

ADOÇÃO DE SERVIÇOS DE CARONA SOLIDÁRIA: ANÁLISE DOS MOTIVADORES E BARREIRAS ENTRE USUÁRIOS URBANOS

ADOPTION OF CARPOOLING SERVICES:
ANALYSIS OF MOTIVATORS AND BARRIERS AMONG URBAN USERS

Éder Wilian de Macedo Siqueira

Graduado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Campina Grande - UFCG (Campina Grande/Brasil).
Mestrando pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE (Caruaru/Brasil).
E-mail: eder.wilian@ufpe.br

Shyrleide Leite Menezes Maciel

Especialista em finanças e controladoria pela Universidade de São Paulo - USP (São Paulo/Brasil).
Mestranda pela Universidade Federal de Pernambuco - UFPE (Caruaru/Brasil).
E-mail: shyrleide.mmaciell@ufpe.br

Nelsio Rodrigues de Abreu

Doutor em Administração pela Universidade Federal de Lavras - UFLA (Lavras/Brasil).
Professor no Programa de Pós-Graduação em Administração - PPGA (Lavras/Brasil) e no Programa de Pós-Graduação em
Gestão, Inovação e Consumo - PPGIC (Caruaru/Brasil).
E-mail: nelsio@gmail.com

Eliana Andréa Severo

Pós-Doutora em Administração pela Universidade de Caxias do Sul, UCS (Caxias do Sul/Brasil).
Professora Permanente do Programa de Pós-Graduação em Administração - PROPAD (Recife/Brasil).
E-mail: eliana.severo@ufpe.br

Recebido em: 9 de junho de 2025
Aprovado em: 11 de agosto de 2025
Sistema de Avaliação: Double Blind Review
RGD | v. 22 | n. 2 | p. 83-99 | jul./dez. 2025
DOI: <https://doi.org/10.25112/rgd.v22i2.4150>

RESUMO

A carona solidária é uma alternativa ecologicamente responsável que utiliza plataformas digitais para otimizar recursos e oferecer benefícios econômicos, sociais e ambientais na mobilidade urbana. Este estudo teve como objetivo verificar os motivos e barreiras para a adoção de serviços de carona solidária entre usuários e não usuários urbanos, analisando o comportamento dos fatores demográficos. Utilizou uma abordagem quantitativa e descritiva, com uma amostra de 51 respondentes selecionados por amostragem bola de neve. Os dados foram coletados por um questionário online na plataforma *Google Forms* e analisados com técnicas de estatística descritiva no *MS Excel*. A pesquisa demonstrou que o gênero, especialmente as mulheres, influencia a adoção do serviço. Barreiras como preconceito, falta de disponibilidade de carona e inconveniência no agendamento foram identificadas como moderadamente relevantes. Além disso, 22% dos respondentes relataram experiências negativas, como atrasos e cancelamentos. A falta de opções exclusivas para mulheres foi uma preocupação, e 86% sugeriram melhorias em segurança e comunicação. A sustentabilidade foi destacada por 64% dos usuários, principalmente entre as gerações mais jovens, sugerindo a necessidade de campanhas educativas. Sendo assim, conclui-se que o gênero e barreiras como segurança, disponibilidade e agendamento, influenciam a adoção da carona solidária. A pesquisa contribui para a compreensão dos fatores que influenciam a adoção de inovações na mobilidade urbana, enriquecendo a literatura sobre o comportamento de consumo de caronas solidárias no Brasil.

Palavras-chave: Adoção De Inovações. Carona Solidária. Mobilidade Urbana.

ABSTRACT

Carpooling is an environmentally responsible alternative that uses digital platforms to optimize resources and offer economic, social, and environmental benefits in urban mobility. This study aimed to identify the reasons and barriers to the adoption of carpooling services among urban users and non-users, analyzing the influence of demographic factors. A quantitative and descriptive approach was used, with a sample of 51 respondents selected through snowball sampling. Data were collected via an online questionnaire on the Google Forms platform and analyzed using descriptive statistics techniques in MS Excel. The research showed that gender, particularly women, influences the adoption of the service. Barriers such as prejudice, lack of available rides, and scheduling inconvenience were identified as moderately relevant. Additionally, 22% of respondents reported negative experiences, such as delays and cancellations. The lack of exclusive options for women was a concern, and 86% suggested improvements in safety and communication. Sustainability was highlighted by 64% of users, mainly among younger generations, suggesting the need for educational campaigns. Therefore, it is concluded that gender and barriers such as safety, availability, and scheduling influence the adoption of carpooling services. The research contributes to the understanding of factors influencing the adoption of innovations in urban mobility, enriching the literature on carpooling consumption behavior in Brazil.

Keywords: Adoption of Innovations. Carpooling. Urban Mobility.

1 INTRODUÇÃO

A economia do compartilhamento é um modelo transformador baseado no compartilhamento de recursos, serviços e habilidades, promovendo o uso eficiente de ativos e práticas sustentáveis, reduzindo a necessidade de propriedade (Bányai; Séra, 2023). Esse modelo ganhou força devido à ascensão das plataformas digitais e à evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), que facilitam a confiança entre os usuários (Acosta et al., 2022). Estudos apontam que a intenção de usar esses serviços está relacionada a normas subjetivas e atitudes sustentáveis (Rodrigues et al., 2024).

Iniciativas de carona, que envolvem o compartilhamento de custos entre motoristas e passageiros, são vistas como colaboração entre cidadãos, mas não são regulamentadas como transporte público (Sundfeld; Rosilho, 2020). No Brasil, essa modalidade tem recebido incentivo significativo, posicionando o país entre os líderes nesse segmento. Todavia, a prática do compartilhamento de carros enfrenta desafios críticos, como questões regulatórias, tensão entre dimensões relacional e comercial, e implicações trabalhistas e sociais, o que dificulta sua aceitação como categoria econômica legítima (Pedroni, 2019; Mont et al., 2020). A adoção pode ser afetada por barreiras percebidas e motivações pessoais, como limitações econômicas, tecnológicas e sociais (Turon, 2023a; 2023b).

