

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz”

LUCAS RANGEL LEAL

**Os impactos dos aplicativos de transporte particular na mobilidade
urbana de São Paulo**

Piracicaba/SP

2018

LUCAS RANGEL LEAL**Os impactos dos aplicativos de transporte particular na mobilidade
urbana de São Paulo**

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação apresentado como parte dos pré-requisitos para a obtenção do título de Economista à Universidade de São Paulo.

Orientador: Prof. Dr. Pedro Valentim Marques

Piracicaba/SP
2018

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar gostaria de agradecer à Escola Superior de Agricultura “Luiz de Queiroz” e a todo seu corpo docente que me acolheu e me deu todo o apoio necessário nos últimos cinco anos. Em especial ao professor Pedro Valentim Marques com quem tive minha primeira aula na graduação e também a última, me orientando nesta monografia.

Também gostaria de agradecer a todos que participaram ativamente da minha graduação: minha família, que sempre esteve comigo em todos os momentos; meus irmãos da República Área 51 e do Curso de Ciências Econômicas, que fizeram parte de todos os meus dias em Piracicaba; e por fim, à Cabify, que me deu todo o direcionamento final para conseguir alcançar tanto meus objetivos profissionais quanto acadêmicos.

RESUMO

O ato de se pedir um táxi através de um aparelho eletrônico, como um *smartphone*, vem transformando os meios de deslocamento urbano nos últimos anos e tem mudado o hábito de quem utiliza transporte individual como alternativa ao transporte público, popularizando, com isso, a ideia de *ridesharing*: transporte individual remunerado em veículos particulares. Intimamente relacionada ao tema da mobilidade urbana, a utilização do transporte privado tornou-se uma alternativa mais prática e até mais econômica para os moradores de grandes e médios centros urbanos. Na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP), onde tem-se um sistema público de transporte ineficiente, esse modelo de negócio tende a se expandir cada vez mais. Este trabalho visa analisar quais foram — e estão sendo — os impactos dos aplicativos de transporte particular na mobilidade urbana, especificamente na cidade de São Paulo. Concluiu-se que essa evolução tecnológica tem alterado o modo de vida de muitas pessoas, no que se refere aos seus hábitos, atividades laborais, relacionamentos e estilos de vida, principalmente no que tange o transporte urbano e o modo de locomoção.

Palavras-chave: Impacto Social; Mobilidade; Transporte; Uber.

ABSTRACT

The act of asking for a taxi through an electronic device, such as a smartphone, has been transforming the means of urban displacement in recent years and has changed the habit of those who use individual transportation as an alternative to public transportation, thereby popularizing the idea ridesharing: individual paid transportation in private vehicles. Closely related to the theme of urban mobility, the use of private transport has become a more practical and even more economical alternative for residents of large and medium urban centers. In the São Paulo Metropolitan Region (RMSP), where there is an inefficient public transport system, this business model tends to expand more and more. This paper aims to analyze the impacts of private transport applications on urban mobility, specifically in the city of São Paulo. It was concluded that these technological developments have altered the way of life of many people, about their habits, work activities, relationships and lifestyles, especially regarding urban transportation and the mode of locomotion.

Keywords: Mobility; Social impact; Transport; Uber.

LISTA DE SIGLAS

- CADE - Conselho Administrativo de Defesa Econômica
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS - Imposto sobre circulação de mercadorias e serviços
IOF - Imposto sobre Operações Financeiras
IPI - Imposto sobre Produtos Industrializados
IPVA - Imposto sobre a Propriedade de Veículos Automotores
PIB – Produto Interno Bruno
RMSP - Região Metropolitana de São Paulo
TICs - Tecnologias de Informação e Comunicação

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
2. OBJETIVOS	10
2.1 OBJETIVO GERAL	10
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
3. REVISÃO DE LITERATURA.....	10
3.1 OS PRINCIPAIS APLICATIVOS DE MOBILIDADE URBANA ATUANTES NA RMSP	11
3.1.1 Funcionamento e modelo da Uber	14
3.2 REGULARIZAÇÃO DO MODELO	18
4. METODOLOGIA.....	24
5. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS	24
5.1 A DESTRUÇÃO CRIATIVA NO TRABALHO	25
5.2 INTEGRANDO O SETOR.....	26
5.3 CUSTOS SOCIAIS E BENEFÍCIOS DA UBER.....	27
5.4 SEGURANÇA	29
5.5 PRIVACIDADE	30
5.6 DISCRIMINAÇÃO	31
5.7 UBER E O FUTURO DO TRABALHO DE BAIXO SALÁRIO	36
5.8 RESUMO DOS PRINCIPAIS PLAYERS DA RMSP	37
6. CONCLUSÃO.....	40
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41

1. INTRODUÇÃO

Em substituição aos métodos tradicionais ao se pedir um táxi, como chamadas telefônicas (*taxi-booking* ou *phone-booking*) ou aguardar a passagem de um deles na rua (*hailing*), ou tomá-lo em um ponto de táxi (*taxi rank*), o *e-hailing*, ato de se pedir um táxi através de um aparelho eletrônico, como um *smartphone*, vem transformando os meios de deslocamento urbano nos últimos anos e tem mudado o hábito de quem utiliza transporte individual como alternativa ao transporte público, popularizando, com isso, a ideia de *ridesharing*: transporte individual remunerado em veículos particulares¹.

Intimamente relacionada ao tema da mobilidade urbana, a utilização do transporte privado tornou-se uma alternativa mais prática e até mais econômica para os moradores de grandes e médios centros urbanos, dado que, nas palavras de Damiani (2009), uma sociedade urbana caracteriza-se por uma “separação entre as atividades produtivas e as atividades residenciais”, razão pela qual o deslocamento urbano faz parte do cotidiano de boa parte da população. Assim, o uso da tecnologia revela-se como uma alternativa mais prática, porque basta que o indivíduo tenha um aplicativo instalado em seu *smartphone* para solicitar um carro a qualquer hora e em praticamente qualquer local da cidade. Essa prática corrobora a afirmação de Barbosa *et al* (2017) de

¹ Para uma melhor compreensão deste estudo, é importante que estejam claras as diferenças entre transporte coletivo x transporte individual e transporte público x transporte privado, conforme classificação encontrada no § 2º da Lei 12.587/2012, a saber:

Os serviços de transporte urbano são classificados:

I - quanto ao objeto:

a) de passageiros; b) de cargas;

II - quanto à característica do serviço:

a) coletivo; b) individual;

III - quanto à natureza do serviço:

a) público; b) privado.

Uma vez que os aplicativos de transporte e os táxis no Brasil limitam-se a oferecer o serviço de transporte de passageiros, tem-se que os veículos operados pela plataforma são de uso individual, nos preceitos da alínea “b” do inciso II. Desse modo, a lei define que os serviços de transporte urbano de passageiros podem ter caráter coletivo ou individual, e natureza pública ou privada. Para fins deste estudo, interessa-nos, particularmente, os itens II e III supra-referidos, que, conforme previsto no artigo 4º da mesma lei, tem-se que:

VI - transporte público coletivo: serviço público de transporte de passageiros acessível a toda a população mediante pagamento individualizado, com itinerários e preços fixados pelo poder público;

VII - transporte privado coletivo: serviço de transporte de passageiros não aberto ao público para a realização de viagens com características operacionais exclusivas para cada linha e demanda;

VIII - transporte público individual: serviço remunerado de transporte de passageiros aberto ao público, por intermédio de veículos de aluguel, para a realização de viagens individualizadas;

X - transporte motorizado privado: meio motorizado de transporte de passageiros utilizado para a realização de viagens individualizadas por intermédio de veículos particulares.

que, atualmente, nota-se uma nova tendência no uso das TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação) por modelos de negócios inovadores com foco no cidadão também na área de mobilidade, por meio da oferta de serviços de transporte individual remunerado em veículos particulares, intermediada por aplicativos de empresas de tecnologia.

Na Região Metropolitana de São Paulo (RMSP), onde temos um sistema público de transporte ineficiente, esse modelo de negócio tende a se expandir cada vez mais. Isso, porque a região é considerada o maior aglomerado urbano do Brasil, concentrando 10% da população nacional em uma área de 2.139 km² (IBGE, 2010). Além disso, a RMSP é também o maior centro corporativo, financeiro e industrial do país, sendo responsável por em torno de 20% do PIB brasileiro, conforme dados do IBGE (HADDAD; VIEIRA, 2015), o que certamente implica em uma mobilidade diária de pessoas, entre seus locais de trabalho e suas residências.

Observa-se que apesar da região ser altamente urbanizada, a população da RMSP não se distribui de forma homogênea. A densidade populacional é maior na região central da cidade, especialmente nos entornos da Praça da Sé. Contudo, as áreas periféricas também possuem elevada densidade populacional e, com relação à distribuição espacial dos empregos, percebe-se um padrão ainda mais centralizado, com uma ampla concentração dos postos de trabalho na região entre as marginais (HADDAD; VIEIRA, 2015).

É importante ressaltar que uma pesquisa sobre o uso de aplicativos deve levar em conta os avanços da tecnologia, que permite não apenas a troca de informações, mas também de bens e serviços (GONZÁLEZ, et al., 2015 apud DUSI, 2016). Assim, o GPS, o Wi-Fi, a impressora 3D, as nuvens de dados, a impressora a laser e novos sistemas seguros de pagamento *online* são exemplos de tecnologias que, em conjunto com a internet, expandiram as possibilidades de produção e oferta de produtos e serviços não mais apenas para empresas, mas para qualquer um que tenha acesso (DUSI, 2016).

Uma vez que a criação dessa nova modalidade de serviço, juntamente com a nova forma de mobilidade urbana, são temas bastante recentes, sobretudo no Brasil, e mais especificamente na região metropolitana de São Paulo, esta análise justifica-se por entender a necessidade de se vislumbrar os impactos sociais e econômicos, a partir dessa alteração no *modus-operandi* de

uma cidade, o que atinge diretamente a vida de sua população. Verifica-se ainda, uma necessidade de compreender efetivamente a legalidade desse novo modelo de transporte de passageiros, bem como avaliar o *market-share* desse novo segmento.

