

Economia Compartilhada e a plataforma *AirBnB*: uma análise bibliométrica

Sharing Economy and Airbnb platform: a bibliometric analysis

Natham Marques Oliveira;
Clodis Boscaroli;

RESUMO

Apesar da economia compartilhada ser um fenômeno contemporâneo, sua difusão tem sido ampliada em destinos emergentes. Muitas plataformas e empresas se tornaram modelos de negócios bem-sucedidos, sustentáveis e rentáveis, apresentando seu grande potencial de desenvolvimento econômico. Buscando verificar a ampliação de tal acontecimento, busca-se neste artigo, a partir de uma análise bibliométrica, identificar e analisar estudos existentes sobre economia compartilhada e a plataforma *AirBnB*, um exemplo de modelo de negócio *peer to peer* e analisar como os mesmos têm evoluído e se difundido na comunidade científica. Esta pesquisa trata de um recorte da dissertação de Mestrado do autor (Oliveira, 2018) e analisou publicações científicas relacionadas às temáticas economia compartilhada e *AirBnB*, possibilitando uma construção de um mapa dos estudos publicados. A partir do protocolo apresentado, foram localizados 56 artigos, tendo sido analisadas suas principais problemáticas e aportes dessas publicações. Além de oferecer um panorama das pesquisas em economia compartilhada, verificou-se a oportunidade para futuros estudos que possam analisar esse fenômeno e refinar a abordagem teórica.

Palavras-chave: Economia Compartilhada; *AirBnB*; Modelos de negócios; Análise Bibliométrica.

ABSTRACT

Despite the sharing economy being a recent phenomenon, its diffusion has been expanded in emerging destinations. Many platforms and companies have become successful, sustainable and profitable business models, presenting the great potential for economic development. Seeking to verify the expansion of such an event, this paper, through a bibliometric analysis, to analyze how studies on sharing economy and the *AirBnB* platform, an example of peer to peer business model, and analyze how they have evolved and spread into the scientific community. This research is an cutout from the author's Master's dissertation (Oliveira, 2018) and analyzed scientific publications related to the sharing economy and *AirBnB* themes, enabling the constructions of a map of published studies. From the presented protocol, 56 articles were found, having analyzed their main problems and contributions. In addition to offering an overview about researchs in sharing economy, we have identified the opportunity for future studies to analyze this phenomenon and also refine the theoretical approach.

Keywords: Sharing Economy; *AirBnB*; Business models; Bibliometric analysis.

INTRODUÇÃO

Da Arpanet na década de 1960 até a popularização do *World Wide Web* (www ou a *Web*) na década de 1990, da liberdade de informação à comunicação mediada pelo computador, o surgimento da *internet* modificou relações sociais e formas de trabalho e tornou-se um espaço de florescimento de muitos projetos coletivos ou individuais de apresentação de opiniões, notícias e informação das mais diversas (Cardoso, 2007). Ela se configurou como um meio que permite uma segmentação do público, isto é, o indivíduo consome aquilo que é do seu interesse, e permite alcançar novos públicos. Criou, ainda, um ambiente colaborativo em que os usuários produzem um conteúdo compartilhado.

No mundo contemporâneo, novas regras e ferramentas têm propiciado o surgimento de uma nova economia. Kalakota e Robinson (2002) declaram que, nesse ambiente, poucos são os conceitos que revolucionaram a forma de realizar negócios, uma vez que as adequações são ditadas pelo mercado consumidor e não pelo mercado produtor. Tal fenômeno tornou-se capaz por conta da nova infraestrutura da Tecnologia de Informação, denominada de Terceira Plataforma de TI (Idc, 2018), baseada em quatro pilares: *Cloud Computing*, *Web Social*, *Big Data* e *Social Business*, que juntas estão permanentemente criando oportunidades de negócios e modificando o comportamento de seus usuários.

A Terceira Plataforma, por sua vez, abre mais espaço para as companhias inovarem com as aplicações móveis, entender seu cliente e oferecer uma melhor experiência, transformando os grandes volumes de dados em moeda negociável, criando produtos e serviços que possam trazer vantagens competitivas. As relações entre organizações e consumidores vêm sendo constantemente alteradas conforme há mudanças nas sociedades, especialmente no que tange a tecnologia. A *internet*, portanto, provocou fortes e profundas mudanças, possibilitando que uma grande massa de pessoas pudesse alterar o *status quo* das relações. O consumidor se tornou um 'prosumidor' (Tapscott, 2007).

As inovações também são responsáveis por uma profunda alteração no mercado, a variar do grau de penetração alcançado. As inovações que apresentam reflexos no mercado pela criação de novos valores, preços variados e acessíveis e facilidades de uso são

denominadas por estudiosos por inovações disruptivas (Bower & Christensen, 1995; Markides, 2006). Recentemente, um novo tipo de comércio, associado principalmente à cadeia de serviços e usualmente conhecida como economia compartilhada tem emergido (Botsman & Rogers, 2009).

A economia compartilhada, por sua vez, surgiu recentemente como uma alternativa para satisfazer necessidades diversas, que, anteriormente, eram atendidas predominantemente por empresas. Os consumidores passaram a querer ter acesso a produtos e a pagar pela experiência de tê-los temporariamente, ao invés de adquiri-los (Bardhi & Eckhardt, 2012), o que fez com que o compartilhamento de bens individuais ociosos se popularizasse nos últimos anos (Choi, Cho, Lee, Hong, & Woo, 2014) e, com a emergência de plataformas tecnológicas *peer-to-peer* (ponto a ponto, aqui considerado no objetivo final como pessoa para pessoa), novos *marketplaces* baseados em consumo colaborativo surgiram e seus impactos já promoveram mudanças significativas nos padrões de consumo.

Ainda, segundo Allenm & Berg (2014), a economia compartilhada é um termo para um conjunto emergente de modelos de negócios, plataformas e intercâmbios. Distinto do mercado tradicional, ao qual a moeda é utilizada para tomar a propriedade de algum bem/serviço, o conceito de economia compartilhada apresenta o benefício de capturar valor com direitos de acesso ao produto ou serviço.

A economia compartilhada tem mudado modelos de negócios e comportamentos de consumidores em muitas indústrias e setores, incluindo o turismo e a hospitalidade, atendendo a uma necessidade de produção de modelos de negócios que aliam o crescimento econômico com sustentabilidade ambiental e social, dimensões-base do conceito de desenvolvimento sustentável.

Tomados em conjunto, a economia compartilhada e o desenvolvimento sustentável apresentam um potencial de produção de novas maneiras de concorrência legal, bem como alterar ou refinar os modelos já existentes. Emerge, também, o conceito de consumo colaborativo como uma forma recente de negócios que aproveita as mudanças tecnológicas, particularmente, a *internet*. Ao contrário do consumo tradicional, o consumo na economia compartilhada baseia-se nas pessoas que trabalham de forma

colaborativa, compartilham ideias e práticas e geram interações, promoções e venda de produtos de forma cooperativa (Botsman & Rogers, 2009).

Podem ser citadas como práticas de perspectiva de consumo colaborativo e economia compartilhada o *eBay*, *ZipCar*, *Uber*, *AirBnB*, *Spotify*, *Freecycle*, *CouchSurfing* e demais iniciativas ao redor do globo.

Um modelo de negócio disruptivo no mercado de hospedagem tornou-se um exemplo a ser citado: o da hospedagem domiciliar ponto a ponto viabilizada pela terceira plataforma, na qual emerge em contexto de novos hábitos de consumo inerentes à economia compartilhada.