No território brasileiro, a carona solidária enfrenta obstáculos como regulamentação inadequada, número limitado de plataformas, viabilidade financeira e necessidade de mudanças comportamentais dos usuários (Rodrigues et al., 2024). Barreiras práticas incluem a necessidade de reserva antecipada, dificuldade em localizar veículos compartilhados e altas necessidades de mobilidade, especialmente entre pessoas com filhos ou horários exigentes (Jain; Rose; Johnson, 2021; Diallo, 2023).

Entre os motivadores para o uso estão conveniência, acessibilidade, redução de custos em comparação com táxis e a sustentabilidade (Dinara; Savvas; Eleftherios, 2019; Bányai; Séra, 2023). A população jovem no Brasil tende a valorizar experiências em vez de propriedade e está mais disposta a usar carona solidária se perceber como financeiramente atraente, especialmente quando os custos são mais baixos que a posse de um veículo (Rodrigues et al., 2024).

Embora os serviços de carona solidária apresentem um grande potencial para aprimorar a mobilidade urbana e fomentar práticas de consumo sustentáveis no Brasil, os desafios e barreiras mencionados anteriormente ainda dificultam sua adoção em larga escala. Nesse contexto, é fundamental compreender como esses fatores influenciam as percepções e comportamentos dos consumidores e potenciais usuários urbanos brasileiros, a fim de otimizar a implementação e ampliação desse modelo de mobilidade.

Logo, frente ao exposto, este estudo tem como objetivo verificar os motivos e barreiras para a adoção de serviços de carona solidária entre usuários e não usuários urbanos, analisando o comportamento dos

fatores demográficos (como idade, gênero, renda, *etc.*) influenciam a sua percepção. Para tal, utilizou-se uma abordagem quantitativa descritiva e o método não probabilístico por conveniência bola de neve para distribuir o instrumento de coleta de dados elaborado na plataforma *online Google Forms* entre o público-alvo da pesquisa.

Esta análise é justificada pela falta de estudos brasileiros sobre o tema e sua relevância, visando preencher lacunas ao explorar motivações e obstáculos específicos no contexto nacional, relacionando características sociodemográficas com a adesão ou rejeição aos serviços de carona solidária. Ele também busca avançar na compreensão do comportamento de consumo nesse modelo de economia compartilhada. Ademais, pode ajudar empresas a desenvolver estratégias de *marketing* mais eficazes, melhorar a experiência do usuário e otimizar o design das plataformas. Assim, a pesquisa visa contribuir tanto para o avanço acadêmico quanto para a prática no campo da mobilidade urbana no Brasil.

Este estudo é composto, além desta introdução, por um capítulo de fundamentação teórica, que aborda o tema compartilhando o caminho: a carona solidária e a economia do compartilhamento. Em seguida, apresenta-se a metodologia da pesquisa, seguida pelo capítulo de resultados e análises, no qual são discutidos os achados deste estudo. Por fim, a conclusão sintetiza os principais pontos identificados, destacando as contribuições do trabalho, suas limitações e sugestões para pesquisas futuras.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 COMPARTILHANDO O CAMINHO: A CARONA SOLIDÁRIA E A ECONOMIA DO COMPARTILHAMENTO

A economia do compartilhamento, consolidada globalmente a partir dos anos 2000, surgiu como resposta a mudanças econômicas pós-crise de 2008, avanços tecnológicos e preferências dos consumidores por acesso em vez de posse (Rojanakit; Oliveira; Dulleck, 2022; Bányai; Séra, 2023). Esse modelo utiliza a tecnologia da informação e comunicação (TIC) por meio de plataformas colaborativas para o compartilhamento de recursos (Valant, 2016).

Trata-se de um modelo *peer-to-peer*, facilitado por plataformas digitais, que maximiza o uso de ativos subutilizados, como bens e serviços, ao invés de possuí-los diretamente (Borcuch, 2016; Bányai; Séra, 2023). Oferece alternativas sustentáveis aos modelos tradicionais de consumo, como aluguel e troca (Bastone et al., 2024). Impulsionada por fatores sociais, econômicos e tecnológicos, promove soluções sustentáveis frente à crescente demanda por recursos naturais e permite a monetização de ativos subutilizados, como carros e imóveis (Borcuch, 2016; Bányai; Séra, 2023; Diallo, 2023).

A evolução tecnológica e as TICs facilitaram o consumo colaborativo, permitindo transações mais eficientes e acessíveis, como as de mobilidade (Hamari; Sjöklint; Ukkonen, 2016). As motivações para a participação variam entre prazer percebido, recompensas econômicas e preocupações com a sustentabilidade, alinhando-se às preferências dos consumidores por sustentabilidade e engajamento comunitário (Rojanakit; Oliveira; Dulleck, 2022; Diallo, 2023).

A economia compartilhada impacta principalmente a mobilidade urbana (Rojanakit; Oliveira; Dulleck, 2022). A carona solidária se destaca nesse contexto, sendo uma prática significativa no setor de mobilidade urbana, com potencial impacto econômico, ambiental e social (Turon, 2023b). O compartilhamento de viagens ocorre por plataformas organizadas ou espontaneamente, facilitando a coordenação de viagens (Cordeiro, 2017).

