

Gestão e Sustentabilidade

Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando?

Sharing economy and collaborative consumption: what are we researching?

Lisilene Mello da Silveira*, Maira Petrini e Ana Clarissa Matte Zanardo dos Santos

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, Brasil

Editor Científico: Maria do Carmo Romeiro

Disponível na internet em 20 de setembro de 2016

Resumo

Apesar de a economia compartilhada ser um fenômeno recente, a sua difusão tem sido cada vez maior. Muitas empresas da economia compartilhada já se tornaram modelos de negócio bem-sucedidos e sustentáveis, o que evidencia o grande potencial de desenvolvimento econômico desse fenômeno. Com o objetivo de expandir o conhecimento sobre esse fenômeno econômico, busca-se responder como o estudo sobre economia compartilhada e consumo colaborativo tem evoluído e quais as tendências apontadas pela produção científica internacional. Esta pesquisa analisou as publicações científicas internacionais relacionadas às temáticas economia compartilhada e consumo colaborativo, o que possibilitou a construção de um mapa dos estudos publicados. A partir da análise bibliométrica de artigos indexados nas coleções *Scopus*, *Web of Science*, *Springer Link*, *Wiley Online Library*, *Sciverse ScienceDirect* e *Sage*, entre 1978 e fevereiro de 2016, foram localizados 44 artigos, escritos por 77 autores e publicados em 35 periódicos. Por meio da análise sistemática de literatura, foram analisadas as principais contribuições dessas publicações e identificaram-se quatro problemáticas principais: ontologia; uma opção para consumo e seus direcionadores; tecnologia; e gestão dos negócios colaborativos. Por fim, este artigo oferece um panorama das pesquisas em consumo colaborativo e economia compartilhada a partir das problemáticas identificadas, além de identificar a oportunidade para futuras pesquisas que possam analisar esse fenômeno, refinar e testar as abordagens teóricas.

© 2016 Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP.

Publicado por Elsevier Editora Ltda. Este é um artigo Open Access sob uma licença CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).*Palavras-chave:* Economia compartilhada; Consumo colaborativo; Bibliometria**Abstract**

Although sharing economy is a recent phenomenon, it has been increasingly spread. Many sharing economy companies have become successful and sustainable business models, which evinces the great potential of this phenomenon for economic development. Aiming to expand the knowledge of this economic phenomenon, it was sought to respond to how the study of Sharing Economy and Collaborative Consumption has evolved and what the trends presented in the international scientific production are. This research analyzed the international scientific publications related to the Sharing Economy and Collaborative Consumption themes, which makes the construction of a map of the published studies possible. From the bibliometric analysis of articles indexed in the *Scopus*, *Web of Science*, *Springer Link*, *Wiley Online Library*, *SciVerse ScienceDirect* and *SAGE* collections, between 1978 and February 2016, 44 articles, written by 77 authors and published in 35 journals, were found. Moreover, through systematic analysis of the literature, the main contributions of these publications were analyzed by identifying four major issues: Ontology, An alternative to consumption and its drivers, Technology, and Collaborative Business Management. Finally, this article provides an overview of the

* Autor para correspondência.

E-mail: lisilene.silveira@hotmail.com (L.M. Silveira).

A revisão por pares é da responsabilidade do Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP.

research in Collaborative Consumption and Sharing Economy from the issues identified, and it also identifies opportunity for future research that might analyze this phenomenon by refining and testing the theoretical approaches.

© 2016 Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – FEA/USP. Published by Elsevier Editora Ltda. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Keywords: Sharing economy; Collaborative consumption; Bibliometrics

Introdução

A preocupação crescente acerca da responsabilidade ambiental e social que a sociedade contemporânea tem cultivado gera questionamentos sobre os contextos de evolução da humanidade, entre eles o consumo exagerado. Atualmente as relações de consumo são desenvolvidas de forma desequilibrada e desigual, consequência do sistema econômico contemporâneo, que proporciona a má distribuição de renda, descartabilidade, manipulação e oferta desenfreada. Sabe-se que o consumo sempre fez parte dos costumes e hábitos dos seres humanos. Porém, pesquisas apontam que manter o alto nível de consumo dos dias atuais será insustentável devido à baixa quantidade de recursos naturais ainda disponíveis (Bradshaw & Brook, 2014; WWF, 2012; Dauvergne, 2010).

Esse movimento de hiperconsumo tem como resposta a emergência da economia compartilhada, que parece ser um próximo estágio para reestruturar como a economia opera (Cohen & Kietzmann, 2014). Desde então, diferentes modelos de negócio baseados na ideia de compartilhamento, troca ou empréstimo surgiram. A difusão continuada desses modelos é favorecida por uma necessidade crescente de produção e consumo sustentáveis nos negócios e na sociedade. A economia compartilhada parece responder a essa necessidade por meio da produção de modelos de negócio que combinam 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 aparentam ter o potencial de produzir novas formas de organização e concorrência, bem como alterar ou refinar os modelos já existentes.

Nesse contexto, emerge 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). Várias são as iniciativas e práticas que podem ser enquadradas na perspectiva do consumo colaborativo, tais como: *eBay*, *ZipCar*, *Uber*, *Airbnb*, *Freecycle*, *CouchSurfing* e demais iniciativas de *coworking* em todo o mundo. Enfim, o consumo colaborativo, nas suas mais variadas formas, é uma realidade repleta de desafios relativos às formas e modelos de organização.

