

## MAPEAMENTO DOS ESTUDOS BRASILEIROS SOBRE ECONOMIA COMPARTILHADA E CONSUMO COLABORATIVO: UMA PERSPECTIVA BIBLIOMÉTRICA

Lílian Carolina Viana

Doutora em Administração pela Universidade de Campinas (Unicamp).

E- mail: liliancviana@gmail.com

Christiano França Da Cunha

Doutor em Administração pela Universidade de São Paulo (USP). Atualmente é professor de Marketing na graduação, Mestrado e Doutorado em Administração na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP)

E-mail:chfcunha@unicamp.br

### RESUMO

A economia compartilhada e o consumo colaborativo são considerados fenômenos alternativos das práticas de consumo, nos quais os consumidores compartilham, trocam, negociam ou alugam produtos, ou serviços. Diante do crescente interesse pelo assunto internacionalmente e das iniciativas nacionais na área, este artigo teve como objetivo identificar o panorama dos estudos brasileiros sobre economia compartilhada e consumo colaborativo. Utilizou-se o método da bibliometria baseado em seus indicadores numa busca no *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL), no repositório *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Como resultado, identificou-se uma produção nacional recente, de características dispersas e com tendência de crescimento. Essas publicações assemelham-se às tendências internacionais: a maioria dos autores tem apenas uma publicação, não existem grupos de pesquisa sobre os assuntos, faltam periódicos em destaque, a maioria dos estudos é qualitativa e o foco é nas áreas de gestão e turismo. Espera-se que os achados do *status* da pesquisa no Brasil sobre economia compartilhada e consumo colaborativo possam inspirar as futuras produções nacionais, as autoridades reguladoras e os modelos de negócios novos e os já existentes.

**Palavras-chave:** Economia do Compartilhamento. Consumo Colaborativo. Compartilhamento. Bibliometria.

## MAPPING BRAZILIAN STUDIES ON SHARING ECONOMY AND COLLABORATIVE CONSUMPTION: A BIBLIOMETRIC PERSPECTIVE

### ABSTRACT

The sharing economy and collaborative consumption are considered alternative phenomena to consumption practices, where consumers share, exchange, negotiate, or rent products or services. Given the increasing international interest in the subject and the national initiatives in the field, this article aimed to identify the landscape of Brazilian studies on the sharing economy and collaborative consumption. The bibliometric method was based on its indicators in a search of the *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL), the *Scientific Electronic Library Online* (SciELO)

repository, and the Brazilian Digital Library of Theses and Dissertations (BDTD). As a result, a recent national production was identified, with scattered characteristics and a growing trend. These publications resemble international trends: most authors have only one publication, there are no research groups on the subjects, prominent journals are lacking, most studies are qualitative, and the focus is on management and tourism areas. It is hoped that the findings of the research status in Brazil on the sharing economy and collaborative consumption can inspire future national productions, regulatory authorities, and both new and existing business models.

**Keywords:** Sharing Economy. Collaborative Consumption. Sharing, Bibliometrics.

## 1 INTRODUÇÃO

Sociedades e organizações começam a repensar suas práticas em relação ao consumo devido ao avanço para um consumismo exacerbado. Seja por consciência dos resultados futuros, novas necessidades ou aos avanços tecnológicos, há uma alteração das formas de produção e consumo, antes focadas na posse e hoje com maior ênfase na experiência e na utilização dos produtos (Maurer *et al.*, 2015). Como alternativa, surgiu a chamada economia compartilhada ou consumo colaborativo, fenômeno emergente que oferece possibilidades de compartilhamento, troca, negociação ou aluguel aos consumidores (Botsman e Rogers, 2011).

Instituições que apresentam hoje padrões de consumo individuais precisam modificar tais formas, a fim de permitir uma mudança da economia de posse para a economia compartilhada (Leeuw e Gössling, 2016). Para Botsman e Rogers (2011), a economia compartilhada gira em torno do consumo colaborativo, no qual as pessoas usam redes ponto a ponto on-line para compartilhar. Assim, são vários os exemplos, como o compartilhamento de bicicletas (*B-Cycle*), carros (*Zipcar*), caronas com base na localização (*Uber*), acomodações e casas (*Airbnb*, *CouchSurfing*), entre outras plataformas.

Embora os termos de economia e consumo com base no compartilhamento sejam frequentemente discutidos nos meios de comunicação, o campo de estudo é relativamente novo (Netto e Tello-Gamarra, 2020). A emergência dos seus fundamentos precisa ser melhor estabelecida, dada a oportunidade para mais estudos nessa área (Lima e Carlos Filho, 2019). Segundo Maurer *et al.* (2015), as discussões sobre as teorias que envolvem esta temática concentram-se em países europeus e norte-americanos, além disso, percebe-se um esforço de autores (Cheng, 2016;

Durán-Sánchez *et al.*, 2016; Ertz e Leblanc-Proulx, 2018; Lima e Carlos Filho, 2019; Silveira; Petrini; Santos, 2016) na revisão de publicações sobre a economia compartilhada e o consumo colaborativo internacionalmente.

No Brasil, embora incipiente, as oportunidades surgiram de práticas coletivas no contexto do país (Maurer *et al.*, 2015), o que contribui para que as pesquisas sejam realizadas. Oliveira e Lima (2018) verificaram, por meio de uma revisão sistemática, estudos sobre economia compartilhada na literatura brasileira, mas com foco restrito ao Uber e Airbnb. Já Doin (2019), apesar de apontar alguns caminhos da produção brasileira, focou em um *framework* mais abrangente sobre economia do compartilhamento. Dessa forma, percebe-se uma lacuna na investigação direcionada às pesquisas realizadas em um país de estrutura e cultura tão diferentes como o Brasil, que avança em várias iniciativas (Doin, 2019). Por isso, a questão norteadora seguida por este estudo é: qual o retrato das publicações nacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo? Definindo, portanto, como objetivo central identificar o panorama dos estudos brasileiros sobre economia compartilhada e consumo colaborativo.

Para tanto, o artigo é disposto em seções: esta introdução; a próxima apresenta uma perspectiva teórica do que se entende sobre as temáticas pesquisadas; em seguida, os parâmetros metodológicos utilizados; depois, os resultados extraídos e a análise e discussão dos resultados; por fim, as considerações finais e referências adotadas.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO: aspectos da Economia Compartilhada e o Consumo Colaborativo**

Os consumidores passaram a adotar alternativas de compra mais responsáveis, em parte devido ao aumento da conscientização sobre consequências sociais e pessoais negativas do consumo excessivo (Albinsson e Perera, 2012). Maurer *et al.* (2015) demonstraram que a mudança de mentalidade em relação à posse e a preocupação com a coletividade estão relacionadas às novas relações de consumo. Nesse sentido, Bardhi e Eckhardt (2012) mostraram que os valores emergentes de economia e de conveniência, assim como a liberdade e a flexibilidade

associadas ao acesso, se destacam como preceitos de consumo na sociedade contemporânea, como uma alternativa.