O consumo do produto turístico, com sua democratização, pode se tornar sazonal, já que ora pode ser feito por públicos independentes e que não precisam da figura de intermediários e, apesar da economia compartilhada ser um fenômeno recente, sua difusão tem sido cada vez

maior, uma vez que muitas empresas se tornaram modelos de negócios sustentáveis e bem-sucedidos, como a empresa *AirBnB*, que

A partilha de bens e serviços entre diferentes organizações/pessoas e clientes começou a desempenhar um importante papel econômico. Prova disso se faz presente na plataforma AirBnB, que propõe que qualquer cidadão abra sua residência para um viajante, alugando-a por um período e assim, obtendo renda extra.

atualmente é a maior rede de hospedagem do mundo, sem sequer possuir um único alojamento (Tussyadiah & Pesonen, 2015; Fast Company, 2015; Martin, 2016).

A partilha de bens e serviços entre diferentes organizações/pessoas e clientes começou a desempenhar um importante papel econômico. Prova disso se faz presente na plataforma *AirBnB*, que propõe que qualquer cidadão abra sua residência para um viajante, alugando-a por um período e assim, obtendo renda extra. O inequívoco desses conceitos implica que a construção de partilha inclui vários componentes do ponto de vista econômico: equilibrar os recursos disponíveis e as necessidades dos consumidores (Guttentag, 2015).

Visando expandir o conhecimento sobre tal fenômeno econômico, este artigo analisa o que tem sido pesquisado sobre as temáticas *AirBnB* e economia compartilhada e apresenta um portfólio de artigos científicos que abordam as temáticas que delinea os

principais recursos tecnológicos utilizados e a influência da tecnologia e inovação digital no relacionamento de fornecedores e consumidores.

ECONOMIA COMPARTILHADA E AIRBNB

O *World Economic Forum* (WEF) apresenta a importância de novas formas de comportamento e de significados de bem-estar para o futuro do planeta afirmando que:

A Economia Compartilhada (também conhecida como consumo colaborativo e economia colaborativa) foca em “acesso sobre posse” e a reinvenção de comportamentos de mercado tradicionais – como aluguel, empréstimo e trocas – através de tecnologia. Neste processo, estamos descobrindo novas formas de criar valor, promover eficiência econômica, sustentabilidade de recursos e formação de comunidades (WEF, 2013).

Para tanto, o termo utilizado para melhor expressar o tema é o de Botsman e Rogers (2009, p. 7), pioneiros na temática, que definem a economia compartilhada ou *sharing economy* como “[...] um modelo econômico baseado no compartilhamento de ativos subutilizados, de espaços a habilidades e itens para benefícios monetários ou não monetários”.

Segundo os conceitos de Botsman (2014), Belk (2014), e um estudo do The Altimeter Group (2013), alguns fatores criam um ambiente propício para impulsionar tal nova economia e caracterizar suas principais práticas colaborativas,

A AirBnB é uma plataforma oriunda da economia compartilhada, que atua como um serviço de hospedagem domiciliar online com atuação global que conecta viajantes à procura de experiências...

sendo estes:

a) *drivers* disruptivos (inovação tecnológica, dependência da *internet*, mudanças sociais e de

valores, realidades econômicas, pressões ambientais); b) utilização inovadora e eficiente de ativos (tecnologias móveis e baseadas em localização); c) distribuição de poder e desintermediação; d) acesso x posse.

A *AirBnB* é uma plataforma oriunda da economia compartilhada, que atua como um serviço de hospedagem domiciliar *online* com atuação global que conecta viajantes à

procura de experiências em seus locais de viagem a anfitriões com algum lugar ocioso em seus domicílios ou não, com intuito de renda extra, ou em um mercado de comunidade em que se pode confiar para que indivíduos listem, descubram e reservem acomodações únicas ao redor do mundo por meio de uma plataforma, tal que a empresa se intitula uma comunidade para turistas (ou hóspedes) e anfitriões, especializada em hospedagem, que se favorece do desejo dos usuários por interação social em um ambiente virtual propício ao encontro destas pessoas (Belk, 2014; Wang, Li, Guo & Xu, 2016; Wu & Zhi, 2016).

O setor de hospedagem está sendo radicalmente transformado por redes *peer-to-peer*, com a AirBnB como pioneira. Os turistas podem se hospedar e vivenciar com moradores ou nas casas dos moradores em vez de ficar em meios de hospedagem convencionais. O sucesso da AirBnB aponta para alta demanda devido a preços atrativos (Tussyadiah & Pesonen, 2015), conectando-se com a população local e explorando experiências diferenciadas (Guttentag, 2015).

A inovação e a tecnologia na hospedagem possibilitam a conexão não intermediada entre partes, o poder de escolha, que leva à troca econômica, também é desintermediado, facilitado e mediado por plataformas digitais, democratizando e reduzindo a hierarquia entre os atores – os insurgentes (Oliveira, 2018). O foco é extrair valor de ativos que não estão sendo totalmente explorados por seus proprietários, mas há outros benefícios potenciais associados, como a redução de consumo (tanto de recursos naturais como do próprio consumo individual) (Tussyadiah, 2016; Wang & Ho, 2017), custos e de impacto ambiental (Martin, 2016).

Negativamente, a substituição de intermediários reais por virtuais é associada aos possíveis efeitos econômicos e sociais negativos. No caso da AirBnB, por exemplo, questiona-se se os impactos econômicos e financeiros positivos de sua rede são maiores do que as perdas fiscais para os municípios ou até mesmo um possível desemprego gerado pela redução de atividade atualmente estabelecida ou até mesmo os empregos indiretos gerados por meio de tal plataforma. Estas são duas das principais resistências e questionamentos ao suporte político e legal a negócios com este perfil. No entanto, o comportamento social avaliza o sucesso de iniciativas colaborativas sinalizado, em

especial, pela explosão de negócios em grande diversidade de segmentos (Sundararajan, 2014).

Os autores aqui resgatados podem ser vistos como um pano de fundo para a compreensão dos conceitos de economia compartilhada e de maior compreensão da plataforma (Oliveira, 2018). Na busca de produções científicas nacionais e internacionais que apresentem mapas dos conhecimentos desenvolvidos na temática, não foram localizados artigos. Buscou-se apresentar um panorama quantitativo, expor, por exemplo, quais os periódicos com mais artigos publicados, os periódicos com mais citações e os autores com maior quantidade de publicação. Da mesma forma, a partir da análise qualitativa, analisou-se cada publicação na busca pela identificação das problemáticas e das principais contribuições. Na próxima seção são detalhados os procedimentos metodológicos utilizados.

PERCURSO DA PESQUISA

Se a pesquisa bibliográfica receber a devida atenção e for conduzida com rigor e de forma sistemática (Webster & Watson, 2002), essa permitirá que outros pesquisadores possam fazer uso desses resultados com maior confiabilidade, possibilitando reutilizar estudos já finalizados, focando apenas no tópico em que se deseja pesquisar. Além da economia gerada de tempo e recursos, seus resultados permitem a identificação de lacunas na teoria trabalhada que poderá assim ser utilizada por terceiros. Corroborar-se, também, devido à demasiada quantidade de artigos nas bases de dados, havendo uma maior dificuldade do pesquisador em nortear sua pesquisa.

Dessa forma, para que se construa um referencial teórico robusto e de relevância acadêmica, é preciso fazer uso de um processo capaz de consolidar as informações de maneira imparcial e consistente. Dessa necessidade surge a seguinte pergunta para a presente pesquisa: Como realizar de forma estruturada e não tendenciosa a seleção e análise de um referencial teórico de relevância acadêmica e alinhado ao contexto estudado?