2. OBJETIVOS

Este trabalho visa analisar quais foram — e estão sendo — os impactos dos aplicativos de transporte particular na mobilidade urbana, especificamente na RMSP, mapeando alguns possíveis impactos econômicos e sociais, depois da entrada dos aplicativos de carros privados no mercado de transporte de passageiros, a exemplo das plataformas *UBER*, *99* e *Cabify*.

2.1 OBJETIVO GERAL

Descrever e caracterizar o funcionamento do modelo de *ridesharing* e suas variáveis na RMSP.

2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Caracterizar e entender os impactos sociais e econômicos causados pela entrada dos aplicativos de transporte de carros privados na RMSP.

3. REVISÃO DE LITERATURA

A empresa de compartilhamento de viagem Uber se tornou notavelmente polarizada no último ano. Empresas de capital de risco ainda adoram as perspectivas da Uber, como refletido em uma avaliação recente de US\$ 40 bilhões (UBER TECHNOLOGIES, 2017). Os taxistas colocaram a Uber como concorrente incessável e voraz, levando os legisladores a excluí-la de vários mercados.

Um outro contraponto a respeito da empresa é a falha de segurança informacional de seus clientes. No que alguns chamam de "Ubergate", é de se afirmar que a empresa poderia investigar a vida pessoal e familiar de seus críticos - em particular, também se acusou de desconsiderar a segurança de passageiros e motoristas (CARDOSO, 2014).

Infelizmente, o debate público em torno do Uber até agora gerou mais calor do que luz, revelando pouco sobre o impacto líquido da empresa sobre bens e valores públicos importantes. Em primeiro lugar, argumenta-se que o sucesso da Uber não provém (apenas) da arbitragem regulatória ou de outras más práticas, mas de ter criado um mercado muito mais eficiente para os serviços de aluguel de carros. Em seguida, argumenta que a ascensão de Uber é causa de otimismo e pessimismo (LIMA, 2015).

Além de seus efeitos positivos óbvios no bem-estar do consumidor, a consolidação parcial da Uber do setor de aluguel de carros e sua compilação de dados sobre passageiros e motorista podem permitir que a Uber e os reguladores garantam a segurança e erradiquem a discriminação contra passageiros com relativa facilidade. A esse respeito, o Uber pode ser uma melhoria em relação ao setor de táxis existente, que é bastante difícil de regular, embora, claro, muito dependa da vontade política. O impacto em longo prazo da Uber sobre os padrões de trabalho não é claro, no entanto, e pode ter implicações sombrias para o futuro do trabalho de baixos salários de forma mais geral (CARDOSO, 2014).

3.1 OS PRINCIPAIS APLICATIVOS DE MOBILIDADE URBANA ATUANTES NA RMSP

Tratar dos serviços oferecidos por aplicativos que funcionam a partir de *smartphones* é tratar de uma *Startup*. “As startups são empresas em fase inicial que desenvolvem produtos ou serviços inovadores, com potencial rápido de crescimento”, tal como define a Associação Brasileira de Startup (ABStartup). Trata-se do momento da vida de uma empresa em que uma equipe multidisciplinar visa desenvolver um produto/serviço inovador, de base tecnológica, que tenha um modelo de negócio facilmente replicado e possível de escalar sem aumento proporcional dos seus custos.

Assim, uma das características mais importantes de uma *startup* é a capacidade de ganhar escala rapidamente, ou seja, de ter seus produtos utilizados por um número grande de pessoas em pouco tempo. Uma *startup* também costuma apresentar baixo esforço de replicação de seus produtos, isto é, na medida em que a empresa ganha escala. Por esta razão, utilizam de forma

intensiva a tecnologia, em especial as tecnologias da informação e a Internet. Outra característica importante de uma *startup* é o ambiente de incerteza no qual ela está inserida (UBER TECHNOLOGIES, 2017). Em sua fase inicial, muitos elementos que compõe seu modelo de negócio estão ainda incertos e pouco definidos (ABStartup).

Nesse sentido, os aplicativos que viabilizam o serviço de transporte de passageiros configuram-se como empresas de tecnologia, que conectam motoristas particulares e passageiros. No caso da UBER, Tschá ressalta que:

(...) todo o marketing e comunicação da empresa acontece em torno dessa ideia: o motorista, chamado pela companhia de “parceiro”, faz o seu próprio horário de trabalho, recebendo de acordo com a jornada que o mesmo decidir fazer. Entretanto, como a quantidade de motoristas particulares não seria capaz de suprir a demanda dos passageiros, a Uber busca passar a ideia de que qualquer pessoa² poderia exercer tal função para, assim, haver parceiros suficientes para dar conta da demanda (TSCHÁ, 2016. p. 14-15).

Desse modo, pode-se dizer que esses aplicativos de transporte particular de passageiros, como *UBER*, *99* e *Cabify*, objetos de estudo deste trabalho e que são tão populares nos dias de hoje quando de fala em mobilidade urbana na região metropolitana de São Paulo, nascem como *startups*. Assim, vejamos a seguir uma breve descrição de cada uma dessas plataformas:



Figura 1 – Logamarca da UBER
Fonte: Gazeta do Povo – Infográficos (2016)

² O autor pondera que as novas tecnologias estão moldando os processos de trabalho e, a título de exemplo, aponta que, não são raras as pessoas com graduações em universidades reconhecidas que fazem uma renda extra, ou até a principal, efetuando o transporte de pessoas pelo Uber ou aplicativos semelhantes. O autor menciona o exemplo de um profissional da área de TI que deixou seu um emprego para se dedicar exclusivamente ao Uber e ao seu canal no Youtube onde conta sua rotina para outros motoristas. Nesse caso, o trabalhador pode fazer seu horário, suas folgas e, consequentemente, seus ganhos serão proporcionais. (TSCHPÁ, 2016, p. 24)

A Uber é primeira marca de transporte privado do mundo e oferece várias categorias de atendimento ao usuário, tendo essa como sua principal característica. Em São Paulo, o aplicativo oferece as modalidades de UberX, UberSELECT, UberPOOL, enquadradas no que a empresa chama de “popular”; a modalidade UberBLACK, considerada como “premium” e as modalidades UberBAG, UberBLACKBAG e UberBICICLETA, na categoria de “mais espaço”.



Figura 2 – Logamarca da 99
Fonte: Gazeta do Povo – Infográficos (2016)

Antiga 99Táxis, a 99 é uma empresa brasileira que, além da modalidade 99Pop, serviço de motorista privado que tem foco em economia, oferece também o serviço 99Top, que são carros pretos com alto padrão de conforto - e, consequentemente, preços mais elevados. Uma das vantagens garantidas pela empresa é o processo de seleção de motoristas, o que ajudaria a garantir a qualidade do atendimento. O aplicativo 99 possui função técnica parecida com a da Uber, porém apenas táxis licenciados podem fazer uso dele, diferente da Uber que permite a qualquer um oferecer o serviço de transporte.

Além disso, a empresa foi comprada recentemente por uma gigante chinesa do mesmo segmento de mobilidade urbana, Didi Chuxing, e com isso atingiu um *valuation* de mais de 1 bilhão de dólares neste ano.



Figura 3 – Logamarca da Cabify
Fonte: Gazeta do Povo – Infográficos (2016)

A Cabify é uma empresa espanhola que chega a bater a adesão da população à Uber em alguns países da Europa, principalmente, na Espanha. Um de seus grandes diferenciais é a personalização do trajeto diretamente no aplicativo: é possível escolher a estação da rádio e a intensidade do ar-condicionado antes de entrar no carro.

A empresa espanhola recentemente atingiu um *valuation* de mais de 1 bilhão de dólares.

3.1.1 Funcionamento e modelo da Uber

A UBER chegou ao Brasil em 2014, acompanhada de diversos questionamentos sobre a legalidade do serviço prestado pelos motoristas particulares para a sociedade e em meio a grandes atritos entre taxistas e motoristas da UBER, isso porque os taxistas enxergam o serviço intermediado pela empresa como uma concorrência desleal e não merecedora do apoio do poder público, uma vez que os motoristas credenciados na plataforma UBER não são submetidos à tarifação tributária e estariam ganhando cada vez mais espaço no mercado.

Todavia, a facilidade de uso do aplicativo vem revolucionando o mercado de transportes de passageiros nas grandes cidades, possibilitando, inclusive, a localização automática do chamado, o que possibilita identificar, com rapidez, o motorista mais próximo. Acrescenta-se, ainda, a possibilidade de dividir viagem sem custo adicional em função de o custo ser valor fixo. (FERREIRA et al, 2017, p. 353).

Barbosa *et al* (2017) ponderam que é possível observar no Brasil um ritmo acelerado na demanda de serviços do tipo prestados pela UBER e destacam dados divulgados na mídia sobre a empresa:

Atuação em mais de 27 cidades e 4 milhões de usuários ativos ao final de 2016. Esse aumento da base de clientes representa um crescimento de 7 vezes em um ano. O aumento também se deu na oferta: o número de motoristas do Uber também aumentou significativamente, cerca de 10 vezes no mesmo período. Atraídas por esse movimento, outras empresas do ramo aproveitam para se estabelecerem no mercado. Em São Paulo, onde existe uma lei específica para regular o serviço no município, quatro empresas estão cadastradas para operar - Uber, Cabify, 99POP e EasyGo -, além de outras quatro em processo de credenciamento (O Estado de S. Paulo, 2017).

Martins *et al* (2017) dão o nome de “Sociedade da Informação” ao momento que a sociedade atravessa hoje e, dado que o foco está na informação, viabiliza-se assim um cenário extremamente dinâmico, que faz eclodir os “novos serviços, com destaque para a Uber, aplicativo (plataforma digital) para telefones celulares que busca facilitar o transporte de pessoas em grandes cidades por meio da aproximação de prestadores (os motoristas) e consumidores (os passageiros)”.