Ao debruçar-se sobre o tema, pesquisadores e acadêmicos buscam compreender os benefícios da temática contemporânea e identificar as lacunas que podem ser exploradas. Nesse contexto surge a questão de pesquisa deste artigo: como o estudo sobre

economia compartilhada e consumo colaborativo tem evoluído e quais as tendências apontadas pela produção científica internacional? Assim, o objetivo do estudo é analisar as publicações científicas internacionais relacionadas às temáticas economia compartilhada e consumo colaborativo e proporcionar um mapa das problemáticas dos estudos publicados nessas áreas.

A escolha das palavras economia compartilhada ou consumo colaborativo buscou ampliar a pluralidade de termos e contemplar ambos. A opção pela análise da produção científica internacional embasou-se no destaque dado às publicações internacionais nas referências dos próprios pesquisadores brasileiros (Munck & Galleli, 2016; Souza & Ribeiro, 2013; Gomes, Lavarda & Torrens, 2012; Graeml & Macadar, 2010). Além disso, os periódicos internacionais têm maior amplitude de circulação por ser publicados em língua inglesa (Goulart & Carvalho, 2008). Dessa forma, foi feita uma análise bibliométrica, seguida de uma análise sistemática de literatura, dos artigos publicados na base de dados das coleções *Scopus*, *Web of Science*, *Springer Link*, *Wiley Online Library*, *Sciverse ScienceDirect* e *Sage*, de 1978 a fevereiro de 2016.

Os resultados mostraram que as pesquisas que envolvem essa temática são relativamente recentes, uma vez que somente a partir de 2012 foi identificado um contínuo e crescente número de publicações sobre consumo colaborativo e economia compartilhada. Foi possível identificar os periódicos com mais artigos publicados, os periódicos com mais citações e os autores mais citados. A análise final identifica quatro problemáticas em que as publicações analisadas foram classificadas e aponta as principais contribuições de cada uma delas. Por fim, este artigo oferece um panorama das pesquisas em consumo colaborativo e economia compartilhada e apresenta uma taxonomia das problemáticas presentes na literatura corrente e *insights* para futuras pesquisas.

O artigo se estrutura, além desta introdução, em quatro partes. Na seção 2 são apresentados alguns aspectos que descrevem o campo de consumo colaborativo e economia compartilhada. Na seção 3 são descritos os procedimentos metodológicos adotados para a feitura deste trabalho. Na seção 4 são apresentados os principais resultados, que propõem uma discussão acerca das problemáticas identificadas. Na seção 5 são expostas as considerações finais, seguidas da lista de referências usadas neste trabalho.

Economia compartilhada e consumo colaborativo

O consumo sempre fez parte dos costumes e hábitos dos seres humanos. O ato de consumir esteve mais voltado para a sobrevivência alimentar, as necessidades de moradia e a proteção dos humanos, entre outros, no início das civilizações.

Principalmente a partir do século XX, o nível de consumo médio *per capita* aumentou de forma substancial, deixou de atender somente às necessidades básicas dos indivíduos para abranger também desejos, vontades e outras formas de satisfação trazidas pelo consumo de bens e/ou serviços. No entanto, pesquisas apontam que em poucos anos será insustentável o alto nível de consumo, se considerarmos a quantidade de recursos naturais ainda disponíveis (Bradshaw & Brook, 2014; WWF, 2012; Dauvergne, 2010).

A economia compartilhada teve origem na década de 1990, nos Estados Unidos, impulsionada pelos avanços tecnológicos que propiciaram a redução dos custos das transações *on-line peer-to-peer* (Shirky, 2012) e viabilizaram a criação de novos modelos de negócio baseados na troca e no compartilhamento de bens e serviços entre pessoas desconhecidas (Schor, 2014). A economia compartilhada é constituída por práticas comerciais que possibilitam o acesso a bens e serviços, sem que haja, necessariamente, a aquisição de um produto ou troca monetária (Botsman & Rogers, 2009). Dessa forma, a criação de um número cada vez maior de novos modelos de negócio também foi promovida e assim expandiu a economia compartilhada (Gansky, 2010).

A economia compartilhada, também denominada de economia *mesh* (Gansky, 2010), consumo colaborativo (Botsman & Rogers, 2009) ou consumo conectado (Dubois, Schor & Carfagna, 2014), é uma nova tendência que se expande por meio de novas organizações e novos modelos de negócio, com foco no compartilhamento (Gansky, 2010). É considerado um sistema socioeconômico construído em torno do compartilhamento de recursos humanos e físicos, o qual inclui a criação, produção, distribuição, o comércio e consumo compartilhado de bens e serviços por pessoas e organizações (Gansky, 2010). Essas iniciativas comerciais englobam transações como o compartilhamento, empréstimo, aluguel, a doação, as trocas e o escambo (Botsman & Rogers, 2009). No entanto, a economia compartilhada também é compreendida como um conjunto de iniciativas de consumo conectado, que enfatiza o reuso de produtos e as conexões *peer-to-peer*, elimina intermediários e possibilita interações face a face, além de proporcionar uma nova configuração dos modelos de negócio da economia tradicional (Dubois et al., 2014). O consumo colaborativo é uma forma de acomodar necessidades e desejos de uma forma mais sustentável, atraente e com pouco ônus para o indivíduo (Botsman & Rogers, 2009). As iniciativas desse sistema têm motivações sociais e psicológicas que não são contínuas e que poderiam até ser destruídas pela presença do dinheiro (Benkler, 2006).