A análise bibliométrica foi escolhida por ser um método planejado para responder a uma pergunta específica, e que possibilita coletar, selecionar e analisar criticamente os

estudos. As fontes de um estudo de bibliometria são, portanto, artigos provenientes de estudos originais disponíveis em um banco de dados. A revisão bibliométrica difere da revisão bibliográfica tradicional. Esta última possibilita apenas uma visão geral sobre assuntos específicos e é usada como argumento para novas pesquisas.

Castro (2001) ressalta que as suposições do autor e o viés que ocorre na seleção e análise da literatura, geralmente, não são conhecidos. No campo da administração, demais áreas correlatas e para a consecução dos objetivos desta pesquisa, a revisão bibliométrica é importante, já que permite que o pesquisador selecione e analise o território intelectual existente e formule uma questão de pesquisa, para desenvolver o corpo de estudos proposto.

Os indicadores bibliométricos possibilitam analisar o desenvolvimento de um campo da ciência, de forma a identificar características, como: o crescimento cronológico da produção científica; a produtividade de autores e instituições; a colaboração entre pesquisadores e instituições; o impacto das publicações; e a análise e avaliação de fontes difusoras de trabalhos e a dispersão da produção científica entre as diversas fontes (Bufrem & Prates, 2005). A observação dessas características, para uma determinada área do conhecimento, revelam sua evolução e as principais tendências das publicações científicas.

Durante a execução desse procedimento, questões de pesquisa são definidas ao qual o portfólio visa a responder: QP1: Qual a quantidade de estudos publicados referente ao tema?; QP2: Quando os estudos foram publicados?; QP3: Quais tópicos têm sido focados?; e, QP4: Quais as principais publicações?

De acordo com Santos, Alcântara-Eliel e Eliel (2006), a geração de conhecimento deve iniciar com a pesquisa do que já foi previamente publicado a respeito do tema estudado. Para tal, podem-se utilizar as bases de dados tecno-científicas, que fazem a indexação de publicações de pesquisas como periódicos de artigos, teses, livros, patentes, trabalhos de congressos etc.

A disponibilização das bases de dados técnico-científicas via internet, tem facilitado o processo de busca e seleção de trabalhos acerca de uma área específica de conhecimento. Como seleção dos artigos, foi utilizado o Portal Periódico Capes, fonte para artigos acadêmicos por habilitar acesso às múltiplas bases científicas relevantes. No entanto,

para garantir a qualidade do trabalho, fez-se necessário a adoção de um procedimento estruturado que visasse a obter o resultado esperado (Figura 1).

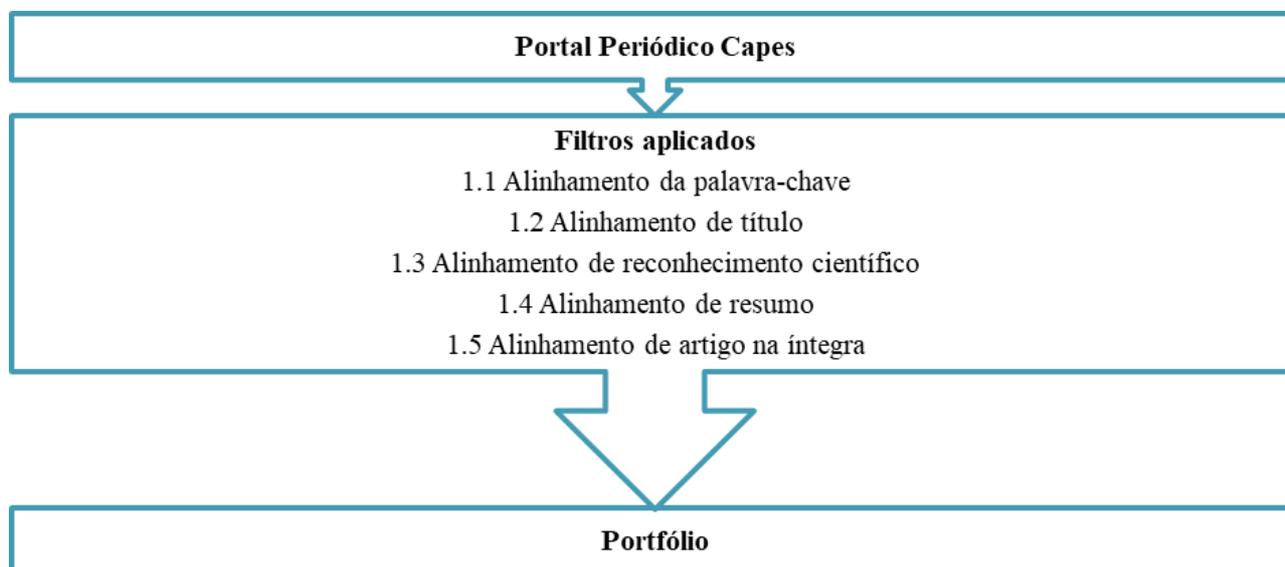


Figura 1: Processo de seleção de artigos científicos na base de dados; Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O Portal de Periódicos da Capes oferece acesso a textos completos disponíveis em mais de 38 mil publicações periódicas, internacionais e nacionais, e a diversas bases de dados que reúnem desde referências e resumos de trabalhos acadêmicos e científicos, até normas técnicas, patentes, teses e dissertações, dentre outros tipos de materiais, cobrindo todas as áreas do conhecimento. Inclui, ainda, uma seleção de importantes fontes de informação científica e tecnológica de acesso gratuito na *web* (Capes, 2018).

Para a busca, não foram selecionadas bases de dados específicas, a fim de recuperar o maior número relevante de pesquisas que têm sido publicadas na temática proposta, para logo após seguir o protocolo com refinamentos determinantes para o estabelecimento do portfólio.

Para que se realize a busca de artigos que venham a compor o portfólio, é necessário a definição de palavras-chave que melhor representem o assunto que vem a ser pesquisado. O procedimento utilizado para tal foi uma pesquisa inicial exploratória em uma amostra de artigos julgados pelo autor como relevantes para a temática. As palavras-chave definidas inicialmente foram: “*Airbnb*”, “*economia compartilhada*”, “*sustentabilidade*” e “*inovação disruptiva*”. Estas palavras, por sua vez, foram utilizadas

no idioma inglês, que possui maior representatividade. Assim, foram usadas também as palavras-chave: “*sharing economy*”, “*sustainability*” e “*disruptive innovation*”.

Após a primeira definição de palavra-chave, foram utilizadas técnicas de SEO (*Search Engine Optimization*), com o intuito de verificar a aderência das palavras-chave e realmente confirmar se haveriam demais palavras que viessem a aperfeiçoar a busca, conseqüentemente, aprimorando a produção de conteúdo.

A primeira técnica utilizada de SEO foi o mecanismo de busca do *Google*. Nessa primeira técnica foi verificada uma palavra-chave que poderia ser utilizada. Nesse caso, viu-se que o conceito “*sharing economy*” em alguns momentos vinha a ser buscado como “*shared economy*”, sendo assim também utilizada. Outro mecanismo utilizado para validar a qualidade das palavras-chave foi o da plataforma *Google Trends*. Este, por sua vez, tem a função de medir o grau de interesse na busca de determinada palavra-chave. Confirmou-se que as palavras-chave selecionadas estavam em ascensão dentro de um período de 12 meses (março de 2017 a março de 2018).