Segundo o site da UBER, o aplicativo está presente em São Paulo e em mais de 400 cidades no Brasil. O serviço requer, por meio da utilização de uma plataforma digital, que os possíveis usuários se cadastrem previamente, fornecendo dados pessoais e um número de cartão de crédito válido. Os motoristas também precisam se cadastrar, além de utilizar apenas carros em bom estado de conservação e limpeza. (MARTINS *et al*, 2017).

Quando alguém aciona o aplicativo, o motorista mais próximo é localizado, ocasião em que são informados vários dados a seu respeito, bem como do automóvel que fará o trajeto. Realizada a viagem, o pagamento é feito por meio do cartão de crédito do usuário anteriormente cadastrado, ficando a UBER com uma parcela do valor cobrado pelo trajeto realizado. Como o passageiro não divide os custos do trajeto com o motorista, o sistema Uber diferencia-se dos chamados grupos de carona, a exemplo do *BlaBlaCar*³. Também não se trata

³ Trata-se de uma plataforma de caronas de longa distância no mundo, que conecta quem procura uma viagem com quem tem espaço livre no carro. Com 60 milhões de membros em 22 países e 18 milhões de viajantes por trimestre, o serviço é oferecido através de plataforma (web e móvel). A BlaBlaCar chegou ao

de serviço de acesso ao público em geral, conforme mencionado anteriormente, como é o caso dos táxis, acessíveis a qualquer pessoa independentemente de prévio cadastramento. (MARTINS *et al*, 2017).

Tschá (2016) relata que quando começou a atuar em 2009 na região da Califórnia, Estados Unidos, a então UberCab, como era conhecida, tinha como objetivo reunir apenas veículos de luxo, como Mercedes e Cadilacs pretos, e uma corrida custava aproximadamente cinco vezes mais que uma equivalente realizada por um táxi, com a diferença de ser realizada com enorme conforto e a facilidade de não precisar tirar nenhuma nota ou cartão do bolso. Após diversas rodadas de investimentos, começou a expansão da empresa, e também aumentaram as suas polêmicas.

Em um estudo sobre uma possível rivalidade entre corridas de táxi porta-a-porta após entrada no aplicativo UBER no mercado, Esteves (2015) concluiu que a oferta de transporte particular criou uma nova demanda, com a criação de novos clientes, os quais não faziam uso do serviço de táxi, não provocando diretamente uma diminuição no serviço oferecido por taxistas. Nas palavras do autor:

A análise do período examinado, que constitui a fase de entrada e sedimentação do Uber em algumas capitais, demonstrou que o aplicativo, ao contrário de absorver uma parcela relevante das corridas feitas por táxis, na verdade conquistou majoritariamente novos clientes, que não utilizavam serviços de taxi. Significa, em suma, que até o momento o Uber não “usurpou” parte considerável dos clientes dos táxis nem comprometeu significativamente o negócio dos taxistas, mas sim gerou uma nova demanda.

Esteves explica ainda que o estudo realizado buscou verificar se as caronas pagas, contratadas por meio do aplicativo UBER, ofereceram algum

Brasil em 2015 e, segundo informações constantes em seu site, já conta mais de 2 milhões de brasileiros entre seus membros. Só em 2017 foram mais de 4 milhões de lugares em caronas oferecidos. As caronas no Brasil conectam 40 mil pares de cidades (São Paulo, Rio de Janeiro, Florianópolis, Joinville, etc.) – 20 mil desses pares não são conectados por nenhuma forma de transporte público, seja ônibus, avião ou balsas. Além disso, a empresa encara o serviço oferecido como um potencial fator de impacto social, porque, para a empresa “viajar de carona proporciona um ambiente único, possibilitando a troca de experiências entre pessoas que não se conheceriam se não fosse pelas caronas”. O site da empresa destaca ainda: 1) *Bringing People Closer* (Unindo Pessoas) é o maior estudo sobre os impactos sociais de caronas e revela os laços sociais criados através dessa forma de viajar. 2) *Entering the Trust Age* (Ingressando na Era da Confiança), um estudo conduzido juntamente com a Faculdade de Negócios Stern da Universidade de Nova York, onde são encontradas as ferramentas de confiança digitais que permitiram com que a BlaBlaCar nutrisse confiança em grande escala e possibilhasse o compartilhamento de viagens de longa distância para milhões de pessoas.

grau de substituição, ou teriam exercido algum grau de rivalidade com as corridas de táxis contratadas por meio dos aplicativos de celulares 99taxis e Easy Taxi, durante o período de análise, o que não foi constado. Para o autor, as evidências preliminares sugerem a criação de um mercado novo e conclui:

A considerar a experiência registrada em outros mercados geográficos, onde os serviços de caronas pagas já estão fortemente consolidados, a tendência é que a rivalidade entre os serviços de caronas pagas e de corridas de táxis cresça ao longo do tempo, gerando diferentes graus de substitutibilidade em diferentes nichos de consumidores, ou seja, uma situação competitiva vivida diariamente pela ampla maioria dos agentes econômicos.

Conforme já mencionado anteriormente, a questão econômica envolvida entre o uso de táxis e o serviço de aplicativos não é irrelevante. De acordo com estudo realizado por Freitas e Pereira (2017, p. 1421), “em regra, os serviços prestados pela UBER são mais baratos que os serviços de táxi, seja na tarifa inicial, seja nos valores exigidos, em razão da distância percorrida ou do tempo exigido”. A título de exemplo, os autores apresentam a seguinte tabela:

	Taxi comum (bandeira 1)	Taxi comum (bandeira 2)	UberX	UberBlack
Bandeirada	R\$ 4,50	R\$ 4,50	R\$ 2,00	R\$ 3,80
Km rodado	R\$ 2,75	R\$ 3,58	R\$ 1,40	R\$ 2,32
Minuto	R\$ 0,55	R\$ 0,55	R\$ 0,26	R\$ 0,28

Tabela 1 - Preços praticados por Táxis e pela Uber em São Paulo

Fonte: FREITAS, PEREIRA, 2017, p. 1421

Contudo, a título de esclarecimento acerca da tabela apresentada, os autores ressaltam que:

...esta tabela utiliza o preço comum do Uber. Saliente-se que em horários de maior demanda, a Uber faz uso do denominado “preço dinâmico”. Segundo informação extraída do site da Uber: “Se a demanda de passageiros estiver alta, o preço dinâmico aumentará os valores de modo gradual. Para os passageiros, o preço dinâmico ajuda a garantir a disponibilidade rápida de um veículo. Para os motoristas parceiros, o preço dinâmico aumenta os valores das viagens para fornecer um ganho adicional.” Assim, nos períodos e locais em que houver alta demanda, os preços da tarifa serão majorados por intermédio de um multiplicador (definido pela Uber) conforme a oferta de veículos e a demanda de usuários.

Por fim, a título de curiosidade, verifica-se que os motoristas do sistema UBER procuram fidelizar seus clientes a esta modalidade oferecendo-lhes água e balas durante o percurso. Além disso, ao término da viagem, as duas partes envolvidas podem realizar uma avaliação (passageiro avalia o motorista e vice-versa). Motoristas negativados por passageiros podem até ser suspensos da plataforma.

Dentro desses aplicativos é possível adicionar e alternar entre as opções de pagamento. Para isso, deve-se selecionar a forma de pagamento desejada. Os principais métodos de pagamento disponíveis para tais aplicativos são:

- Dinheiro
- Cartões de crédito e débito
- Paypal
- Apple Pay - disponível no iPhone 6 ou superior
- Cartão Presente
- Benefícios ao Viajante – deve-se verificar dentro do aplicativo para ver se seu cartão de Benefícios ao Viajante é elegível

Existe a possibilidade do passageiro fornecer uma gorjeta ao motorista, mas nesse caso o benefício é voluntário, pois não estão incluídas nas tarifas da corridas.

3.2 REGULARIZAÇÃO DO MODELO

A UBER funciona através de um aplicativo disponível para smartphones que conecta motoristas e passageiros, oferecendo um serviço de transporte com algumas semelhanças ao tradicional serviço de táxi. É importante destacar que o serviço oferecido pela empresa possui alguma semelhança com o serviço de táxi, porque, do ponto de vista legal, há uma diferença que define sua particularidade. Conforme apontam Martins et al (2017), o serviço de transporte intermediado pela UBER é de caráter privado, dada a necessidade de prévio cadastro no aplicativo, tanto de motoristas quanto de usuários, não se tratando, portanto, de um serviço de acesso ao público como um todo, de forma ampla e irrestrita. Os autores citam:

Como se vê, o “transporte público individual” difere do “transporte privado individual”, porque o primeiro é “aberto ao público”, isto é, no “transporte público individual” há obrigatoriedade de atendimento universal, razão pela qual o taxista não pode recusar o passageiro ou o trajeto por ele solicitado; ao passo que no “transporte privado individual” impera a autonomia da vontade do motorista, que tem o direito de aceitar firmar o contrato de transporte com o consumidor, de acordo com a sua conveniência. Andrigh (2016, p. 415).

Recorrendo ao Decreto nº 56.981, de 10 de maio de 2016, que regulamenta o exercício das atividades intermediadas por empresas como a UBER na Grande São Paulo, verifica-se que o 1º artigo determina:

Art. 1º Este decreto regulamenta os artigos 12 e 18, I, da Lei Federal nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012, disciplinando o uso intensivo do viário urbano no Município de São Paulo para exploração de atividade econômica privada de transporte individual remunerado de passageiros de utilidade pública e regula o serviço de carona solidária e de compartilhamento de veículo sem condutor no Município.

Parágrafo único. Este decreto não se aplica aos serviços previstos na Lei Municipal nº 7.329, de 11 de julho de 1969. (SÃO PAULO, 2016).

