para ter acesso ao empréstimo. São eles: (1) a empresa deve ter, no mínimo, 1 ano de CNPJ ativo; (2) deve possuir um faturamento mínimo de R\$ 500.000,00, comprovados com faturamento mês a mês

assinados por um contador; e (3) ser uma empresa que busca empréstimos para capital de giro para refinanciamento ou capital para expansão de seus negócios, conforme a figura abaixo.

Figura 7: Alavanque o crescimento da sua empresa



Fonte: Nexoos (2021)

O objetivo da Nexoos para as PMEs é ampliar o acesso ao crédito aumentando as possibilidades de aporte dando maiores oportunidades de crescimento. Para ter acesso ao financiamento pela Nexoos, a empresa não precisa oferecer garantias reais e passa por um processo simples e rápido de avaliação de crédito baseado em algoritmos de análise preditiva com uso massivo de inteligência artificial e *machine learning*²⁶. Desta maneira, a Nexoos consegue oferecer uma experiência única e sem burocracia para as PMEs, sendo até 5 vezes mais rápido e 70% mais barato que os bancos. A oferta de crédito varia entre R\$ 15.000,00 e R\$ 500.000,00, que podem ser pagos no período de 1 a 24 meses com taxas de juros que ficam entre os de 1,14% a 4,19% ao mês. Após 50% do primeiro financiamento amortizado, a empresa pode solicitar um novo empréstimo. A média dos valores dos empréstimos na plataforma para cada entidade é de R\$ 75 mil.

O procedimento pelo lado das PMEs é: (1) o cliente cria uma conta preenchendo os dados na plataforma, enviando documentos da PME como comprovante de endereço, declaração de imposto de renda, documentos de identificação e faturamento; (2) a empresa, após a análise, pode solicitar o crédito; (3) após o crédito ser aprovado a Nexoos agrupa as

²⁶O aprendizado de máquina (em inglês, machine learning) é um método de análise de dados que automatiza a construção de modelos analíticos. É um ramo da inteligência artificial baseado na ideia de que sistemas podem aprender com dados, identificar padrões e tomar decisões com o mínimo de intervenção humana.

empresas por afinidade (portfólios) para captação dos valores; (4) após a captação de recursos, a PME assina de forma digital o contrato de empréstimos; (5) recebe o dinheiro na conta bancária indicada; e (6) inicia o pagamento do empréstimo conforme combinado (Site Institucional Nexoos, 2021).

Durante a pandemia, por conta da crise, a Nexoos registrou um aumento de 25% na demanda por empréstimo. Segundo uma pesquisa feita pela fintech, os pequenos empresários estão em busca, principalmente, de crédito para capital de giro e o valor médio medido é de cerca de 70 mil reais. Entre Março de 2020 e Maio de 2020, a Nexoos emprestou cerca de 10 milhões de reais.

A Nexoos é remunerada através de uma comissão da prestação de serviços às empresas que solicitam o empréstimo. Essa taxa é descontada no ato do desembolso do valor e o montante varia de acordo com cada solicitação. É por isso que não há nenhuma taxa para os investidores. Pelo lado dos empresários, há essa taxa, entretanto ela costuma ser inferior às taxas cobradas pelos serviços do setor bancário tradicional.

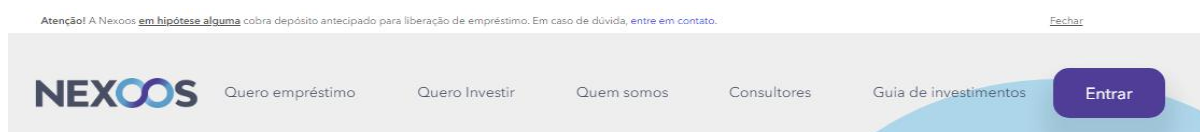
A fintech Nexoos ainda possui um terceiro perfil em sua plataforma, o de Consultor. Esse perfil foi criado devido a uma estratégia em captar novas empresas que precisam de crédito para sua plataforma. O consultor deve ser uma pessoa física ou jurídica que atue como correspondente bancário, contador ou trabalhe com empresas que necessitem de crédito. Essa pessoa deve se cadastrar na plataforma e possui a capacidade de indicar negócios que buscam expansão. Caso a empresa indicada feche negócio com a Nexoos, o consultor ganha 1% do valor financiado. O procedimento para o consultor é: (1) cadastrar um ou mais empresas; (2) enviar a documentação da empresa, como faturamento, extrato pessoa jurídica, contrato social, imposto de renda dos avalistas; (3) aguardar até que a passe pelo processo de análise e que o empréstimo seja validado; e (4) caso o crédito da empresa seja aprovado, o consultor recebe 1% da operação do empréstimo em sua conta.

II.5. Layout da Plataforma

De uma forma breve, iremos analisar o layout da Plataforma para nos familiarizarmos com a fintech. O site para ter acesso aos recursos e as informações é o <https://www.nexoos.com.br/>. Ao acessar o site, o primeiro ponto que identificamos é a escolha do perfil ou necessidade, como mostrado na figura 8 abaixo. Você deve selecionar “Quero Empréstimo” para caso seja um PMEs precisando de informações específicas sobre a

plataforma. Caso você seja uma pessoa física que busca investir seus recursos, deve clicar em “Quero Investir” e será alocado para um site que contém as informações disponíveis para investidores. Caso queira conhecer um pouco mais da plataforma, como sua visão, valores e uma breve história sobre os sócios, deve-se clicar em “Quem somos”. Como falado anteriormente, a Nexoos disponibiliza uma terceira opção para o usuário, a de Consultor. Assim, selecionando “Consultores” você poderá obter informações específicas para este tipo de usuário. Por fim, a aba “Guia de Investimentos” permite o acesso à posts feitos pela própria fintech sobre investimentos, assim como notícias recentes sobre o setor. Nessa aba, é possível também realizar uma simulação de empréstimo da própria plataforma.

Figura 8: Página Principal da Nexoos



Fonte: Nexoos (2021)

Caso você já seja um usuário da plataforma, você poderá acessar “Entrar” e em seguida você terá que selecionar o seu tipo de perfil. Iremos analisar brevemente o perfil “Investidor” da plataforma para entendermos melhor os seus recursos.

Figura 9: Escolha seu acesso



Fonte: Nexoos (2021)

Selecionando o seu perfil como “Investidor” e realizando o login, você já recebe acesso a plataforma de *marketplace lending*. Diversas opções de investimentos ficam disponíveis para que o investidor analise e tome suas decisões de carteira. As informações são: nome da empresa, prazo, rating, TIR, valor e financiamento.

Figura 10: Captando Recursos

NOME DA EMPRESA	PRAZO	RATING ①	TIR	VALOR	FINANCIAMENTO	INVESTIR
MARINGA AR CONDICIO...	24 meses	C2	26,82% a.a.	R\$ 120.000	18,8%	>
CANTINA D'IRENE	24 meses	C3	28,32% a.a.	R\$ 135.000	38,5%	>
ADX - ARMAZEM E LOGIS...	24 meses	C3	28,32% a.a.	R\$ 135.000	42,6%	>
DELTA JEANS	21 meses	D2	37,99% a.a.	R\$ 101.000	48,0%	>
DISTRIBUIDORA IMPERA...	21 meses	D3	41,91% a.a.	R\$ 77.000	59,1%	>
ESTARQ	21 meses	D2	37,99% a.a.	R\$ 66.000	69,7%	>
RARO REQUINTE	24 meses	B5	20,70% a.a.	R\$ 224.000	21,4%	>
AUTO POSTO CARVALHO	24 meses	B6	21,70% a.a.	R\$ 300.000	29,5%	>
Box Delivery	24 meses	B2	17,74% a.a.	R\$ 220.000	94,1%	>
MANICA COMERCIO DE ...	24 meses	B3	18,72% a.a.	R\$ 333.000	35,1%	>
JULIACAR AUTOMOVEIS	24 meses	B5	20,70% a.a.	R\$ 213.000	32,2%	>

Fonte: Nexoos (2021)

A partir desse ponto, o investidor poderá selecionar cada empresa e analisar o seu perfil para tomar a melhor decisão para o seu portfólio. Ao clicar no nome da empresa, o investidor terá acesso às informações como motivos de solicitação do empréstimo, valor solicitado, rentabilidade, valor que já foi financiado, quantos funcionários a empresa possui, qual foi a data de abertura do CNPJ, qual o capital social, endereço físico da empresa, acesso aos dados financeiros da empresa e seus planos de pagamento do empréstimo, dentre outras informações.

II.6. Confiança

Por ser uma categoria recente de empréstimo, ainda há muitas incertezas por parte dos usuários. E por esse motivo, a empresa Nexoos busca trazer transparência e excelência em suas atividades. Como analisamos anteriormente, a plataforma é bem simples e de fácil acesso. Todo o processo é realizado online e através do site da fintech.

A captação da clientela acontece via marketing digital, redes sociais, parceiros, consultores, através da presença nos principais eventos de crédito para empresas do Brasil. Dessa forma, os *feedbacks* são recolhidos em redes sociais, pela pesquisa de satisfação, no próprio site da empresa e em sites de reputação. Como por exemplo, temos o site “Reclame

Aqui” que é um site brasileiro de reclamações contra empresas sobre atendimento, compra, venda, produtos e serviços. Ele oferece serviços gratuitos, tanto para os consumidores postarem suas reclamações quanto para as empresas responderem a elas. A Nexoos possui diversas reclamações neste site, entretanto todas elas foram respondidas pelo funcionário da própria fintech. Isso pode trazer maior confiança e estabilidade aos novos usuários. A figura 11 abaixo mostra que 100% das reclamações dos usuários foram respondidas e 77.3% dos problemas foram solucionados.