Há três formas ou sistemas de consumo colaborativo: a) sistema de serviços de produtos, b) mercados de redistribuição e c) estilos de vida colaborativos. Os sistemas de serviços de produtos, ou *Product-Service System (PSS)*, são definidos como um conjunto comercial de produtos e serviços capazes de atender conjuntamente às necessidades do usuário, no qual se paga pelo uso de um produto sem a necessidade de adquirir sua propriedade. Os mercados de redistribuição são associados às trocas e doações, estão relacionados à transferência de propriedade, ou seja, fazem alusão à copropriedade. Exemplos desse tipo de sistema são a doação de móveis, a troca ou empréstimo de livros e a

troca ou doação de roupas. A terceira forma é denominada estilos de vida colaborativos, na qual se verifica a disposição à partilha e à troca de ativos intangíveis, como, por exemplo, tempo, espaço, habilidades e dinheiro (Botsman & Rogers, 2009).

Os autores aqui resgatados podem ser vistos como um pano de fundo para a compreensão dos conceitos de economia compartilhada e consumo colaborativo. Ao buscar na produção científica nacional e internacional pesquisas que apresentem mapas dos conhecimentos desenvolvidos nessa temática, nenhum artigo foi localizado. Essa lacuna foi ao encontro do objetivo deste artigo, que é compreender quais as problemáticas que estão em evidência na produção científica internacional. 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 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 deste artigo são detalhados os procedimentos metodológicos empregados.

Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa caracteriza-se como descritiva, com abordagens qualitativa e quantitativa (Machado, 2007; Lazzarotti, Samir Dalfovo & Emil Hoffmann, 2011). Tendo por base os trabalhos de Crossan e Apaydin (2010) e Tranfield, Denyer e Smart (2003), o estudo foi feito em duas etapas: (1) busca sistemática e (2) análise sistemática da literatura, descritas a seguir. A técnica bibliométrica foi empregada com o objetivo de identificar tendências da produção científica, bem como fazer análises dos artigos relevantes (Machado, 2007; Lazzarotti et al., 2011).

Na busca sistemática (1) definiu-se a base de dados, assim como as palavras-chave, os campos de buscas e os filtros de refinamento. A definição das palavras-chave é fundamental, pois define o escopo da pesquisa e impacta na sua validade (Singleton & Straits, 1993). A escolha da base das coleções *Scopus*, *Web of Science*, *Springer Link*, *Wiley Online Library*, *Sciverse ScienceDirect* e *Sage* considerou o fato de serem coleções abrangentes de periódicos revisados por pares reconhecidos pela comunidade científica internacional, com foco na produção acadêmico-científica das áreas associadas às ciências sociais aplicadas. Foi considerada a totalidade dos artigos localizados, de 1978 até fevereiro de 2016. Como critérios de busca, os termos usados foram *sharing economy OR collaborative consumption*, buscados ao longo do texto nos artigos. Com esses procedimentos foram encontradas 71 publicações. Em seguida, para refinamento da busca, foi aplicado o filtro da área de pesquisa, consideraram-se os documentos do tipo *articles* e *review*, que resulta em 55 artigos. Finalmente, selecionou-se o idioma no qual o artigo foi publicado, consideraram-se somente aqueles escritos em inglês e excluíram-se artigos em espanhol, húngaro e alemão. Após o filtro de idioma, foram selecionados 44 artigos.

Na análise sistemática (2), os 44 artigos selecionados foram lidos na íntegra e analisados conforme as seguintes categorias: a) a abordagem metodológica, b) a problemática e c) as principais contribuições do estudo.

Resultados

No levantamento bibliométrico foram localizados 44 artigos que abordavam as temáticas economia compartilhada e consumo colaborativo. Esses artigos foram publicados em 35 periódicos e tiveram autoria de 77 autores. A distribuição das publicações no tempo destaca o crescente número de publicações anuais (fig. 1).

O artigo *Community structure and collaborative consumption – Routine activity approach* (Felson & Spaeth, 1978) analisa pela primeira vez o termo consumo colaborativo, apresenta uma visão mais voltada para o consumo em conjunto, no qual pessoas com laços familiares e/ou com perfil semelhante tendem a se envolver nesse tipo de atividade. Esse artigo não se refere à temática com o mesmo enfoque dado nas discussões que discorrem atualmente sobre o consumo colaborativo como uma opção que influencia um novo modelo de negócio. O segundo artigo identificado na pesquisa, intitulado *Sharing* (Belk, 2010), sustenta-se em raízes epistemológicas do consumo colaborativo, discute tanto o compartilhamento de dentro como o de fora. O compartilhamento de dentro trata de um compartilhamento que não cria expectativa de reciprocidade, como a mãe que compartilha o corpo dela com o feto. Normalmente, esse tipo de compartilhamento tem característica familiar, pois tende a ser um ato que interliga 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 desfrutaram 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.