A saber:

O transporte individual de passageiros, no Município, em veículos de aluguel providos de taxímetro, constitui serviço de interesse público, que somente poderá ser executado mediante prévia e expressa autorização da Prefeitura, a qual será consubstanciada pela outorga de Termo de Permissão e Alvará de Estacionamento, nas condições estabelecidas por esta lei e demais atos normativos que sejam expedidos, pelo Executivo. (SÃO PAULO, 1969).

Neste sentido, concluem Martins *et al* (2017):

Como se vê, o aludido Decreto deixou claro que o Uber e os táxis, a despeito de atenderem ao transporte individual de passageiros são dotados de natureza jurídica distinta, sendo o primeiro de utilidade pública e o segundo de interesse público.

Freitas e Pereira (2017, p. 1432) também compartilham da mesma opinião e ratificam:

Assim, para o presente estudo, entende-se que os táxis prestam serviços públicos de transporte individual de passageiros, enquanto os motoristas vinculados à Uber prestam serviços privados de transporte individual de passageiros.

Em seu estudo sobre a legalidade/illegalidade do serviço prestado pela UBER, Tschá (2016) destaca que a UBER foi a terceira empresa a aderir ao decreto 56.981 (São Paulo), no dia 19 de julho de 2016 após a adesão da Cabify e a da EasyGo, empresas que operam serviços de transporte individual privado de passageiros de maneira semelhante. Além disso, o autor verificou que o Decreto prevê que cada empresa cadastrada nesse serviço poderá operar 27 milhões de quilômetro por mês, valor equivalente a 5 mil táxis e que, em julho de 2016, a estimativa era que trafegavam em São Paulo cerca de 36 mil táxis.

Dadas as discussões de cunho ideológico envolvidas na problemática de taxistas que possuem licença, que pleiteiam a proibição do uso do aplicativo, e outros desejam a regulamentação dos serviços prestados pela UBER, tais conflitos estão sendo gradativamente levados ao conhecimento do Poder Judiciário e Poderes Legislativos locais, com especial destaque para o artigo 12º do decreto 56.981, que prevê que:

Os serviços de utilidade pública de transporte individual de passageiros deverão ser organizados, disciplinados e fiscalizados pelo poder público municipal, com base nos requisitos mínimos de segurança, de conforto, de higiene, de qualidade dos serviços e de fixação prévia dos valores máximos das tarifas a serem cobradas.

Em estudo realizado por Freitas e Pereira (2017) acerca da viabilidade de regulamentação dos serviços de transporte individual de passageiros a partir de uma perspectiva principiológica e constitucional, os autores buscaram verificar se, sob o ponto de vista da Constituição Federal, haveria possibilidade de este transporte de passageiros ser realizado por motoristas que não sejam taxistas. Verificou-se preliminarmente, contudo, a inexistência de vedação constitucional sobre os serviços de transporte individual de passageiros. E, com base no artigo 182 da Constituição, que define as diretrizes da política urbana e da mobilidade urbana, os autores ratificam:

Pelo exame do referido dispositivo constata-se que a política de desenvolvimento urbano deve ser executada pelo Poder Público Municipal e que deve estar voltado para o desenvolvimento das funções sociais da sociedade e da garantia do bem-estar de seus habitantes. Assim, em nenhuma hipótese inviabiliza o transporte individual de passageiros. Analisando-se a Constituição, ainda é possível observar que, em seu art. 21, XX, que compete à União instituir diretrizes para o desenvolvimento

do transporte urbano e, nos termos do art. 22, IX, compete privativamente à União legislar sobre as diretrizes da política nacional de transportes. A partir destes poderes conferidos à União, o Poder Legislativo Federal fez uso desta prerrogativa e elaborou a Lei 12.468 de 2011 e a Lei 12.587 de 2012, sendo que a primeira regulamenta a atividade dos taxistas e a segunda institui as diretrizes da Política Nacional de Mobilidade Urbana.

Os autores concluem, então, que na Constituição não existe vedação ao transporte individual de passageiros. Conforme aponta Tschá (2016), o fato é que, diante dos pontos e opiniões apresentados no estudo, os motoristas da UBER atuam em uma lacuna legislativa, não prevista na Lei Federal 12.587 de 2012. Assim, o serviço da empresa deve ser caracterizado como transporte privado individual de passageiros, por conta de todas as especificidades apontadas, bem como das diferenças quanto ao serviço de transporte público individual de passageiros, o qual é prestado exclusivamente pelos taxistas. Como a Lei não define tal categoria de serviços, a atuação da empresa não pode ser considerada ilícita ou clandestina, visto que não há regulação específica, e, sendo assim, é preciso que seja preservado o princípio da autonomia da vontade no Estado brasileiro.

Prosseguindo com a análise da possibilidade de regularização do serviço de transporte individual de passageiros oferecido pela UBER e plataformas afins, esbarra-se nos princípios constitucionais da livre-iniciativa e da livre-concorrência.

O princípio da livre iniciativa é um dos fundamentos da República Federativa brasileira, previsto no art. 1º, IV, e no art. 170, caput, ambos da Constituição. Este princípio confere à iniciativa privada espaço de atuação na economia independente da atuação estatal. Ou seja, tem por objetivo garantir um desenvolvimento econômico saudável, livre de monopólios, ao passo que tutela o direito de inovar, criar investir e proporcionar à sociedade o direito de escolher os produtos e serviços que lhes forem mais convenientes (WISNIEWSKI e ESPOSITO, 2016, p. 68 apud FREITAS e PEREIRA, 2017, p. 1426).

Assim, do ponto de vista de Freitas e Pereira (2017, p. 1428), é possível afirmar que “a iniciativa da *startup* Uber possui respaldo constitucional, primeiramente, por não existir vedação constitucional aos serviços que se pretendem prestar, bem como, porque no Brasil são assegurados às empresas os princípios da livre iniciativa e da livre concorrência”.

Para prosseguir com a viabilidade de regularização do modelo de serviço prestado pelos aplicativos de transporte individual de passageiros, vale a pena destacar, do ponto de vista da exclusividade e das prerrogativas dos taxistas em relação ao transporte público individual de passageiros, e se um modelo teria vantagens sobre o outro. Neste sentido, Freitas e Pereira (2017, p. 1433) concluem que “embora os taxistas possuam alguns deveres e prerrogativas que os motoristas da Uber não possuem, pode-se observar de um modo geral que as prerrogativas oferecem, como regra, mais vantagens do que desvantagens aos taxistas, comparando-se com os ônus suportados pelos motoristas da Uber”. Os autores se basearam nos seguintes fatores para chegar a este conclusão:

1. Os taxistas recebem algumas prerrogativas pelo Poder Público para o exercício da sua profissão, fato que não se estende aos motoristas da Uber.
2. Os taxistas possuem isenções do pagamento de alguns impostos, como o IOF, o IPI, o ICMS e o IPVA, cujos fundamentos legais são destacados a seguir: a) IPI, cuja isenção decorre da Lei 8.989 de 1995; b) IOF, sendo a isenção concedida nas operações financeiras para a aquisição de automóveis, nos termos do art. 72 da Lei 8.383 de 1991; c) no Estado de São Paulo é possível observar a isenção de ICMS, nos termos do art. 88, do Anexo I, do Regulamento do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços e da Portaria CAT 68 de 2001 e d) no Estado de São Paulo observa-se que há isenção do IPVA nos termos do art. 13, IV, da Lei Estadual 13.296 de 2008.
3. Os taxistas usufruem da criação de pontos de táxi, nos quais poderão aguardar chamadas de seus clientes ou recebê-los em seus respectivos pontos, sem haver necessidade de ficar rodando a cidade em busca de clientes.
4. Em alguns municípios existe a denominada taxa de retorno, como se observa no Município de São Paulo, em que o art. 1º, §1º, I, do Decreto 52.066 de 2010 estabelece o “adicional de viagens metropolitanas: 50% (cinquenta por cento) no valor da corrida, a

ser cobrado no final do percurso, sobre o valor total marcado no taxímetro, se não houver retorno do passageiro”.

5. Na cidade de São Paulo é conferida aos taxistas a possibilidade de usar os corredores exclusivos de ônibus do sistema de transporte público, como se observa na Portaria nº 83 de 2016.

Mas os autores ressaltam também, que por outro lado, “os taxistas possuem alguns deveres que os motoristas da *startup* UBER não possuem, como o pagamento de taxa ao governo, sendo que um taxista deve pagar uma taxa ao Município e a licença anual. Ademais, os taxistas precisam fazer, a cada cinco anos um exame médico e psicotécnico no Detran” (FREITAS e PEREIRA, 2017, p. 1434).

Para além dos aspectos legais que cercam a questão da regulamentação da oferta de serviço de transporte individual de passageiros por aplicativo, que certamente são importantíssimos, tanto para usuários como para quem oferta o serviço, cabe ainda a reflexão sobre quais seriam os eventuais benefícios que a população em geral poderia obter, a partir da regulamentação do modelo. Segundo Freitas e Pereira (2017), essa discussão se daria a partir da Política Nacional de Mobilidade Urbana, nos termos do art. 5º, IV e IX, da Lei 12.587/2012, a qual está fundada nos princípios da eficiência, eficácia e efetividade na prestação de serviços de transporte urbano e de circulação urbana. Os autores verificaram que o CADE realizou alguns estudos acerca da entrada da UBER no mercado, os quais apontam para o fato de que a regulamentação do mercado de transporte privado individual de passageiros é benéfica para a sociedade, em especial por se permitir a competitividade, de modo que concluem que: “não há elementos econômicos que justifiquem a proibição de novos prestadores de serviços de transporte individual”. Segundo os autores, os estudos do CADE que serviram de base para a reflexão apontam que “elementos econômicos sugerem que, sob uma ótica concorrencial e do consumidor, a atuação de novos agentes tende a ser positiva”.