Figura 11: Confiança da Nexoos no site Responde Aqui



Fonte: Reclame Aqui ²⁷(2021)

II.7. Comparação da Nexoos com outras empresas do setor no Brasil

O quadro 3 abaixo ilustra quais foram as motivações e como as principais empresas de empréstimo P2P, a Biva, a Lendico e a Nexoos, atuam no mercado brasileiro. As informações presentes foram retiradas de uma dissertação de mestrado para a Lisbon School of Economics & Management da Aline Blumberg. Segundo a autora, a tabela foi estruturada a partir de entrevistas com as gestoras de comunicação das empresas juntamente com informações complementares que estavam presentes nos sites de cada uma das empresas.

²⁷ Disponível em: <https://www.reclameaqui.com.br/empresa/nexoos/>

Quadro 3: Operação das empresas do setor de empréstimo P2P

Informações sobre como as <i>FinTechs</i> Plataforma operam			
Características/Empresas	Biva	Lendico	Nexoos
Modelo de negócio plataforma	✓	✓	✓
Oportunidade de mercado	✓	✓	✓
Investidores Internacionais	✓	✓	✓
Investidores Nacionais	✓	✓	✓
Correspondente bancário	✓	✓	✓
Empréstimos C2B	✓		✓
Empréstimos B2C		✓	
Plataforma 100% <i>online</i>	✓	✓	✓
Análise maciça de dados	✓	✓	✓
Captação ativa da clientela	✓	✓	✓
<i>Feedback</i> e melhoria contínua	✓	✓	✓
Taxas menores são um atrativo	✓	✓	✓
Atendimento personalizado, ágil e transparente	✓	✓	✓
Usuário necessita de conta bancária	✓	✓	✓

Fonte: Trabalho Final de Dissertação (Blumberg, 2018)

As três empresas possuem em comum a ideologia de mudar o mercado brasileiro de crédito. Segundo os fundadores das três empresas, o Brasil é considerado um país altamente promissor, dado que o mercado de crédito está ainda muito concentrado em cinco grandes bancos e o país possui o segundo maior *spread* bancário do mundo, além de ter muita burocracia nos processos, atendimento impessoal e sem qualidade. As três empresas analisadas receberam investimentos externos e locais para se consolidar no país. A ideia dessas empresas é de diversificar cada vez mais o acesso ao crédito e incentivar a economia do país.

A *Biva* e a *Nexoos* ligam pessoas singulares com liquidez para investimentos a pequenas e médias empresas que necessitam de investimento em seus negócios. Já a *Lendico* atua como correspondente bancário, fazendo análise, gestão e captação dos clientes. Com isso, consegue oferecer taxas melhores do que a instituição financeira conseguiria oferecer. Atendem funcionários com carteira assinada, profissionais autônomos, funcionários públicos, pensionistas e aposentados.

O atendimento personalizado é mencionado pelas três plataformas como diferenciador, porque os clientes toleram menos burocracia e o atendimento inadequado. Os juros atrativos e a transparência na negociação também são fatores positivos para essas entidades. Em ambas as plataformas, todo o processo, desde o cadastro até o empréstimo, acontece de forma 100% *online*, onde em apenas alguns minutos o usuário recebe uma resposta ao seu pedido de crédito.

A *Biva*, a *Lendico* e a *Nexoos* atuam de forma semelhante na captação ativa da clientela: marketing digital, redes sociais, parceiros e consultores. Como diferencial das entidades, a *Lendico* afirma que seu foco é nas redes sociais, enquanto a *Nexoos* e a *Biva* marcam presença em eventos de créditos para PMEs como estratégia de captação.

O foco constante na experiência do cliente faz com que as plataformas valorizem o *feedback*²⁸ como impulsionador para diversificar, modificar e repensar os seus produtos sempre que necessário. O interesse em manter contato com os clientes da plataforma faz com que essas empresas invistam cada vez mais na educação financeira dos usuários através de marketing educacional (no caso da *Biva*, há investimento em *blogs*, *newsletters* e *e-books*). Por fim, as plataformas utilizam sistemas de análise de *big data* para traçar o perfil do tomador de crédito e *machine learning* para processar e atualizar as bases de dados de forma de melhoria contínua.

II.8. Síntese

Para sintetizar as características da plataforma em relação ao produto oferecido, modelo de negócio e cadeia de negócios, utilizaremos o quadro²⁹ localizado na página 10 do texto de Carbone, Rouquet e Roussat (2015).

O quadro 4 abaixo ilustra o modelo de negócios da plataforma *Nexoos*. Podemos destacar como proposta de valor da empresa a expectativa de maiores rentabilidades e liquidez para os investidores que optam por emprestar seu dinheiro para as empresas cadastradas na plataforma e para as pequenas e médias empresas uma maior possibilidade de acesso ao crédito sem a necessidade de garantias físicas, além de operações seguras, transparentes e de forma online. Sendo assim, as principais funções da plataforma são: conectar agentes superavitários e agentes deficitários; realizar análise de crédito das empresas e disponibilizá-los para os possíveis investidores

²⁸ *Feedback* é definido como a comunicação feita entre duas ou mais pessoas, na qual uma delas é avaliada pelos demais com relação às suas ações, comportamentos, tarefas, entre outros.

²⁹ Os autores sintetizam em um quadro as principais informações de uma economia compartilhada. Para entender melhor a escolha, veja: Carbone, Rouquet e Roussat (2015).

Quadro 4: Modelo de Negócio

Modelo de Negócio	
Proposta de Valor	Para os investidores: maiores rentabilidades e liquidez do que investimentos comuns. Além de uma maior diversificação na carteira
	Para as PMEs: Acesso a recursos com menores taxas de juros do que os bancos tradicionais
	Não há necessidade de garantias físicas. Operações seguras e transparentes
	Investimentos em pequenas e médias empresas, incentivando o crescimento da economia brasileira
Funções da Plataforma	Conectar agentes superavitários e agentes deficitários de forma totalmente online
	Realizar análise de crédito das empresas, gerando um credit rating
	Disponibilizar aos investidores essa análise
	Cobrar as obrigações das empresas que retiraram o empréstimo na plataforma
Papel/Funções do Ofertante	Solicitar empréstimos e cumprir com suas obrigações
Papel/Funções do Demandante	Selecionar as empresas para aplicar seus recursos de acordo com a análise disponibilizada pela plataforma
Compensação ao Ofertante	Possibilidade de acesso ao crédito para capital de giro, refinanciamento e capital de expansão
Compensação a Plataforma	A plataforma cobra uma taxa pelos serviços as empresas que desembolsam o empréstimo

Fonte: Elaboração própria com base no quadro apresentado na página 10 de Carbone, Rouquet e Roussat (2015)

O quadro 5 trata-se de uma breve análise da cadeia de logística da empresa. A extensão do serviço varia de acordo com o prazo de financiamento determinado pela empresa (de 1 a 24 meses). Por enquanto, a empresa só tem alcance no Brasil e no Paraguai, mas há a expectativa de ampliarem seus serviços para toda a América Latina. O papel logístico do demandante é de determinar quais empresas devem fazer parte do seu portfólio, enquanto que o papel do ofertante é de determinar o valor e o prazo do financiamento que será solicitado na plataforma. Por fim, o papel logístico da plataforma é de conectar ambos permitindo a segurança e transações com o intuito de elevar a qualidade dos serviços e a confiança dos usuários.

Quadro 5: Cadeia de Logística

Cadeia de Logística	
Extensão do Serviço	Varia de acordo com o prazo do financiamento determinado pela empresa, de 1 a 24 meses
Alcance do Fluxo de Mercadoria	Somente os países em que a plataforma pode atuar, por enquanto no Brasil e Paraguai
Tipo de Gerenciamento do Fluxo	Centralizada. Onde o investidor que determina onde investir, mas a plataforma é quem finaliza a operação
Papel Logístico do Demandante	Determinar quais empresas devem fazer parte do seu portfólio
Papel Logístico do Ofertante	Determinar qual o valor e prazo do seu financiamento
Papel Logístico da Plataforma	Conectar ofertante e demandante, concomitantemente permitindo segurança e transparência das transações com o intuito de manter grau elevado de qualidade

Fonte: Elaboração própria com base no quadro apresentado na página 10 de Carbone, Rouquet e Roussat (2015)

Quadro 6: O Produto

O Produto	
Descrição do Produto	Canal para intermediação de empréstimos, levando maior rentabilidade aos investidores e menor taxa de juros as empresas
Tipo de Troca	Empréstimo
Tipo de Oferta	Monetária
Tipo de Demandante	Pessoas Físicas
Tipo de Ofertantes	Pessoas Jurídicas com faturamento anual superior a R\$ 500 mil
Alcance da Oferta (Área de Atuação)	Brasil e Paraguai
Extensão da Variação dos Produtos	Empréstimos monetários e financiamentos
Número de Itens Ofertados	A plataforma já financiou R\$ 472.338.326,00 para empresas (dados de Janeiro 2021)

Fonte: Elaboração própria com base no quadro apresentado na página 10 de Carbone, Rouquet e Roussat (2015)

O quadro 6 acima apresenta um pouco das características do produto da plataforma que é o serviço de intermediação entre ofertante e demandante. O tipo de oferta de troca é empréstimo, onde o demandante são as pessoas físicas e os ofertantes são as pessoas jurídicas com faturamento anual superior a R\$ 500 mil. Em janeiro de 2021 a empresa registrou um financiamento acumulado de R\$ 472.338.326,00 para empresas cadastradas em seu sistema.

CAPÍTULO III. IMPACTOS DO EMPRÉSTIMO PEER-TO-PEER (OU COLETIVOS) NO SETOR BANCÁRIO

Este último capítulo buscará realçar como as empresas de empréstimo *peer-to-peer* (ou coletivos) estão ganhando força no setor de concessão de crédito e, aos poucos, poderão se tornar competitivas aos grandes bancos tradicionais que até então lideravam este mercado.