Plataformas como *Uber* e *Lyft* conectam motoristas e passageiros por meio de aplicativos móveis, oferecendo alternativas econômicas e oportunidades de trabalho flexíveis, além de simplificar a organização das viagens (Borcuch, 2016; Dinara; Savvas; Eleftherios, 2019). O uso de plataformas digitais facilita o processo de compartilhamento de caronas e promove benefícios econômicos, além de interações sociais (Santa; Ciunova; Palamidovska-Sterjadovska, 2023). Redes sociais como *Facebook* e *WhatsApp* também são usadas para arranjos espontâneos, destacando benefícios econômicos e sociais (Santa; Ciunova; Palamidovska-Sterjadovska, 2023). O *BlaBlaCar*, como plataforma de compartilhamento de caronas de longa distância, permite um uso mais eficiente dos recursos, preenchendo assentos vazios e criando uma comunidade entre os usuários (Resende; Cuzzuol, 2019).

A adoção da carona solidária é influenciada por motivadores como redução de custos (Frenken; Schor, 2017), facilidade e praticidade (Hwang; Griffiths, 2017), socialização e colaboração (Hamari; Sjöklint; Ukkonen, 2016), e consciência ecológica (Mont et al., 2020). As barreiras incluem falta de flexibilidade (Jain; Rose; Johnson, 2021), desconforto social e falta de privacidade (Tussyadiah, 2015), e desgaste do bem compartilhado (Frenken; Schor, 2017).

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para alcançar os objetivos propostos, este estudo adota uma abordagem quantitativa e descritiva para entender as barreiras e motivadores do uso de caronas solidárias, observando as percepções de usuários e não usuários. A pesquisa busca quantificar características de uma população, oferecendo uma visão geral dos aspectos envolvidos, sem explorar relações causais.

A população-alvo é composta por indivíduos que utilizam ou não caronas solidárias no Brasil. Foi utilizada a amostragem não probabilística bola de neve, eficaz para acessar grupos difíceis de alcançar.

O instrumento de coleta foi um questionário *online* na plataforma *Google Forms*, dividido em seis seções: apresentação da pesquisa, conhecimento e uso, motivos para adoção, barreiras para adoção, percepção e sugestões, e informações demográficas.

O questionário continha perguntas estimuladas, uma escala *Likert* de 1 a 5 nas seções de motivos e barreiras, e perguntas espontâneas nas seções de percepção. A primeira seção abordava os objetivos da pesquisa e garantia a confidencialidade dos participantes, solicitando seu consentimento.

A coleta de dados ocorreu entre 20 de agosto e 15 de outubro de 2024, com o envio do *link* do questionário para mais de 20 grupos no *Facebook*. Foram obtidas 51 respostas. Os dados foram analisados com técnicas de estatística descritiva no *MS Excel*, focando na interpretação dos fatores que influenciam o uso de caronas solidárias.

4 ANÁLISE DOS DADOS

4.1 PERFIL DEMOGRÁFICO

Este tópico detalha as características demográficas dos respondentes, fornecendo uma visão sobre fatores que influenciam a adoção de serviços de carona solidária. A maioria dos respondentes é jovem (18 a 44 anos), representando 83% do total, com destaque para a faixa de 35 a 44 anos. Faixas etárias mais altas (45 anos ou mais) têm menor representatividade. Isso sugere que os serviços são mais atraentes para essas faixas etárias. Alinhando-se com as pesquisas de Mont et al. (2020), Santos et al. (2019) e Silva Andrade e Maia (2019), que indicam que os mais jovens têm maior propensão a utilizar caronas solidárias devido a fatores psicossociais como consciência ecológica e responsabilidade social. Pode-se ainda inferir que outros fatores que podem estimular os mais jovens a utilizarem esse meio de transporte podem estar relacionados à redução de custos, facilidade e praticidade.

Além disso, o estudo constatou que 61% dos respondentes são mulheres, 69% têm ensino superior completo e 94% residem em áreas urbanas, dessa forma, percebe-se que o gênero feminino e a educação superior estão associados ao uso de carona solidária. Quanto à renda, 46% dos respondentes estão na faixa de até R\$ 3.000,00, o que confirma os estudos de Frenken e Schor (2017) e Olsson, Maier e Friman (2019), que sugerem que a renda tem uma relação fraca com o uso de carona solidária, mas que seus benefícios econômicos são mais atraentes para pessoas de baixa renda.

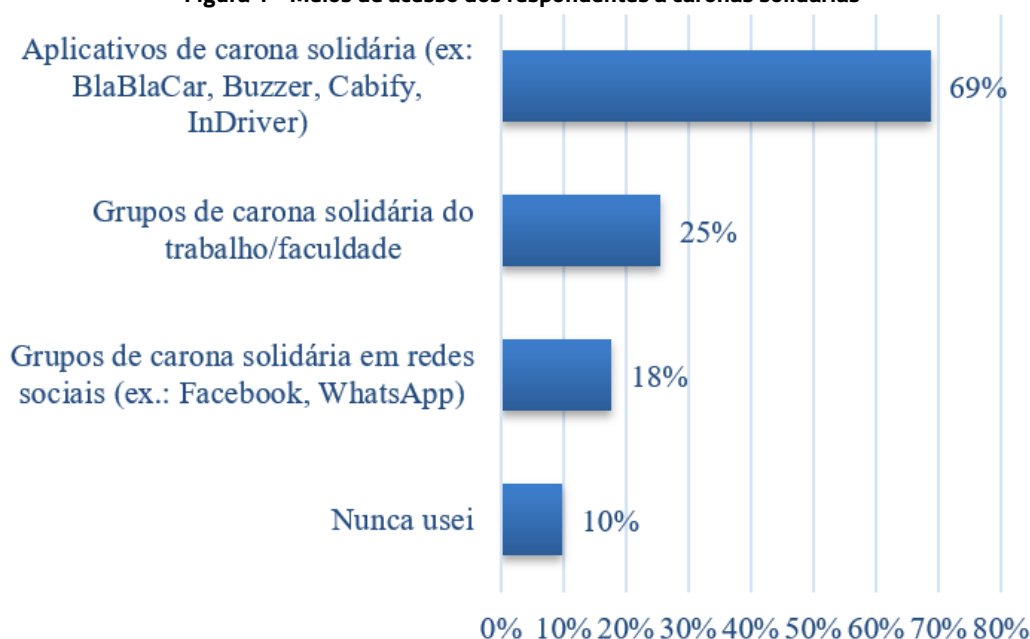
Em relação à profissão, 24% dos respondentes são empreendedores ou gestores e 22% são estudantes, indicando uma demanda significativa de profissionais autônomos e estudantes por soluções de mobilidade. A menor representação de profissionais da tecnologia da informação (TI) (6%) e funcionários