Após a leitura inicial de alguns artigos viu-se que a palavra-chave “*collaborative consumption*” também era muito utilizada, isso devido ao fato de que para que a economia compartilhada ocorra, deve também ocorrer o consumo colaborativo, palavra essa que foi também incorporada para busca de artigos. Sendo assim, as palavras-chave utilizadas para busca, atualizada

Após a primeira definição de palavra-chave, foram utilizadas técnicas de SEO (*Search Engine Optimization*)...

pela última vez em março de 2018, foram: “*Airbnb*”, “*economia compartilhada*”, “*inovação disruptiva*”, “*sustentabilidade*”, “*sharing economy*”, “*shared economy*”, “*disruptive innovation*”, “*sustainability*” e “*collaborative consumption*”.

Tabela 1. Processo inicial da busca de artigos.

Busca	Data	Coleção	String	Nº de registros
de busca				
1	02/03	Todas	"airbnb" and "sharing economy"	829
2	02/03	Todas	"airbnb" and "shared economy"	479
3	02/03	Todas	"airbnb" and "economia compartilhada"	4
4	02/03	Todas	"airbnb" or "economia compartilhada"	2817
5	02/03	Todas	"airbnb" and "inovação disruptiva"	1
6	02/03	Todas	"airbnb" and "disruptive innovation"	260
7	03/03	Todas	"airbnb" and "sustentabilidade"	4
8	03/03	Todas	"airbnb" and "sustainability"	291
9	03/03	Todas	"airbnb" and "collaborative consumption"	251
Total de registros				4107

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Nesta primeira fase de mapeamento, as palavras-chave foram articuladas de maneira a pesquisar o maior número relevante de artigos inerentes ao tema da pesquisa. Para maior robustez da pesquisa, foi utilizado o Portal Periódico Capes, sendo realizados em sua totalidade nove tipos de pesquisas, articulando as palavras-chave de maneiras distintas, e, como pode ser observado na Tabela 1, houve um total de 4.107 artigos listados.

Outro critério que visa a buscar artigos mais recentes sobre o tema diz a respeito à sua periodicidade. Por esse motivo, tal critério de inclusão foi utilizado na busca, no qual somente artigos dos últimos cinco anos foram selecionados dentro do filtro de busca. Um dos fatores a ser considerado diz respeito à publicação. Encontraram-se artigos oriundos de periódicos internacionais e nacionais, em sua quase totalidade internacional. Todavia, nem todos os artigos dizem respeito ao cerne da pesquisa, fazendo assim um maior refino no processo de busca.

O próximo refino de busca e critério de exclusão foi o de revisão por pares. Neste processo pode-se cancelar seu rigor científico e assim validar a robustez da pesquisa. Assim, obteve-se a quantidade descrita na Tabela 2.

Analisa-se, conforme a Tabela 2, que de um total de 4107 artigos encontrados nas buscas iniciais de cada *string* de busca, a partir do refino de busca de revisão de pares, foram encontrados um total de 2778 artigos. Ainda assim, com este refino, as *strings* com o maior número de artigos continuaram sendo as *strings* “airbnb” ou “economia compartilhada” e “airbnb” and “*sharing economy*”.

Tabela 2: Refino de busca revisão por pares.

String	Nº de registros	Refino	Nº de registros
"airbnb" and "sharing economy"	829	Revisado por pares	486
"airbnb" and "shared economy"	479	Revisado por pares	333
"airbnb" and "economia compartilhada"	4	Revisado por pares	3
"airbnb" or "economia compartilhada"	2817	Revisado por pares	1347
"airbnb" and "inovação disruptiva"	1	Revisado por pares	0
"airbnb" and "disruptive innovation"	260	Revisado por pares	168
"airbnb" and "sustentabilidade"	4	Revisado por pares	4
"airbnb" and "sustainability"	291	Revisado por pares	230
"airbnb" and "collaborative consumption"	251	Revisado por pares	207
Total de registros	4107		2778

Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

O próximo refino de busca para a seleção do portfólio foi verificar a disponibilidade do artigo para *download* em sua totalidade, juntamente com a leitura dos títulos e seus resumos. Com este critério de seleção, 128 artigos que seguiram para o próximo critério de seleção. Do total de artigos encontrados com os refinamentos de busca, referidos artigos foram listados com seus títulos, autores e periódicos na ferramenta de catálogo Mendeley, sendo que, após eliminação de artigos repetidos e leitura minuciosa, foram separados os artigos que de fato relacionavam-se à pesquisa e que auxiliariam a responder questões e objetivos do trabalho.

Da quantidade de 128 artigos, restaram 56 artigos para análise, conforme resumo do protocolo utilizado na Figura 2.



Figura 2: Resumo do protocolo; Fonte: Dados da pesquisa (2018).

A partir deste mapeamento, foi possível a mensuração de demais dados relevantes. Primeiramente, fez-se a mensuração de artigos publicados por periódico, verificando uma grande distribuição de periódicos relacionados ao tema, uma vez que foram encontrados artigos em 34 periódicos distintos. Desse total de periódicos, o gráfico da Figura 3 apresenta somente os periódicos onde foram encontrados número acima de 1 artigo publicado.

Dentre eles destaca-se os periódicos *Intenational Journal of Hospitality Management*, com a quantidade de 4 artigos; o periódico *Techonological Forecasting & Social Change*, com uma quantidade de 6 artigos; e *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, com um total de 8 artigos correspondentes.

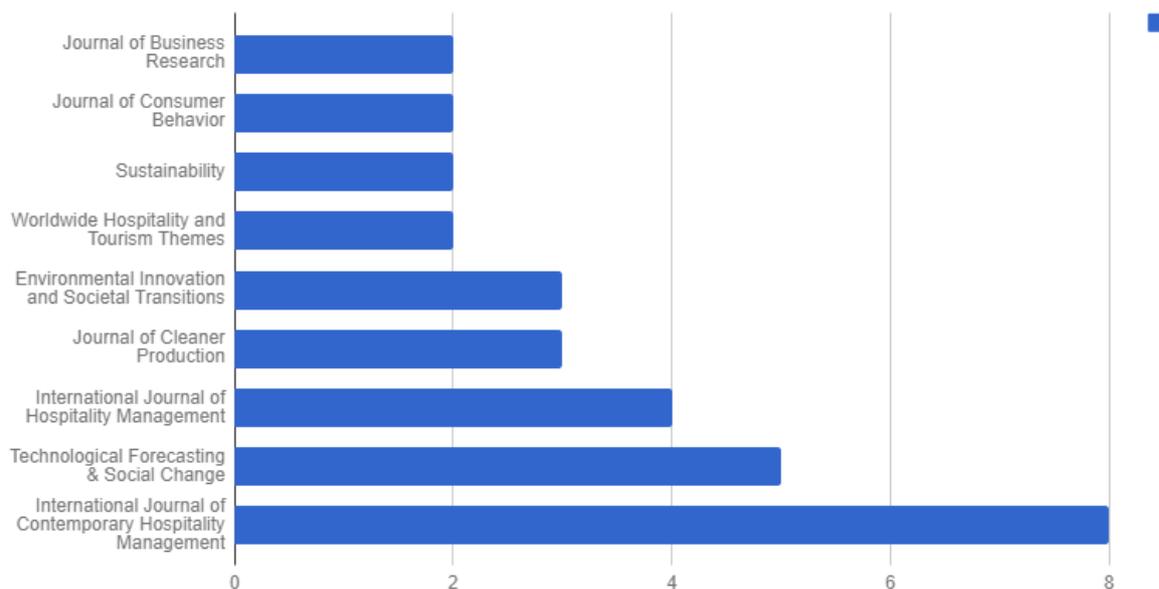


Figura 3: Gráfico de quantidade de artigos por periódico; Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Além dos periódicos citados na Figura 3, cita-se também os demais 25 periódicos encontrados, os quais tiveram 1 artigo publicado pertinente ao tema pesquisado.

