ISSN: 2594-6153

Economia Compartilhada e Modelo de Comércio Eletrônico *Consumer-to-Consumer* (C2C): Plataforma online como Solução para Pesquisas e Contratos de Serviços

Maricelso Serafim

Universidade Santa Cecília (UNISANTA), Santos-SP, Brasil

E-mail: msfqm@hotmail.com

Resumo: Este artigo tem como objetivo apresentar uma ferramenta para intermediar contratantes e profissionais autônomos que realizem serviços domiciliares ou comerciais específicos. Utilizando conceitos de economia compartilhada, consumo colaborativo e modelo de negócio C2C, e levando em consideração dados levantados através de pesquisas e estudos realizados, o projeto visa permitir a pesquisa e divulgação dos serviços no mesmo ambiente, auxiliando os consumidores a localizarem os prestadores de serviços de forma rápida, prática e de fácil acesso. A aplicação é baseada no compartilhamento de avaliações e comentários dos consumidores de serviços e servirá como facilitador da conexão entre clientes e profissionais de forma simples e segura, apresentando funcionalidades que garantam os serviços pesquisados ser desempenhados por profissionais confiáveis e qualificados.

Palavras-chave: Economia; Colaboração; Compartilhamento; Contrato; Serviços.

Shared Economy and Consumer-to-Consumer Electronic Trade Model (C2C): Online Platform as a Solution for Research and Service Contracts

Abstract: This article aims to present a tool to intermediate contractors and self-employed professionals who perform specific home or business services. Using concepts of shared economy, collaborative consumption and C2C business model, and taking into account data raised through research and studies, the project aims to enable research and dissemination of services in the same environment, helping consumers to locate service providers, quickly, conveniently and easily accessible. The application is based on the sharing of reviews and comments from service consumers and will serve as a facilitator of the connection between clients and professionals in a simple and secure way, presenting features that ensure the researched services are performed by reliable and qualified professionals.

Key words: Economics; Collaboration; Sharing; Contract; Services.

Introdução

Em uma sociedade cada vez mais conectada, as pessoas recorrem à tecnologia para auxiliar a realização das tarefas cotidianas, com isso, aumentou nos últimos anos o surgimento de sistemas que conectam as pessoas de forma a gerar uma rede de colaborações e trocas comerciais mais dinâmicas e personalizadas. O problema identificado por meio de pesquisa realizada para a proposta foi a falta de um meio de comunicação que concentrasse informações disponíveis e confiáveis para contratar ou prestar um serviço de forma prática, rápida e segura.

A economia compartilhada ou colaborativa é um movimento tecnológico, beneficiado pelas redes sociais, plataformas móveis e tecnologias digitais [1], fundamentado no compartilhamento de recursos humanos, físicos ou intelectuais, com o objetivo de facilitar a integração e a aproximação de pessoas que possuem interesses mútuos em um ambiente online [2] e que transfere a pessoas autônomas a possibilidade de proporcionar ao mercado bens e serviços, que antes só eram disponibilizados por empresas especializadas [3].

Já o comércio eletrônico *Consumer-to-Consumer* (C2C) é um modelo de negócio no qual os consumidores negociam entre si, bens e serviços [4], sem participação de uma empresa diretamente envolvida, utilizando uma plataforma digital para a intermediação por meio eletrônico, que oferece a infraestrutura tecnológica e administrativa para compartilhar conteúdos e conectar pessoas, porém a negociação é feita diretamente entre consumidores [5]. Neste modelo de negócio online, o comprador e vendedor são cadastrados no sistema e avaliados pela quantidade de transações que realizam [6].

Objetivos

Nesse sentido, este trabalho tem por objetivo apresentar um aplicativo que utilize plataformas digitais como solução para intermediar prestadores de serviços e contratantes, conectando interesses e necessidades e facilitando esse processo por meio de pesquisa e divulgação das informações no mesmo local. O aplicativo permite as pessoas terem acesso a profissionais que ofereçam conhecimentos ou habilidades específicas, devendo as partes interessadas estar cadastradas no sistema e serem avaliadas de acordo com as transações realizadas, por meio de avaliações e comentários.