públicos (4%) sugere que abordagens diferenciadas podem ser necessárias para aumentar a adoção entre esses grupos. O acesso à *Internet* também é relevante: 94% dos respondentes usam *WiFi* doméstico e 55% utilizam dados móveis, o que favorece a conveniência e a mobilidade do serviço. Métodos menos comuns, como o acesso via computador de casa (12%) ou *WiFi* de terceiros (27%), destacam a importância de pontos de acesso públicos.

4.2 CONHECIMENTO E USO DE SERVIÇOS DE CARONA SOLIDÁRIA

Este tópico analisa o nível de familiaridade dos consumidores com os serviços de carona solidária, bem como a frequência e os contextos de uso, oferecendo um panorama da adoção desses serviços. A pesquisa buscou entender se os respondentes conheciam o conceito de Carona Solidária, se já haviam utilizado esse meio de transporte e qual tipo. Os resultados indicaram que 71% dos 51 respondentes estavam familiarizados com o conceito, e 67% já haviam utilizado algum serviço de carona solidária, sendo os aplicativos a forma mais recorrente, conforme ilustrado na Figura 1.

Figura 1 - Meios de acesso dos respondentes a caronas solidárias



Fonte: Elaborados pelos autores (2025).

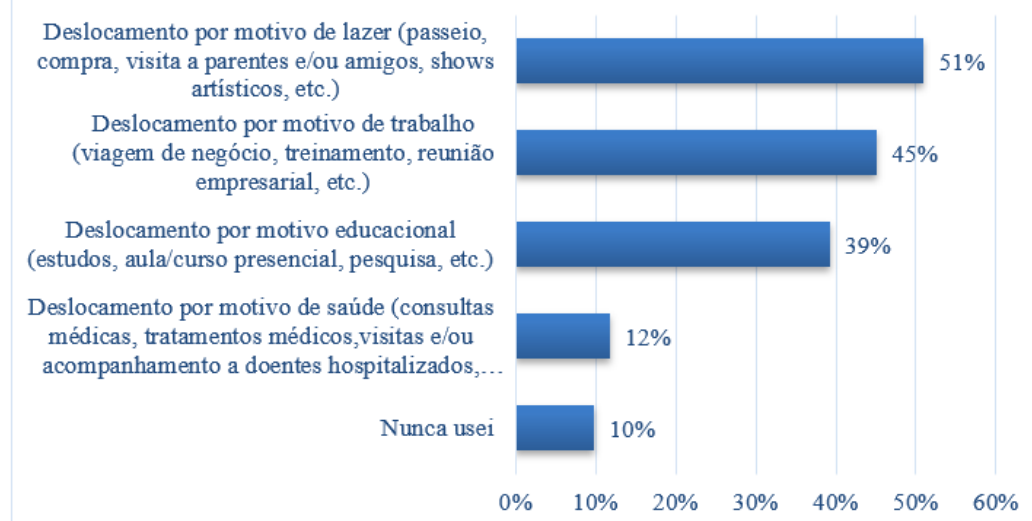
Apesar do conhecimento do conceito de carona solidária ser importante para sua adoção, conforme Carrese et al. (2017), nem todos os respondentes estão familiarizados com ele, sendo 29% desconhecendo ou tendo dúvidas sobre o conceito. A experiência de uso também segue essa tendência, com 33% dos

respondentes não utilizando aplicativos de carona solidária, embora esses sejam a alternativa mais comum entre os que adotaram o serviço.

Em relação ao contexto de uso, a maioria dos deslocamentos ocorre dentro do mesmo estado, alinhando-se aos achados de Maulana et al. (2022), que apontam que serviços como *Blablacar* e *Buser* estão substituindo o transporte tradicional, devido a sua competitividade financeira e menor tempo de viagem, especialmente em viagens entre municípios.

As principais motivações de deslocamento para utilizar caronas solidárias são o Lazer (51%) e o Trabalho (45%), sugerindo que a maioria dos deslocamentos por motivo de lazer tende a ocorrer dentro da cidade ou entre municípios do mesmo estado por frequentemente serem viagens curtas ou médias. Em contra partida, os deslocamentos por trabalho geralmente ocorrem entre municípios do mesmo estado, mas também são comuns entre municípios de estados diferentes e entre empreendedores/gestores e estudantes, indicando que viagens de negócios podem exigir deslocamentos mais longos e que esses grupos provavelmente valorizam a flexibilidade e a economia proporcionada por essas caronas. Conforme indicado na Figura 2.

Figura 2 - Uso de carona solidária pelos respondentes de acordo com as suas motivações de deslocamento



Fonte: Elaborados pelos autores (2025).

Todavia, destaca-se que 49% dos respondentes afirmam que raramente utilizam esses serviços ou o fazem mensalmente (20%), sinalizando que seu uso não é realizado de forma regular e podendo indicar que, apesar de conhecerem e terem utilizado os serviços, há a possibilidade de não o fazerem de forma contínua devido a outras alternativas de transporte ou a necessidades específicas de deslocamento. Portanto, abstrai-se dos dados apresentados, então, que os respondentes têm um bom

nível de familiaridade e utilização dos serviços de carona solidária, principalmente para deslocamentos por motivos de lazer e trabalho, e que a preferência por viagens intermunicipais é facilitada pelo uso de aplicativos de carona solidária. No entanto, a utilização desses serviços não é muito frequente, sugerindo que, apesar da familiaridade, eles são usados de forma esporádica.