A principal razão para justificar a regulamentação do modelo estaria calcada na lógica da competitividade, o que é certamente benéfica para a população, isso porque quanto mais empresas estiverem prestando o serviço de oferta de transporte individual de passageiros, melhor a qualidade desse serviço. Freitas e Pereira (2017) citam um estudo realizado pelo *Technology Policy*

Institute, em que foi constatado que “os efeitos da competitividade entre UBER e táxi nas cidades de Nova Iorque e Chicago fizeram com que os táxis tenham aumentado a qualidade dos serviços e reduzido os preços praticados”.

Desse modo, verifica-se que, com base nas competências definidas na Constituição é que a União possui poder para regulamentar a atividade de transporte privado individual de passageiros, de tal forma que a atuação dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios limita-se à regulamentação dos interesses regionais ou locais, em conformidade com a lei a ser elaborada pela União (Freitas e Pereira, 2017).

4. METODOLOGIA

A partir de Marconi e Lakatos (2011), toda pesquisa geralmente possui duas características: um objetivo geral que abarca todas as questões que serão investigadas e completadas e outro mais específico, que abrange os diversos tipos de estudos e de investigações mais aprofundadas.

Necessariamente, toda pesquisa precisa basear-se em uma teoria, a qual necessita de um ponto de partida para a investigação com sucesso. Os planos da pesquisa são diferentes de acordo com sua finalidade e método utilizado para conceituar os diferentes dados que serão analisados. Para que se tenha credibilidade, é necessário apoiar-se em fatos já observados e, consequentemente, provados nos resultados da própria pesquisa. (MARCONI e LAKATOS, 2011).

Foi realizada revisão bibliográfica em bases de dados, como livros, teses, artigos e monografias previamente realizados, buscando identificar os temas de interesses. As palavras-chave utilizadas foram “Impacto Social”, “Mobilidade”, “Transporte” e “Uber”.

5. ANÁLISE DE DADOS E RESULTADOS

A Uber está provocando duas grandes transformações no setor de aluguel de carros. Primeiro, está eliminando vários custos de transação que têm atormentado o setor, particularmente os custos de busca, criando assim algo semelhante a um mercado livre para serviços de aluguel de carros. Em segundo lugar, está incentivando a integração vertical e horizontal do setor, que é altamente fragmentado em muitas cidades (CORRÊA, 2015).

5.1 A DESTRUÇÃO CRIATIVA NO TRABALHO

As cidades dos EUA começaram a regular os táxis na década de 1920 em resposta a uma percepção geral: os mercados foram inundados com táxis, o que levou a tarifas em queda, longas horas para motoristas, carros perigosos e indenização inadequada para vítimas de acidentes e nem todas as cidades responderam com regulamentações que são entendidas como uma barganha com os operadores (UBER TECHNOLOGIES, 2015). A entrada no mercado foi restrita e as tarifas foram regulamentadas, o que ajudou a garantir que os operadores pudessem ganhar a vida; em troca, os operadores tinham que seguir certos requisitos de segurança, seguro e serviço - e, mais tarde, regras de não discriminação (CARDOSO, 2014).

Certamente, esses regulamentos estavam longe de serem perfeitos. Em muitas cidades, as restrições à entrada acabaram criando rendas monopolistas para titulares e proprietários de medalhões, embora os motoristas lutassesem para ter uma vida decente (UBER TECHNOLOGIES, 2017). No entanto, os esforços de desregulamentação nas décadas de 1970 e 1980 fracassaram: como na década de 1920, a oferta subiu, mas a tarifa também subiu e o serviço recusado. Parte da explicação é que tanto os setores de táxi regulados quanto os desregulamentados sofrem com altos custos de busca (CORRÊA, 2015).

As pessoas têm dificuldade em encontrar táxis vazios quando necessário. Os táxis, portanto, tendem a se reunir em espaços de alta demanda, como aeroportos e hotéis. A desregulamentação certamente piorou isso. Desde que a oferta subiu, os motoristas de táxi tiveram incentivos ainda maiores para permanecer em áreas de alta demanda, e ainda assim tiveram que aumentar as tarifas para se manterem à tona (CARDOSO, 2014).

Os altos custos de busca e baixa oferta efetiva também podem reduzir a demanda por táxis de duas maneiras. Primeiro, se os consumidores tiverem dificuldade em encontrar táxis porque os táxis são escassos, eles tendem a não procurar em primeiro lugar (UBER TECHNOLOGIES, 2017). Segundo os altos custos de busca podem criar um ciclo vicioso para as cabines enviadas por telefone (CORRÊA, 2015).

Em algumas cidades, o resultado é que os táxis expedidos podem nunca chegar a ponto. O Uber basicamente erradicou os custos de busca. Em vez de ligar para um despachante e esperar, ou de pé na rua, os usuários podem chamar um carro de dentro de casa e observar seu progresso em direção à sua localização (UBER TECHNOLOGIES, 2015). Os motoristas também não podem aproveitar as tarifas pré-comprometidas umas das outras. Este é um benefício real para os consumidores que não gostam de longas esperas ou incertezas - o que é para dizer a todos. A Uber também pode aconselhar os motoristas sobre quando entrar e sair do mercado - por exemplo, incentivando os motoristas de meio período a trabalhar algumas horas nas noites de fim de semana (UBER TECHNOLOGIES, 2017).

O resultado é que a Uber pode estar criando o que antes parecia impossível: um mercado funcional para serviços de aluguel de carros que é governado em grande parte pela oferta e demanda. Naturalmente, isso não é inteiramente um mercado livre: a Uber é um intermediário crítico de definição de preços, e pode estar mantendo as tarifas artificialmente baixas, compensando os motoristas em parte de suas reservas de capital. Uma vez que a empresa assume maiores responsabilidades financeiras pela segurança, como certamente irá, os custos subirão, forçando a questão de onde realmente está o preço de fechamento do mercado (CARDOSO, 2014).

5.2 INTEGRANDO O SETOR

A Uber também é extremamente importante por outro motivo que tem recebido pouca atenção: está incentivando a integração vertical e horizontal no setor de aluguel de carros (UBER TECHNOLOGIES, 2017). Em Chicago, por exemplo, os proprietários de medalhões geralmente arrendam seus direitos operacionais às empresas de administração; as empresas de gestão, por sua vez, compram ou alugam carros e equipam-nas conforme exigido pelos regulamentos locais; os motoristas alugam esses carros de empresas de gestão semanalmente, diariamente ou até mesmo por hora (CORRÊA, 2015).

Outras cidades, como São Paulo, têm sistemas de licenciamento diferentes, mas qualquer sistema de licenciamento que não obrigue a operação do proprietário ou o emprego direto de motoristas incentivará uma fragmentação

vertical similar (UBER TECHNOLOGIES, 2015). As empresas de táxi vão racionalmente (e legalmente) alugar carros aos motoristas, em vez de雇用motoristas, a fim de evitar os custos associados ao emprego, que incluem leis de salário mínimo, desemprego e indenização trabalhista e possível sindicalização. A Uber está agora reduzindo essa fragmentação vertical, já que tem uma relação contratual direta com seus drivers. Também estão integrando o setor horizontalmente, à medida que ganha participação de mercado dentro das cidades (CARDOSO, 2014).

Enquanto isso, a empresa está compilando um banco de dados massivo de comportamento de motorista e passageiros. Esses dados são essenciais para as funções de definição de preço e de criação de mercado da Uber, mas seriam praticamente impossíveis de compilar em um setor fragmentado. Esses desenvolvimentos podem tornar relativamente simples garantir que a Uber cumpra a lei e faça sua parte no avanço das metas públicas. A razão é simples: como os acadêmicos documentaram, firmas grandes e sofisticadas podem detectar e erradicar violações legais internas - e de outra forma alterar o comportamento de funcionários e contratados - muito mais facilmente do que autoridades públicas ou advogados privados externos (CORRÊA, 2015). Legisladores e reguladores muitas vezes utilizam esses processos de auto-regulamentação para fins públicos, por exemplo, criando incentivos para que as empresas reforcem os esforços internos de *compliance* e treinamento (UBER TECHNOLOGIES, 2017).

Essa estratégia não funciona tão bem em setores fragmentados, compostos de muitas pequenas empresas, como o setor de táxi existente, já que as pequenas empresas geralmente têm muito menos capacidade reguladora interna. Porém, com sua vasta rede de motoristas e passageiros e suas montanhas de dados sobre seu comportamento, a Uber é um divisor de águas com capacidade de integrar o setor.

5.3 CUSTOS SOCIAIS E BENEFÍCIOS DA UBER

Compreender o modelo de negócios da Uber e essa transformação permite uma melhor avaliação dos custos e benefícios sociais da ascensão da Uber. Alguns desses benefícios são óbvios (CARDOSO, 2014). Como o Airbnb

e outras empresas de economia compartilhada, o Uber pode permitir um uso muito mais eficiente do capital e melhorar substancialmente o bem-estar do consumidor. Por exemplo, o Uber reduz o incentivo dos consumidores para comprar automóveis, quase certamente economizando dinheiro e reduzindo os danos ambientais. Como os consumidores compram menos carros, o Uber também abre a possibilidade de converter espaços de estacionamento em novos usos ecologicamente corretos (CORRÊA, 2015).

O Uber também pode reduzir a direção embriagada e outros acidentes. Todos estes são bens sociais importantes. Ao mesmo tempo, o Uber enfrentou críticas ao longo de pelo menos seis dimensões (UBER TECHNOLOGIES, 2015): primeiro, que está competindo injustamente com taxistas ao entrar em seu mercado sem seguir regulamentos ou horários de tarifas; segundo, que aspira a se tornar um monopólio; terceiro, que seus carros ou motoristas são inseguros ou subestimados; quarto, que pode invadir a privacidade dos clientes; quinto, que permite a discriminação por condutores e passageiros; e sexto, que está minando os padrões de trabalho dos taxistas e compensando mal os próprios motoristas (UBER TECHNOLOGIES, 2017).

Os dois primeiros argumentos podem ser tratados rapidamente, enquanto os outros são mais complicados. Em relação ao primeiro, parece inquestionável que o Uber pretende minar o serviço de táxi tradicional, e parece manifestamente injusto que taxistas e motoristas do Uber possam operar no mesmo mercado, sujeitos a regras diferentes (UBER TECHNOLOGIES, 2017).