III.1. Contexto: A Crise de 2008 e o Avanço da Tecnologia

A crise financeira que aconteceu em 2008 em todo o mundo e os recentes avanços tecnológicos das últimas décadas foram papéis fundamentais que garantiram importantes inovações em diversos setores em todo o mundo. E juntamente com esses fatores, a ideia de descentralizar o acesso ao crédito, que até então era totalmente centralizado nos grandes bancos tradicionais, resultou na criação de empresas dedicadas à modalidade de empréstimo *peer-to-peer*.

A crise do *subprime*, que se originou em meados de 2007 nos Estados Unidos, tornou-se uma crise financeira mundial. O excesso de crédito a tomadores que não apresentavam garantias reais deu origem a esta crise financeira. Esses empréstimos levaram à uma formação de uma bolha financeira que explodiu no quarto maior banco de investimento norte-americano, o Lehman Brothers, causando a ruptura de um banco de quase 160 anos de história. Nos dias seguintes, houve um colapso dos mercados mundiais devido aos investidores que passaram a resgatar suas aplicações, obrigando o Federal Reserve (FED), o Banco Central dos Estados Unidos, e o Banco Central Europeu (BCE) a injetar bilhões de dólares em recursos públicos para garantia de liquidez e para financiar fusões entre instituições financeiras que aplacasse as perdas econômicas. A crise se alastrou em todo o mundo e causou grandes impactos visto até o dia de hoje. Em menos de três anos de crise, mais de 200 milhões de pessoas ficaram desempregadas, milhares de empresas decretaram falência e outras afirmaram terem tido grandes prejuízos com o aumento do dólar causado pela crise.

O governo brasileiro, ao tentar mitigar os impactos da crise, baixou a taxa básica de juros, SELIC, de 13,75% para 8,75% ao ano em 2009, diminuindo os juros pagos para empréstimos tanto de pessoas físicas quanto de empresas. Além disso, diminuiu a alíquota de impostos para produtos da linha branca, materiais de construção e automóveis e liberou bilhões de reais em depósitos compulsórios. Todos esses esforços foram para aumentar a liquidez no mercado, estimulando a produção das indústrias e aumentando o dinheiro em circulação. E,

apesar desses esforços, toda a incerteza no cenário econômico mundial levou os grandes bancos a aumentarem as exigências ao crédito e, conseqüentemente, reduzirem a oferta deste no mercado (GOLDSTEIN; FLIGSTEIN, 2017).

Nos anos seguintes à crise financeira de 2008 ocorreu uma intensificação nas fusões e aquisições no setor bancário brasileiro. Os bancos privados nacionais sentiram a necessidade de defender a sua liderança e o seu poder de mercado no país. Neste contexto, com o intuito de se fortalecerem ao ponto de não serem adquiridos por outras instituições, as grandes instituições financeiras privadas nacionais empreenderam um movimento de compra dos bancos estrangeiros que haviam ingressado no Brasil no período anterior (CINTRA, 2005).

As fusões são operações em que duas ou mais empresas se fundem, podendo resultar em uma união operacional. Neste processo apenas uma delas mantém a identidade jurídica ou, ocorre à criação de uma nova instituição. Já o processo de aquisições, são operações que modificam a estrutura societária de uma ou mais empresas (FRANCO; CAMARGOS, 2011). Todo esse processo consolidou o setor bancário, reduzindo o número de bancos e aumentando cada vez mais a concentração.

No Brasil, os cinco maiores bancos – Banco do Brasil, Caixa, Itaú, Santander e Bradesco – concentram 81,2% de todos os ativos do setor bancário comercial do país, conforme dados do Relatório Economia Bancária (REB) relativos a 2018, divulgados em maio de 2019. Este índice coloca o país como um dos que possui maior concentração bancária do mundo.

Quadro 7: Fusões, Incorporações e Aquisições dos cinco principais bancos brasileiros entre 2008-2019

Comprador	Comprado	Tipo	Ano
Itaú	Unibanco	Fusão	2008
Banco do Brasil	Banco do Estado de Santa Catarina	Aquisição	2008
Banco do Brasil	Banco do Estado do Piauí	Incorporação	2008
Santander	ABN Amro Real	Aquisição	2008
Banco do Brasil	Nossa Caixa	Incorporação	2009
Banco do Brasil	Banco Votorantim	Aquisição	2009
Bradesco	Banco Ibi	Aquisição	2009
Banco do Brasil	Banco Patagonia	Aquisição	2010
Banco do Brasil	Banco Postal	Fusão	2011
Bradesco	Banco do Estado do Rio de Janeiro	Aquisição	2011
Banco do Brasil	Eurobank	Aquisição	2012
Itaú	Credicard	Aquisição	2013
Itaú Chile	CorpBanca	Fusão	2014
Santander	Banco Bonsucesso	Aquisição	2014
Itaú-Unibanco	Banco BTG Pactual	Aquisição	2015
Bradesco	HSBC	Incorporação	2015
Itaú-Unibanco	Citibank	Aquisição	2016
Itaú-Unibanco	XP Investimentos	Aquisição	2017

Fonte: Elaboração própria, dados do BACEN (2008-2019)

Como se observa no Quadro 7, durante o período dos anos de 2008 a 2017, destacam-se grandes fusões e aquisições como a fusão entre Itaú e Unibanco ³⁰em 2008 levando a criação do maior banco privado do Brasil; a aquisição do ABN Amro Real pelo Santander também em 2008 que é considerada a maior operação do setor bancário mundial, movimentando cerca de 71 bilhões de euros; e a aquisição do HSBC pelo Bradesco em 2016 concluída por 17,6 bilhões de reais (ESPERANÇA, 2017).

Segundo SMANIOTTO E ALVES (2016), alguns dos exemplos de fusões e aquisições mostram como a concorrência do setor bancário mudou significativamente, reduzindo drasticamente a concorrência no setor. Com menos bancos no mercado, as fusões e aquisições alavancaram o poder de mercado dos grandes bancos, aumentando sua abrangência na indústria bancária.

Como já vimos anteriormente nos capítulos 1 e 2 deste presente trabalho, a crise de 2008, a insatisfação com a concentração dos grandes bancos e a dificuldade ao acesso ao crédito

³⁰O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE) aprovou, em 18 de agosto de 2010, a fusão entre os bancos Itaú e Unibanco, depois de ter passado pela Seae (Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda), SDE (Secretaria de Direito Econômico do Ministério da Justiça) e Banco Central. O acordo havia sido anunciado em novembro de 2008. O plenário do órgão antitruste aprovou a operação sem impor nenhum tipo de restrição (FROUFE, 2010).

foram alguns dos fatores que impulsionaram a criação de empresas que utilizam tecnologias digitais como a internet, computação móvel e análise de dados para inovar e oferecer serviços financeiros. E, como isso, surgiram às empresas dedicadas ao empréstimo *peer-to-peer*.

Essas empresas, devido a seus avanços tecnológicos e investimentos em inovação, garantem ao consumidor menores taxas de juros, maiores rentabilidades aos investidores, menos burocracia em seus processos e um melhor atendimento personalizado. Portanto, essas plataformas de empréstimos P2P foram criadas para mudar os conceitos de serviços financeiros como uma maneira de suprir a crescente demanda de um público cada vez mais conectado digitalmente. Este tipo de empréstimo tornou-se uma opção bastante vantajosa tanto para os investidores que buscam maiores retornos em seus investimentos quanto para os interessados em obter dinheiro com juros menores do que os oferecidos pelos bancos tradicionais.

III.2. Spread Bancário: Por que tão elevado no Brasil?

Spread bancário, em termos simplificados, é a diferença entre a taxa de juros cobrada aos tomadores de crédito e a taxa de juros paga aos depositantes pelos bancos. Em outras palavras, é a diferença entre a remuneração que o banco paga ao aplicador para captar um recurso e o quanto esse banco cobra para emprestar o mesmo dinheiro.

Como está descrito no Apêndice A – Spread Bancário Brasileiro, fatores econômicos como taxa de inflação, taxa de juros e sua volatilidade, Produto Interno Bruto (PIB), capacidade utilizada e instabilidade macroeconômica são ferramentas importantes para entendermos a determinação do spread bancário em um país. No Brasil, a constante instabilidade política e econômica gera um aumento no risco de crédito no país, impulsionando os bancos tradicionais a aumentarem a taxa de juros cobrada em suas operações.

Há ainda o consenso que afirmam que a alta concentração bancária no país possui forte influência na determinação do spread bancário. Essa centralização permite que seja criado um ambiente no qual os bancos decidem quanto o investidor vai receber e quanto o tomador de crédito vai pagar.

Portanto, o Brasil caracteriza-se como um dos países que possuem o maior spread bancário no mundo. E isso afeta diretamente as pequenas e médias empresas que precisam de acesso ao crédito para expandir-se ou para pagar uma dívida. E é nesse cenário que as empresas de empréstimo P2P querem buscar crescimento e consolidação no mercado.

No apêndice A – Spread Bancário Brasileiro deste presente trabalho é possível entendermos com mais detalhes o que é spread bancário, qual a composição do spread bancário no Brasil e o porquê dele ser considerado um dos maiores do mundo.

III.3. Incentivo do Banco Central com a Resolução nº 4.656/2018

A regulação das FinTech de Empréstimo no Brasil tem sido um trabalho em conjunto da Associação Brasileira de Fintech (ABFinTechs), da Associação Brasileira de Crédito Digital (ABCD), da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e do Banco Central do Brasil (BACEN). Em 2016, as associações iniciaram os pedidos de regulação dos serviços de empréstimos e em Agosto de 2017 foi feita uma consulta pública para esclarecer as dúvidas do mercado.