4.3 MOTIVOS E BARREIRAS PARA A ADOÇÃO DE SERVIÇOS DE CARONA SOLIDÁRIA

Esta análise identifica os fatores que incentivam o uso de caronas solidárias, como conveniência, economia de custos e impactos ambientais positivos, e as barreiras, como preocupações com segurança, falta de informação e confiança no sistema, baseado nos estudos de Tussyadiah (2015), Frenken e Schor (2017) e Hwang e Griffiths (2017). Ao questionar sobre a importância desses motivadores em uma escala *Likert* de 1 a 5, os resultados são apresentados na Tabela 1.

Tabela 1 – Média e moda do grau de importância dos motivadores para o uso de carona solidária

	Redução de Custos	Benefícios Ambientais	Redução de Congestionamentos	Conhecer Novas Pessoas	Facilidade de Uso	Comodidade
Média Ponderada	4,08	2,59	2,76	1,90	3,37	3,43
Moda	Importante	Importância moderada	Importância moderada	Pouco Importante	Importância moderada	Importância moderada

Fonte: Elaborados pelos autores (2025).

Com base nos cálculos estatísticos utilizados, é possível extrair que a categoria Redução de Custos domina como o fator mais importante dentre as demais, o que pode indicar que os respondentes são sensíveis a questões financeiras e econômicas. Já as categorias benefícios ambientais, redução de congestionamento, facilidade de uso e comodidade são consideradas moderadamente importantes, sugerindo que a maioria dos respondentes vê essas questões como relevantes.

Contudo, as duas primeiras possuem média ponderada menor que 3, sinalizando uma certa preocupação com sustentabilidade e mobilidade urbana, confirmando os achados do estudo de Mont et al. (2020) sobre a influência da sustentabilidade ambiental, da consciência ecológica e da responsabilidade social como motivadores do uso de caronas solidárias como solução de mobilidade urbana. Enquanto isso, as duas últimas possuem média ponderada maior que 3, indicando que elas são vistas mais como atributos complementares do que críticos na tomada de decisão pelo uso ou não de carona solidária se comparadas com a categoria Redução de Custos.

Por fim, a categoria conhecer novas pessoas foi classificada como de pouco importante possivelmente por não ser percebida como algo diretamente ligado aos benefícios principais do tema avaliado, indo de

encontro ao que afirmam Hamari, Sjöklint e Ukkonen (2016) sobre o uso da carona solidária como meio para socialização e colaboração. Em sequência, perguntou-se se existia algum outro motivador importante que não foi listado, surgindo como resposta a falta de opção de meios de transporte convencionais para determinados destinos.

Também foi perguntado como determinadas características (segurança do serviço, facilidade no agendamento, reputação do prestador do serviço, custo do serviço e experiências de outros usuários) influenciavam na tomada de decisão dos respondentes no tocante ao uso de carona solidária, utilizando-se uma escala de *Likert* de 1 a 5 para fazer tal medição. Como resultado, obteve-se os dados da Tabela 2, cuja análise permite supor que, para muitos respondentes, sentir-se seguro é essencial para decidir utilizar um serviço de carona solidária e, para tanto, recorrem a uma análise das avaliações feitas por outros usuários com relação ao prestador do serviço e a experiência de viagem por ele proporcionada.

Tabela 2 – Média e moda do grau de importância das características na decisão de usar carona solidária

	Segurança do Serviço	Facilidade no Agendamento	Reputação do Prestador do Serviço	Custo do Serviço	Experiência de Outros Usuários
Média Ponderada	4,27	3,90	4,24	4,25	4,12
Moda	Importante	Importância moderada	Importante	Importante	Importante

Fonte: Elaborados pelos autores (2025).

O custo do serviço foi altamente valorizado, indicando que a redução de custos é um grande motivador para os respondentes. A facilidade no agendamento, embora classificada como moderadamente importante (média ponderada de 3,90), ainda influencia a decisão e corrobora os achados de Hwang e Griffiths (2017), que destacam a conveniência, flexibilidade e cobertura geográfica como fatores importantes para a adoção dos serviços. Além disso, os respondentes mencionaram a importância do compromisso do ofertante, flexibilidade com horários e pontualidade.

Quanto às barreiras para adoção de caronas solidárias, as preocupações com segurança e a falta de confiança no sistema foram as mais significativas. Esses resultados reforçam o estudo de Acheampong (2021), que aponta as preocupações com a segurança, como exposição a comportamentos inseguros do motorista, e a confiança no sistema como determinantes cruciais para o uso contínuo dos serviços.

As barreiras avaliadas também apresentaram médias ponderadas relevantes, com a moda indicando importância moderada. Dessa forma, a importância de cada barreira analisada está presente na Tabela 3.

Tabela 3 – Média e moda do grau de importância das barreiras para o uso de carona solidária

	Preocupações com Segurança	Falta de Confiança no Sistema	Inconveniência no Agendamento	Falta de Disponibilidade de Carona	Preconceitos sobre os Usuários de Carona Solidária
Média Ponderada	4,31	3,53	3,22	3,24	3,08
Moda	Importante	Importância moderada	Importância moderada	Importância moderada	Importância moderada

Fonte: Elaborados pelos autores (2025).

A categoria preconceito sobre os usuários de carona solidária foi a menor preocupação, mas ainda presente. Esse dado corrobora os estudos de Tussyadiah (2015) e Bhaduri e Goswami (2023), que indicam que normas e percepções sociais nos países em desenvolvimento, como o Brasil, inibem o uso desses serviços.