Na compreensão de Belk (2010), o compartilhamento em si implica em posse conjunta sem distinção clara das partes individuais, sendo essencial para a sua definição. Inicialmente, isso poderia excluir trocas com benefício monetário. No entanto, ao considerar que o acesso a um ativo pode ser compartilhado ao invés do próprio ativo (por exemplo, carona), o acúmulo monetário torna-se irrelevante e soluções com base em aluguel ponto a ponto são incluídas na economia compartilhada (Martin, 2016).

O conceito de economia compartilhada, caracterizado por sua fragmentação e diversidade terminológica, inclui termos como consumo colaborativo, *gig economy*, economia *mesh*, dentre outras variações (Martin, 2016). Porém, essa diversidade de termos se refere a um conjunto de configurações de trocas semelhantes, muitas vezes centradas na tecnologia (Ertz e Leblanc-Proulx, 2018). Assim, este artigo adota uma abordagem flexível ao conceito, focando mais nos preceitos relacionados do que em uma definição precisa. Os termos “economia compartilhada” e “consumo colaborativo” são os mais populares, enfatizando o compartilhamento ponto a ponto (Schor e Fitzmaurice, 2015). Plewnia e Guenther (2018) expandem esse entendimento para incluir uma variedade de atividades e plataformas, com ou sem fins lucrativos, abrangendo diversas estruturas de mercado.

O consumo colaborativo é visto como uma solução potencial para problemas sociais como o hiperconsumo, além de oferecer benefícios ambientais e econômicos (Hamari; Sjöklint; Ukkonen, 2016). Dessa forma, enquanto modelo socioeconômico, promove o uso eficiente de recursos, minimizando desperdícios (Botsman e Rogers, 2011). Os benefícios associados às economias compartilhadas são interessantes tanto do ponto de vista pessoal quanto organizacional e ambiental (Cohen e Kietzmann, 2014). Além disso, as redes sociais, segundo Maurer *et al.* (2015), desempenham um papel crucial na popularização do consumo colaborativo, valorizado não apenas pelo preço, mas também pela conveniência e segurança digital (Mendes e Ceroy, 2015).

Modelos de negócios baseados na economia compartilhada, como o Airbnb, exemplificam o impacto da tecnologia e internet nessa economia (Molz, 2013). Novikova (2017) observa que o compartilhamento de transportes antecipa transformações em outras áreas, e as motivações divergem entre os usuários (Böcker e Meelen, 2017). Tussyadiah (2016) identifica fatores como diversão, benefícios monetários e comodidade influenciando a satisfação do usuário, enquanto Wang *et al.* (2020) apontam que inovação pessoal, consciência ambiental e utilidade percebida influenciam a intenção de uso do consumo colaborativo.

O crescente interesse pelas pesquisas empíricas, incentivou as revisões e acompanhamento da literatura, especialmente em âmbito internacional (Cheng, 2016; Durán-Sánchez *et al.*, 2016; Ertz e Leblanc-Proulx, 2018; Lima e Carlos Filho, 2019; Netto e Tello-Gamarra, 2020; Silveira; Petrini; Santos, 2016). Quanto ao Brasil, a pesquisa sobre a economia compartilhada e o consumo colaborativo é recente quanto a iniciativas teóricas (Pereira e Silva, 2017; Silveira; Petrini; Santos, 2016) e práticas ao consumo realizado no país (Arruda *et al.*, 2016; Rechene; Silva; Campos, 2018). No entanto, constata-se a necessidade de ampliar a visão mediante as publicações no país sobre a economia compartilhada e o consumo colaborativo, no sentido de entender as particularidades e a convergência ou divergência com a literatura internacional.

### 3 METODOLOGIA

Trata-se de um estudo descritivo, utilizando-se do método da bibliometria, que consiste em analisar a atividade científica por meio de dados quantitativos (Silva; Hayashi; Hayashi, 2011). O protocolo para a pesquisa foi o definido por Cronin, Ryan e Coughlan (2008), o qual indica que o processo de revisão da literatura é composto por: a) selecionar um tópico de revisão; b) pesquisar na literatura; c) reunir, ler e analisar; d) escrever a revisão; e) listar as referências.

Segundo Soares, Picolli e Casagrande (2018), para a pesquisa bibliométrica é necessária uma etapa de análise quantitativa de dados e, para isso, optou-se por seguir os indicadores bibliométricos listados no Quadro 1. Para o tratamento das

frequências, a geração de quadros e de gráficos foi utilizado o editor de planilhas Excel e para a criação da nuvem de palavras o criador de arte on-line *WordArt*.

**Quadro 1 – Indicadores Bibliométricos**

Indicador	Descrição
Lei de Lotka	Distribuição de frequência da autoria de artigos de determinado tema/área.
Lei de Bradford	Distribuição de frequência do número de artigos publicados por periódicos de determinado tema/área.
Lei de Zipf	Distribuição de frequência do vocabulário de textos de determinado tema/área.
Número de publicações por autor, revista, instituição ou tema	Volume de publicações de autores, periódicos, instituições ou temas de determinada área.
Número de coautores/colaboradores	Volume de pesquisa realizada de forma colaborativa, seja entre pesquisas individuais ou em grupo, nacionais ou internacionais.
Número de citações	Impacto dos artigos, dos periódicos e dos pesquisadores em função do número de citações.

Fonte: Adaptado de Soares, Picolli e Casagrande (2018).

Optou-se primeiramente por buscas em repositórios científicos, considerados ecossistemas-chave na disseminação do conhecimento (Diniz, 2017). Foram selecionados o indexador *Scientific Periodicals Electronic Library* (SPELL) e o mais seletivo *Scientific Electronic Library Online* (SciELO), além da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD). Esta estratégia visou maximizar o alcance da pesquisa, considerando o tempo de captura das pesquisas pelas bases de dados devido ao processo editorial de avaliação por pares (Soares; Picolli; Casagrande, 2018).

Os critérios de seleção incluíram palavras-chave como “economia compartilhada”, “economia do compartilhamento”, “economia colaborativa” e “consumo colaborativo”. A coleta de dados ocorreu em 2020, com foco em título, resumo e palavras-chave. Não houve delimitação por ano de publicação ou estratos, visando não limitar as fontes e abranger uma variedade mais ampla de assuntos, metodologia e amostras, inclusive aquelas fora do *mainstream* (Soares; Picolli; Casagrande, 2018).