Apenas dois anos após o início dos primeiros pedidos de regulação dos serviços de empréstimos, em 26 de Abril de 2018, o Banco Central do Brasil deu a permissão para a atuação das empresas de empréstimos P2P com a divulgação da Resolução nº 4.656/2018 do Conselho Monetário Nacional, já citada anteriormente neste presente trabalho. Assim, o Banco Central habilitou as empresas de empréstimos P2P a atuarem como Sociedades de empréstimos entre pessoas (SEP), podendo emprestar um limite máximo de R\$ 15.000,00 por pessoa (BRASIL, 2018), sem a necessidade de intermediação com bancos. Além da SEP, o Banco Central regulamentou, por meio dessa mesma resolução, a Sociedade de Crédito Direto (SCD). Esse tipo de instituição financeira trabalha com capital próprio, tendo a finalidade de conceder empréstimos, financiamentos ou direito creditório exclusivamente por plataformas eletrônicas.

Além de realizar operações de crédito, a SCD pode prestar ainda os seguintes serviços: (i) análise de crédito para terceiros; (ii) cobrança de crédito de terceiros; (iii) atuação como representante de seguros na distribuição relacionada com as operações de crédito; (iv) emissão de moeda eletrônica³¹; e (v) emissão de instrumento de pagamento pós-pago. E a SEP pode prestar ainda os seguintes serviços: i) análise de crédito para clientes e terceiros; ii) cobrança de crédito de clientes e terceiros; iii) atuação como representante de seguros na distribuição relacionada com as operações de crédito; e iv) emissão de moeda eletrônica

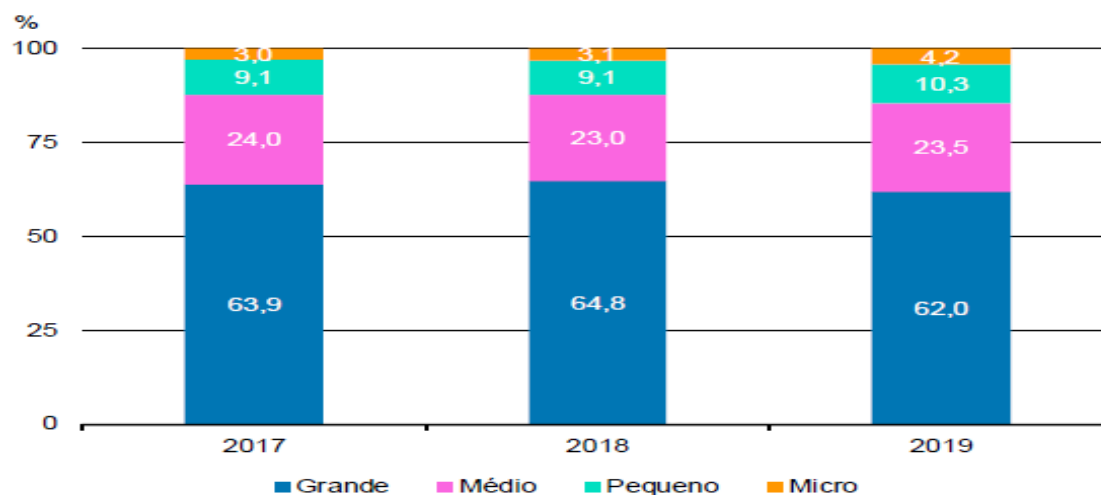
³¹De acordo com a Lei 12.865, de 9 de outubro de 2013 (art. 6º, inciso VI), moeda eletrônica é definida como “recursos armazenados em dispositivo <https://www.google.com/url?q=https://gyramais.com.br/blog/marketplace-lending/&sa=D&ust=1611842819409000&usg=AOvVaw2jxtxvhRZkE-QyLkOc0YzVou> sistema eletrônico, que permite ao usuário final efetuar uma transação de pagamento”, exclusivamente denominada em moeda nacional (reais). Como exemplos de moeda eletrônica, podem ser citados os procedimentos utilizados pelos serviços de pagamento disciplinados no âmbito dos arranjos de pagamento.

Até o momento, verifica-se certa resistência das instituições capitalistas no sentido de evitar que ocorram alterações no panorama econômico tradicional. Ao mesmo tempo, contudo, nota-se que empresas e governo têm começado a entender a força do compartilhamento na economia (GOEL, 2014).

A aprovação da Regulação N°4.656 no ano de 2018 demonstrou que o Banco Central tem sua atenção voltada nas fintechs de crédito, além de ter o interesse em fomentar à inovação, incentivando à diversificação do sistema financeiro e a participação de mais empresas no mercado de empréstimo.

Sendo assim, a Resolução nº 4656/2018 foi uma tentativa do Banco Central de descentralizar o mercado de crédito, aumentando a competição dentro do setor financeiro com a inserção de novas empresas inovadoras habilitadas a conceder créditos.

Gráfico 1: Percentual da carteira de crédito Pessoa Jurídica do Sistema Financeiro Nacional (SFN) por porte das empresas no Brasil



Fonte: Relatório de Economia Bancária 2019 - Banco Central do Brasil

No gráfico 1, retirado do último relatório anual emitido pelo Banco Central a respeito da Economia Bancária no país, identificamos que no ano de 2019, 62,0% da carteira de crédito de Pessoa Jurídica do Sistema Financeiro Nacional (SFN) estava destinada a empresas de grande porte, enquanto que apenas 23,5% é destinado a empresas de médio porte e 10,3% a empresas de pequeno porte. E são esses dados que incentivam as empresas de empréstimo P2P

a se instalarem no país, pois é identificado um grande incentivo de focar na concessão de crédito a empresas de pequeno e médio porte do país.

É importante mencionar que o Banco Central do Brasil vem mudando sua forma de atuação nos últimos anos, realizando, com cada vez mais frequência, consultas públicas para coleta de sugestões da sociedade a respeito da regulação do sistema financeiro. Nesse sentido, de forma a acompanhar as inovações tecnológicas e incentivar a concorrência no setor.

Portanto, o ingresso dessas empresas de inovação de empréstimo no Sistema Financeiro Nacional tem o potencial de trazer uma contribuição positiva à economia. Há a expectativa de que essas novas empresas de crédito aumentem cada vez mais a concorrência no sistema, por meio da expansão da oferta de produtos e serviços devido ao uso de recursos tecnológicos mais avançados e especializados. Adicionalmente, espera-se que elas estimulem as instituições financeiras tradicionais a aprimorarem seus processos de funcionamento e a se estabelecerem em novos nichos de negócio e segmentos de mercado. Também se espera que eventuais parcerias e compartilhamento de atividades e custos com as instituições tradicionais tragam ganhos à sociedade. Nesse sentido, são discutidas as perspectivas que esses novos modelos de negócio abrem para aumento da eficiência do sistema financeiro em termos de competição, melhores condições de acesso e menores custos para os usuários.

III.4. Empresas de Crédito P2P versus Bancos Tradicionais

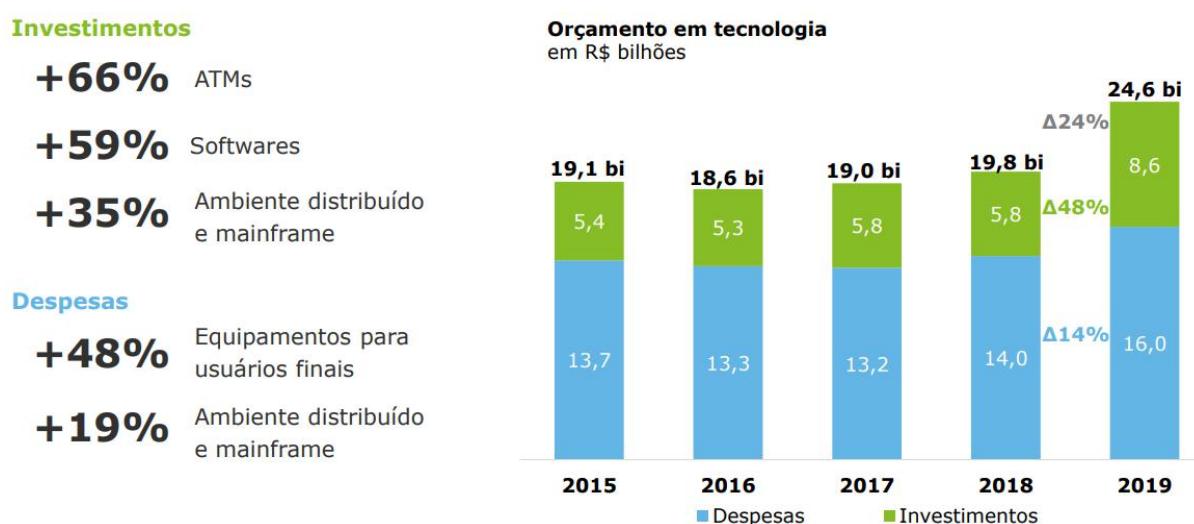
De acordo com a pesquisa realizada por ECKHARDT E BARDHI (2015), os consumidores querem ter melhores experiências com os serviços contratados e/ou com os produtos escolhidos. Assim, a empresa que apresentar uma maior conveniência, menor preço pelo serviço e uma maior rentabilidade aos investidores, poderão obter vantagens competitivas no mercado. Dessa forma, restam ao sistema capitalista tradicional duas opções frente a essas novas tendências tecnológicas e econômicas: tentar reprimir as mudanças ou adaptar-se a elas.

Com todos os avanços tecnológicos e o aumento do incentivo do governo para estimular a competição no setor de crédito, os bancos tradicionais passaram a procurar meios para alcançar tecnologicamente as novas empresas que vêm surgindo. Uma pesquisa³² realizada com 22 bancos (representando 90% dos ativos da indústria bancária do Brasil) feita pela

³² Disponível em: <https://noomis.febraban.org.br/temas/inovacao/investimentos-de-bancos-com-tecnologia-aumentam-48>

Deloitte junto com a Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN) mostra que as instituições do setor financeiro têm adotado cada vez mais tecnologias para atender as demandas de um consumidor digital. A figura 12 retirada do estudo indica que o orçamento dos bancos para tecnologia cresceu 25% em 2019, em comparação a 2018. Além disso, os investimentos de bancos brasileiros com tecnologia cresceram 48% em 2019 com relação ao ano anterior, chegando a um orçamento total de R\$ 24,6 bilhões.