Em seguida, as categorias falta de disponibilidade de carona e inconveniência no agendamento foram destacadas como barreiras moderadamente importantes. Esses fatores, como a lentidão na combinação de motoristas e passageiros e a imprevisibilidade dos horários, reduzem a confiabilidade do serviço, conforme Fielbaum e Alonso-Mora (2020). Esses problemas podem desmotivar usuários que precisam de um transporte confiável para viagens de curta distância.

4.4 PERCEPÇÕES DOS USUÁRIOS E SUGESTÕES DE MELHORIA PARA OS SERVIÇOS DE CARONA SOLIDÁRIA

Encerrando a análise dos dados, são apresentadas as percepções dos usuários atuais e potenciais sobre os serviços de carona solidária, incluindo *feedback* sobre a experiência de uso e sugestões para melhorias que possam aumentar a taxa de adoção. Isto posto, os resultados referentes à investigação de possíveis experiências negativas no uso de serviços de carona solidária, obtidos por meio de pergunta aberta, mostraram que apenas 16% dos respondentes já passaram por esse tipo de situação e 6% talvez já a tenha vivenciado, totalizando 22% deles.

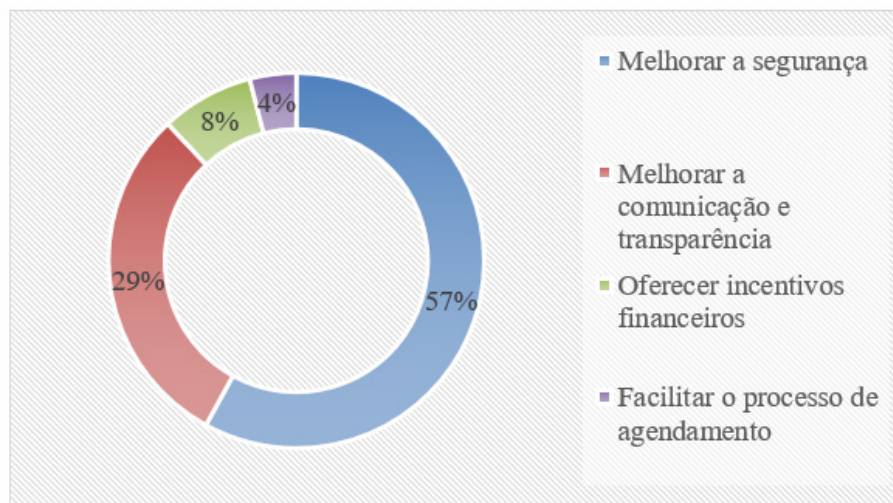
Essas experiências negativas dizem respeito, principalmente, ao atraso e cancelamento constante dos ofertantes da carona, seguida da falta de diálogo entre ofertante e passageiros antes e durante a tomada do serviço e a impossibilidade de se escolher ofertantes do gênero feminino. Depreende-se desses relatos que essas experiências em particular podem afetar diretamente o motivador Conforto,

implicando em uma percepção negativa dele, que por sua vez mina a confiança do usuário no serviço e aumenta sua desconfiança no sistema de caronas.

Além disso, cancelamentos e atrasos frequentemente relatados aparentam ser poderosos desmotivadores que podem dissuadir tanto novos usuários a adotarem o serviço quanto os antigos, levando-os a considerarem outras formas de transporte que ofereçam mais segurança e previsibilidade. Concernente ao diálogo entre ofertantes e passageiros, sua ausência pode agravar a barreira Preocupações com Segurança, criando frustração e insegurança entre os passageiros e afetando diretamente a experiência deles com a carona solidária.

Paralelamente, as preocupações de segurança específicas de gênero sugerem que mudanças operacionais poderiam resolver questões de segurança especificamente para o público feminino, como a implementação de um sistema híbrido com opções exclusivas para mulheres proposta por Guo et al. (2019), aumentando a confiança e a adoção dos serviços de caronas solidárias por elas. Nesse sentido, os dados apresentados na Figura 3 expressam essa insatisfação ao indicarem como pontos focais de melhoria a segurança e comunicação/transparência.

Figura 3 – Sugestões dos respondentes para elevar o uso de serviços de carona solidária



Fonte: Elaborados pelos autores (2025).

Somados, o percentual de respondentes que desejam que sejam feitas melhorias na segurança e na comunicação/transparência corresponde 86%, o que sugere que os usuários necessitam sentirem-se seguros para confiar e utilizar regularmente os serviços de carona solidária e querem clareza sobre como os serviços funcionam, atualizações em tempo real sobre suas caronas e facilidade para resolver problemas ou dúvidas. Portanto, focar em melhorar a segurança, comunicação e confiabilidade do

serviço são aspectos críticos que podem transformar essas barreiras em oportunidades para aumentar significativamente a adoção dos serviços de carona solidária e a satisfação dos usuários.

Já os incentivos financeiros e a facilitação do processo de agendamento, apesar de terem sido menos citados como sugestões de melhorias para aumentar o uso de serviços de carona solidária, são áreas que podem ser trabalhadas para atrair novos usuários e aumentar a adesão dos existentes via programas de fidelidade e processos mais rápidos e intuitivos de agendamento, podendo ajudar a reduzir algumas barreiras de adoção dessa solução de mobilidade.

Como fechamento da pesquisa, foi questionado se iniciativas de sustentabilidade oferecidas por serviços de carona solidária influenciavam, de alguma maneira, na tomada de decisão de uso dos mesmos. Os resultados obtidos revelaram uma forte valorização de práticas sustentáveis por uma parte significativa dos respondentes, com 64% deles afirmando que veem ações de sustentabilidade como um fator relevante a ser considerado durante a sua tomada de decisão por essa solução de mobilidade urbana. Essa informação pode indicar uma crescente conscientização ambiental entre os usuários de carona solidária.