#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os resultados foram discriminados pelos termos procurados em cada um dos buscadores e por categorias, título, resumo e palavras-chave podem ser vistos no Quadro 2. Os artigos repetidos nestes campos foram retirados da contagem. Foi necessário verificar a sobreposição dos estudos entre os termos de busca. Logo, os títulos e resumos de 77 artigos do indexador SPELL, 5 artigos do repositório SciELO, e 96 dissertações e teses foram lidos.

**Quadro 2 – Resultado da busca por buscador e palavras-chave**

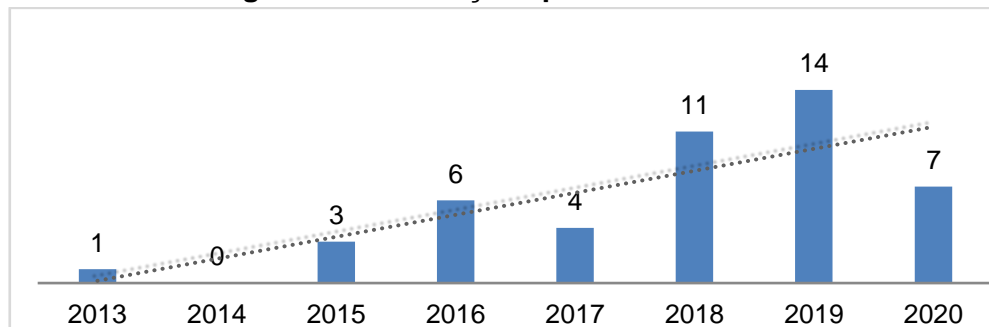
	Termo de busca			
	“economia compartilhada”	“economia do compartilhamento”	“economia colaborativa”	“consumo colaborativo”
<b>SPELL</b>	Título = 10 Resumo = 29 Palavra-chave = 18	Título = 1 Resumo = 22 Palavra-chave = 1	Título = 3 Resumo = 11 Palavra-chave = 6	Título = 18 Resumo = 28 Palavra-chave = 21
<b>SciELO</b>	Palavra-chave = 2	Palavra-chave = 1	Palavra-chave = 1	Palavra-chave = 1
<b>BDTD</b>	Título = 15 Resumo = 42 Palavra-chave = 26	Título = 7 Resumo = 25 Palavra-chave = 8	Título = 8 Resumo = 18 Palavra-chave = 5	Título = 19 Resumo = 38 Palavra-chave = 24

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

O próximo passo foi verificar se os itens atendiam ao escopo do artigo, ou seja, tratar de economia compartilhada ou de consumo colaborativo. Dessa forma, ao final, 46 artigos do SPELL e 66 dissertações e teses foram analisados. Quanto aos 5 artigos do SciELO lidos, um foi excluído por não atender ao objetivo do estudo e os outros quatro foram também resultados no indexador SPELL, sendo incluídos neste último.

Na questão temporal, identificou-se que as publicações no país começaram depois do ano de 2010, precisamente em 2012 encontrou-se a primeira dissertação (Ornellas, 2012) e, no ano seguinte, a primeira publicação (Ornellas, 2013) da mesma autora relativa ao trabalho defendido no ano anterior. Na Figura 1, percebeu-se que após uma queda das publicações no ano de 2017, houve uma tendência de crescimento das publicações encontradas no indexador SPELL.

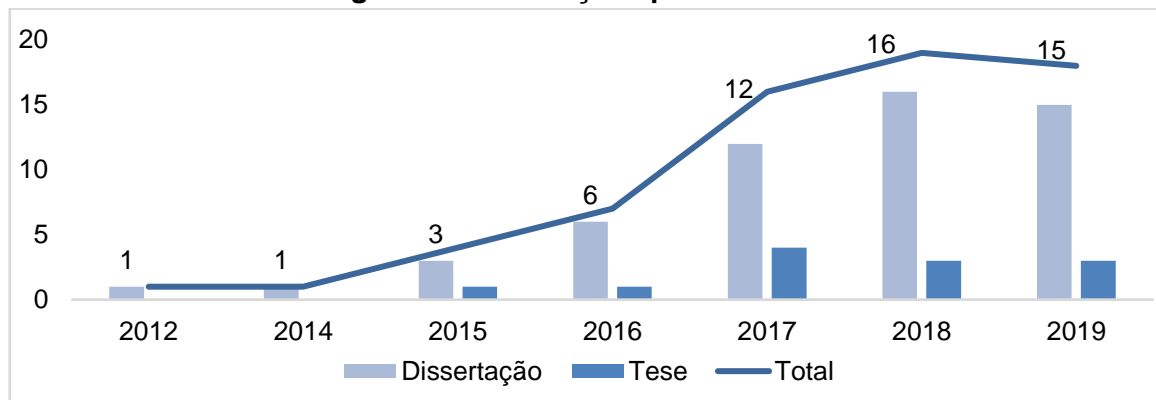
**Figura 1 – Publicações por ano no SPELL**



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Na perspectiva das defesas de dissertações e de teses, houve a mesma tendência de crescimento, embora em 2019 tenha uma dissertação a menos que o ano anterior. Além disso, destaca-se o maior número de defesas de dissertações de mestrado frente às de teses (Figura 2).

**Figura 2 – Publicações por ano BDTD**



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Quanto à autoria, a distribuição de frequência conforme a Lei de Lotka pode ser visualizada no Quadro 3, bem como a afiliação dos pesquisadores. Percebe-se que Barbosa, M.L.A. é a autora com mais artigos publicados (04), seguida das também coautoras Petrini, M.C. (3) e Gosling, M.S. (3). Os demais autores relacionados apresentaram dois (02) artigos publicados e ainda 102 outros autores e coautores, que representam 90% da amostra, foram identificados com somente uma publicação. Dessa forma, os resultados seguem a tendência de um número restrito de pesquisadores em destaque com maior produção e, por outro lado, uma quantidade



maior de quem produz menos, caracterizando uma área pouco produtiva. Contudo, os achados desviam-se ligeiramente do previsto pela Lei de Lotka devido à presença de dois autores com três publicações e oito com duas (Machado Júnior *et al.*, 2016).

O destaque de Barbosa, M.L.A., Petrini, M.C., e Gosling, M.S. nas publicações pode ser atribuído às suas atividades como orientadoras acadêmicas. Na BDTD, por exemplo, Barbosa orientou três dissertações de mestrado e uma tese de doutorado, Petrini orientou quatro dissertações, e Gosling orientou uma dissertação e uma tese. Outros autores, como Baldanza, R.F., Moretti, S.L.A., e Xavier, Y.M.A., também se destacaram com duas orientações de mestrado cada, nas respectivas universidades.