Os elementos discutidos nesses dois artigos seminais estão relacionados a comportamentos e maneiras de compartilhamento, ambos com um enfoque em indivíduos. Apenas a partir de 2012 ocorreram, anualmente, publicações na área de economia compartilhada ou consumo colaborativo. Percebe-se que o crescimento na quantidade de publicações sobre as temáticas ocorreu em 2015, quando houve 24 publicações, que representaram 55% das publicações nas temáticas. Enfatiza-se, também, que mesmo corridos apenas dois meses de 2016 até a presente pesquisa a quantidade de publicações já identificada aumentou em relação ao ano anterior, manteve o crescimento já descrito e ressaltou como as temáticas analisadas nesta pesquisa são contemporâneas e relevantes.

A [tabela 1](#) lista os periódicos com maior quantidade de artigos publicados, percebe-se a amplitude de periódicos e não se

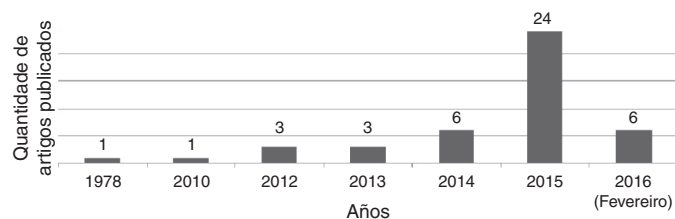


Figura 1. Distribuição por ano das publicações sobre economia compartilhada e consumo colaborativo

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tabela 1

Periódicos com mais artigos publicados sobre consumo colaborativo e economia compartilhada

Periódicos	Quantidade de artigos
<i>Information Communication & Society</i>	3
<i>Journal of Consumer Behaviour</i>	2
<i>Organization & Environment</i>	2
<i>Journal of Cleaner Production</i>	2
<i>Ecological Economics</i>	2
<i>Law and Contemporary Problems</i>	2
<i>Business & Information Systems Engineering</i>	2
<i>Journal of Consumer Research</i>	2

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Tabela 2

Periódicos com maior impacto na temática sobre consumo colaborativo e economia compartilhada

Periódicos	Quantidade de citações
<i>Journal of Consumer Research</i>	464
<i>Journal of Business Research</i>	144
<i>American Behavioral Scientist</i>	82
<i>Journal of Consumer Behaviour</i>	80
<i>Organization & Environment</i>	35
<i>Anthropologist</i>	34
<i>Gaia-Ecological Perspectives for Science and Society</i>	31
<i>Ecological Economics</i>	32
<i>Annals of Tourism Research</i>	22
<i>Corporate Governance</i>	15
<i>Journal of Cleaner Production</i>	15
<i>Journal of Management Information Systems</i>	10

Fonte: Dados da Pesquisa (2016).

identifica tendência de publicação para um periódico específico. O critério de seleção para a lista de mais publicados foi ter mais do que uma publicação, apenas sete periódicos atenderam a ele. Nesses periódicos concentram-se 39% dos artigos publicados. Destaca-se que o periódico *Information Communication & Society* apresentou o maior número de artigos publicados sobre economia compartilhada e consumo colaborativo, com três publicações. Além disso, os dois periódicos com mais publicações também são os dois com mais citações.

Foram analisados os periódicos com mais citações. Teve-se como critério de seleção os periódicos com mais de dez citações. Na [tabela 2](#) está apresentada a lista dos periódicos por ordem decrescente de citações recebidas. As duas primeiras posições são ocupadas pelos periódicos *Journal of Consumer Research* (citado 464 vezes) e o *Journal of Business Research*, citado 144 vezes. A soma das citações desses dois periódicos representa 63% do total das citações dos oito periódicos da lista. Esses dois periódicos têm em seu escopo linhas expressivas da temática economia compartilhada e consumo colaborativo. O *Journal of Consumer Research* tem foco em publicações que descrevam o comportamento do consumidor, envolve áreas como psicologia, marketing, economia e antropologia, essas relacionadas à temática em pesquisa. Nesse periódico concentram-se as pesquisas que tratam a visão comportamental relacionada ao desenvolvimento do consumo colaborativo e têm como foco o indivíduo.

Tabela 3
Trabalhos mais citados sobre consumo colaborativo e economia compartilhada

Autor/es (Ano)	Títulos dos trabalhos	Publicação (Journal)	Citações
Belk (2010)	<i>Sharing</i>	<i>Journal of Consumer Research</i>	459
Belk (2014a)	<i>You are what you can access: sharing and collaborative consumption online</i>	<i>Journal of Business Research</i>	144
Felson e Spaeth (1978)	<i>Community structure and collaborative consumption – Routine activity approach</i>	<i>American Behavioral Scientist</i>	82
Albinsson e Yasanthi (2012)	<i>Alternative marketplaces in the 21st century: building community through sharing events</i>	<i>Journal of Consumer Behaviour</i>	70
Cohen e Kietzmann (2014)	<i>Ride on! Mobility business models for the sharing economy</i>	<i>Organization & Environment</i>	34
Belk (2014b)	<i>Sharing versus pseudo-sharing in web 2.0</i>	<i>Anthropologist</i>	34
Heinrichs (2013)	<i>Sharing economy: a potential new pathway to sustainability</i>	<i>Gaia-Ecological Perspectives for Science and Society</i>	31
Martin (2016)	<i>The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?</i>	<i>Ecological Economics</i>	31
Molz (2013)	<i>Social networking technologies and the moral economy of alternative tourism: the case of couchsurfing.org</i>	<i>Annals of Tourism Research</i>	22
Szekely e Strebel (2013)	<i>Incremental, radical, and game-changing: strategic innovation for sustainability</i>	<i>Corporate Governance</i>	15
Piscicelli, Cooper & Fisher, 2015	<i>The role of values in collaborative consumption: insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK</i>	<i>Journal of Cleaner Production</i>	11
Weber (2014)	<i>Intermediation in a sharing economy: insurance, moral hazard, and rent extraction</i>	<i>Journal Of Management Information Systems</i>	10
Möhlmann (2015)	<i>Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again</i>	<i>Journal of Consumer Behaviour</i>	10