Figura 12: Orçamento dos Bancos em Tecnologia em R\$ bilhões

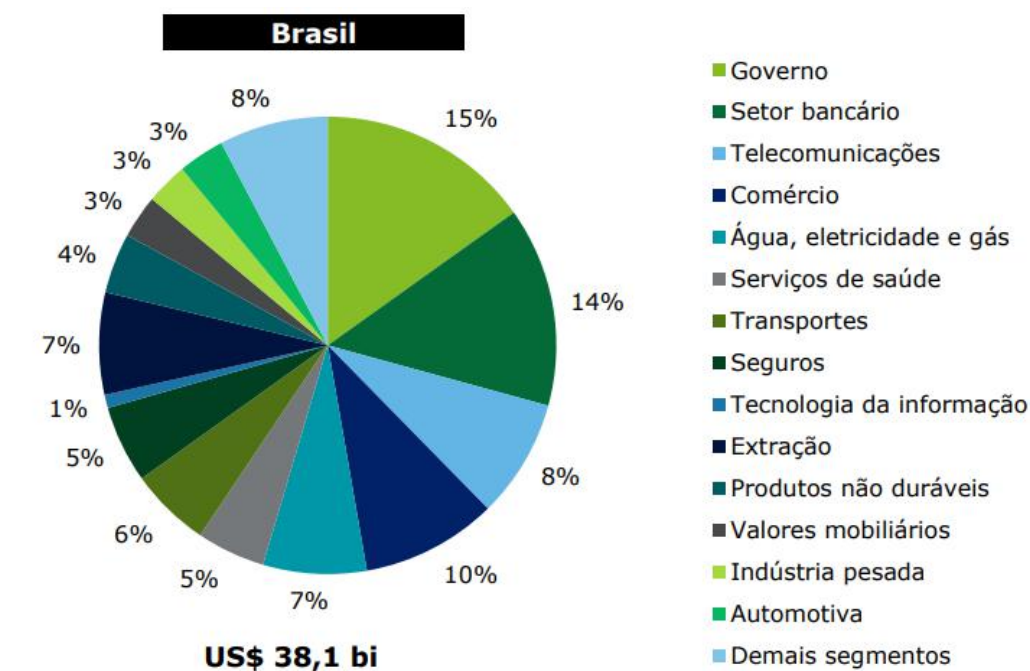


Fonte: Pesquisa FEBRABRAN de Tecnologia Bancária 2020

A pesquisa também revela que as transações bancárias cresceram 11% em 2019, registrando 89,9 bilhões de operações. Deste total, 39,4 bilhões, ou 44% do total, corresponde a operações feitas pelo mobile banking, que a cada ano vem ganhando a preferência do consumidor brasileiro para suas transações financeiras. O uso de smartphones para realizar transações e contratações (investimentos, seguros e depósitos virtuais) ganhou força, se tornando um canal-chave para captação de novos clientes para as instituições financeiras.

Esses gastos colocam as instituições financeiras na primeira colocação de empresas privadas que mais investem em inovação. Dos US\$ 38,1 bilhões gastos com tecnologia no Brasil em 2019, a indústria bancária é responsável por 14% dessa fatia, como mostra o gráfico 2 abaixo.

Gráfico 2: Composição dos Dispendios Com Tecnologia por Setor em 2019 (% do total)



Fonte: Pesquisa FEBRABRAN de Tecnologia Bancária 2020

Apesar de todos esses esforços dos bancos tradicionais em continuar no mercado, ainda há um cenário de insatisfação por parte dos clientes. Em termos de agilidade, os bancos tradicionais ainda estão atrasados quando comparado a essas novas empresas de empréstimo P2P. Essas empresas oferecem crédito 5 vezes mais rápido e 70% mais barato que os bancos tradicionais. Além de atenderem de forma personalizada cada cliente. Para ter acesso ao financiamento pela plataforma Nexoos, ao contrário do que é cobrado pelos bancos, as PMEs não precisa apresentar garantias reais, basta possuir conta bancária e seguir um processo simples de avaliação de crédito baseado em algoritmos de análise preditiva com uso massivo de inteligência artificial e *machine learning*.

Em termos de acesso ao crédito, os bancos tradicionais ainda estão muito focados em conseguir suas receitas com as grandes empresas e multinacionais, até mesmo por serem obrigados a seguir diversas regulações imposta pelo Banco Central que dificultam o acesso ao crédito para as pequenas e médias empresas. Acabam por deixar de lado pequenas empresas que precisam do acesso ao crédito para se consolidar no mercado ou para financiar uma dívida. Além disso, os spreads altos do país, conforme já citado, limitam cada vez mais as pequenas empresas. Portanto, as fintechs estão se tornando o único recurso disponível de crédito para as PMEs.

Em termos de confiança, os bancos tradicionais ainda estão em vantagem. As instituições financeiras tradicionais possuem anos de história no setor brasileiro e isso leva a terem maior credibilidade no sistema financeiro. A regulação que permitiu a concessão de crédito por empresas de empréstimo P2P aconteceu há menos de 5 anos, e em termos de história, isso é um tempo muito curto. Com a taxa de juros Selic baixa, os investidores buscam outras opções de rendimentos mais elevados. Espera-se que nos próximos anos os agentes superavitários credibilizem cada vez mais o empréstimo P2P.

Em termos de risco, isso dependerá da análise de cada investidor. Na plataforma estudada neste presente trabalho, a Nexoo, o investidor escolhe as empresas no qual deseja investir o seu dinheiro de acordo com a análise pessoal e as informações de *rating* determinadas pela plataforma. Assim, investidores que desejam ter uma maior rentabilidade, devem correr mais riscos. O mesmo ocorre em operações no mercado financeiro para qualquer investidor.

Portanto, ainda há prós e contras em investir e tomar crédito de bancos tradicionais ou de empresas de empréstimos P2P. A história dos bancos tradicionais é um fator muito importante que impulsiona o fator confiança dos usuários, entretanto cada vez mais as novas empresas de empréstimo estão buscando novas formas de atrair novos usuários e conseguir sua permanência na plataforma. Os bancos, para não ficarem para trás nesta competição, estão cada vez mais investindo em novas tecnologias e inovações.

III.5. O Futuro: Empresas de Empréstimo P2P e Bancos Tradicionais

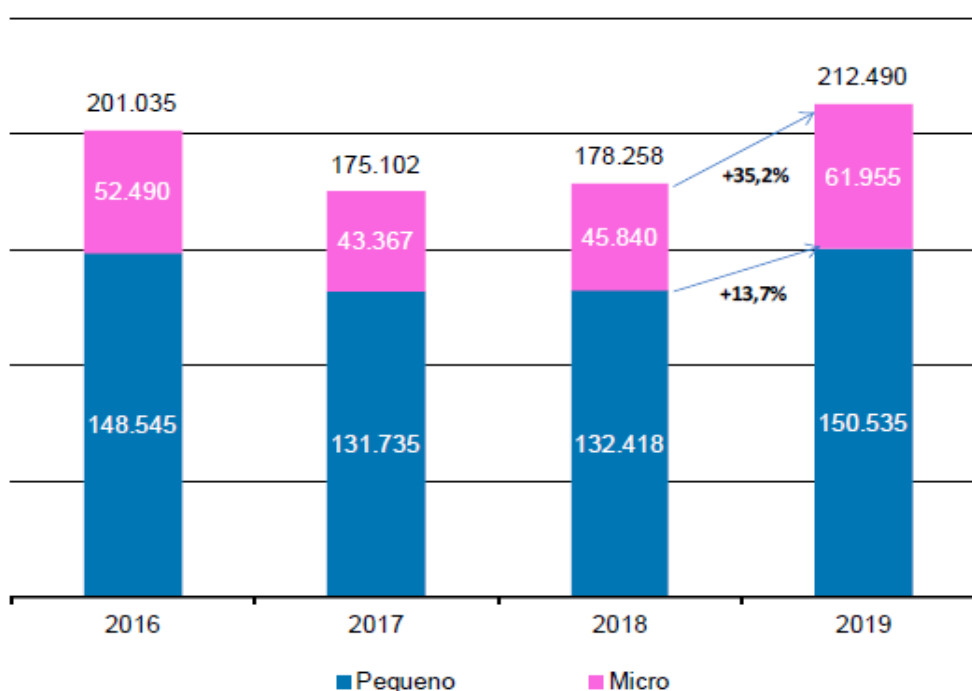
Por ser um tema muito recente no Brasil, podemos esperar grandes novidades das empresas de empréstimo P2P no país. Atualmente, os bancos tradicionais continuam não focando no segmento de empresas de micro a médio porte, o que sugere que há oportunidades a serem exploradas pelas empresas recém reguladas no setor. E, com a ajuda do governo ao promover a descentralização do setor, há grandes chances de cada vez mais plataformas digitais de lending surgirem no mercado.

No ano de 2019, o fluxo de crédito total concedido pelas empresas de financiamento, tanto para pessoas físicas como para pessoas jurídicas foi de aproximadamente R\$ 3 trilhões, segundo o Relatório de Economia Bancária de 2019 do Banco Central. Neste mesmo ano, a Nexoo registrou um fluxo de empréstimos de R\$ 256 milhões. No fim do ano de 2020, os

empréstimos na plataforma Nexoos duplicaram, passando a ser um montante de quase R\$ 500 milhões.

O gráfico 3 mostra que embora o saldo total de crédito para pessoas jurídicas tenha permanecido relativamente estável em 2019, houve crescimento de 19,2% do saldo da carteira de crédito de micro e pequenas empresas (MPEs). O avanço se deu tanto nas microempresas (crescimento de 35,2%) como nas pequenas empresas (13,7%), fazendo com que os valores superassem os patamares dos anos anteriores. Em contraste, a variação do saldo na carteira de crédito das empresas de grande e médio porte foi de -4,4% e 1,8%, respectivamente.