**Quadro 3 – Quantidade de artigos por autor no SPELL dos 11 primeiros classificados**

<b>Autores</b>	<b>Número de artigos</b>	<b>Afiliação</b>
Barbosa, M. L. A.	4	Universidade Federal de Pernambuco – UFPE
Petrini, M.C.	3	Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS
Gosling, M. S.	3	Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG
Bernardes, B.	2	Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Piauí – IFPI
Branco, R. P. C.	2	Universidade Federal Fluminense – UFF
Lucian, R.	2	Centro Universitário Boa Viagem – UniFBV
Paladini, E. P.	2	Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC
Pereira, C. H. T.	2	Universidade de Fortaleza – UNIFOR
Silva, M. E.	2	Universidade de Fortaleza – UNIFOR
Silva, M. J. B.	2	Universidade Federal de Pernambuco – UFPE
Vera, L. A. R.	2	Universidade Federal da Bahia – UFBA

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Para entender a dinâmica do volume de pesquisas e a colaboração entre os pesquisadores, conforme o indicador de número de coautores/colaboradores, foi traçado o número de autores por ano de publicação. Como indicado no Quadro 4, percebe-se que até o ano de 2018, a maioria das publicações era de autoria de dois autores. Esses artigos representam 48% de toda a amostra para os anos indicados. No ano de 2019, há uma distribuição e frequência maiores de artigos com mais autores. Ainda assim, não é possível afirmar que exista uma tendência de maior colaboração. O que se percebe são as publicações entre o pesquisador e o orientador,

como nos trabalhos de Mota e Lima (2018), Silva e Barbosa (2016) e Vera e Gosling (2017).

**Quadro 4 – Autoria por ano de publicação no SPELL**

	Individual	Dois autores	Três autores	Quatro autores	Cinco ou mais autores
<b>2013</b>	1	0	0	0	0
<b>2015</b>	0	2	0	0	1
<b>2016</b>	0	2	2	2	0
<b>2017</b>	0	2	0	1	1
<b>2018</b>	0	7	3	0	1
<b>2019</b>	2	5	5	2	0
<b>2020</b>	0	4	1	1	1

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A distribuição de frequência do número de artigos publicados por periódicos pela indicação da Lei de Bradford é apresentada no Quadro 5. Observa-se que mais da metade das publicações (24 artigos) concentram-se em nove revistas discriminadas, nas quais as áreas de destaque são: gestão, administração e turismo. Os dados refletem a diversidade de contribuições e o reconhecimento variável das revistas no âmbito da gestão e tecnologia, indicando uma concentração de publicações em revistas com Qualis A4. No entanto, com uma representatividade significativa em termos de índice H nas revistas de classificação superior. Adicionalmente, outras vinte e duas revistas publicaram o restante da amostra do SPELL, mais uma vez indicando dispersão nas publicações e o quanto a temática ainda é recente em âmbito nacional.

**Quadro 5 – Publicações por revista no SPELL**

Revista	Artigos publicados	Classificação Qualis CAPES <sup>1</sup>	Índice H
NAVUS – Revista de Gestão e Tecnologia	4	A4	4
Turismo em Análise	4	A4	8
Revista Hospitalidade	3	A4	8
Turismo: Visão e Ação	3	A3	8

<sup>1</sup> Classificação de periódicos quadriênio 2017-2020.

<i>Future Studies Research Journal: Trends and Strategies</i>	2	A4	4
<i>Marketing &amp; Tourism Review</i>	2	B1	1
Organizações & Sociedade	2	A2	16
Perspectivas em Gestão & Conhecimento	2	A4	6
Revista de Administração Contemporânea	2	A2	30
Outras	22		

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Analisando as instituições em que foram defendidas as dissertações e teses encontradas na BDTD, nota-se não haver uma concentração, pois, se verificou vinte e cinco diferentes instituições e não houve uma “referência” para o tema. No Quadro 6 apresentam-se as instituições com pelo menos duas defesas, destacando-se a Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC RS, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC SP, Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS e Universidade de São Paulo – USP. Quanto à atuação das instituições identificadas, 40% delas são privadas e 60% públicas.

**Quadro 6 – Defesas por instituição na BDTD**

Instituição	Atuação	Dissertação	Tese
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUC RS	Privada	6	0
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC SP	Privada	3	3
Universidade Federal de Pernambuco – UFPE	Pública	4	2
Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS	Pública	5	1
Universidade de São Paulo – USP	Pública	5	1
Fundação Getúlio Vargas – FGV	Privada	4	0
Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG	Pública	3	1
Universidade Federal da Paraíba – UFPB	Pública	3	0
Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN	Pública	3	0
Universidade Anhembi Morumbi	Privada	2	0
Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM	Privada	2	0
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro – PUC RIO	Privada	1	1
Universidade Federal Fluminense – UFF	Pública	2	0
Universidade de Brasília – UNB	Pública	2	0
Universidade de Fortaleza – UNIFOR	Privada	2	0

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

O indicador de número de citações foi relacionado a fim de verificar o impacto dos artigos em função desse número. Nesse sentido, percebe-se que os artigos mais citados foram os publicados no início do período (2013–2016). Embora as publicações sejam recentes, destacam-se algumas discriminadas no Quadro 7, que representam 79% das citações. Os outros 21% foram encontrados para os artigos que tiveram até cinco citações e ainda 13 artigos que não foram citados, estes são particularmente mais recentes, de 2018 a 2020.

Quando analisadas as dissertações e teses, o número de citações diminuiu, das 66 obras da amostra, 33% foram citadas ao menos uma vez, sendo duas dissertações de 2015 (Pizzol, 2015; Villanova, 2015), as mais citadas, 14 vezes cada uma.