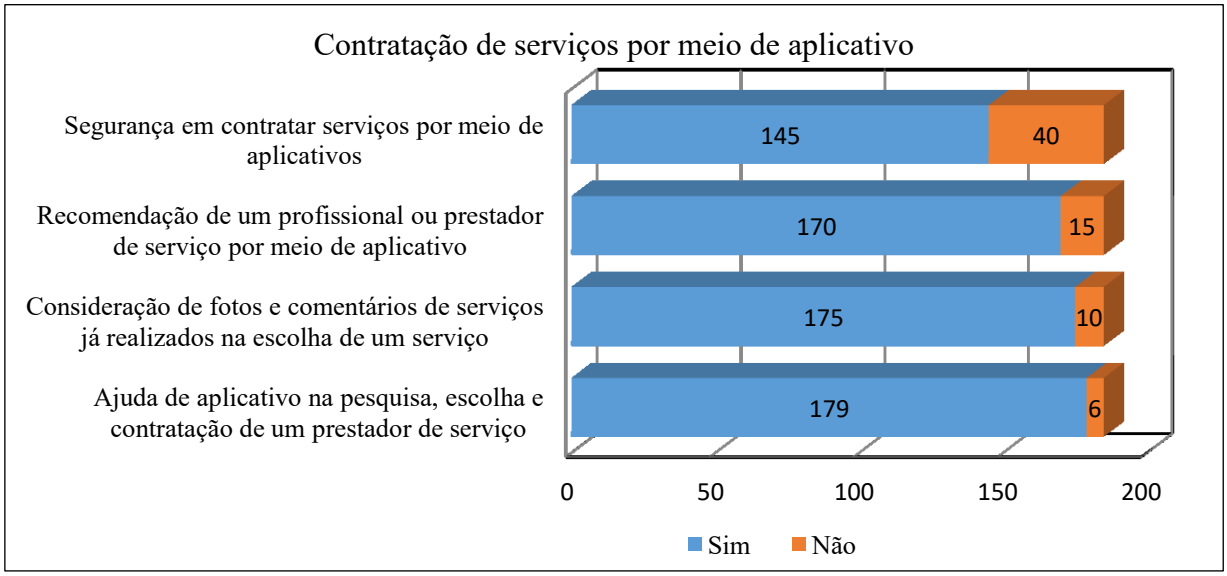
Métodos

No presente trabalho foi realizada uma pesquisa quantitativa por meio de formulário online com o objetivo de verificar a aceitação, avaliação e obtenção das principais funcionalidades e levantamento de requisitos do sistema, além de identificar o público alvo. Assim foi disponibilizado um formulário com questões fechadas e respostas predeterminadas, possibilitando comparar as respostas e analisá-las quantitativamente para identificar as necessidades do público alvo e principalmente avaliar as funcionalidades a serem desenvolvidas para o sistema.

Resultados

Com o resultado das perguntas respondidas, foram identificados os serviços mais utilizados, os locais nos quais os entrevistados procuram os serviços, e de quem aceitam as recomendações, a consideração da avaliação ou recomendação de profissionais na contratação dos serviços e avaliado o comportamento e confiança dos entrevistados em contratação de serviços pela internet, o que confirma a ideia central de unir a internet e a recomendação por meio de aplicativo, atendendo a pretensão de compartilhar avaliações e comentários, demonstrando haver demanda e atitude receptiva para a solução apresentada, conforme gráfico 1.

Gráfico 1 – Gráfico sobre contratação de serviços por meio de aplicativo



Discussão

Os resultados obtidos demonstraram que diante das dificuldades para se encontrar profissionais habilitados, bem recomendados ou que prestam algum serviço específico, o público tem buscado outros meios de pesquisa e referência, e com as facilidades da internet e suas ferramentas tecnológicas, as pessoas modificaram a forma com que se relacionam e realizam negócios. Com os resultados, foi possível identificar a necessidade de disponibilização desses serviços e que há clientes em potencial que procuram profissionais com aptidões e habilidades específicas, além de confirmar que os entrevistados levam em consideração a avaliação ou recomendação de profissionais em uma contratação, pois as pessoas verificam informações antes de adquirir um bem ou serviço, para evitar o máximo de decepções ou expectativas frustradas e consideram que um aplicativo ajudaria na pesquisa, escolha e contratação de um prestador de serviço.

Assim, foi verificada a necessidade de um sistema que atenda a proposta de conectar contratantes e prestadores de serviços de forma rápida e segura na mesma plataforma. Neste

aplicativo, a oferta e a demanda são disponibilizadas de forma simples em uma única plataforma que faz o papel de intermediário na comunicação, o usuário tem toda a informação acerca do serviço prestado ou de serviços oferecidos e a avaliação transmite credibilidade e segurança antes de realizar contratação de um serviço, sendo realizada tanto pelo usuário quanto pelo profissional após a realização de um serviço, quando o usuário é convidado a avaliar a sua experiência, sendo as notas e avaliações computadas e armazenadas de forma anônima, não sendo vinculadas a um serviço ou pessoa específicas, para evitar associação ás notas recebidas, conforme Figura 1.