Com os dados obtidos, pode-se verificar a quantidade de citações que cada artigo teve, destacando, assim, sua importância para a comunidade científica. Tal mensuração apresenta sua robustez e qualidade, sendo instrumento de suporte para demais pesquisadores.

Destaca-se que o artigo com o maior número de citações é de autoria de Russel Belk. Referido autor, por sua vez, possui um artigo com o título denominado “*You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online*”, publicado no periódico *Journal of Business Research*, com uma quantidade de 894 citações até o momento desta revisão.

Apesar de serem artigos recentes, constata-se um grande volume de citações. Alinha-se à probabilidade que, por se tratar de um tema recente, não há um número de autores com muitas citações, sendo utilizados os mesmos como ponto de início para construção científica. Outro dado a ser considerado e que já se esperava, é o fato de que os artigos mais citados tenham sido publicados em periódicos internacionais. Além disso, constata-se o fato de que da totalidade de artigos filtrados, somente 2 periódicos era nacionais, publicados na Revista de Gestão e na Revista Metropolitana

de Sustentabilidade, revelando, portanto, a escassez de contribuição científica nacional para a temática. Pôde-se também verificar o ano de publicação dos artigos (Figura 4).

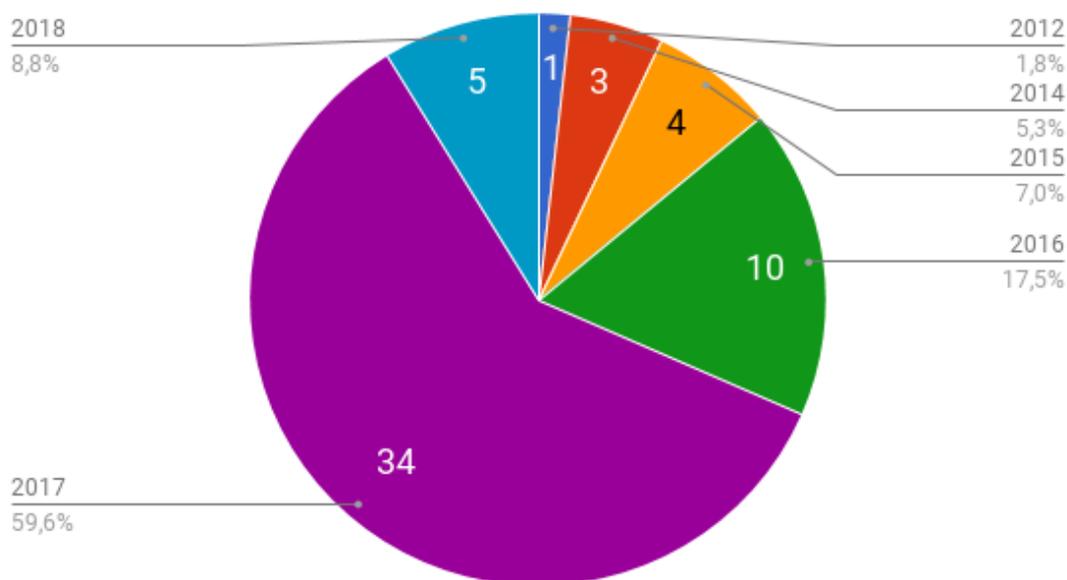


Figura 4: Gráfico da quantidade de publicações anual; Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Viu-se que 68,4% das publicações referentes ao tema foram publicadas no ano de 2017 e 2018, tendo sido sua maior porção publicada no ano anterior. Pela Figura 5, pode-se constatar um crescimento de autores sobre a temática nos últimos anos, essencialmente no que se refere ao ano de 2017, período esse com o maior número de autorias. Um dos fatores que também pode ser percebido através do gráfico é a diminuição de publicações com somente 1 autor e o aumento predominante de 2 autorias em 2018. Além disso, verificou-se o relevante aumento de publicações com 3 autores, essencialmente no ano de 2017. Pode ser verificado, assim, que as iniciativas para criação de grupos de pesquisa que trabalham a economia compartilhada foram impulsionadas a partir do último ano.

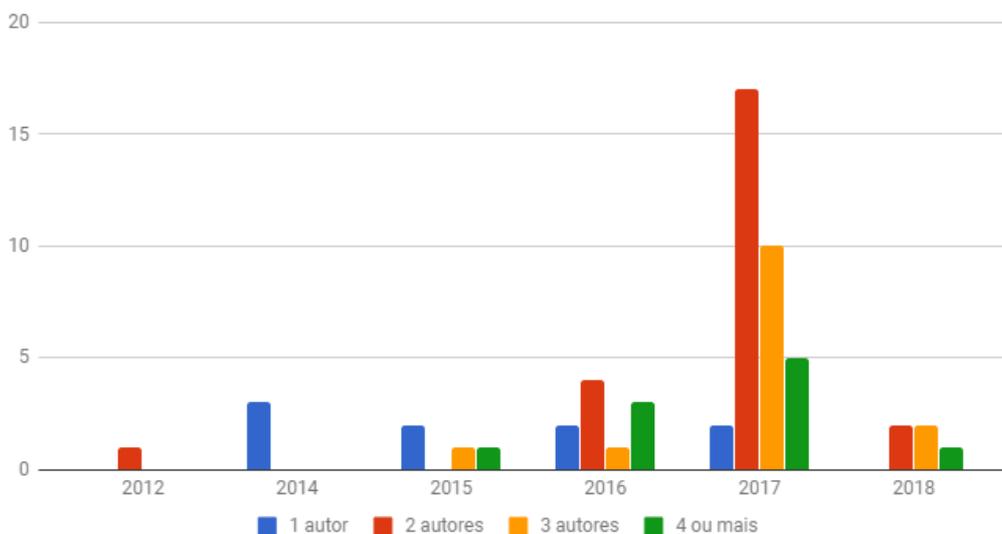


Figura 5: Gráfico com características de autoria por ano; Fonte: Dados da pesquisa, 2018.

Além da busca bibliométrica realizada nos artigos, também foi verificada, de forma complementar e a título de observação, a publicação de teses, livros, dentre outras fontes que pudessem ser inerentes ao tema e utilizadas como leitura, citando como principal fonte a bibliografia de Botsman, R., & Rogers, R. (2009), intitulada “O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo”. No tocante à publicação de dissertações e teses, a busca se deu na página eletrônica da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, tendo sido encontrados 49 trabalhos inerentes à temática. Aproveitou-se para verificar títulos, resumos, objetivos gerais e específicos desses 49 trabalhos. Ao final, evidenciou-se que 07 deles correspondiam aos objetivos da pesquisa.

4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os artigos tratam essencialmente dos novos modelos de negócios, denominados de disruptivos, ou seja, que rompem com os negócios tradicionais e que quebram paradigmas ao ofertar o mesmo produto ou serviço de uma forma compartilhada ou facilitadora ao seu usuário final.

Atentas ao crescimento de empresas como a *AirBnB*, organizações tradicionais se aproximam do movimento colaborativo em busca de compreensão sobre novos

comportamentos e alternativas para atuação, a partir de novas formas de acesso a ofertas, além da compra transacional. Algumas empresas já inserem em suas operações opções como troca, aluguel e compartilhamento. Não se trata de negar a essência capitalista que rege as relações econômicas globais, mas reconhecer a necessidade de modificar seus modelos de negócios para adotar uma visão menos acumulativa, em sintonia com o *ethos* atual, adaptando-os aos objetivos financeiros.