**Quadro 7 – Relação de citações por artigo no SPELL**

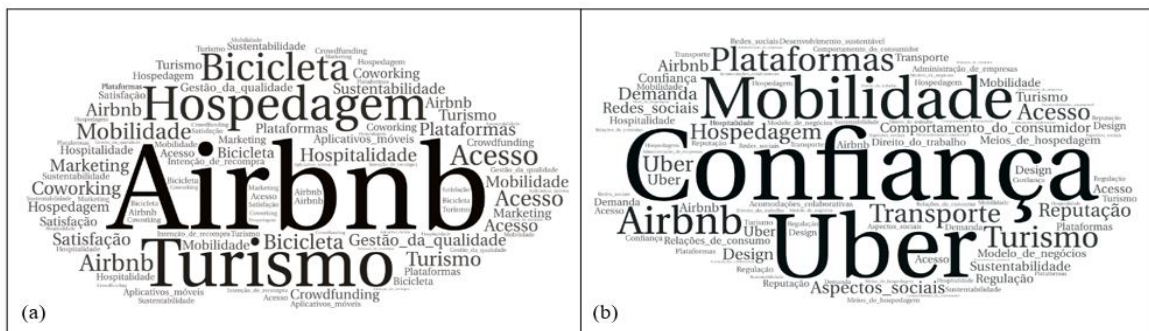
<b>Autor</b>	<b>Trabalho</b>	<b>Revista</b>	<b>Nº de citações</b>
Maurer <i>et al.</i> (2015)	Yes, we also can! O desenvolvimento de iniciativas de consumo colaborativo no Brasil	BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS	66
Silveira; Petrini e Santos (2016)	Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando?	Revista de Gestão	59
Ornellas (2013)	Impactos do consumo colaborativo de veículos elétricos na cidade de São Paulo	<i>Future Studies Research Journal: Trends and Strategies</i>	27
Durán-Sánchez <i>et al.</i> (2016)	<i>Economía Colaborativa: Análisis de la Producción Científica en Revistas Académicas</i>	Revista de Gestão e Secretariado	25
Arruda <i>et al.</i> (2016)	Consumo Colaborativo e Valores Pessoais: O Caso da Bicicleta Compartilhada	Revista Brasileira de Marketing	15
Markus e Orsi (2016)	Um Estudo do Consumo Colaborativo no Brasil e nos Estados Unidos da América	Revista Organizações em Contexto	13
Matos, Barbosa e Matos (2016)	Consumo Colaborativo e Relacional no Contexto do Turismo: A Proposição de um Modelo entre a Sociabilidade e a Hospitalidade em Rede	Revista Hospitalidade	10
Paixão e Souza (2015)	Consumo Colaborativo: Tendência de Construção de Conhecimento e Negócios no Mercado Digital de Produtos Usados	Perspectivas em Gestão & Conhecimento	9

Silva e Barbosa (2016)	Da posse à possibilidade do acesso? Compreendendo os conceitos de consumo colaborativo no marketing	Revista Interdisciplinar de Marketing	7
24 artigos com até cinco citações			62
13 artigos sem citações			0

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Utilizando a Lei de Zipf para a análise de frequência de palavras, foi criada uma nuvem com elas para visualizar o vocabulário predominante nas publicações, excluindo-se os termos de busca por serem recorrentes por natureza. As figuras foram geradas considerando palavras com ocorrência mínima de duas vezes, como mostrado na Figura 3, para artigos (a) e dissertações/teses (b). Por meio dessa técnica, identificaram-se os temas mais frequentes: nos artigos do SPELL, o turismo se sobressai com ênfase em hospedagem e na plataforma Airbnb, e também estudos sobre mobilidade, especialmente bicicletas. Nas dissertações e teses, a confiança do consumidor é proeminente, com notável referência à plataforma Uber e pesquisas sobre mobilidade, embora Airbnb também seja mencionado, mas com menos destaque.

**Figura 3 – Nuvem de palavras artigos SPELL (a) e BDTD (b).**



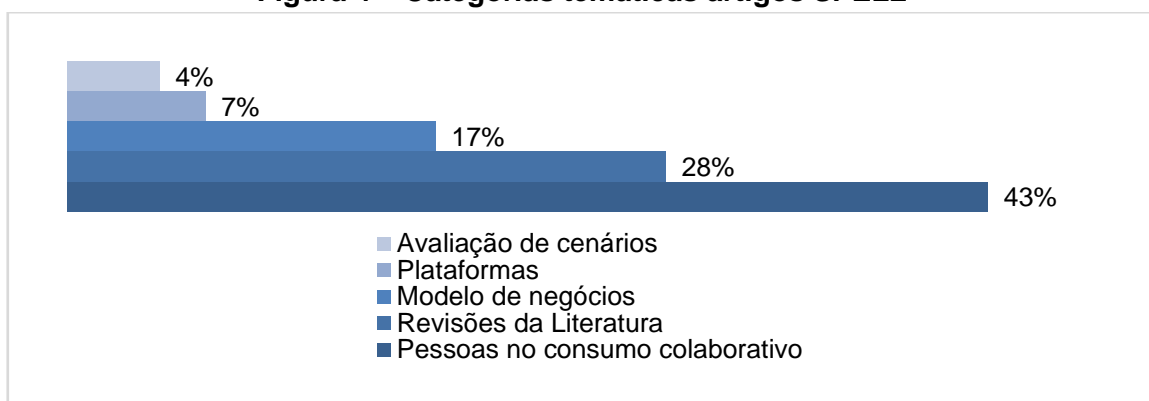
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

No que tange aos métodos, foi possível identificar que a maioria (72%) utiliza abordagens qualitativas, 24% quantitativas e 4% uma combinação de ambas. Adicionalmente, 56% dos estudos são empíricos e 44% teóricos, refletindo a emergência do tema nas pesquisas brasileiras. Além disso, por meio da sistematização da leitura, foi possível atender mais um indicador bibliométrico e

encontrar cinco categorias temáticas (ver Figura 4): pessoas no consumo colaborativo; revisões da literatura; modelo de negócios; plataformas; e avaliação de cenários.

Observa-se que 43% dos artigos estão na categoria de pessoas no consumo colaborativo e que estes buscam identificar os porquês das pessoas participarem do consumo colaborativo. Utilizam de fatores como motivação, valores, estímulos, satisfação, lealdade, extensão do *self*, intenção de uso/recompra, atitude e percepções. As revisões de literatura são 28% da amostra, focam na teoria, como ensaio teórico, bibliometria ou revisões sistemáticas sobre a economia compartilhada e consumo colaborativo, aplicações no turismo ou sobre a produção internacional. Na terceira categoria de modelos de negócios, com 17% dos artigos, exploram os diversos modelos de negócios na economia compartilhada, como *coworking* e *crowdsourcing*, Uber e Airbnb. As duas últimas categorias são pesquisas baseadas nas plataformas, 7% visam o objetivo de identificar, conhecer e analisar melhor. Já a temática de avaliação de cenários, estão em menor proporção (4%) e analisam as condições futuras do consumo colaborativo, no âmbito de impactos gerais.