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Já o *Journal of Business Research* tem um escopo mais voltado para as pesquisas que trazem um olhar de gestão, com ênfase em processos, atividades e tomada de decisão.

Na [figura 2](#) identifica-se a predominância, temporalmente, de publicações individuais, exceto no último ano completo da pesquisa (2015), no qual se percebe o movimento de publicações com três autorias. Se considerarmos que 43% de publicações são individuais, esse resultado pode apontar para a pouca consolidação de grupos de pesquisa que tratam a temática. Por outro lado, percebe-se que recentemente ocorreu um movimento de mais autores publicarem em conjunto.

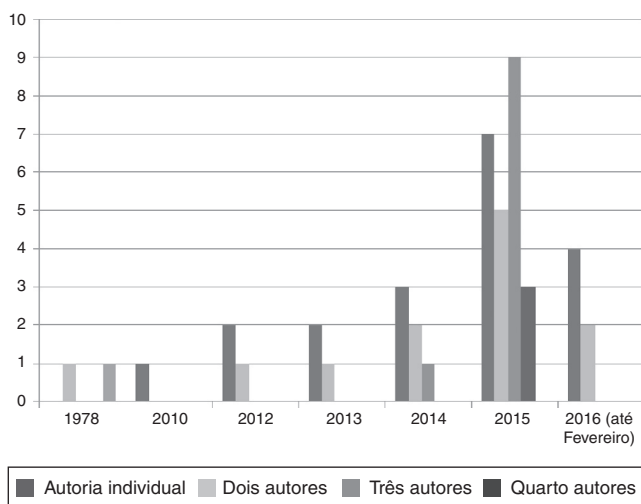


Figura 2. Características de autoria por ano.
Fonte: Dados da pesquisa (2016).

A [tabela 3](#) apresenta os artigos com maior impacto na temática, os quais foram selecionados pelo critério de terem dez ou mais citações. Os dois artigos mais citados foram *Sharing* (2010), com 459 citações, e *You are what you can access: sharing and collaborative consumption online* (2014), com 144 citações, e são de autoria de Russell Belk, que é o autor com mais publicação na área. O terceiro artigo mais citado, *Community structure and collaborative consumption – Routine activity approach* (1978), se refere ao primeiro artigo que explora a temática da pesquisa, de autoria de Marcus Felson e Joe L. Spaeth. Destaca-se também que o artigo *The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?* obteve a colocação de oitavo artigo mais citado, com 31 citações, mesmo publicado em 2016. Esse artigo é de autoria de Chris J. Martin, um dos quatro autores da área com mais publicações.

Referente aos autores que mais publicaram trabalhos sobre economia compartilhada e consumo colaborativo destaca-se Russell Belk, vinculado à York University no Canadá, o qual publicou três artigos sobre essa temática, em 2010 (um) e 2014 (dois). Os outros três autores apresentados na [tabela 4](#) publicaram dois artigos cada. É possível perceber que desses quatro autores três são vinculados a universidades da Inglaterra: University of York (Russell Belk), University of Manchester (Chris J. Martin) e University of Leeds (Paul Upham).

A análise de autoria evidencia que prevalecem os artigos publicados em coautoria, ou seja, de dois ou mais autores, 57% publicam sobre a temática de forma coletiva. Esse resultado é corroborado por [Souza e Ribeiro \(2013\)](#) e [Gallon, de Souza, Rover & van Bellen \(2008\)](#), os quais constataram

Tabela 4

Autores com maior número de publicações nas temáticas consumo colaborativo e economia compartilhada

Autores	Quantidade de artigos	Afiliação (instituição de vínculo)	País
Belk, R.	3	University of York	Inglaterra
Martin, C. J.	2	University of Manchester	Inglaterra
Upham, P.	2	University of Leeds	Inglaterra
Mastelic, J.	2	University of Applied Science Western Switzerland	Suíça

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

a predominância de publicações com dois ou mais autores no tema sustentabilidade.

A partir da leitura dos 44 artigos selecionados neste estudo, buscou-se identificar aspectos referentes ao método de pesquisa usado. Nota-se que 86% (38 artigos) do total de trabalhos analisados usaram uma abordagem de pesquisa qualitativa, o que é coerente com pesquisas em temáticas menos maduras.

A análise sistemática da literatura possibilitou a identificação de quatro problemáticas: (1) ontologia, (2) tecnologia, (3) uma opção de consumo e seus direcionadores e (4) gestão de negócios colaborativos.