Ainda, percebem-se definições amplas e sem claro estabelecimento das fronteiras entre consumo colaborativo e economia compartilhada, existindo, dessa forma, espaço para trabalhos que procurem delimitar melhor as interdependências entre as temáticas, além de melhor especificar quais as formas de estruturação e atuação na sociedade (Bostman, 2014).

O fenômeno da economia compartilhada sofreu um crescimento significativo, especialmente desde a crise de 2008. Mídia e literatura dedicada mostraram um crescente interesse por esse conceito guarda-chuva, cujos limites ainda estão borrados, fato que faz com que não seja simples fornecer uma definição unificada e 'oficial'.

Outro ponto a ser citado na análise da leitura dos artigos contempla como os artigos discutem sobre a tecnologia de informação como veículo para que a economia compartilhada aconteça e evidenciam como a TI pode, de fato, facilitar a integração referente à economia compartilhada, a qual possui diferentes perspectivas que precisam ser integradas (Martin, 2016). Por sua vez, a tecnologia também é capaz de contribuir para o desenvolvimento de confiança entre fornecedores e consumidores, focado no intercâmbio econômico e social (Molz, 2013).

Uma parte menor da literatura começou a examinar as motivações do consumo do *Airbnb*. Guttentag (2015) forneceu uma visão conceitual do *Airbnb* e propôs três principais recursos do serviço - preço, comodidades domésticas e autenticidade. Para Molhmann (2015), os determinantes verificados para escolha de uma hospedagem alternativa são pertencimento à comunidade, redução de custos, impacto ambiental, familiaridade, capacidade de *internet*, qualidade de serviço, capacidade de *smartphone*, afinidade de tendência, confiança e utilidade.

Embora os esforços no desenvolvimento desses arranjos colaborativos ainda ocorram em uma escala pequena, em relação ao consumo tradicional baseado no mercado, o movimento dos consumidores para o compartilhamento das suas posses e habilidades através de mercados alternativos é um passo para criação de conexão social e comunidades. Fato este que poderia potencialmente elevar os consumidores, as comunidades e a economia a uma posição mais saudável no longo prazo (Albinsson & Perera, 2012). A própria literatura vê tal processo como ainda em desenvolvimento, mas já argumenta que esse estilo de vida colaborativa tem gerado o surgimento de novos modelos de negócios.

A noção de uso temporário e compartilhamento de recursos têm atraído consumidores por conveniência e preços mais baixos, contrastando com o predominante modelo de mercado de propriedade tradicional (Puschmann & Alt, 2016). Hospedar-se em um *AirBnB* significa que os hóspedes podem criar suas próprias experiências personalizadas com *hosts* (Guttentag, 2015).

Mais importante, as plataformas ponto a ponto facilitam as interações sociais e criam uma rede de pessoas engajadas nessa prática de compartilhamento e troca (Ikkala & Lampinen, 2015). Por outro lado, estudos anteriores identificaram os atributos únicos de hospedagem pessoa-a-pessoa, evidenciando que tal modalidade pode não ser adequada para todos, já que diferentes fatores podem influenciar as escolhas de acomodação dos viajantes. Belk (2014) identifica dois tipos de compartilhamento: o compartilhamento de dentro, com uma característica familiar, que tende a ser um ato que conecta as pessoas, principalmente por sentimentos de solidariedade e união, mais comum nesse tipo de convívio. Já o compartilhamento de fora envolve a participação de pessoas que desfrutam dos benefícios do recurso compartilhado, com um limite de separação entre o eu e o outro, envolve o ato de dar aos outros, como, por exemplo, dar presentes e trocar mercadorias.

A maioria dos estudos encontrados na busca investiga apresentam os aspectos sociais e psicológicos do fenômeno da acomodação baseada na economia compartilhada, como a motivação dos consumidores (Guttentag, 2015; Mohlmann, 2015; Tussyadiah & Pesonem, 2015), mas também há estudos que mostram a motivação dos anfitriões a se inserirem no processo (Ert, Fleischer & Magen, 2016; Karlsson & Dolnicar,

2016; Li, Moreno & Zhang, 2015; Tussyadiah, 2016). Os resultados indicam que os anfitriões que oferecem acomodação para alugar no *AirBnB* geralmente cobram preços mais altos se o alojamento tiver recebido classificações de alto nível (Gutt & Herrmann, 2015; Ikkala & Lampinen, 2014). Li *et al.* (2015) fornecem evidências empíricas do mercado da cidade de New York que os *hosts* profissionais (listando vários laços apropriados) ganham significativamente mais do que os *hosts* não profissionais (listando apenas uma propriedade).

Parte dos pesquisadores partilha a visão geral de que a economia compartilhada é provavelmente um passo importante para uma vida mais sustentável nos níveis social, ambiental e econômico. A economia compartilhada tem sido elogiada por ser uma alternativa sustentável à economia atualmente insustentável (Stokes, Clarence, Anderson & Rinne, 2014; Woskow, 2014; Martin, 2016). É enquadrada e defendida por seus proponentes como uma força transformadora que impulsiona a mudança da economia baseada na propriedade para a economia que celebra as ideias de acesso compartilhado, níveis mais altos de utilização de bens já produzidos, mas subutilizados e, troca de serviços que de outra forma são difíceis para encontrar no mercado formal (Botsman & Rogers, 2009).

Segundo Martin (2016), o crescimento contínuo da economia compartilhada é enquadrado como desejável ou necessário, vez que: a economia compartilhada promove o empoderamento econômico individual; as tecnologias digitais impulsionam a economia compartilhada inevitável; a partilha é uma resposta aos padrões de mudança de comportamento do consumidor e do trabalhador; e a economia compartilhada promove mais eficiência na utilização dos recursos. Porém, o mesmo também indica que a economia compartilhada foi redesenhada pelos atores, mas é nada mais que uma oportunidade econômica.

Como os modelos de negócios de economia compartilhada mudarão com o tempo devido às mudanças nos requisitos dos clientes, mercados, tecnologias, estruturas, entre outros, serão reconhecidos como uma parte da economia de partilha conduzida por impulsionadores da sustentabilidade: motoristas sociais, motoristas econômicos, motoristas ambientais e tecnológicos (Owyang, 2013; Demailly & Novel, 2014).

Wu & Zhi (2016) ilustram que a economia compartilhada aperfeiçoa a disposição de recursos, assim como Böckmann (2013). Posteriormente, quanto ao impacto nos gases de efeito estufa, estudiosos (Daunoriene, Draks, Snieska & Valodkien, 2015) rotineiramente concordaram que pessoas que usam o *carsharing* reduzem suas propriedades de veículos, resultando na redução da gasolina per capita consumo humano e emissões de dióxido de carbono (Martin & Shaheen, 2011).

No entanto, outros tiveram visões opostas. O achado de Palgan, Zvolska e Mont (2015) foi que emissões de gases com efeito estufa de plataformas P2P de alojamento (incluindo *Home Exchange*, *Couchsurfing* etc.) mantiveram-se invariáveis em comparação com a indústria hoteleira em exercício. Enquanto isso, um terço dos entrevistados ficou mais tempo no local quando eles reservaram acomodação através de plataformas P2P, o que pode criar pressão local extra no ambiente. Tomando o AirBnB como exemplo, Schor & Fitzmaurice (2014) reconheceram que os serviços de passeio barato atraem pessoas para fazer passeios com mais frequência, resultando no aumento do volume de emissões de carbono.