**Figura 4 – Categorias temáticas artigos SPELL**



Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Ao pesquisar sobre economia compartilhada e consumo colaborativo, encontram-se referências que abordam a literatura internacional (Bardhi e Eckhardt, 2012; Belk, 2014; Hamari; Sjöklint; Ukkonen, 2016; Martin, 2016). No Brasil, percebe-se, por um lado, um esforço de estudos empíricos sobre a temática (Arruda *et al.*,



2016; Maurer *et al.*, 2015; Ornellas, 2013) e, por outro, iniciativas que exploram a literatura. Estas, porém, direcionadas aos conceitos de consumo colaborativo (Silva e Barbosa, 2016) e economia compartilhada (Gerhard; Júnior; Câmara, 2019), pesquisas voltadas para o turismo (Matos; Barbosa; Matos, 2016; Vera e Gosling, 2017) ou levantamento das publicações em âmbito de coleções de periódicos internacionais (Silveira; Petrini; Santos, 2016). Dessa forma, os resultados levantados neste estudo vêm para preencher uma lacuna e agregar no entendimento das pesquisas realizadas no país sobre a temática.

No escopo delimitado, a primeira defesa no país se deu no ano de 2012, mesmo ano que Silveira, Petrini e Santos (2016) identificaram o início de publicações anuais sobre o assunto internacionalmente. Como apontam Netto e Tello-Gamarra (2020), o tema passou a ter mais estudos acadêmicos a partir de 2010 devido à publicação de Botsman e Rogers (2010). No Brasil, foi em 2013 a primeira publicação em periódico (Ornellas, 2013). A partir disso, houve crescimento de defesas de dissertações e teses, bem como de publicações em revistas, convergindo com o retrato internacional. O ano de 2015 aparece relevante nas pesquisas internacionais (Lima e Carlos Filho, 2019; Silveira; Petrini; Santos, 2016), já no Brasil o salto na produção acontece um pouco mais tarde, em 2018, como ilustrado nas Figuras 1 e 2. A partir de então, percebe-se uma semelhança às publicações internacionais quanto à atração de mais pesquisas, porém, sem entrar em estágio de maturidade (Ertz e Leblanc-Proulx, 2018).

Quanto aos autores, este estudo corrobora Lima e Carlos Filho (2019). Não se pode afirmar que as coautoras com mais publicações são expoentes na área, pois, foi constatado que muitas delas são professoras que colaboram com seus orientados. Quando abordadas as instituições de filiação, houve um certo equilíbrio entre privadas e públicas, mas todas as instituições de ensino são de origem estritamente acadêmica.

Nos estudos de Durán-Sánchez *et al.* (2016) e Silveira, Petrini e Santos (2016), as publicações internacionais possuem prevalência de artigos de autoria única. Já na presente pesquisa destacam-se as publicações com dois autores, demonstrando que aqui as parcerias entre orientado e orientador prevalecem.

Seguindo os resultados internacionais (Silveira; Petrini; Santos, 2016), aqui não há indícios de formação de grupos de pesquisa que tratam da temática, ou seja, não há tendência à colaboração nas produções brasileiras.

Analisando as revistas mais relevantes, encontrou-se proporção semelhante à Silveira, Petrini e Santos (2016) em âmbito internacional. Das áreas de atuação das revistas aqui destacaram-se gestão, administração e turismo, esta última muito explorada nas publicações internacionais devido à referência do Airbnb e *sites* de troca de casas (Ertz e Leblanc-Proulx, 2018). A produção nacional também vai nesse sentido, com investigações sobre hospedagens (Ferreira *et al.*, 2017), turismo (Telles e Cardoso, 2019) e o próprio Airbnb (Tucci e Costa, 2020), porém, não há uma tendência de publicação em um ou alguns periódicos específicos.

Quanto às citações, os artigos nacionais mais citados foram os dos anos iniciais do período (2013–2016), indo ao encontro dos resultados de Netto e Tello-Gamarra (2020). Os achados aqui tiveram a proporção de citações que se distancia dos internacionais. Durán-Sánchez *et al.* (2016), por exemplo, deram destaque para três artigos com 374, 84 e 54 citações. No Brasil, quando analisados as dissertações e teses, o número de citações cai. Dessa forma, mesmo que no quadro 7 se relacionem os trabalhos mais citados, as publicações nacionais se encontram no início, com pesquisas dispersas, sem referência nacional de destaque.

Na análise das palavras-chave, foram retirados os termos alvos para evitar a redundância já encontrada em estudos internacionais (Durán-Sánchez *et al.*, 2016; Ertz e Leblanc-Proulx, 2018). Verificou-se que as publicações nacionais seguem as tendências internacionais, por explorarem o turismo, hospedagens, mobilidade e as plataformas como Uber e Airbnb. Netto e Tello-Gamarra (2020) explicam que isso se dá devido às duas empresas serem os maiores expoentes do fenômeno da economia do compartilhamento, influenciando os primeiros estudos.

Outro ponto assemelhado aos estudos internacionais é quanto à abordagem metodológica (Lima e Carlos Filho, 2019; Silveira; Petrini; Santos, 2016). Para os autores anteriormente citados, tal resultado é coerente com pesquisas de um campo novo, uma vez que a menor parte dos estudos é puramente quantitativa.

Por fim, as categorias temáticas das publicações nacionais vão ao encontro do que as análises das produções internacionais identificaram. As cinco categorias foram nomeadas como: (1) pessoas no consumo colaborativo; (2) revisões da literatura; (3) modelo de negócios; (4) plataformas; e (5) avaliação de cenários. Próximo a isso, Silveira, Petrini e Santos (2016) identificaram problemáticas de ontologia, artigos de definição; discussões sobre as tecnologias como meio; motivações e adoções de novos modelos; e, gestão de negócios colaborativos. Cheng (2016) revelou também as áreas foco na economia compartilhada como os modelos de negócios e seus impactos; e sua natureza como uma prática alternativa de consumo, compreendendo diversos conceitos.

O que se distancia dos achados aqui são as categorias de artigos que abordam a sustentabilidade e economia compartilhada, como revelado por Cheng (2016). Para Ertz e Leblanc-Proulx (2018), os estudos que possuem tal abordagem se valem de teorias fundamentais fortes e diversificadas, de modo a ter mais crítica à economia colaborativa e ao seu potencial para alcançar a sustentabilidade. Dessa forma, a publicação de artigos científicos no Brasil no âmbito da amostra selecionada, relacionados à economia colaborativa e ao consumo colaborativo, tem crescido acompanhando o efeito internacional. É possível encontrar diferenças e semelhanças nas análises entre o que é publicado no país e nas plataformas de maior alcance internacional.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Diante do objetivo de identificar o panorama de publicações brasileiras sobre a temática de economia compartilhada e de consumo colaborativo e para possibilitar uma melhor análise do impacto dos resultados, utilizaram-se indicadores bibliométricos. Foi identificado que a produção nacional possui menos de 10 anos, ou seja, é recente tanto nas defesas de dissertações e de teses quanto nas publicações em revistas no país. Seguindo o comportamento dos estudos internacionais, identificaram-se alguns artigos de levantamento da literatura estrangeira realizados no país, porém, um estudo que verificasse o estado das publicações nacionais ainda era

inexistente. Com foco nesta lacuna, a presente pesquisa atingiu o objetivo proposto, contribuindo para o entendimento de como internamente as pesquisas sobre economia compartilhada e consumo colaborativo caminham.