A problemática (1) ontologia contempla oito artigos, o que representa 18% dos artigos analisados nesta pesquisa. Os artigos classificados nessa problemática visam a definir e conceituar o que é economia compartilhada e consumo colaborativo, destacam a necessidade de novas abordagens estratégicas e a economia compartilhada como uma oportunidade em potencial. Nessa nova forma de economia, o consumo colaborativo manifesta-se como aquele em que as próprias pessoas envolvidas coordenam a aquisição e distribuição do recurso por uma taxa ou outra compensação (Belk, 2014a). Essa problemática caracteriza-se pela identificação dos elementos que definem consumo colaborativo e economia compartilhada e apresenta alguns pontos convergentes, tais como: a) a preocupação com escassez dos recursos ecológicos, b) a necessidade de políticas que busquem sanar carências sociais e ambientais e c) a importância de delimitar os tipos e contextos nos quais a economia compartilhada ocorre. Ainda, percebem-se definições amplas e sem claro estabelecimento das fronteiras entre consumo colaborativo e economia compartilhada, abre-se um espaço para trabalhos que procurem delimitar melhor as interdependências entre as temáticas e uma taxonomia para o campo, além de melhor especificar quais as formas de estruturação e atuação na sociedade.

A problemática (2) tecnologia contempla os artigos que têm como tema central a discussão sobre as tecnologias como veículo para que a economia compartilhada ou o consumo colaborativo aconteçam. Essa problemática contempla quatro artigos, o que corresponde a 9% dos estudos analisados. Dentre os artigos que abordam essa temática, ficou evidente que os sistemas de informação podem facilitar a integração referente à economia compartilhada, a qual tem diferentes perspectivas que precisam ser integradas (Martin, 2016). A tecnologia pode também contribuir para o desenvolvimento de confiança

entre os envolvidos em um consumo colaborativo, por meio de mecanismos de redes sociais, focado principalmente no intercâmbio econômico e social (Molz, 2013). Nessa problemática, ficou nítido o papel da tecnologia no nascimento da economia compartilhada e do consumo colaborativo. Nesse sentido, pesquisas futuras poderiam explorar melhor os tipos de tecnologias que apoiam o compartilhamento, buscar relações com os diferentes modelos de negócios no consumo colaborativo.

(3) Uma alternativa de consumo e seus direcionadores é outra temática que contempla os artigos que investigaram a economia compartilhada como uma resposta ao movimento do hiperconsumo, aponta as motivações para a adoção desses novos modelos de negócio. Nessa problemática foram classificados 21 artigos, que representaram 48% dos analisados. Uma particularidade dessa problemática é que difere na abordagem, tem visões distintas. A primeira abordagem foca em aspectos mais comportamentais, adota como unidade de análise o indivíduo e apontando direcionadores relacionados a valores, sentimentos e crenças humanas como vetores para abraçar a economia compartilhada e o consumo colaborativo. Algumas publicações aprofundam a compreensão da comunidade como condutora de participação das pessoas na economia compartilhada (Albinsson & Yasanthi Perera, 2012) ou das práticas culturais de reciprocidade de trabalho e ajuda não remunerada como estímulos para o consumo colaborativo (Pisano, Pironti & Rieple, 2015). Nessa abordagem há 11 artigos que representam 52% dessa problemática. A segunda abordagem nessa problemática é denominada sociotécnica e tem com unidade de análise a organização vista sob alguma lente teórica sociotécnica. Essa abordagem é composta por 10 artigos que representam 48% da temática. São discutidas questões relativas aos modelos de economia compartilhada nos quais as pessoas são agentes ativos, indiferentemente de a proposta ser um novo modelo de negócios (Huang, 2012), uma atualização no tradicional (Balnaves, 2012) ou, ainda, a unificação dos dois modelos (Corciolani & Dalli, 2014). Essas três abordagens contribuem com direcionadores empresariais, apontam para uma economia sustentada por meio de compromissos entre consumidores e produtores no consumo colaborativo, no qual sua montagem e reconfiguração geram modelos de câmbio (Scaraboto, 2015).

(4) Gestão de negócios colaborativos é a última problemática identificada nesta pesquisa, a qual abrange 11 artigos, que correspondem a 25% dos estudos analisados. Essa problemática agrupa artigos que discutem estratégias para a adoção de um modelo de negócios pautado como economia compartilhada. Busca discutir questões relacionadas à operação de negócios de consumo colaborativo, como aspectos legais, morais e éticos, sugere uma intermediação entre credores e devedores a fim de eliminar ou minimizar ao máximo os riscos (Weber, 2014). Também explora barreiras e oportunidades na gestão desses modelos de negócios com base no consumo colaborativo, oferece perspectivas interessantes para mercados e incentiva que as pessoas experimentem estilos novos de negociar, os quais são viáveis e sustentáveis (Pedersen & Netter, 2015). Nesse sentido, a proposição de modelos de maturidade para gestão de