Segundo Wang *et al.* (2016), o valor percebido da sustentabilidade tem sido renovado com novas práticas e suas características centrais são a capacidade de economizar ou ganhar dinheiro, proporcionando uma nova experiência ao consumidor, reduzindo pegadas ecológicas e de carbono e fortalecendo os laços sociais. Esse sentido da importância e urgência da sustentabilidade se reflete na crescente atenção da governança política, literatura e negócios; tornou-se uma preocupação estratégica cada vez mais importante para empresas e administração pública. Em sua percepção de sustentabilidade, as pessoas estão limitando suas compras e estão mudando sua noção de propriedade. Segundo Bachnik (2016), vários motivos têm enquadrado o compartilhamento da economia em sustentabilidade, como motivos econômicos, ambientais e sociais. No caso de *AirBnB Inc.*, eles não só fornecem uma solução de acomodação acessível para o viajante, mas também oferecem uma experiência local mais autêntica para a comunidade de lazer.

As agências públicas adotaram três principais abordagens políticas para a economia compartilhada: regular, não regular, ou esperar e ver (Acevedo, 2016). A abordagem regulada varia ao tratar a economia compartilhada como serviços tradicionais para

tomar uma abordagem mais estridente que inclui, até mesmo, banir suas atividades. A abordagem de não regular privilegia a auto-regulação, em que as plataformas têm que equilibrar interesses de provedores e clientes, a fim de atrair e reter ambos (Bond, 2015). As regulamentações de proteção ao consumidor não são necessárias, uma vez que os sistemas de confiança subjacentes são relacionamentos bilaterais e de reputação e incentivos impulsionam as plataformas para satisfazer as demandas dos consumidores (Ganapati & Reddick, 2018; Möhlmann, 2015). A abordagem de aguardar e ver admite que alguma forma de regulação é razoável, porém, mais informações são necessárias para uma determinada intervenção.

A adaptação do setor público às novas modalidades de economia, em rápida evolução, é significativa no contexto de sua governança. Ao mesmo tempo, as organizações públicas exigem estabilidade para processos decisórios responsáveis. O foco está na obtenção de benefícios públicos, em vez de entregar um produto final ou serviço pré-definido, mantendo assim sua governança adaptativa ao ambiente disruptivo.

Uma alternativa de consumo e seus direcionadores é outra temática que contemple os artigos que investigaram a economia compartilhada como uma resposta ao movimento do hiperconsumo, apontando as motivações para a adoção desses novos modelos de negócio, aprofundando a compreensão da comunidade como condutora de participação das pessoas na economia compartilhada.

A *AirBnB* é um dos símbolos da economia compartilhada muito bem-sucedida financeiramente, demonstrando que colaboração, redução de excessos e bem-estar são compatíveis com ideais capitalistas, mas adotam uma nova via mais centrada nas sutilezas do relacionamento humano e na lógica de serviço. Se o efeito colateral das novas riquezas for aumento de gentileza, empatia e uso racional de recursos, caminha-se, por consequência, para ecossistemas de serviço colaborativos que beneficiem seus atores através de bem-estar.

Ressalta-se, ainda, que os artigos lidos apresentam conceitos e definições da economia compartilhada, questionam como o negócio disruptivo tem sido aplicado, influenciando algumas economias e setores, essencialmente o de serviços. Porém, nenhum deles apresenta o resultado de implantação em alguma

localidade. Um dos artigos em questão apenas apresenta resultados de anfitriões e suas motivações pós-inserção na plataforma, em termos econômico e social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O compartilhamento é um negócio de sentido prático e econômico para o consumidor, o meio ambiente e a comunidade. Pode também fazer muito sentido para empresas que são suficientemente flexíveis, inovadoras e com visão de futuro.

A pesquisa vem a colaborar para o entendimento de pesquisas que têm sido desenvolvidas na área de economia compartilhada, essencialmente no que se refere a plataforma de hospedagem *AirBnB*, por meio da apresentação do cenário de pesquisas feitas sobre essa temática, considerando suas características e contribuições para o meio. Também pode ser verificado nos artigos como a plataforma foi capaz de modificar a economia, atravessando os mercados tradicionais e transpondo seus intermediários através das pessoas. Além disso, os artigos lidos mostram como o mercado de hotelaria foi impactado através dos novos modelos de negócio originados pela evolução tecnológica.

Por meio da busca via base de dados do Portal Periódico Capes, foi identificada uma quantidade significativa de artigos, mas ainda baixa em relação a outras temáticas da área do turismo e hotelaria, uma vez que a temática ainda se faz recente na comunidade científica. O maior crescimento de publicações sobre o tema ocorreu dentro do período buscado, sendo os anos de 2015 e 2016.

Da mesma forma, pode-se verificar por intermédio das contribuições dos autores como a tecnologia pode ser uma ferramenta auxiliadora em um processo de desenvolvimento turístico.

Recomenda-se, ainda, que a partir do protocolo criado, seja feito uma nova busca na base de dados, com o intuito de encontrar novas publicações vinculadas a economia compartilhada e novos exemplos na cadeia de hospedagem.

Percebeu-se, por fim, uma necessidade maior de uma base mais robusta no tocante à abordagem teórica. No que se refere à autoria dos artigos, alguns autores se destacam, possuindo mais do que uma única publicação sobre economia compartilhada. As

publicações, em sua grande parte, focam na economia compartilhada como uma opção às problemáticas da sociedade e buscam compreender o que leva à sua adoção, seja no nível do consumidor ou da organização, como uma forma de transição para uma sociedade mais sustentável, experimentando novas formas de satisfazer as exigências dos usuários e buscando menores prejuízos financeiros e ambientais. Existe, portanto, bastante espaço para muitas pesquisas nessa temática, a fim de refinar a teoria e testá-la em toda sua extensão.

REFERÊNCIAS

- Acevedo, D. D. (2016). Regulating employment relationships in the sharing economy. *Employee Rights & Employment Policy Journal*, 20(1), 1-36.
- Albinsson, P. A., & Perera, B. (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: Building community through sharing events. *Journal of consumer Behaviour*, 11(4), 303-315.
- Allenm, D., & Berg, C. (2017). The sharing economy: How over-regulation could destroy. Recuperado em 02 Fevereiro de 2017, de <https://ipa.org.au/publications/2312/the-sharing-economy-how-over-regulation-could-destroy-an-economic-revolution>.
- Bachnik, K. (2016). Sustainable Consumption through the Sharing Economy. *Research Papers of Wrocław University of Economics*, 423, 35-44.
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: the case of car sharing. *Journal of Consumer Research*, 39, 881-898.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67, 1565-1600.
- Böckmann, M. (2013). *The Shared Economy*: It is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy. University of Twente, Faculty of Management and Governance.
- Bond, A. T. (2015). An app for that: Local governments and the rise of the sharing economy. *Notre Dame Law Review*, 90(2), 77-96.
- Botsman, R. (2014). *Sharing's not just for start-ups*. Harvard Business.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2009). *What's mine is yours: how collaborative consumption is changing the way we live*. Harper Collins.

Bower, J. L., & Christensen, C. M. (1995). Disruptive Technologies: Catching the Wave. *Harvard Business Review*, February, 43–54.

Bufrem, L., & Prates, Y. (2005). O saber científico registrado e as práticas de mensuração da informação. *Ciência da Informação*, Brasília, 34 (2), 9-25.

Capes. Portal Periódico Capes. (2018). Recuperado em 15 Janeiro de 2018, de http://www.periodicos.capes.gov.br/index.php?option=com_pcollection&Itemid=104.

Cardoso, G. (2007). *A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias*. Rio de Janeiro. FGV.

Castro. A. A. (2001). *Revisão Sistemática e Meta-análise*. Recuperado em 20 Janeiro 2019, de <http://www.metodologia.org>.