Os resultados indicam o caráter acadêmico das pesquisas no país, mas dispersas e, mesmo recentes, possuem uma tendência de crescimento. Existem algumas diferenças quanto aos estudos internacionais, como a predominância de dois autores, reforçando a ideia de orientado e orientador e as poucas citações, explicadas pelo fator limitador do idioma. Mas o que prevalece são as semelhanças entre as publicações aqui analisadas e os achados de publicações internacionais. Adicionalmente, as categorias temáticas encontradas possuem respaldo nas tendências internacionais: (1) pessoas no consumo colaborativo, (2) revisões da literatura, (3) modelo de negócios, (4) plataformas e (5) avaliação de cenários.

Como contribuições, pretende-se despertar o interesse do campo prático para a área de economia compartilhada e consumo colaborativo mediante a sua evolução, a sua incorporação na vida das pessoas e o seu impacto no mercado, principalmente no campo identificado aqui (turismo e hospitalidade). No campo teórico, oferecem-se subsídios da relação sobre as publicações em termos de índices, de fundamentos metodológicos e das abordagens temáticas, como apoio à direção de estudos futuros. Com ambição, os achados podem servir como *insights* para a literatura nacional, consumidores, autoridades reguladoras e modelos de negócios existentes e novos.

As limitações se dão no âmbito das escolhas pelos termos de busca, filtros utilizados, bem como as bases de dados selecionadas, podendo ser um viés ao estudo. Fica, portanto, sugestões para estudos futuros que explorem outras bases de dados e eventos científicos, já que estes possuem um tempo de publicação mais rápido que os investigados aqui, além de mapear melhor os principais temas, utilizando-se inclusive de *softwares* como *Vosviewer* ou *NVivo*.

## REFERÊNCIAS

ALBINSSON, P. I. A. A.; PERERA, B. Y. Alternative marketplaces in the 21st century : Building community through sharing events. **Journal of Consumer Behaviour**, [S. l.], v. 315, n. 11, p. 303–315, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/cb>

ARRUDA, H. R. de *et al.* Consumo colaborativo e valores pessoais: o caso da bicicleta compartilhada. **Brazilian Journal of Marketing - BJM**, [S. l.], v. 15, n. 5, p. 683–698, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/remark.v15i5.3370>

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. **Journal of Consumer Research**, [S. l.], v. 39, n. 4, p. 881–898, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/666376>

BELK, R. Sharing. **Journal of Consumer Research**, [S. l.], v. 36, n. 5, p. 715–734, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1086/612649>

BELK, R. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, [S. l.], v. 67, n. 8, p. 1595–1600, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>

BÖCKER, L.; MEELEN, T. Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, [S. l.], v. 23, p. 28–39, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **What's mine is yours: The rise of collaborative consumption**. New York: Collins, 2010. *E-book*.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Porto Alegre: Bookman, 2011. *E-book*.

CHENG, M. Sharing economy: A review and agenda for future research. **International Journal of Hospitality Management**, [S. l.], v. 57, p. 60–70, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.06.003>

COHEN, B.; KIETZMANN, J. Ride On! Mobility Business Models for the Sharing Economy. **Organization & Environment**, [S. l.], v. 27, n. 3, p. 279–296, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1086026614546199>

CRONIN, P.; RYAN, F.; COUGHLAN, M. Undertaking a literature review: a step-by-step approach. **British Journal of Nursing**, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 38–43, 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.12968/bjon.2008.17.1.28059>

DINIZ, E. H. Periódicos brasileiros da área de Administração no contexto de internacionalização da produção científica. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, [S. l.], v. 57, n. 4, p. 357–364, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0034-759020170406>

DOIN, T. A. F. **Desvendando a metamorfose da economia do compartilhamento: Uma revisão sistemática de literatura para a proposição de um framework integrativo**. 2019. - Universidade Federal da Bahia – UFBA, [s. l.], 2019. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/32145>

DURÁN-SÁNCHEZ, A. *et al.* Economía Colaborativa: Análisis De La Producción Científica En Revistas Académicas. **Revista de Gestão e Secretariado**, [S. l.], v. 7, n. 3, p. 1–20, 2016.



Disponível em: <https://doi.org/10.7769/gesec.7i3.617>

ERTZ, M.; LEBLANC-PROULX, S. Sustainability in the collaborative economy: A bibliometric analysis reveals emerging interest. **Journal of Cleaner Production**, [S. l.], v. 196, p. 1073–1085, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.095>

FERREIRA, K. M. *et al.* Percepção de gestores de hospedagens sobre plataformas de aluguel on-line por temporada. **Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica**, [S. l.], v. 19, n. 3, p. 658–683, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.14210/rtva.v19n3.p658-683>

GERHARD, F.; JÚNIOR, J. T. S.; CÂMARA, S. F. Tipificando a economia do compartilhamento e a economia o acesso. **Revista Organizações & Sociedade**, [S. l.], v. 26, n. 91, p. 795–814, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1984-9260919>

HAMARI, J.; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, [S. l.], v. 67, n. 9, p. 2047–2059, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1002/asi.23552>

LEEuw, T. De; GÖSSLING, T. Theorizing change revisited : An amended process model of institutional innovations and changes in institutional fields. **Journal of Cleaner Production**, [S. l.], v. 135, p. 435–448, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.119>

LIMA, S.; CARLOS FILHO, F. de A. Bibliometric analysis of scientific production on sharing economy. **Revista de Gestão**, [S. l.], v. 26, n. 3, p. 237–255, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/REG-01-2019-0018>

MACHADO JUNIOR, C. *et al.* As Leis da Bibliometria em Diferentes Bases de Dados Científicos. **Revista de Ciências da Administração**, [S. l.], v. 1, n. 1, p. 111, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2016v18n44p111>

MARKUS, K.; ORSI, D. F. O. Um estudo do consumo colaborativo no Brasil e nos Estados Unidos da América. **Revista Organizações em Contexto**, [S. l.], v. 12, n. 24, p. 117–129, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v12n24p117-129>

MARTIN, C. J. The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? **Ecological Economics**, [S. l.], v. 121, p. 149–159, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>

