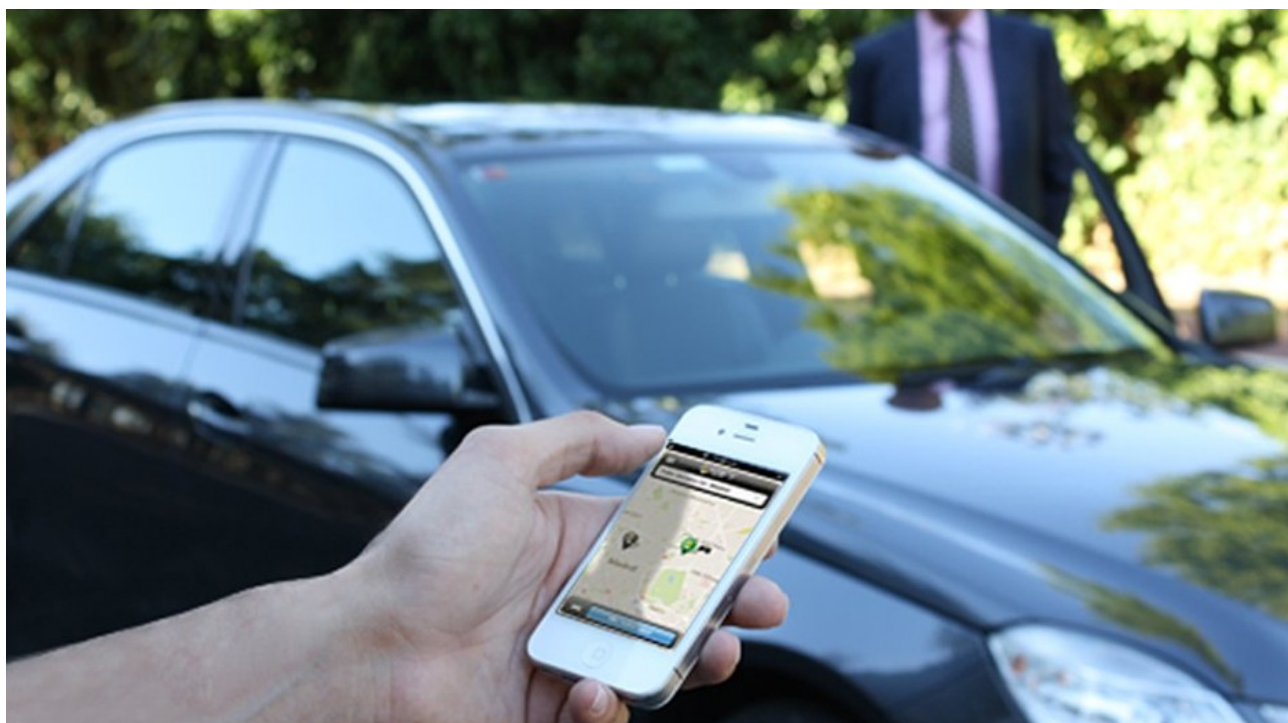


## Revista Exame

A Maior Revista de Negócios e Economia do País

# O Uber não está mais sozinho



O clima esquentou nas ruas das grandes cidades do país. Se até agora os brasileiros tinham basicamente o Uber instalado no celular como alternativa ao táxi, no último mês foram lançados outros três aplicativos para disputar não só um lugar nas telas dos smartphones mas também os motoristas autônomos: o espanhol Cabify, o indiano WillGo e o brasileiro Televo.

Eles chegam em um momento em que, após a euforia da novidade, o Uber começa a enfrentar críticas de motoristas sobre a rentabilidade do serviço, como já acontece em outros mercados em que o aplicativo atua há mais tempo, como Nova York. Alguns usuários também têm reclamado sobre a queda na qualidade dos motoristas e dos veículos na medida que cresce a

oferta de carros.

O Uber desembarcou no Brasil em 2014 no Rio de Janeiro e logo expandiu para São Paulo e outras nove capitais. Recebeu uma enxurrada de críticas especialmente de taxistas. Mas, como em outros países, se utilizou do grande apoio de passageiros cansados do serviço caro e ruim do táxi para pressionar o poder público pela liberação do serviço.