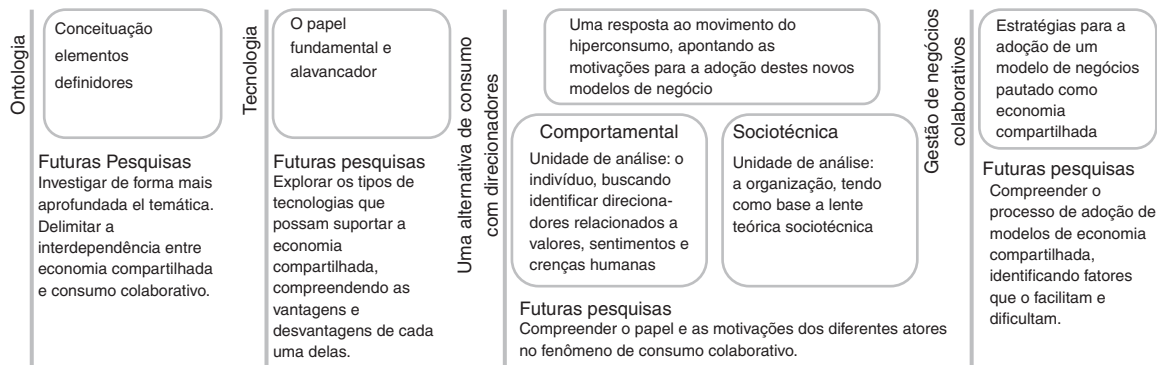


Figura 3. Problemáticas e insights para futuras pesquisas
Dados da pesquisa (2016).

negócios colaborativos, que define características básicas para diversos segmentos de negócios, fica como uma sugestão para os pesquisadores da área.

Considerações finais

A presente pesquisa colabora para o entendimento das pesquisas que têm sido desenvolvidas na área de economia compartilhada e consumo colaborativo, por meio da apresentação do cenário das pesquisas feitas sobre essas temáticas, e considera suas características, contribuições e problemáticas.

Por meio da busca e análise bibliométrica via base de dados das coleções *Scopus*, *Web of Science*, *Springer Link*, *Wiley Online Library*, *Sciverse ScienceDirect* e *Sage*, selecionaram-se 44 artigos que foram escritos por 77 autores e publicados em 35 periódicos. Observou-se que a temática estudada é recente, dado que a sua primeira publicação ocorreu em 1978, mas que o contínuo estudo se dá a partir de 2012. O maior crescimento de publicações sobre economia compartilhada e consumo colaborativo ocorreu de 2015 a fevereiro de 2016, 68% das publicações.

O periódico mais representativo em quantidade de citações é o *Journal of Consumer Research*, que tem 48% do total entre os periódicos com dez ou mais citações, seguido do *Journal of Business Research*, que tem 15% das citações.

Em relação à quantidade de publicações, o *Information Communication & Society* é o único que tem mais do que duas publicações na temática, representa 7% das publicações sobre economia compartilhada e consumo colaborativo.

Em relação à análise descritiva dos artigos selecionados, verificou-se que nessa temática há interesse no desenvolvimento de pesquisas especialmente qualitativas, já que essas representaram 86%, possivelmente devido à contemporaneidade das temáticas. Percebe-se, ainda, a necessidade de criar abordagens teóricas e refinar aquelas que buscam explicar o fenômeno. Dessa forma, as pesquisas qualitativas ainda são fundamentais num campo recente e que precisa gerar a sua base teórica mais robusta.

Quanto à autoria, percebe-se que apenas quatro autores têm mais do que uma publicação sobre economia compartilhada ou consumo colaborativo: Russell Belk, Chris J. Martin e Paul

Upham, cada um deles com três publicações nas temáticas, e Joelle Mastelic, com duas publicações. Dos quatro autores, destaca-se que três pertencem a instituições da Inglaterra, aponta um interesse maior das universidades europeias nessa temática, em detrimento das americanas ou latino-americanas.

A análise dos 44 artigos selecionados nesta pesquisa oferece um panorama das pesquisas em economia compartilhada e consumo colaborativo, apresenta uma taxonomia das problemáticas presentes na literatura corrente e identifica *insights* para futuras pesquisas (fig. 3).

Chama a atenção a quantidade de artigos na problemática (3) uma alternativa de consumo e seus direcionadores. Quase a metade das publicações foca na visão da economia compartilhada e do consumo colaborativo como uma opção às inquietações da sociedade moderna, busca compreender o que leva a sua adoção, seja no nível do indivíduo ou da organização. Esse movimento econômico oferece modelos opcionais aos convencionais impulsionados pelo aumento da consciência ambiental. Na transição para uma sociedade mais sustentável, experimentam-se novas formas de satisfazer as exigências dos consumidores e buscar menos prejuízos ao meio ambiente. Nesse sentido, as organizações buscam estar preparadas para lidar com esse novo modelo, reformular ou ainda unificar seu modelo tradicional com o inovador. Entretanto, algumas publicações já trazem um contraponto a essa leitura (Martin, 2016). Até onde a economia compartilhada e o consumo colaborativo são, de fato, um caminho para a sustentabilidade? Não seria uma forma dissimulada da economia tradicional com outro discurso? Para Martin (2016), a economia compartilhada foi redesenhada pelos atores, mas é puramente uma oportunidade econômica. Por fim, a análise dos artigos permitiu o surgimento de um questionamento: como (ou se) esse movimento econômico oferece modelos opcionais aos convencionais impulsionados pelo aumento da consciência ambiental, direciona, verdadeiramente, um caminho para o desenvolvimento sustentável? Existe, portanto, bastante espaço para pesquisas nessa temática, a fim de refinar a teoria e testá-la.

Conflitos de interesse

Por favor, confirme que não existe conflito de interesses.