MATOS, B. G.; BARBOSA, M. de L. de A.; MATOS, M. B. de A. Consumo colaborativo e relacional no contexto do turismo: a proposição de um modelo entre a sociabilidade e a hospitalidade em rede. **Revista Hospitalidade**, [S. l.], v. 13, n. 1, p. 218–241, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.21714/1807-975x.2016v13n1p218241>

MAURER, A. M. *et al.* Yes, we also can! O desenvolvimento de iniciativas de consumo colaborativo no Brasil. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, [S. l.], v. 12, n. 1, p. 68–80, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/base.2015.121.06>

MENDES, F. S.; CEROY, F. M. **Economia Compartilhada e a Política Nacional de Mobilidade Urbana: Uma proposta de marco legal Brasília: Núcleo de Estudos e**



**Pesquisas/ CONLEG/Senado.** [S. l.: s. n.]. Disponível em: <https://www.senado.leg.br/estudos>

MOLZ, J. G. Social Networking Technologies and the moral economy of alternative tourism: The caso of Couchsurfing.org. **Annals of Tourism Research**, [S. l.], v. 43, p. 210–230, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.001>

MOTA, J. M. B.; LIMA, A. C. Efetividade do Crowdsourcing como Apoio à Segurança Pública. **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, [S. l.], v. 22, n. 5, p. 683–703, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018180007>

NETTO, C. D. O.; TELLO-GAMARRA, J. E. Sharing Economy: A Bibliometric Analysis, Research Trends and Research Agenda. **Journal of technology management & innovation**, [S. l.], v. 15, n. 2, p. 41–55, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4067/S0718-27242020000200041>

NOVIKOVA, O. The Sharing Economy and the Future of Personal Mobility: New Models Based on Car Sharing. **Technology Innovation Management Review**, [S. l.], v. 7, n. 8, p. 27–31, 2017. Disponível em: <https://doi.org/https://timreview.ca/article/1097>

OLIVEIRA, L. N. de S.; LIMA, A. R. S. Economia compartilhada aliado ao setor de serviços: uma revisão sistemática de trabalho brasileiros. **Id on Line Revista Multidisciplinar e de Psicologia**, [S. l.], v. 12, n. 42, p. 365–377, 2018. <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/1438>

ORNELLAS, R. D. S. Impactos do consumo colaborativo de veículos elétricos na cidade de São Paulo. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 33–62, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.24023/futurejournal/2175-5825/2013.v5i1.93>

ORNELLAS, R. da S. **O consumo colaborativo de transporte individual Car Sharing e o processo decisório do consumidor na cidade de São Paulo.** 2012. - Universidade de São Paulo, [s. l.], 2012. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-17042013-184453/>

PAIXÃO, C. R.; SOUZA, chard P. L. de. Relatos de Pesquisa Consumo Colaborativo: Tendência de Construção de Conhecimento e Negócios no Mercado Digital de Produtos Usados. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento, João Pessoa**, [S. l.], p. 170–185, 2015. Disponível em: <https://doi.org/https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc/article/view/22599>

PEREIRA, C. H. T.; SILVA, M. E. Contribuições do Marketing na Integração Economia Compartilhada e Estratégia. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, [S. l.], v. 9, n. 3, p. 127–149, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2017.v9i3.304>

PIZZOL, H. O. D. **Proposição de uma escala para mensuração do consumo colaborativo: compreendendo o compartilhamento de bens e a sua relação com valores pessoais.** 2015. [s. l.], 2015. Disponível em: <https://doi.org/https://hdl.handle.net/10923/7350>

PLEWNIA, F.; GUENTHER, E. Mapping the sharing economy for sustainability research. **Management Decision**, [S. l.], v. 56, n. 3, p. 570–583, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/MD-11-2016-0766>

RECHENE, S. T.; SILVA, M. E.; CAMPOS, S. A. P. Sharing Economy and Sustainability Logic : Analyzing the Use of Shared Bikes. **BAR - Brazilian Administration Review**, [S. l.], v. 15, n. 3, p. 1–18, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2018180026>

SCHOR, J. B.; FITZMAURICE, C. J. Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy. In: **Handbook of research on sustainable consumption**. Cheltenham: [s. n.], 2015. p. 410–425. E-book. Disponível em: <https://doi.org/https://doi.org/10.4337/9781783471270.00039>

SILVA, M. R. da; HAYASHI, C. R. M.; HAYASHI, M. C. P. I. Análise bibliométrica e cientométrica: desafios para especialistas que atuam no campo. **InCid: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, [S. l.], v. 2, n. 1, p. 110–129, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2178-2075.v2i1p110-129>

SILVA, M. J. de B.; BARBOSA, M. de L. de A. Da posse à possibilidade do acesso? Compreendendo os conceitos de consumo. **Revista Interdisciplinar de Marketing - RIMAR**, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 42–53, 2016. <https://doi.org/10.4025/rimar.v6i2.31583>

SILVEIRA, L. M. da; PETRINI, M.; SANTOS, A. C. M. Z. dos. Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? **REGE - Revista de Gestão**, [S. l.], v. 23, n. 4, p. 298–305, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.rege.2016.09.005>

SOARES, S. V.; PICOLLI, I. R. A.; CASAGRANDE, J. L. Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Bibliométrica, Artigo de Revisão e Ensaio Teórico em Administração e Contabilidade. **Administração: Ensino e Pesquisa**, [S. l.], v. 19, n. 2, p. 308–339, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.13058/raep.2018.v19n2.970>

TELLES, G. C. de Q.; CARDOSO, J. de F. Turismo colaborativo em hostels. **Revista Hospitalidade**, [S. l.], v. 16, n. 02, p. 69–92, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.21714/2179-9164.2019.v16n2.004>

TUCCI, V. R. do V.; COSTA, H. A. A Nova Economia no Setor de Hospedagem: influências do Airbnb sobre o mercado de hotelaria de Brasília. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, [S. l.], v. 14, n. 1, p. 60–80, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.17648/raoit.v14n1.5667>

TUSSYADIAH, I. P. Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. **International Journal of Hospitality Management**, [S. l.], v. 55, p. 70–80, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.03.005>

VERA, L. A. R.; GOSLING, M. de S. Economia Compartilhada no Turismo: uma discussão teórica sobre o consumo colaborativo e o compartilhamento. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, [S. l.], v. 10, n. 1, p. 226–251, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.19177/reen.v10e12017226-251>

VILLANOVA, A. L. I. **Modelos de negócio na economia comartilhada: uma investigação multi-caso**. 2015. - Fundação Getúlio Vargas, [s. l.], 2015. Disponível em: <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10438/15184>

WANG, Y. *et al.* An empirical study of consumers' intention to use ride-sharing services: using an extended technology acceptance model. **Transportation**, [S. l.], v. 47, n. 1, p. 397–415, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s11116-018-9893-4>