“O modelo tem funcionado muito bem no Brasil, é uma das operações que mais crescem no mundo”, diz Guilherme Telles, diretor-geral da companhia no Brasil. Segundo ele, a expectativa é que até o fim do ano a operação no país se torne a maior na América Latina, ultrapassando a do México, aberta dois anos antes.

O grande incentivo para a chegada da concorrência ao Brasil é justamente a regulamentação do serviço pela cidade de São Paulo, a maior do país, e os sinais de que outros municípios devem seguir o mesmo caminho. “A Cabify só se estabelece de forma legal nos lugares onde atua”, diz Daniel Velazco-Bedoya, chefe de operações da companhia no Brasil. Segundo ele, Brasília e Vitória também caminham para regulamentar o serviço.

### **Preço vs. remuneração**

Nesse ambiente mais competitivo, vai ganhar espaço o aplicativo que conseguir equilibrar a equação entre o preço que agrada o passageiro e a remuneração mais atrativa para o motorista (além, claro de um software que funcione). A conta precisa fechar para os dois lados, porque de nada adianta um serviço mais barato, mas que não tenha carros suficientes disponíveis, o que aumenta o tempo de espera do passageiro. Nem um serviço com um modelo de remuneração bom para o motorista, mas com poucos usuários.

Cada companhia tem o seu modelo. O preço do Uber é constituído de uma tarifa base em todas as corridas mais um valor por quilômetro rodado e outro por tempo de viagem. O valor pode variar de acordo com a oferta de

carros e a demanda de passageiros, o que é chamado de preço dinâmico. O aplicativo cobra do motorista 20% do valor da corrida na modalidade com carros mais simples, o UberX, e 25% na categoria premium, o UberBlack.

O WillGo e a Televo também usam o sistema de cobrança, para o passageiro, de uma tarifa geral mais um valor por quilometragem e tempo. A diferença é a ausência do preço dinâmico, ou seja, as tarifas são fixas. Quem inova nesse quesito é a Cabify, que cobra um valor fixo por quilômetro rodado, independentemente do tempo gasto no trajeto, o que traz maior previsibilidade para o custo da corrida.

Do motorista, a Cabify e a Televo também cobram um percentual do valor da corrida: o aplicativo espanhol fica com 25% e o brasileiro com 15%. A Televo, criada por três brasilienses, aceita pagamento em dinheiro. Aqui, a maior novidade é da WillGo, que cobra do motorista uma espécie de assinatura mensal, que independe do valor e do número de corridas feitas no período. No plano anual, a assinatura é de 199 reais mensais; no trimestral, 299 reais por mês; no plano mensal, o valor é de 399 reais.

Outros diferenciais são a possibilidade de “favoritar” o motorista, o tornando uma espécie de “motorista particular”. O aplicativo também oferece o serviço de transporte de documentos e objetos com motos e planeja o lançamento de novos serviços em agosto. “Já nascemos multiplataforma”, diz Gabriel Silva, diretor do WillGo no Brasil. A empresa atua em São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília e projeta chegar a cidades do interior. Já começou, por exemplo, a fazer o cadastro de motoristas em Ribeirão Preto, cidade a 300 quilômetros de São Paulo.

“A escala e a queda de preços são que vão definir a escolha do passageiro”, diz Velazco-Bedoya, da Cabify. Segundo ele, este é um modelo de negócios de alto risco e que exige um nível de investimento grande. A companhia não divulga o volume inicial de investimento na operação brasileira, apenas que “grande parte” do aporte de 120 milhões de dólares feito pela empresa japonesa Rakuten em abril para financiar a expansão na América Latina será destinado ao Brasil. O serviço está disponível desde o

começo de junho em São Paulo e tem como meta chegar ao Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Goiânia e Brasília nos próximos meses.

Na corrida do ouro, se o Uber priorizar de fato o Brasil, a competição fica difícil: em dois anos, a empresa recebeu 14 bilhões de dólares de investimento, e parece disposta a esmagar a concorrência mundo afora. Esta semana, lançou, em Nova York, um plano no estilo “tudo que você puder comer”, em que o preço médio das corridas, de 1,98 dólar, é menor que o do metrô.