Compensatoriamente, 12% dos respondentes veem a sustentabilidade como menos importante na sua decisão de uso e 6% não apresentaram uma opinião formada sobre a questão, totalizando 18% dos que não a consideram como um fator relevante a ser considerado durante a sua tomada de decisão. Essas informações sugerem que, apesar de estudos evidenciarem a sustentabilidade como é um dos preditores de atitudes e intenções comportamentais em relação aos serviços de carona solidária que influenciam significativamente na tomada de decisão dos usuários (Cohen; Kietzmann, 2014; Santos et al., 2019), ela não é um fator decisivo único para todos. Segundo Lee, Lee e Yoo (2020), essa característica é mais evidente na geração Y, conhecida por seus comportamentos pró-sustentáveis. Tais considerações indicam que esforços educacionais e de comunicação podem ser intensificados para informar melhor esses usuários sobre os benefícios dessa solução de mobilidade urbana para outras gerações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou analisar os motivos e barreiras para a adoção de serviços de carona solidária entre usuários e não usuários urbanos, analisando o comportamento dos fatores demográficos. Os resultados mostraram que esses fatores desempenham um papel importante, com o gênero sendo relevante, especialmente para mulheres. No entanto, o gênero não afeta significativamente as atitudes dos estudantes universitários, para quem segurança e custo são preocupações maiores.

A análise das barreiras e motivadores destaca a complexidade das dinâmicas sociais e econômicas, evidenciando que o crescimento dos serviços depende mais de superar barreiras específicas do que aumentar a conscientização. Preocupações com segurança, confiança no serviço e acesso à tecnologia são predominantes, sugerindo que as plataformas devem focar na construção de confiança, transparência e medidas de segurança.

Motivações como economia de custos, conveniência e impacto ambiental positivo foram destacadas, indicando que campanhas de *marketing* devem enfatizar esses aspectos para promover a aceitação. A flexibilidade de horários, pontualidade e compromisso com o serviço também se mostraram importantes, oferecendo vantagem competitiva para as empresas. O estudo também sugere que a preferência por aplicativos de carona reflete a busca por conveniência e confiabilidade.

Além disso, a sustentabilidade foi apontada como um fator significativo por muitos usuários, o que reforça a necessidade de campanhas focadas em conscientização ambiental para atrair um público mais amplo, especialmente das gerações mais velhas. Apesar dos fatores demográficos influenciarem as percepções, eles têm um impacto indireto, mediado por outras variáveis, como segurança, disponibilidade e preocupações ambientais, como afirmam Olsson, Maier e Friman (2019).

Outro ponto relevante a ser considerado é a possibilidade de integração dos serviços de carona solidária com políticas públicas de mobilidade urbana sustentável. Essa articulação poderia ampliar o alcance e a legitimidade desses serviços, além de gerar benefícios coletivos, como a redução do tráfego e da emissão de gases poluentes. A cooperação entre governos, universidades e empresas de tecnologia pode ser decisiva para transformar a carona solidária em um instrumento efetivo de inovação social, indo além da lógica puramente mercadológica.

As contribuições deste trabalho são variadas. No âmbito social, ele oferece valiosos *insights* para a criação de campanhas educativas e de conscientização que possam favorecer a aceitação dos serviços de carona solidária, além de fornecer dados essenciais para empresas que desejam alinhar suas ofertas às necessidades e preocupações de diferentes segmentos desse mercado. No campo acadêmico, a pesquisa amplia a compreensão dos fatores que influenciam a adoção de inovações na mobilidade urbana, enriquecendo a literatura existente sobre o comportamento de consumo de caronas solidárias no país.

No que se refere aos limites deste estudo, a generalização dos resultados pode ser limitada devido ao contexto específico da pesquisa, e o foco em fatores demográficos deixou de considerar outras variáveis, como influências culturais e sociais. Para pesquisas futuras, recomenda-se uma agenda que aprofunde a análise das questões de gênero, geracionais e demais aspectos demográficos, permitindo uma compreensão mais detalhada de sua influência no uso de caronas solidárias. Ademais, a investigação

do impacto de campanhas de *marketing* e políticas públicas pode esclarecer como essas estratégias influenciam a percepção e o comportamento dos consumidores ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

ACHEAMPONG, R. A. Societal impacts of smart, digital platform mobility services: an empirical study and policy implications of passenger safety and security in ride-hailing. **Case Studies on Transport Policy**, v. 9, n. 1, p. 302-314, 2021.

ACOSTA, L.; TELLO-CASTRILLÓN, C.; LONDOÑO-CARDOZO, J.; RENGIFO PASIMINIO, L. F. Sharing Economy: the new economic institution. **Nova Economia**, v. 32, n. 1, p. 205-230, 2022.

BÁNYAI, Á.; SÉRA, D. Sharing economy: car sharing systems. **Advanced Logistic Systems – Theory and Practice**, v. 17, n. 1, p. 55-61, 2023.

BASTONE, A.; LEONE, D.; CIASULLO, M. V.; MATHO, R. Exploring sustainable value drivers of the sharing economy: a sector analysis. **Management Decision**, v. 62, 2024.

BHADURI, E.; GOSWAMI, A. K. Examining user attitudes towards ride-hailing services – A SEM-MIMIC Ordered Probit approach. **Travel Behaviour and Society**, v. 30, p. 41-59, 2023.

BORCUCH, A. The Sharing Economy: Understanding and Challenges. **Social Science Research Network**, v. 2, n. 5, p. 77-85, 2016.

CARRESE, S.; GIACCHETTI, T.; PATELLA, S. M.; PETRELLI, M. Real time ridesharing: understanding user behavior and policies impact: carpooling service case study in Lazio Region, Italy. In: **IEEE International Conference on Models and Technologies for Intelligent Transportation Systems (MT-ITS)**, 5., 2017, Naples. **Anais [...]**. Naples: IEEE, 2017. p. 721-726.