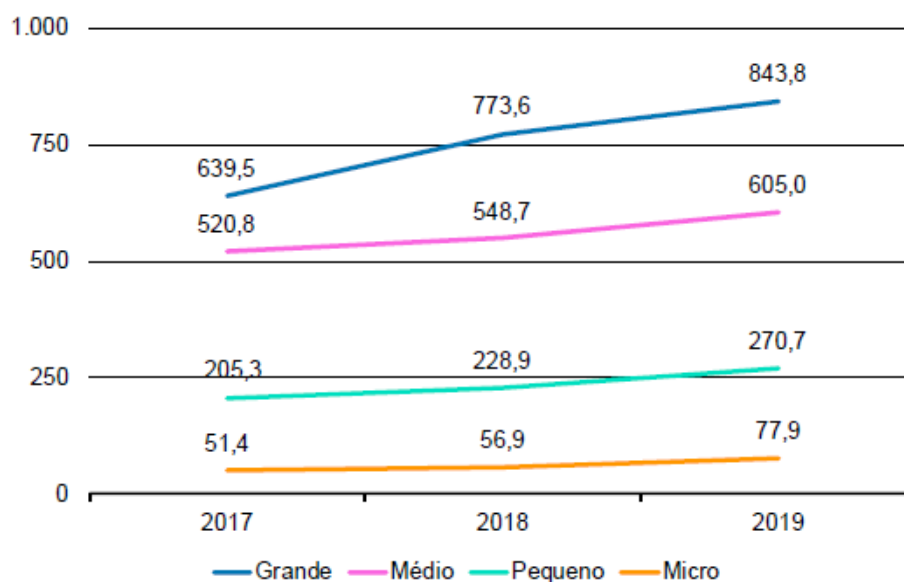
Gráfico 3: Saldo da carteira de crédito das MPEs - em Milhões de Reais



Fonte: Relatório de Economia Bancária 2019 - Banco Central do Brasil

As concessões de crédito tiveram expansão em todos os segmentos de porte de pessoas jurídicas, como mostra o gráfico 4. O valor concedido em 2019 foi de R\$1,8 trilhão, valor 12% superior a 2018 e 27% superior ao de 2017. A expansão da concessão a microempresas se destacou das demais, com 37% e 52% de crescimento em relação a 2018 e 2017, respectivamente. Como resultado, houve aumento na participação das MPEs nas novas concessões.

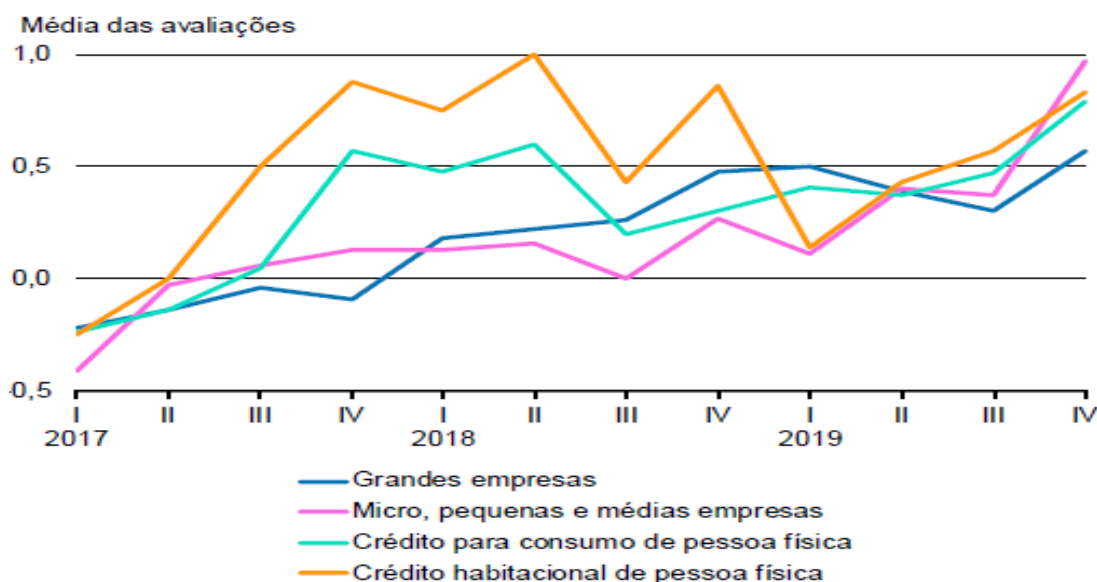
Gráfico 4: Concessão de crédito Pessoas Jurídicas por porte - em Bilhões de Reais



Fonte: Relatório de Economia Bancária 2019 - Banco Central do Brasil

As avaliações de alterações de demanda ao crédito em cada trimestre de 2017 a 2019 são apresentadas no Gráfico 5. Valores positivos correspondem à percepção de demanda mais forte e os negativos, mais fraca. Em todos os trimestres de 2019, a demanda foi avaliada como sendo mais forte. A intensidade foi mais estável no crédito para grandes empresas e crescente para os demais segmentos.

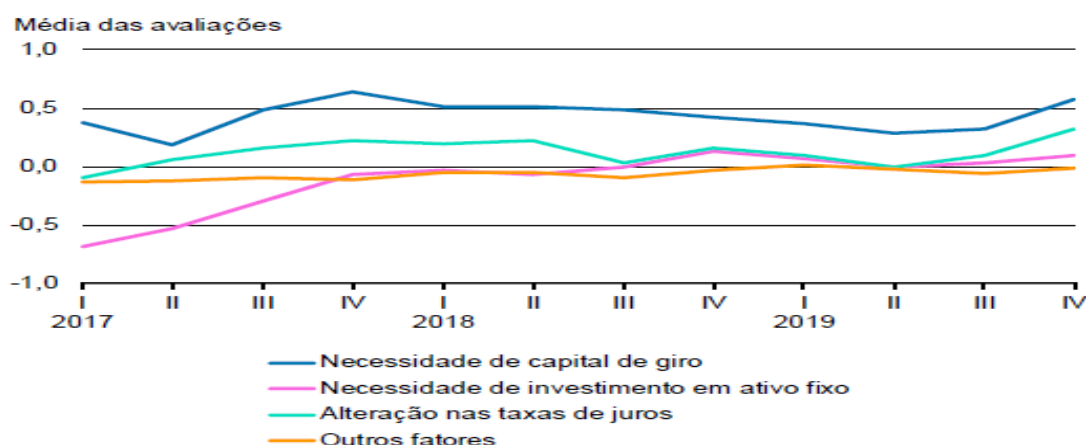
Gráfico 5: Demanda por linhas de crédito por porte de Pessoa Jurídica



Fonte: Relatório de Economia Bancária 2019 - Banco Central do Brasil

O gráfico 6 abaixo descreve como, de acordo com a pesquisa, os fatores que afetam a demanda evoluíram. Os valores positivos indicam que os fatores contribuíram para o aumento da demanda; os negativos, para sua redução. Observamos que a necessidade de capital de giro foi consistentemente apontada como o fator que mais contribuiu para o aumento da demanda por crédito para as micro, pequenas e médias empresas (MPMEs). Além disso, indica-se que a alteração de taxas de juros foi considerada favorável à demanda por crédito das MPMEs.

Gráfico 6: Fatores que influenciam na demanda por crédito – Micro, pequenas e médias empresas



Fonte: Relatório de Economia Bancária 2019 - Banco Central do Brasil

Em suma, é possível observar que as pequenas e médias empresas estão cada vez mais interessadas em obter acesso ao crédito, tanto para financiar uma dívida ou para continuar investindo no seu próprio crescimento. Portanto, a descentralização do setor bancário será um fator muito importante na contribuição do crescimento dessas empresas, uma vez que permitirá que essas empresas terão acesso a empréstimos mais baratos e tão seguros quanto às ofertas tradicionais.

CONCLUSÃO

Economia Compartilhada, no conceito de uma plataforma digital que permite a cooperação de bens e serviços entre indivíduos desconhecidos, é um termo bastante recente, assim como *Marketplace Lending* e *Empréstimo Peer-to-Peer*. E apesar disso, este novo tipo de negócio vem cada vez mais conquistando e tomando o seu lugar no mercado e na sociedade.

Como analisamos no presente texto, a crise financeira mundial de 2008, os avanços tecnológicos das últimas décadas e a mudança no pensamento da sociedade para um consumo mais sustentável representaram papéis fundamentais que garantiram o estabelecimento das atuais empresas de inovações ao redor do mundo. Além destes, a escassez do crédito para as pequenas e médias empresas e a necessidade de uma descentralização do setor bancário brasileiro para impulsionar a competição e a melhoria na qualidade dos serviços prestados acabaram por estimular cada vez mais o surgimento de empresas inovadoras dedicadas à modalidade de empréstimos *peer-to-peer*.

O estudo apresentado sobre a empresa Nexoos permitiu um melhor entendimento de como é o funcionamento de uma empresa de *marketplace lending* no mundo. Em geral, elas garantem ao consumidor menores taxas de juros para captação do empréstimo, maiores rentabilidades para o investidor, menos burocracia em seus processos e um melhor atendimento personalizado. Portanto, essas plataformas de empréstimos P2P foram criadas para mudar todos os serviços financeiros existentes e suprir a crescente demanda de um novo público.