## **Barreiras**

O mercado de aplicativos de transporte individual funciona no “efeito de rede”, ou seja, quanto mais passageiros, mais motoristas. Como o Uber foi o primeiro a desbravar o serviço no Brasil, saiu na frente e hoje tem uma rede relevante, o que deixa a vida dos rivais mais difícil. O Uber começou o ano com cerca de 10.000 motoristas, e tem a meta de chegar a 50.000 até outubro, mas Telles diz que o número pode até ser superado.

Neste começo de operação, os novos aplicativos tentam equilibrar a demanda pelo serviço com o número de cadastramento de novos motoristas. Uma crítica frequente entre os novos usuários é a falta de carros ou o tempo de espera ainda grande. O tempo médio de espera do passageiro da WillGo é de 10 a 15 minutos e a meta é chegar entre 5 e 7 minutos. “Precisamos aumentar a base para suprir a demanda e bater o líder de mercado em 6 meses”, diz Silva

A WillGo diz que tem de 2.000 a 5.000 motoristas cadastrados. A Cabify não relevou o número. As concorrentes gostam de divulgar que boa parte dos motoristas cadastrados vieram do Uber.

Um comportamento que ganha força é o motorista aderir a mais de um aplicativo, numa lógica parecida com as revendedoras que oferecem Natura, Avon, Jequiti e por aí vai. Foi também o que aconteceu com o mercado de táxis, em que a maioria usa, por exemplo, o EasyTaxi e o

99Táxi.

## **Outros concorrentes**

As opções de transporte na palma da mão crescem à medida que as pessoas estão mais dispostas a compartilhar um carro em vez de possuir um. E o leque de possibilidades vai muito além dos aplicativos que unem a ponta do passageiro com o motorista. Serviços de compartilhamento, aluguel e carona ganharam espaço e se multiplicam pelo país.

Uma das primeiras a desbravar esse mercado, a Zazcar oferece desde 2009 a locação de carros para quem não precisa de um veículo disponível 24 horas por dia. “É para aquela pessoa que já resolveu a ida e a volta do trabalho e precisa de um carro de vez em quando”, diz Felipe Barroso, presidente da companhia. O perfil do cliente da Zazcar é de pessoas entre 25 e 43 anos, solteiro, sem filhos, com nível superior e que mora no centro expandido de São Paulo.

A diferença da companhia para as locadoras tradicionais é que a proposta da Zazcar é substituir o carro próprio. Para isso, cobra uma mensalidade (49,90 reais) mais uma tarifa por hora (3,90 reais) e quilômetro rodado (89 centavos). A empresa tem 7.500 clientes cadastrados.

Mais recentemente, também surgiram plataformas de aluguel de carro de pessoa para pessoa, caso da Fleety e Pegcar. Neste caso, o proprietário anuncia seu veículo para locações por períodos curtos e as empresas fazem a intermediação com quem precisa de um carro apenas por algumas horas. As empresas cobram uma taxa de até 20% sobre o valor do aluguel, o que inclui seguro para o caso de roubo ou colisão e assistência 24 horas.

E mesmo os aplicativos com motoristas estão apostando no modelo de compartilhamento das corridas. Uber e EasyTaxi lançaram recentemente a opção de dividir a corrida com outros usuários que estejam fazendo um trajeto parecido. “A ideia é a da corrida eterna, em que o motorista vá pegando passageiros no meio do trajeto. Ficamos sabendo de uma corrida

assim na Índia que durou 10 horas”, diz Jorge Pilo, co-presidente da EasyTaxi no Brasil. “, conta.

Uma vez consolidados no país, os aplicativos começam a estudar outras soluções de transportes. O Uber estuda trazer modalidades já existentes em outros países, como a de entrega de comida e de documentos. A EasyTaxi comprou recentemente uma empresa na Colômbia que faz a entrega de pacotes e está fazendo um piloto no México e no Peru de transporte fretado de pessoas.

Para os passageiros, quanto mais opções de aplicativos, e de serviços oferecidos, melhor.

## (Thais Folego)



Lucas Amorim / julho 13, 2016 / Negócios / cabify, easytaxi, maischapeu, reportagemtarde, uber, willgo /

Revista Exame / Orgulhosamente desenvolvido com WordPress