COHEN, B.; KIETZMANN, J. Ride on! Mobility business models for the sharing economy. **Organization & Environment**, v. 27, n. 3, 2014, p. 279-296.

CORDEIRO, A. A. **Carona solidária: uma opção de mobilidade no município de Florianópolis - SC**. 2017. 90 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Florianópolis, 2017.

DIALLO, A. M. Application and performance of the basic concept of sharing economy in business model. **Law and Economy**, v. 2, n. 2, Paradigm Academic Press, 2023.

DINARA, D.; SAVVAS, P.; ELEFTHERIOS, A. Mapping the economics, social and technological attributes of the sharing economy. **Information Technology & People**, v. 33, n. 3, p. 841-872, 2019.

FIELBAUM, A.; ALONSO-MORA, J. Unreliability in ridesharing systems: measuring changes in users' times due to new requests. **Transportation Research Part C: Emerging Technologies**, v. 121, 2020.

FRENKEN, K.; SCHOR, J. Putting the sharing economy into perspective. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, v. 23, p. 3-10, 2017.

GUO, P.; TANG, C.; TANG, Y.; WANG, Y. Gender-based operational issues arising from on-demand ride-hailing platforms: safety concerns and system configuration. 2019. Disponível em: **SSRN**. <https://ssrn.com/abstract=3260427>. Acesso em: 20 nov. 2024.

HAMARI, J.; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. The sharing economy: why people participate in collaborative consumption. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, v. 68, n. 9, p. 2047-2059, 2016.

HWANG, J.; GRIFFITHS, M. Share more, drive less: Millennials value perception and behavioral intent in using collaborative consumption services. **Journal of Consumer Marketing**, v. 34, p. 132-146, 2017.

JAIN, T.; ROSE, G.; JOHNSON, M. "Don't you want the dream?": Psycho-social determinants of car share adoption. **Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour**, v. 78, p. 226-245, 2021.

LEE, S.; LEE, W. J.; YOO, K-H. Millennial ride-share passengers' pro-sustainable behaviors: norm activation perspective. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, v. 25, n. 1, 2020, p. 15-26.

MAULANA, A.; RIZKI, M.; PURWANTI, O.; FARDA, M. Exploring the Substitution Effect of Ride-Sourcing in Commuting and Transport Stations Trips: Learning from Evidence in Bandung City, Indonesia. **International Journal on Advanced Science, Engineering and Information Technology**, v. 12, n. 5, p. 1997-2007, 2022.

MONT, O.; PALGAN, Y. V.; BRADLEY, K.; ZVOLSKA, L. A decade of the sharing economy: concepts, users, business and governance perspectives. **Journal of Cleaner Production**, v. 269, 2020.

OLSSON, L. E.; MAIER, R.; FRIMAN, M. Why do they ride with others? Meta-analysis of factors influencing travelers to carpool. **Sustainability**, v. 11, n. 8, 2019, 2114 p.

PEDRONI, M. Sharing economy as an anti-concept. **First Monday**, v. 24, n. 2, 2019.

RESENDE, P. R.; CUZZUOL, V. M. A. **RideUFF: Desenvolvimento de aplicativo de carona solidária na Universidade Federal Fluminense**. 2019. 30 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Sistemas de Informação) – Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2019.

RODRIGUES, G. S.; NEUTZLING, D. M.; SOUZA, L. L. F.; ROCHA, L. M. Análise das intenções de uso dos serviços de car sharing. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. e-22874, 2024.

ROJANAKIT, P.; OLIVEIRA, R. T.; DULLECK, U. The sharing economy: a critical review and research agenda. **Journal of Business Research**, v. 139, p. 1317–1334, 2022.

SANTA, M.; CIUNOVA, A.; PALAMIDOVSKA-STERJADOVSKA, N. Social exchange in community-based peer-2-peer ridesharing: a qualitative approach. In: **ECONOMIC AND BUSINESS TRENDS SHAPING THE FUTURE**, 4., 2023.

SANTOS, A. S.; NASCIMENTO, J. C. H. B.; RABÊLO NETO, A.; BARBOSA, F. L. S. Determinantes da adesão aos serviços de mobilidade compartilhada: uma investigação empírica no contexto brasileiro. **Urbe - Revista Brasileira de Gestão Urbana**, v. 11, 2019.

SILVA, L. A. S.; ANDRADE, M. O.; MAIA, M. L. A. Fatores influentes para a adesão de alunos a sistema de carona dinâmica em campus universitário. **Transportes**, v. 27, n. 2, p. 17-30, 2019.

SUNDFELD, C. A.; ROSILHO, A. A carona em veículos e sua intermediação por aplicativos. **Revista da Faculdade de Direito UFPR**, Curitiba, PR, Brasil, v. 65, n. 1, p. 59-79, jan./abr. 2020.

TURON, K. Car-Sharing systems in smart cities: a review of the most important issues related to the functioning of the systems in light of the scientific research. **Smart Cities**, v. 6, n. 2, p. 796-808, 2023a.

TURON, K. Factors affecting car-sharing services. **Smart Cities**, v. 6, n. 2, p. 1185-1201, 2023b.

TUSSYADIAH, I. An exploratory on drivers and deterrents of collaborative consumption in travel. In: TUS-SYADIAH, I.; INVERSINI, A. (Org.). **Information & Communication Technologies in Tourism 2015**. Switzerland: Springer International Publishing, 2015.

VALANT, J. The European agenda for the sharing economy. **European Commission**, 2016. Disponível em: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593510/EPRS_BRI\(2016\)593510_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/593510/EPRS_BRI(2016)593510_EN.pdf). Acesso em: 05 set. 2024.