Analisando o setor bancário tradicional existente, identificamos que o Brasil caracteriza-se como um mercado bancário totalmente concentrado, o que juntamente com a crise política e econômica do país, acaba por resultar em uma baixa qualidade dos serviços prestados e em *spreads* operacionais altíssimos. Esses resultados impactam diretamente nas pequenas e médias empresas que precisam do acesso ao crédito para expandir-se ou pagar uma dívida com seus fornecedores. E é justamente este cenário que as empresas de empréstimo P2P querem buscar crescimento e consolidação no mercado brasileiro. Ao mesmo tempo, essas empresas inovadoras possuem o apoio do governo, no sentido de regulamentação e incentivos para a consolidação no setor, tudo isso para impregnar as inovações tecnológicas no sistema financeiro com o acirramento da competição no mercado. Essa concorrência geraria uma melhora nos serviços e produtos ofertados devido ao uso de recursos tecnológicos mais avançados e especializados por lado das novas empresas e dos bancos tradicionais. Em suma, o ingresso dessas empresas de inovação de empréstimo no Sistema Financeiro Nacional tem o potencial de trazer uma contribuição positiva à economia.

Apesar das empresas de empréstimo *peer-to-peer* serem recentes no Brasil, já podemos ver reflexos delas nos grandes bancos estabelecidos. Elas já foram suficientes para impulsionarem os bancos tradicionais a aumentarem seus gastos com inovações e avanços tecnológicos para se igualar à essas novas empresas. Portanto, as fintechs estão modificando os modelos de negócio e a forçando os bancos tradicionais a transformarem-se em mobile Internet Finance, evidenciando que o fator tecnologia será o conceito competitivo para instituições financeiras do futuro (CHEN ET AL., 2017).

No último capítulo, foi possível fazer uma breve comparação entre as instituições financeiras já estabelecidas e as empresas inovadoras. Enquanto que os bancos tradicionais estão atrasados em termos de agilidade e burocracia, eles ganham no quesito de confiança, isso porque eles já estão há muito mais tempo do mercado, gerando assim uma maior credibilidade em toda a rede de cliente. Por fim, em termo de risco, isso dependerá da análise de cada investidor e o quanto ele está disposto a correr em ambas as alternativas.

Portanto, é possível identificar que há vantagens e desvantagens em investir e tomar crédito de bancos tradicionais ou de empresas de empréstimos P2P. Pelo fato das empresas serem recém-reguladas no sistema bancário brasileiro, elas ainda precisam ganhar a confiança da população e a conseguir consolidar a sua base de clientes, enquanto que para os bancos estabelecidos isso é mais fácil por conta deles já possuírem anos de história. Apesar disso, os bancos estão já se modificando para que eles não fiquem para trás nesses avanços tecnológicos e percam o seu lugar no futuro. De qualquer forma, não será tão fácil manter o sistema todo concentrado quando o próprio governo do país está promovendo a descentralização do setor. Sendo assim, há grandes chances que cada vez mais plataformas digitais surjam no mercado e melhorem a qualidade dos serviços bancários e até mesmo a economia.

BIBLIOGRAFIA

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. **Access-based consumption**: the case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, v. 39, dez. 2012, p. 881–898.

BELK, R. **You are what you can access**: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of business research*, v. 67, n. 8, p. 1595 - 1600, 2014.

BOESLER, Matthew. **The rise of the renting and sharing economy could have catastrophic ripple effects**. *Business Insider*, 12 ago. 2013. Disponível em: <<http://www.businessinsider.com/rise-of-the-renting-and-sharing-economy-2013-8?op=1>>. Acesso em: dez. 2020.

BOTSMAN, R. **Defining the sharing economy**: what is collaborative consumption - and what isn't? *Fast Company*, 2015. Disponível em: <<http://www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what-is-collaborative-consumption-and-what-isnt>>. Acesso em: dez. 2020.

BOTSMAN, R; ROGERS, R. **O que é meu é seu**: como o consumo coletivo está mudando o nosso mundo. Porto Alegre: Bookman, 2011.

BOTSMAN, R. **Who Can You Trust?** How Technology Brought Us Together—and Why It Could Drive Us Apart. Penguin UK, 2017.

BRASIL. **Resolução 4.656**. Banco Central do Brasil, disponível em: <https://www.bcb.gov.br/pre/normativos/busca/downloadNormativo.asp?arquivo=/Lists/Normativos/Attachments/50579/Res_4656_v1_O.pdf>; Acesso em: jan2021.

CARBONE, V.; ROUQUET, A.; ROUSSAT, C. **“Carried away by the crowd”**: what types of logistics characterize collaborative consumption?. 1st International Workshop on Sharing Economy, Utrech. Jun 2015. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/282075090_Carried_away_by_the_crowd_what_types_of_logistics_characterise_collaborative_consumption>; Acesso em: dez 2020.

CHENG, D. **Barriers to growth in the “sharing economy”**. A Vision for the Economy of 2040, p. 1–14, 2015. Disponível em:

<<https://static1.squarespace.com/static/53a9eb66e4b0c45df57dd975/t/55a3c907e4b04267aaf5941c/1436797191675/The+Gig+Economy.pdf>>. Acesso em: dez. 2020.

CHRISTENSEN, Clayton M. **O dilema da inovação**, vol. 261. São Paulo: Makron Books, 2001.

CINTRA, Marcos Antonio M. **A reestruturação patrimonial do sistema bancário brasileiro e os ciclos de crédito entre 1995 e 2005**. Política Econômica em Foco, nov. 2005 e abr. 2006. Boletim semestral. Disponível em: <<http://www.eco.unicamp.br>>. Acesso em: jan. 2020.

CUSUMANO, Michael A. **Technology strategy and management**: how traditional firms must compete in the sharing economy. Communications of the ACM, vol. 58, n. 1, jan. 2015.

DUBOIS, E.; SCHOR, J.; CARFAGNA, L. **Connected Consumption**: A sharing economy takes hold. Rotman Management Spring, p. 50-57, 2014.

ECKHARDT, G. M.; BARDHI, F. **The sharing economy isn't about sharing at all**. Harvard Business Review, jan. 2015. Disponível em: <<https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>>. Acesso em: dez. 2020.

EINAV, L.; FARRONATO, C.; LEVIN, J. **Peer-to-peer markets**. Annual Review of Economics, Cambridge, v. 8(1), p. 615-635. Ago 2016. Disponível em: <<http://www.nber.org/papers/w21496>>; Acesso em: dez 2020.

ERVING, E. E. **The sharing economy: exploring the intersection of collaborative consumption and capitalism**. Scripps Senior Teses, 2014. Disponível em: <http://scholarship.claremont.edu/scripps_theses/409/>. Acesso em: dez. 2020.

ESPERANÇA, Daniel Moreira Alves. **Plano Real, abertura financeira e concentração bancária no Brasil**. 2017. Monografia (Bacharel) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, [S. l.], 2017.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da língua portuguesa**. 8. ed. Curitiba: Positivo, 2018

FITZMAURICE, C. J.; SCHOR, J. B. **Collaborating and Connecting**: The emergence of the sharing economy. Handbook of Research on Sustainable Consumption, Cheltenham, p.410–425. Fev 2014. Disponível em:

<https://www.bc.edu/content/dam/files/schools/cas_sites/sociology/pdf/SchorElgarHandbook.pdf>; Acesso em: jan 2021

FRANCO, Patrícia Mendes; CAMARGOS, Marcos Antônio de. **Fusões e Aquisições no Setor Bancário Brasileiro**: Criação de Valor, Rentabilidade, Sinergias Operacionais e Grau de Concentração. XXXV Encontro da ANPAD, [s. l.], 4 a 7 de Setembro 2011.

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

GOEL, S. **Capitalism Versus the Sharing Economy**. UC Berkeley: UC Berkeley Library, 2014. Disponível em: <<http://www.escholarship.org/uc/item/8xd4m19w>>. Acesso em: dez. 2020.

GOLDSTEIN, A., FLIGSTEIN, N. **Financial markets as production markets**: the industrial roots of the mortgage meltdown. *Socio-Economic Review*, 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*, p. 1–19, 2015. Disponível em: <<http://www.ssrn.com/abstract=2271971>>. Acesso em: dez. 2020.

HENTEN, A. H.; WINDEKILDE, I. M. **Transaction costs and the sharing economy**. *Info*, v. 18, n. 1, p. 1–15, 2016.

LEE, E.; LEE, B. **Herding behavior in online P2P lending**: An empirical investigation. *Electronic Commerce Research and Applications*. 11,n.5,p.495 - 503, 2012

LENZ, R. **Peer-to-peer lending**: opportunities and risks. *European Journal of Risk Regulation*, v. 7, n. 4, p. 688-700, 2016.

LIU, D. et al. **Friendships in online peer-to-peer lending**: Pipes, prisms, and relational herding. *Mis Quarterly*, v. 39, n. 3, p. 729-742, 2015.

MATZLER, K.; VEIDER, V.; KATHAN, W. **Adapting to the sharing economy**. *MIT Sloan Management Review*, v. 56, n. 2, p. 71–77, 2015.

MILNE, A.; PARBOTEEAH, P. **The business models and economics of peer-to-peer lending**. 2016.

MITREGA, N.K. **The Sharing Economy and Collaborative Finance – Outline of the Problems**. *Studia Economize*, v. 173, p. 13-25, 2013.

NGUYEN, G. T. **Exploring collaborative consumption business models - case peer-to-peer digital platforms**. Aalto University, 2014. Disponível em: <<https://aaltodoc.aalto.fi:443/handle/123456789/14182>>. Acesso em: dez. 2020.

OWYANG, J.; TRAN, C.; SILVA, C. **The collaborative economy**. Altimeter, United States, 2013.

RIFKIN, J. **The zero marginal cost society: the internet of things, the collaborative commons and the eclipse of capitalism**. Nova York: Palgrave Macmillan, 2014.

SCHOR, J. **Debating the sharing economy**. Great Transition Initiative, 2014. Disponível em: <<http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>>. Acesso em: jan. 2021.

SCHUMPETER, Joseph A. (1975). **Capitalism, Socialism and Democracy**. New York: Harper. [orig. pub. 1942].