Agradecimentos

A primeira e a terceira autora agradecem o apoio recebido da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

Referências

- Albinsson, P. A., & Yasanthi Perera, B. (2012). Alternative marketplaces in the 21st century: building community through sharing events. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(4), 303–315.
- Balnaves, M. (2012). The Australian finance sector and social media: towards a history of the new banking. *Media International Australia*, 143(1), 132–145.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715–734.
- Belk, R. (2014a). You are what you can access: sharing and collaborative consumption online. *Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600.
- Belk, R. (2014b). Sharing versus pseudo-sharing in Web 2.0. *The Anthropologist*, 18(1), 7–23.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom*. Yale University Press.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2009). *O que é meu e seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo*. Porto Alegre: Bookman.
- Bradshaw, C. J., & Brook, B. W. (2014). Human population reduction is not a quick fix for environmental problems. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(46), 16610–16615.
- Cohen, B., & Kietzmann, J. (2014). Ride on! Mobility business models for the sharing economy. *Organization & Environment*, 27(3), 279–296.
- Corciolani, M., & Dalli, D. (2014). Gift-giving, sharing, and commodity exchange at bookcrossing.com: new insights from a qualitative analysis. *Management Decision*, 52(4), 755–776.
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A multi-dimensional framework of organizational innovation: a systematic review of the literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191.
- Dauvergne, P. (2010). The problem of consumption. *Global Environmental Politics*, 10(2), 1–10.
- Dubois, E., Schor, J., & Carfagna, L. (2014). Connected consumption: a sharing economy takes hold. *Rotman Management*, 50–55.
- Felson, M., & Spaeth, J. L. (1978). Community structure and collaborative consumption: a routine activity approach. *The American Behavioral Scientist*, 21(4), 614.
- Gallon, A. V., de Souza, F. C., Rover, S., & van Bellen, H. M. (2008). Um estudo longitudinal da produção científica em administração direcionada à temática ambiental. *Revista Alcance*, 15(1), 81–102.
- Gansky, L. (2010). *The mesh: why the future of business is sharing*. New York: Penguin.
- Gomes, G., Lavarda, C. E. F., & Torrens, E. W. (2012). Revisão da literatura sobre orçamento em cinco periódicos internacionais nos anos de 2000 até 2009. *Revista de Gestão*, 19(1).
- Goulart, S., & Carvalho, C. A. (2008). O caráter da internacionalização da produção científica e sua acessibilidade restrita. *Revista de Administração Contemporânea*, 12(3), 835–854.
- Graeml, A. R., & Macadar, M. A. (2010). Análise de citações utilizadas em ADI: 10 anos de anais digitais do Enanpad (1997-2006)/Information Management Papers' Citation Analysis: 10 Years of Enanpad Digital Proceedings (1997-2006). *Revista de Administração Contemporânea*, 14(1), 122.
- Heinrichs, H. (2013). Sharing economy: a potential new pathway to sustainability. *Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4), 228–231.
- Huang, X. (2012). Lifestyles in virtual communities: collaborative consumption and interaction. *Chinese Journal of Communication*, 5(1), 109–127.
- Lazzarotti, F., Samir Dalfovo, M., & Emil Hoffmann, V. (2011). A bibliometric study of innovation based on Schumpeter. *Journal of Technology Management & Innovation*, 6(4), 121–135.
- Machado, R.D. N. (2007). Análise cientométrica dos estudos bibliométricos publicados em periódicos da área de biblioteconomia e ciência da informação.(1990-2005).
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: a pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159.
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 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.
- Munck, L., & Galleli, B. (2016). Avanços e desafios da conceitualização e operacionalização das competências organizacionais em 15 anos de produção científica internacional. *Revista de Gestão*, 22(4), 525–544.
- Pedersen, E. R. G., & Netter, S. (2015). Collaborative consumption: business model opportunities and barriers for fashion libraries. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 19(3), 258–273.
- Pisano, P., Pironi, M., & Rieple, A. (2015). Identify innovative business models: can innovative business models enable players to react to ongoing or unpredictable trends? *Entrepreneurship Research Journal*, 5(3), 181–199.
- Piscielli, L., Cooper, T., & Fisher, T. (2015). The role of values in collaborative consumption: insights from a product-service system for lending and borrowing in the UK. *Journal of Cleaner Production*, 97, 21–29.
- Scaraboto, D. (2015). Selling, sharing, and everything in between: the hybrid economies of collaborative networks. *Journal of Consumer Research*, 42(1), 152–176.
- Shirky, C. L. A. Y. (2012). *Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Schor, J. (2014). Debating the sharing economy. *Great transition initiative*.
- Souza, M. D., & Ribeiro, H. C. M. (2013). Sustentabilidade ambiental: uma metanálise da produção brasileira em periódicos de administração. *Revista de Administração Contemporânea*, 17(3), 368–396.
- Singleton, R. A., Jr., Straits, B. C., & Straits, M. M. (1993). *Approaches to social research*. Oxford University Press.
- Szekely, F., & Strebler, H. (2013). Incremental, radical, and game-changing: strategic innovation for sustainability. *Corporate Governance*, 13(5), 467–481.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222.
- Weber, T. A. (2014). Intermediation in a sharing economy: insurance, moral hazard, and rent extraction. *Journal of Management Information Systems*, 31(3), 35–71.
- WWF. 2012. *Living Planet Report 2012 – Special Edition: On the road to Rio+20*.