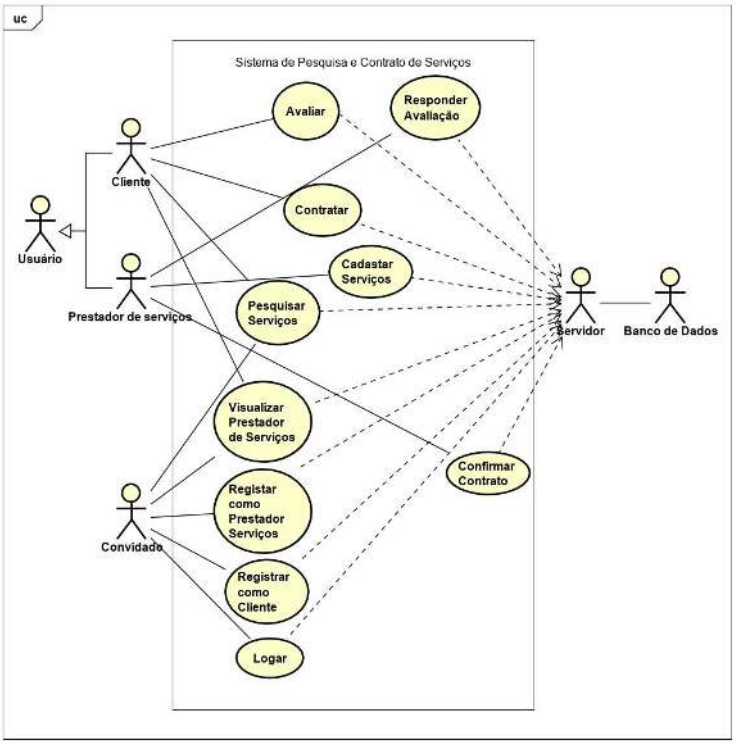


Figura 1 - Diagrama de Caso de Uso Pesquisa e Contrato de Serviços

Por envolver uma rede de colaboração entre pessoas, a confiança assume um papel de destaque, pois é a base para a credibilidade [7], cooperação [8] e tomadas de decisões, logo o aplicativo possuirá mecanismos e políticas de utilização de acessos que prezem pela segurança de contratar na contratação, solicitando certidões e documentos, para valorizar a integridade e qualidade das transações e avaliações dos usuários, facilitar a identificação e verificar a qualidade dos serviços, como fotos dos profissionais e dos serviços já realizados, além de depoimentos e comentários sobre o atendimento e recomendações sobre o profissional a ser contratado.

Considerações Finais

Com base nessa análise, foi apresentada a proposta de uma solução tecnológica que atenda às necessidades atuais da sociedade e do mercado, quanto à dificuldade em encontrar um profissional de confiança e bem recomendado, pois o aplicativo utiliza as plataformas digitais para conectar prestadores de serviços a clientes. A plataforma tem o objetivo de concentrar e divulgar informações de forma organizada e confiável e permitir relações de confiança entre os usuários do sistema, podendo o sistema absorver novas funcionalidades de acordo com o uso e necessidades dos usuários, e adaptar-se a evoluções e incorporações de novas tecnologias que atendam às necessidades futuras para melhorar o funcionamento.

Referências

1. Krupinsk, C. - Entendendo a Economia Colaborativa e Compartilhada - 2014 - [Acesso em 02 set 2018]. Disponível em: <https://ecommercenews.com.br/artigos/cases/entendendo-a-economia-colaborativa-e-compartilhada/>.
2. Kuviatkoski, C. - Economia Compartilhada: O que é e como ela pode beneficiar o seu negócio? - 2018. p.2 [Acesso em 01 mar 2019]. Disponível em: <https://www.ideianoar.com.br/economia-compartilhada/>.
3. Venturini, L. - Economia colaborativa: o que é e por que é uma tendência – 2015. [Acesso em 01 mar 2019]. Disponível em: <https://qualitacomunicacao.com/br/economia-colaborativa-o-que-e-e-porque-e-uma-tendencia/>.
4. Content, R. - Conheça os principais modelos de negócio online e entenda as diferenças entre eles – 2014. [Acesso em 01 mar 2019]. Disponível em: <https://www.profissionaldeecommerce.com.br/principais-modelos-de-negocio-online/>.
5. Garcia, P. - O modelo C2C - [Acesso em 01 mar 2019]. Disponível em: <https://www.wegov.net.br/c2c-citizen-to-citizen/>.
6. Felipini, D. - O PUJANTE COMERCIO ELETRONICO C2C – 2015. [Acesso em 01 mar 2019]. Disponível em: <http://www.e-commerce.org.br/comercio-eletronico-c2c/>.
7. Diogo, L. - A importância do Marketing de Recomendação e o Impacto na Internet - 2016 [Acesso em 23 mar 2019]. Disponível em:<http://www.novasdigitais.com.br/blog/a-importancia-do-marketing-de-recomendacao-e-o-impacto-na-internet/>.
8. Menezes, U. - CONSUMO COLABORATIVO: RELAÇÃO ENTRE CONFIANÇA E COOPERAÇÃO – Publicado na Revista Metropolitana de Sustentabilidade - RMS, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 95-111, 2015. - [Acesso em 01 mar 2019]. Disponível em: < http://www.revistaseletronicas.fmu.br/index.php/rms/article/viewFile/632/pdf >.