Isso é especialmente verdadeiro na medida em que a Uber inunda o mercado com motoristas de meio período durante períodos de pico (CARDOSO, 2014). A Uber pode, portanto, cortar um caminho clássico para oonho de consumo de qualquer brasileiro: que taxistas possam subir na escada de renda, de motorista a piloto proprietário de seu próprio carro e, em seguida, para um proprietário de vários carros (CORRÊA, 2015). Ao mesmo tempo, proibir a Uber apenas por esse motivo pode apenas ratificar uma estrutura reguladora que muitas vezes leva a baixa oferta, mau serviço e má remuneração.

As questões discutidas abaixo, portanto, me parecem mais importantes para avaliar como o Uber e os táxis devem ser autorizados a competir. Em relação à segunda crítica, também parece claro que a Uber aspira a dominar o

setor de carona compartilhada, e talvez o setor de aluguel de carros de forma mais geral (UBER TECHNOLOGIES, 2015). Ela também quer se tornar uma empresa de logística líder. Poder excessivo de mercado em qualquer um desses setores poderia, é claro, ameaçar o bem-estar do consumidor. No entanto, seria um erro real regularizar a existência da Uber apenas com base nisso (LIMA, 2015).

Por um lado, como mencionado acima e explorado abaixo, uma maior integração horizontal e vertical pode trazer certos benefícios públicos. Além disso, não está claro se a posição da Uber no topo do setor de compartilhamento de viagens é estável. Enquanto o aplicativo do Uber é revolucionário, também é fácil de replicar (VASCONCELLOS, 2016). A Uber já enfrenta intensa concorrência da Lyft e de outras empresas de carona, competição que só deve se tornar mais intensa devido aos repetidos desastres de relações públicas da Uber. Enquanto o sucesso da Uber depende em parte dos efeitos de rede, mais ciclistas e motoristas possibilitam um mercado mais eficiente com os custos de mudança para ciclistas e condutores parecem ser mínimos (CORRÊA, 2015). O Uber pode se tornar o Myspace ou o Netscape do compartilhamento de caronas - ou seja, um pioneiro que não poderia manter sua posição no mercado. Preocupações sobre o monopólio, portanto, parecem prematuras.

5.4 SEGURANÇA

Outras preocupações são um pouco mais complicadas. Por exemplo, tribunais na Alemanha e nos Estados Unidos ordenaram alguns serviços da Uber por razões de segurança (CARDOSO, 2014).

Seu seguro pode não cobrir as perdas de sua família, e a cobertura comercial da Uber não estava em vigor na época, já que ele não estava pagando uma tarifa (FREITAS; PEREIRA, 2017).

No entanto, a segurança dificilmente será algo preocupante a longo prazo. É possível que alguns motoristas da Uber assaltem os passageiros, e a Uber compartilhará a responsabilidade moral e causal por tais ataques, uma vez que vincula motoristas e passageiros em primeiro lugar. Isso pode ser um argumento para verificações de antecedentes mais rigorosas nos motoristas, embora essas

verificações não sejam uma panaceia (VASCONCELLOS, 2016). Como a Comissão de Oportunidades Iguais de Emprego (EEOC, na sigla em inglês) enfatizou, as verificações de antecedentes têm um valor preditivo limitado e podem ter um impacto diferente sobre os motoristas das minorias. Mais geralmente, porém, não há indicação de que a lei criminal não deterá assaltos tão bem nos carros Uber quanto nos táxis (CORRÊA, 2015). Na verdade, a lei criminal pode funcionar muito melhor, já que qualquer passageiro que sofrer uma agressão por um motorista da Uber poderá realmente identificar seu motorista (UBER TECHNOLOGIES, 2015).

Não é assim num táxi de rua. Preocupações com carros inseguros ou condução insegura são, é claro, legítimas, mas a experiência de andar de táxi em muitas cidades dificilmente convida a confiança de que os taxistas ou os táxis são muito melhores. Talvez mais importante, há alguma razão para pensar que os problemas são dos motoristas Uber perigosos ou subestimados não serão auto corretos? Qualquer erupção de acidentes levará rapidamente à ira pública e exigirá regulamentação ou criará uma abertura para os concorrentes da Uber (UBER TECHNOLOGIES, 2015).

É claro que isso pode mudar se a empresa desaparecer da visão pública, já que seu perfil de mídia extremamente alto está garantindo que os consumidores saibam de cada passo em falso. Mas no médio prazo, a empresa tem incentivos para segurar seus motoristas, pelo menos enquanto transportam passageiros Uber (LIMA, 2015). Também tem incentivos para adotar uma legislação de comprometimento, como a aprovada recentemente em Washington, EUA, que legaliza o serviço, exigindo certas inspeções de segurança, níveis de seguro de responsabilidade e verificação de antecedentes dos motoristas (UBER TECHNOLOGIES, 2017).

5.5 PRIVACIDADE

O uso de dados de pilotos pelo Uber também despertou preocupação, especialmente após a ampla cobertura de seu possível plano de espionar jornalistas. O New York Times publicou uma matéria dias depois que o plano foi identificado relatando que alguns usuários haviam deixado de usar o serviço como resultado (UBER TECHNOLOGIES, 2015). O medo é óbvio e garantido

(CARDOSO, 2014): dados da Uber sobre empresários, jornalistas, autoridades eleitas e outros poderiam ser usados para todos os tipos de propósitos impróprios, incluindo espionagem corporativa e manipulação de reguladores. Dada a abordagem de não-prisioneiros da empresa para concorrentes e críticos, isso não é exagero. Embora eu não seja um especialista em privacidade, suspeito que os problemas de privacidade também sejam amplamente auto corretos (CORRÊA, 2015).

Ao contrário do Facebook e do Google, a venda ou a exploração de dados de usuários não parece ser uma fonte importante de receita para a Uber. Os dados agregados são o que permite à Uber fazer seu mercado. Como resultado, as elites como jornalistas e empresários de risco deixarem de usar o Uber por medo de usar seus dados para fins desfavoráveis, a empresa parece muito propensa a recuar (FREITAS; PEREIRA, 2017). Não fazer isso criaria uma grande abertura para outros aplicativos de compartilhamento de passeio com menos bagagem (FERREIRA, 2017).

5.6 DISCRIMINAÇÃO

A discriminação parece ser um risco do modelo de feedback do motorista da Uber, que exige que os pilotos mantenham uma pontuação mínima ou sejam expulsos do serviço. Os passageiros podem dar críticas negativas aos condutores de minorias raciais, seja por viés implícito ou explícito (UBER TECHNOLOGIES, 2015). Os motoristas, por sua vez, podem ter menos probabilidade de pegar os passageiros se souberem que são minorias raciais e geralmente preferirem pegar ou deixar os clientes em bairros mais ricos. Mas é claro que o Uber não inventou a discriminação contra os passageiros. A discriminação dos taxistas contra os homens negros em particular é notória (CORRÊA, 2015).

Os táxis também se recusam regularmente a aceitar tarifas para os bairros pobres, mesmo quando isso é claramente ilegal (FREITAS; PEREIRA, 2017). De fato, os motoristas da Uber podem, em alguns casos, ter mais probabilidade de dirigir ou buscar em bairros pobres. A recusa em fazê-lo pode refletir sua dificuldade em encontrar tarifas de retorno (LIMA, 2015). O aplicativo de correspondência do Uber poderia atenuar esse problema. Mais importante, a

coleta de dados do Uber pode permitir que ele detenha ou impeça a discriminação por parte dos motoristas - o que é bastante difícil em uma indústria de táxi fraturada (CARDOSO, 2014). Se o Uber, em última análise, dá esse passo, dependerá em parte das respostas a duas questões legais limítrofes. Primeiro, os deveres exatos de Uber sob as leis federais e estaduais de direitos civis ainda não estão claros (FERREIRA, 2017).

Organizações de direitos dos deficientes argumentaram que a empresa é um serviço de táxi sob a Lei dos Americanos com Deficiência de 1990, por exemplo, e, portanto, deve fazer adaptações razoáveis para passageiros com deficiência. A Uber discorda, mas o Departamento de Justiça ficou do lado dos demandantes nesse caso. Segundo, se os motoristas da Uber não são funcionários da Uber, a responsabilidade indireta da empresa por discriminação por motoristas pode ser limitada - embora, conforme observou o Departamento de Justiça, enquanto uma entidade pode contratar seus serviços, ela não pode contratar suas responsabilidades (UBER TECHNOLOGIES, 2015).

Mesmo que os tribunais se alinhem com a empresa, no entanto, o Congresso ou legislaturas estaduais poderiam simplesmente esclarecer que as empresas de compartilhamento de caronas são acomodações públicas, responsabilizando-as se não tomarem medidas razoáveis para evitar a discriminação por parte dos motoristas quanto à deficiência e endereço residencial dos motoristas, implementando políticas internas contra tal discriminação, e desenvolvendo algoritmos para determinar quais motoristas regularmente recusam tarifas de passageiros de minorias (CORRÊA, 2015).

O EEOC e os procuradores estaduais também podem encorajar o Uber nesse caminho, mesmo que eles não possam pedir lá, e dada a visibilidade pública de Uber, normas antidiscriminatórias podem ter efeitos similares mesmo sem reformas legais (FERREIRA, 2017). As empresas de táxi tradicionais que não possuem o pool de dados e o perfil público do Uber são menos suscetíveis à pressão pública e menos capazes de implementar esses programas de conformidade (CARDOSO, 2014). O pool de dados do Uber também poderia ajudá-lo a erradicar ou corrigir a discriminação contra os motoristas por parte dos passageiros, o que, para ser justo, não é um problema óbvio no setor de táxi tradicional (UBER TECHNOLOGIES, 2015).