SERRA, C. A. T. **Considerações acerca da evolução da propriedade da terra rural no Brasil**. *Alceu*. Rio de Janeiro, v.4 - n.7. p. 231 - 248. Jul/Dez 2003. Disponível em: <<http://revistaalceu.com.puc-rio.br/media/alceu-n7-Serra.pdf>>; Acesso em: jan. 2021.

SHIRKY, C. **Here comes everybody: the power of organizing without organizations**. Londres: Penguin Group, 2008.

SMANIOTTO, Emanuelle Nava; ALVES, Tiago Wickstrom. **Concentração e poder de mercado no sistema bancário brasileiro: uma análise pós-Plano Real**. *Perspectiva Econômica*, [S. l.], p. 29-41, jan-jun. 2016.

TEUBNER, T. **Thoughts on the sharing economy of the International Conference on e-Commerce**. p. 322—326, 2014. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84929379218&partnerID=tZOtx3y1>>. Acesso em: dez. 2020.

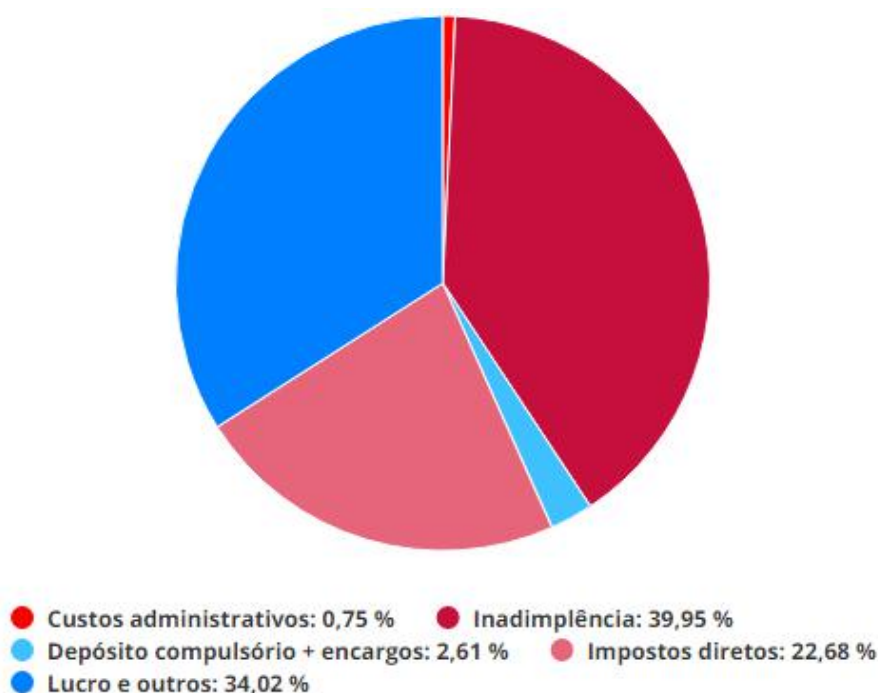
WAGNER et al. **Escutando Iniciativas de Economia Compartilhada**. Relatório Akatu, 2015. Disponível em: <<https://www.akatu.org.br/publicacoes/iniciativas-economia-compartilhada/>>; Acesso em: Dez 2020.

APÊNDICE A – SPREAD BANCÁRIO BRASILEIRO

Fatores macroeconômicos como taxa de inflação, taxa de juros e sua volatilidade, Produto Interno Bruto (PIB), capacidade utilizada e instabilidade macroeconômica são importantes para entendermos a determinação do *spread* bancário no Brasil. Para Brock e Suarez (2000), o cenário econômico no qual os bancos estão inseridos é fundamental para entendermos o que causa a elevação dos *spreads*.

Spread bancário, em termos simplificados, é a diferença entre a taxa de juros cobrada aos tomadores de crédito e a taxa de juros paga aos depositantes pelos bancos. Em outras palavras, é a diferença entre a remuneração que o banco paga ao aplicador para captar um recurso e o quanto esse banco cobra para emprestar o mesmo dinheiro. Como podemos ver no gráfico 7, a composição do *spread* divide-se em praticamente três tópicos: inadimplência; impostos diretos, como imposto de renda (IR) e contribuição social sobre o lucro líquido (CSLL) que incidem sobre os lucros da instituição financeira, programa de integração social (PIS) e contribuição para o financiamento da seguridade social (COFINS) que são cobrados sobre a receita total do banco; e lucros e outros.

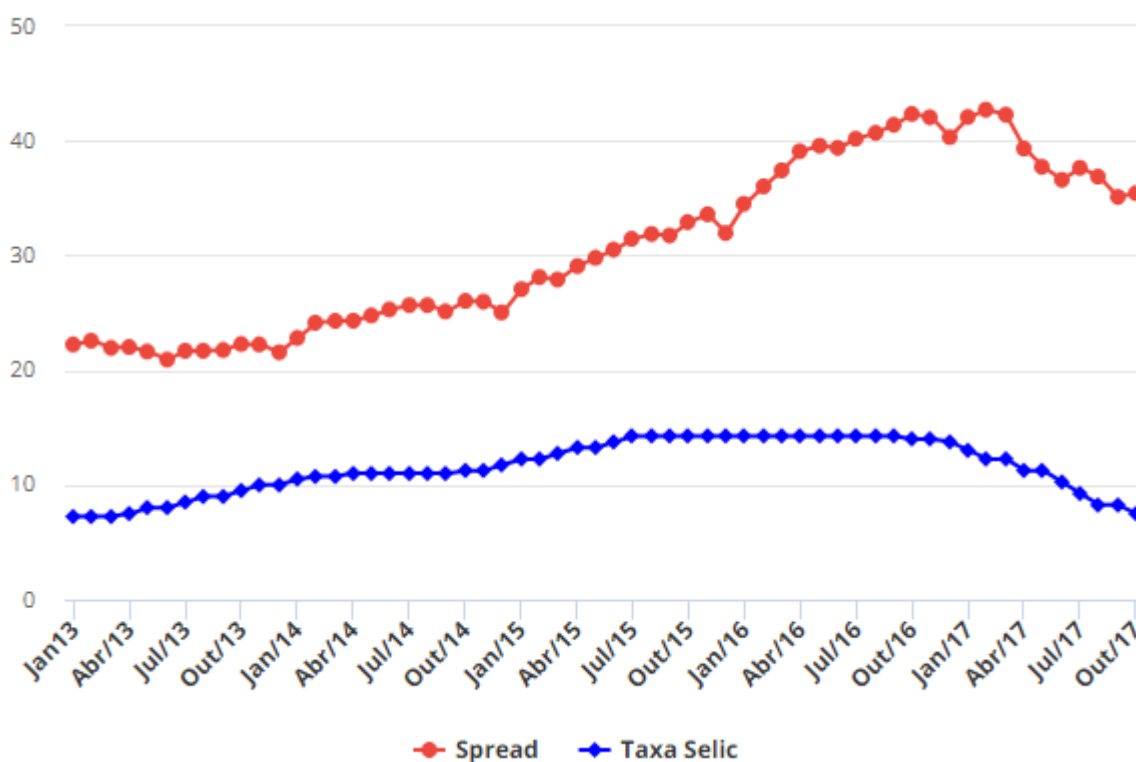
Gráfico 7: Composição do Spread - Divisão dos recursos que formaram o spread bancário em 2019 (%)



Fonte: Relatório de Economia Bancária - Banco Central Junho de 2020

Os bancos pegam recursos no mercado para emprestar aos clientes de fontes diversas, como, por exemplo, através das aplicações em poupanças ou em certificado de depósito bancário (CDB). Um dos motivos de o Brasil possuir um *spread* bancário elevado é porque ele costuma acompanhar a tendência da taxa básica de juros, a taxa Selic, que por muito tempo figurou entre as maiores do mundo. Entretanto, este não é o único fator que determina o *spread* bancário.

Gráfico 8: Spread Bancário x Taxa Selic- Diferença entre juros de aplicação e captação dos bancos e a taxa básica de juros, em %



Fonte: Globo (2017) dados do Banco Central

Mesmo com a queda da taxa Selic, os bancos tendem a pagar menos aos investidores pelo dinheiro que captam no mercado. E mesmo assim, o *spread* bancário brasileiro ainda é um dos mais altos do mundo e impede que o custo do crédito para os empresários seja menor no Brasil.

Além da taxa de juros, a instabilidade política e econômica do país acaba por aumentar o risco de crédito, ou seja, aumenta as expectativas de que o mutuário, ao realizar um empréstimo, não seja capaz de honrar com as suas dívidas compromissadas. Ademais, o Brasil é um dos países com as mais altas taxas de inadimplência, em 2019, 63,2 milhões de pessoas

físicas estavam com as contas atrasadas, segundo o Instituto Brasileiro de Executivos de Varejo (IBEVAR). Espera-se que no ano de 2020, por conta da crise do COVID-19, esses números possam duplicar no país. Portanto, a dificuldade enfrentada pelos bancos em recuperar um empréstimo não pago tem um custo e ele está intrínseco na determinação de um *spread* de uma operação bancária.

Em 2017, o *spread* bancário estava sete vezes maior que a média do mundo (5,47%), segundo o Banco Mundial. E, ainda assim, podemos observar uma tendência de queda ao longo dos últimos anos. Passou de 53,8% em 1997 para 39,6% no ano de 2017.

Há ainda o consenso de que a alta concentração bancária no Brasil possui forte influência na determinação do *spread* bancário. Essa centralização permite que seja criado um ambiente no qual os bancos decidem quanto o investidor vai receber e quanto o tomador de crédito vai pagar. Além de exigir que os bancos menores pratiquem taxas de empréstimo altas para conseguir tornar-se competitivo no mercado. E, por fim, espera-se que os elevados tributos no Brasil acabem inflando o *spread* bancário nacional, uma vez que a concentração bancária possibilita que o banco repasse os custos dos impostos para quem precisa de crédito.