Choi, H. R., Cho, M. J., Lee, K., Hong, S. G., & Woo, C. R. (2014). *The business model for the sharing economy between SMEs*. *WSEAS Transactions on Business and Economics*. Recuperado em 12 Março de 2018, de <http://www.wseas.org/multimedia/journals/economics/2014/a125707-287.pdf>.

Daunoriene, A., Draks, A., Snieska, V., & Valodkien, G. (2015). Evaluating Sustainability of Sharing Economy Business Models. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 836-841.

Demailly, D., & Novel, A.S. (2014). *The sharing economy: make it sustainable*, Studies N°03/14, IDDRI, Paris, France.

Ert, E., Fleischer, A., & Magen, N. (2016). Trust and reputation in the sharing economy: the role of personal photos in Airbnb. *Tourism Management*, 55, 62-73.

Fast Company. (2015). Recuperado em 11 Março 2018, de <http://www.fastcompany.com/most-innovative-companies/2014/airbnb>.

Ganapati, S., & Reddick, C. G. (2018). Prospects and challenges of sharing economy for the public sector. *Government Information Quarterly*, 35, 77–87.

Gutt, D., & Herrmann, P. (2016). *Sharing means caring? Hosts' price reaction to rating visibility*. ECIS 2015 Research-in-Progress 26-29 May 2015. Paper 54.

Guttentag, D. (2015). Airbnb: disruptive innovation and the rise of an informal tourism accommodation sector. *Curr. Issues Tour.* 18 (12), 1192–1217.

Idc. International Data Corporation. (2018). Recuperado em 10 Fevereiro de 2018, de <https://www.idc.com/about>.

Ikkala, T., & Lampinen, A. (2015). Monetizing Network Hospitality: Hospitality and Sociability in the Context of Airbnb. *The 19th ACM Conference on Computer-Supported Cooperative Work and Social Computing*.

- Kalakota, R., & Robinson, M. (2002). *E-business: estratégias para alcançar o sucesso no mundo digital*. 2 ed. Porto Alegre: Bookman.
- Karlsson, L., & Dolnicar, S. (2016). Someone's been sleeping in my bed. *Annals of Tourism Research*, 58, 159-162.
- Li, J., Moreno, A., & Zhang, D. J. (2015). Agent behavior in the sharing economy: Evidence from Airbnb. *Ross School of Business Working Paper Series*, 1-35.
- Markides, C. (2006). Disruptive Innovation: In Need of Better Theory. *Journal of Product Innovation Management*, 23(1), 19–25.
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159.
- Martin, E., & Shaheen, S. (2011). The Impact of Carsharing on Household Vehicle Ownership. *Journal of the Transportation Research Board*, 2143, Transportation Research Board of the National Academies, Washington, D.C., 2010, 150–158.
- Molhmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14, 193–207.
- Molz, J. G. (2013). Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: the case of couchsurfing.org. *Annals of Tourism Research*, 43, 210–230.
- Oliveira, N. M. (2018). *Airbnb em Itaipulândia/PR: cocriando valor por meio da infraestrutura de hospedagem alternativa*. Dissertação de Mestrado em Tecnologias, Gestão e Sustentabilidade, Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Foz do Iguaçu.
- Owyang, J. (2013). *The Collaborative Economy*. Recuperado em 12 Setembro de 2018, de <http://www.slideshare.net/Altimeter/the-collaborative-economy>.
- Palgan, Y.V, Zvolska, L., & Mont, O. (2017). Sustainability framings of accommodation sharing. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 70–83.
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing Economy. *Business & Information Systems Engineering*, 58 (1), 93-99.
- Santos, R. N., Alcântara-Eliel, R., & Eliel, O. (2006). A ciência e o novo estado do conhecimento: a contribuição da ciência da informação. *Enc. Bibli: R. Eletr. Bibliocon. Ci. Inf.*, 22, 16-29.
- Schor, J., & Fitzmaurice, C. (2014). Collaborating and connecting: the emergence of a sharing economy. *Handbook on Research on Sustainable Consumption*, 2014.
- Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L., & Rinne, A. (2014). *Making sense of the UK collaborative economy*. Recuperado em 02 Fevereiro de 2020,

dehttp://www.nesta.org.uk/sites/default/files/making_sense_of_the_uk_collaborative_economy_14.pdf.

Sundararajan, A. (2014). What Airbnb Gets About Culture That Uber Doesn't. *Harvard Business Review*. Recuperado em 01 Janeiro de 2020, de <https://hbr.org/2014/11/what-airbnb-gets-about-culture-that-uber-doesnt>.

Tapscott, D. (2007). *Wikinomics: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 288 p.

The Altimeter Group. (2013). *The Collaborative Economy: products, services, and market relationships have changed as sharing startups impacts business models. To avoid disruption, companies must adopt the Collaborative Economy Value Chain*. Recuperado em 11 Março 2018, de <http://www.altimetergroup.com/2013/06/new-researchthe-collaborative-economy-products-services-and-market-relationships-have-changedas-sharing-startups-impact-usiness-models-to-avoid-disruption-companies-mustadopt-the-collabora/>.

Tussyadiah, I. P. (2016). Factors of satisfaction and intention to use peer-to-peer accommodation. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 70-80.

Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2015). Impacts of peer-to-peer accommodation use on travel patterns. *Journal of Travel Research*, 1-19.

Wang, D., Li, M., Guo, P., & Xu, W. (2016). The impact of sharing economy on the diversification of tourism products: Implications for tourist experience. In Inversini A., Schegg R. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism*, 683-694.

Wang, Y. B., & Ho, C. W. (2017). No Money? No Problem! The Value of Sustainability: Social Capital Drives the Relationship among Customer Identification and Citizenship Behavior in Sharing Economy. *Sustainability*, 9(8):1400.

Webster, J., & Watson, J. T. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. *MIS Quarterly & The Society for Information Management*, 26(2), 13-23.

World Economic Forum. (2013). *Young Global Leaders Sharing Economy Dialogue Position Paper* 2013. Recuperado em 26 Março de 2018, de http://www3.weforum.org/docs/WEF_YGL_CircularEconomyInnovation_PositionPaper_2013.pdf.

Woskow, D. *Unlocking the sharing economy: an independent review*. UK Department for Business Innovation and Skills, 43 p.

Wu, X., & Zhi, Q. (2016). Impact of Shared Economy on Urban Sustainability: from the Perspective of Social, Economic, and Environmental Sustainability. *Energy Procedia*, 104, 191-196.

ⁱ Mestre em Tecnologias, Gestão e Sustentabilidade pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE. Especialista em Gestão e Marketing Organizacional pela Faculdade Educacional da Lapa – FAEL (2015). Bacharel em Hotelaria pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE (2011). E-mail: nathammoliveira@hotmail.com

ⁱⁱ Docente no Curso de Bacharel em Ciência da Computação, docente permanente e orientador no Programa de Pós-graduação em Ciência da Computação (PPGComp) e no Programa de Pós-graduação em Educação em Ciências e Educação Matemática (PPGECM) nível de Mestrado e Doutorado no campus de Cascavel e no Programa de Pós-graduação em Ensino (PPGen) - nível de Mestrado no campus de Foz do Iguaçu, além de docente colaborador no Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Gestão e Sustentabilidade (PPGTGS) também no campus de Foz do Iguaçu. Graduado em Informática e Especialista em Ciência da Computação pela Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG. Mestre em Informática pela Universidade Federal do Paraná - UFPR. Doutor em Engenharia Elétrica pela Universidade de São Paulo – USP. E-mail: boscarioli@gmail.com