A lei federal proíbe a Uber de discriminar intencionalmente os motoristas com base na raça, mesmo que sejam contratados em vez de empregados. Demonstrar intenção não é fácil, especialmente se o Uber tomar medidas contra os motoristas com base no feedback enviesado dos clientes. Mas aqui novamente, um pequeno ajuste para a lei federal ou estadual poderia fazer muito trabalho. Isto não se aplica ao Uber, uma vez que os condutores não são empregadores de condutores (FREITAS; PEREIRA, 2017). Mas, como o Uber desempenha uma função semelhante na combinação de pilotos com motoristas, o Congresso ou as legislaturas estaduais poderiam revisar os estatutos de discriminação no emprego para classificar os serviços de compartilhamento de carona como agências de emprego (CORRÊA, 2015).

Mais uma vez, os reguladores também podem pressionar a empresa para garantir que seus padrões não tenham um impacto tão díspar em primeiro lugar, e as normas antidiscriminatórias podem ter um poderoso efeito disciplinador (LIMA, 2015). Há outro custo à espreita aqui que merece menção: o sistema de classificação da Uber pode exigir que motoristas e talvez até passageiros se envolvam no que tem sido chamado de "trabalho emocional" ou no trabalho de estabelecer "micro relacionamentos" que façam os clientes se sentirem bem (UBER TECHNOLOGIES, 2017).

Para ficar acima de uma certa classificação, os motoristas podem precisar ser amigáveis e talvez um pouco servis. Os motoristas de táxi, em comparação, podem se dar ao luxo de serem eles mesmos - o que pode envolver a liberação de sua frustração em longas horas e baixos salários (UBER TECHNOLOGIES, 2015). Esse tipo de trabalho emocional pode impor uma carga desigual às minorias raciais (FERREIRA, 2017). Os motoristas minoritários, para manter altos índices de audiência, podem precisar superar os preconceitos dos passageiros brancos, que podem envolver "trabalho de identidade" ou um esforço consciente para rastrear normas brancas da classe média.

Como argumentado, isso pode ser um prenúncio das coisas que estão por vir no mercado de trabalho de baixa remuneração. Argumentou-se que '*sharing economy*' empresas como a Uber mudam o risco das corporações para os trabalhadores, enfraquecem as proteções trabalhistas e diminuem os salários. Mas isso não é inteiramente exato (CORRÊA, 2015). Como mencionado acima,

esses padrões dificilmente são ideais para começar no Brasil. Em vez de "transferir" o risco para os trabalhadores, a Uber pode estar criando um novo mercado, com uma nova alocação de risco e recompensa (CARDOSO, 2014). Quanto os drivers de risco irão suportar e quais as recompensas que eles irão desfrutar, são questões muito abertas. Concedido, os primeiros sinais não são encorajadores para os trabalhadores (FREITAS; PEREIRA, 2017).

Por exemplo, a empresa geralmente atua unilateralmente em relação aos seus motoristas, mudando termos e condições à vontade, mesmo quando os motoristas investem em carros com base nas políticas da Uber. Também é objeto de ações judiciais alegando que enganou motoristas e o público ao declarar que 20% das gorjetas estavam embutidas em tarifas e argumentando que os motoristas da Uber são na verdade empregados e, portanto, elegíveis para reembolso de despesas relacionadas ao emprego, como gás e seguro (UBER TECHNOLOGIES, 2017).

O teste da maioria dos estatutos federais e estaduais de emprego é se o putativo empregador tem o direito de controlar o trabalho em questão. Os casos recentes mais análogos, nos quais os tribunais se separaram, envolvem condutores da FedEx. Aqueles que descobriram para os trabalhadores notaram, por exemplo, que a FedEx exige uniformes e outras vestimentas comerciais, que exige que os motoristas compareçam nas instalações de triagem em horários designados a cada dia e que eles precisam entregar pacotes todos os dias. Uber drivers são diferentes em cada aspecto. Eles usam seus próprios carros, não precisam usar uniformes e, o mais importante, trabalham em qualquer hora que desejarem (CORRÊA, 2015). Deixando de lado esses casos, a consolidação do setor pelo Uber pode criar oportunidades para que os motoristas imponham padrões melhores por meio de ações coletivas e que os reguladores garantam um tratamento decente dos motoristas (VASCONCELLOS, 2016).

Associações de motoristas do Uber já surgiram, chamando a atenção para as longas horas de trabalho, baixos salários e precariedade que eles enfrentam. Em resposta a uma paralisação da associação de São Paulo, a empresa recuou de um plano para exigir serviço UberBlack de alto nível para aceitar algumas tarifas de menor custo de seu serviço UberX mais barato. Alguns fatores sugerem que os motoristas podem continuar a vencer essas lutas. Os motoristas

da Uber são naturalmente experientes em tecnologia e podem se organizar de forma barata usando as mídias sociais e outras plataformas online (CARDOSO, 2014).

Empresas de compartilhamento de viagens também parecem estar competindo por motoristas (LIMA, 2015). A Gett, por exemplo, começou a garantir salários mais altos como meio de recrutamento, indicando que os motoristas já desfrutam de uma boa quantidade de poder de barganha. A consolidação do Uber e a liderança do setor também o tornam um alvo natural para os trabalhadores, uma vez que ele pode mudar seus salários por decreto (UBER TECHNOLOGIES, 2015).

Forçar a mudança no setor de táxi é, sem dúvida, muito mais difícil, pelo menos em cidades com propriedade dispersa de licenças e múltiplos intermediários contratuais. Mas alguns outros fatores sugerem menos motivos para otimismo. Os motoristas do Uber provavelmente não possuem os tipos de laços comunitários que frequentemente permitem a organização do trabalhador. Eles não se reúnem em um local de despacho central e muitos trabalham meio período e dificilmente conhecem outros motoristas (UBER TECHNOLOGIES, 2015).

Motoristas que falam em greve também correm enormes riscos. Supondo que sejam contratados independentes, a Uber poderia legalmente retaliar contra motoristas por greve de acordo com a lei trabalhista federal. Embora o Uber tenha se comprometido a não fazê-lo, ele é restrinido em grande parte pela opinião pública, que é notoriamente mercurial em relação a questões trabalhistas (CORRÊA, 2015).

O Uber também poderia implantar paus em vez de cenouras. Pode, por exemplo, inserir uma cláusula incompleta em seus contratos de motorista, proibindo assim os motoristas de trabalhar para outras empresas de compartilhamento de caronas (VASCONCELLOS, 2016). Embora essas cláusulas sejam difíceis de serem aplicadas em alguns países, incluindo no Brasil, como em São Paulo, outros países as aplicam até contra contratados independentes. Isso pode impedir os motoristas de saírem da Uber, independentemente da aplicabilidade.

A Uber também pode usar a possibilidade de mudar para carros sem motorista para impedir que os motoristas se organizem, e dado seu comportamento passado em relação aos adversários, há poucas razões para pensar que não o fará quando fatível. O último efeito do Uber nas normas de trabalho é, portanto, incerto (UBER TECHNOLOGIES, 2015). Se a sua quota de mercado e rede continuarem a crescer, e a sua aplicação permitir que os condutores tenham passageiros em vez de carros vazios a maior parte do tempo, poderá pagar bem os condutores, ao mesmo tempo que mantém os custos baixos (UBER TECHNOLOGIES, 2015). Ou pode reduzir o pagamento do motorista, ou até mesmo reduzir totalmente os motoristas, especialmente se a concorrência de preços de outros serviços de compartilhamento de carona esquentar. Como acontece com a maioria das questões trabalhistas, o cenário que se desenrola será determinado tanto pela política quanto pela economia (CORRÊA, 2015).

5.7 UBER E O FUTURO DO TRABALHO DE BAIXO SALÁRIO

É aqui que a ascensão de Uber começa a ter implicações perturbadoras (VASCONCELLOS, 2016). Depois que os empregos dos motoristas de compartilhamento de carona são eliminados, o que acontece com os motoristas de entrega de mala direta e pacotes que o Uber também espera deslocar? O que acontece com os trabalhadores de *fast food* deslocados como Uber ou alguma outra empresa de "Internet das coisas" oferece *fast food* sob demanda em carros sem motorista? Primeiro, uma sociedade comprometida com a liberdade e a igualdade pode não querer salvar tais empregos. Idealmente, os impressionantes ganhos de produtividade prometidos por novas tecnologias, como o Uber, poderiam reduzir a necessidade de trabalho da sociedade que está enfraquecendo o espírito humano (CARDOSO, 2014).

Mas sem mudanças de longo alcance em nossa rede de segurança social, isso tornaria dezenas de milhões de pessoas destituídas (UBER TECHNOLOGIES, 2015). Preocupa-se com o fato de que tal crise no mercado de trabalho de baixa remuneração esteja próxima no horizonte e que a sociedade não esteja preparada para lidar com isso (CORRÊA, 2015). Em segundo lugar, suspeito que a demanda do consumidor, e não os compromissos com a liberdade

e a igualdade, acabará determinando quais empregos com baixos salários serão economizados, com tarefas domésticas realizadas apenas quando os consumidores preferirem não lidar com máquinas.

5.8 RESUMO DOS PRINCIPAIS *PLAYERS* DA RMSP

A RMSP possui inúmeros players dentre os quais destacamos Uber, Cabify e 99.

Na imagem abaixo é possível ver um resumo de quais os principais diferenciais das empresas e seus serviços oferecidos na RMSP.

UBER	99	CABIFY	OUTROS
✓ Empresa norte-americana fundada em 2009	✓ Empresa brasileira (capital Chinês 2017) fundada em 2013	✓ Empresa espanhola fundada em 2011	 
✓ Mundialmente reconhecida, atua em 72 países	✓ Como 99 atua somente no Brasil, como Didi atua na China e também no México	✓ Forte na Europa (Espanha e Portugal), atua em 13 países	 
✓ UberEats, UberBike e Carro autônomo	✓ Mesmo app pode pedir um carro P2P ou um Táxi	✓ EasyTáxi, Movo, Glovo e Lana (Maxi Mobility)	
Serviços na RMSP			
✓ UberPool (Uber Juntos), UberX, UberSelect, UberBlack, UberBag	✓ 99POP, 99TÁXIS, 99TOP	✓ Essential, Exclusive, Táxi Preto, Cabify	
✓ Atua em toda a RMSP	✓ Atua em toda a RMSP	✓ Centro Expandido SP	
✓ Débito, Crédito, Paypal e Dinheiro	✓ Débito, Crédito, Paypal e Dinheiro	✓ Crédito e PayPal	
✓ Uber Business	✓ 99CORP	✓ Cabify Empresas	

Figura 4 – Quadro comparativo dos principais *players* da RMSP

Fonte: Elaborado pelo autor

A Uber na RMSP oferece 5 categorias:

- UberPool: passa a se chamar UberJuntos, um serviço de viagens onde a empresa direciona o mesmo veículo para passageiros que tem pontos de origem e destino semelhantes, com isso, a viagem compartilhada é muito mais econômica;
- UberX: categoria mais econômica sem compartilhamento de viagens com veículos populares;
- UberSelect: categoria intermediária com veículos mais novos e com um modelo sedan;
- UberBlack: categoria executiva com veículos sedans ou utilitários pretos mais novos e com requisitos mais luxuosos como banco de couro e ar condicionado;

- UberBag: categoria de utilitários para transportar grande quantidade de coisas, como malas, por exemplo, inclusive por isso é bastante solicitado em regiões como aeroportos e hotéis.

Além disso, a Uber atua em toda a RMSP, salvo algumas regiões consideradas de risco aos motoristas. A Uber também conta com um serviço para empresas chamado Uber Business onde pode faturar para empresas e cobra uma taxa sobre este serviço.

A 99 foi a primeira empresa no Brasil a unir os serviços de táxi e *P2P* em um mesmo aplicativo. Na RMSP oferece três tipos de serviço:

- 99POP: serviço *P2P* sem diferenciação de veículos;
- 99TÁXI: serviço de táxi sem diferenciação de veículos;
- 99TOP: serviço de táxi de luxos e pretos.

A 99 também atua em toda a RMSP.

Além disso, possui um serviço para empresas chamado 99COP. Possui uma plataforma muito eficiente para controle de gastos e usuários das empresas, e entende que esse é um modelo importantíssimo para gerar receita, por isso, tem investido forte com altas taxas de desconto para esse serviço.

A Cabify não atua na em toda a RMSP, hoje, está concentrada no centro expandido da cidade de São Paulo. Oferece os seguintes serviços:

- Cabify Essential: serviço mais econômico oferecido pela empresa, com carros com até 5 anos de uso, taxa de 25% para o motorista.
- Cabify Exclusive: serviço premium com carros sedans de luxo, atua em uma área limitada de cidade de São Paulo (Pinheiros, Itaim Bibi, Vila Olímpia e Jardins) com uma taxa de 20% para o motorista.
- Táxi Preto: serviço de táxi de luxos e pretos (semelhante ao 99TOP).
- Cabifly: serviço de viagens de helicópteros na cidade de São Paulo em parceria com a empresa *Voom*.

A empresa também possui uma versão corporativa chamada Cabify Empresas. A empresa ainda não cobra taxas pela utilização dos serviços e além disso oferece vários tipos de pagamento: pagamento individual por funcionários

através de um cartão de crédito, fatura para empresas que pagam com um cartão corporativo e também faturam podendo pagar por transferência bancária.

Há alguns outros serviços em São Paulo que podem ser considerados de *ridesharing P2P*:

- LadyDrive: serviço *P2P* onde há somente motoristas e passageiras mulheres.
- 4Movce: serviço *P2P* com um foco nos motoristas com diversos benefícios para adquirir novos.
- Blablacar: serviço de caronas, em geral, para percursos mais longos (intermunicipais).
- Waze Carpool: serviço de caronas, em geral, para percursos rotineiros e mais curtos.
- Moobie: plataforma que conecta pessoas que alugam o próprio carro e pessoas interessadas em alugar, um serviço de *car rent P2P*.

6. CONCLUSÃO

Alguns trabalhadores precisarão imitar as normas de sociabilidade de classe média, outras para diferir para os clientes. Os trabalhadores "contratados" através do *Task Rabbit* e outras plataformas de economia de compartilhamento podem enfrentar incentivos semelhantes para se envolver em trabalho emocional, já que essas plataformas exigem que os trabalhadores mantenham uma certa classificação de feedback. O futuro é ainda mais incerto quando vemos a possibilidade de que o motorista, humano, não esteja mais nesse jogo.

Para garantir que o modelo funcione corretamente é importante regulamenta-lo, definir direitos e deveres, que sejam debatidos pela sociedade e que se mantenham em um meio termo entre lucro e bem-estar de ambas as partes. É importante reforçar que regulamentar não é proibir, mas garantir regras básicas para o funcionamento de tal modelo de negócio. Isso ajudará no processo de criação de novas integrações e desenvolvimento de modelos ainda mais sofisticados que levem em conta também o bem-estar social.

A empresa, juntamente com outras do setor, também contribui para uma melhora na qualidade dos serviços, tornando-se uma facilitadora no dia-a-dia da mobilidade urbana de grandes cidades, principalmente em grandes centros econômicos de países subdesenvolvidos, como a cidade de São Paulo. Outro ponto importante é a quantidade de informação gerada através da plataforma, principais pontos de gargalo das cidades, comportamento do trânsito e controle de tráfego.

Por fim, a evolução tecnológica continua transformando a vidas das pessoas, como elas se relacionam, suas ligações com suas atividades remuneradas e principalmente, como elas se locomovem.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, Marcos C.C.de. **Os custos dos congestionamentos na cidade de São Paulo.** 2013. Disponível em www.marcoscintra.org/adm/doc/Custo_Transito.pdf.

BARBOSA, A.Silva *et al.* **Ridesharing:** os impactos nos caminhos da Grande São Paulo. XX SEMEAD – Seminários em Administração. Nov.2017. ISSN 2177-3866

CARDOSO, Ana Luíza. **UBER, o aplicativo que enfurece os motoristas: o serviço para chamar motoristas particulares no mundo chega ao Brasil.** Revista Época. Editora Globo. Publicado em 22 de Julho de 2014. Disponível em <https://epoca.globo.com/vida/vida-util/tecnologia/noticia/2014/07/buber-o-aplicativob-que-enfurece-os-taxistas.html>. Acesso em: 05 out. 2018.

CORRÊA, Alessandra. **UBER: Conheça as polêmicas globais e onde já foi regulamentado.** BBC Brasil. Publicado em 12 de Agosto de 2015. Disponível em http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/08/150812_uber_regulamentacao_pai_ac. Acesso em: 05 out. 2018.

DAMIANI, Amélia Luísa. **A urbanização crítica na metrópole de São Paulo a partir de fundamentos da geografia urbana.** Revista da ANPEGE. V.5, 2009.

DECRETO Nº 56.981 DA CIDADE DE SÃO PAULO - 10 de maio de 2016.

DUSI, Luiza de Alencar. **O uso de aplicativos para smartphone no transporte individual:** 99Taxis e Uber. Monografia de final de curso. Curso de Engenharia Civil. Universidade de Brasília, 2016, 104p.

ESTEVES, Luiz Alberto. **Rivalidade após entrada:** o impacto imediato do aplicativo Uber sobre as corridas de táxi porta-a-porta. Documentos de trabalho 003/2015. Conselho Administrativo de Defesa Econômica ou do Ministério da Justiça, Brasília – CADE – dez.2015.

FERREIRA, José S.; ALVES, Mariene A.; AQUINO, Mayara L.; RODRIGUES, Luzia C.; DUARTE, Francisco R. **O Aplicativo Uber é uma tendência nas pequenas cidades como nova opção de Mobilidade Urbana.** Id on Line Revista Multidisciplinar e de Psicologia, 2017, vol.11, n.37, p. 348-359. ISSN: 1981-1179.

FREITAS, P. H. de S., PEREIRA, R. U. **A regulamentação dos serviços prestados pela Startup Uber no Brasil:** o transporte privado individual de passageiros em conformidade com os preceitos de acessibilidade de um estado democrático. Revista de Direito da Cidade. vol. 09, nº 4. 2017. ISSN 2317-7721. DOI: 10.12957/rdc.2017.28619

HADDAD, Eduardo A., VIEIRA, Renato S. **Mobilidad e, acessibilidade e produtividade:** nota sobre a valoração econômica do tempo de viagem na região metropolitana de São Paulo. TD Neureus 08-2015, São Paulo, 2015.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LIMA, Denilso de. **O que é uber? O que significa uber?** Disponível em: <http://www.inglesnapontadalingua.com.br/2015/07/o-que-e-uber-o-que-significa-uber.html>. Acesso em: 30 set. 2018.

TSCHÁ, Mateos Kruchelski. A (I) **Legalidade Do Aplicativo Uber**. Monografia do Curso de Graduação em Direito. Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016, 55p.

UBER TECHNOLOGIES INC. **A história da Uber**. (2017). Disponível em: <https://www.uber.com/pt-BR/our-story/>. Acesso em: 05 out. 2018.

UBER TECHNOLOGIES INC. **Fatos e dados sobre a Uber**. (2015). Disponível em: <https://newsroom.uber.com/brazil/fatos-e-dados-sobre-a-uber/>. Acesso em 05 out. 2018.

VASCONCELLOS, Eduardo Alcântara de. **Mobilidade cotidiana, segregação urbana e exclusão**. In: BALBIM, Renato; KRAUSE, Cleandro; LINKE, Cláisse Cunha (orgs.). Cidade e movimento: mobilidades e interações no desenvolvimento urbano. Brasília: Ipea: ITDP, 2016. 326 p.

Sites de internet:

<https://infograficos.gazetadopovo.com.br/transporte/uber-99-ou-cabify-veja-qual-o-melhor-app-de-transporte-para-voce/> Acesso em 17.06.2018