

Plataformas *Peer-to-Peer* na Economia Compartilhada: *status* atual e agenda de pesquisa

INTRODUÇÃO

Novas formas de compartilhamento estão surgindo como opção à propriedade existente no mercado tradicional, aspecto crítico para o consumo (Belk, 2010). O advento coletivo de modelos de compartilhamento se deu tanto pela transformação digital de tecnologias sociais quanto pelas mudanças contínuas nas atitudes da sociedade, já que o consumidor passou a valorizar a experiência e o acesso a produtos e serviços (Bucher, Fieseler, & Lutz, 2016). Este novo modelo socioeconômico baseado no compartilhamento ficou reconhecido como economia compartilhada (Botsman & Rogers, 2010).

Ainda que, a economia compartilhada tenha sido estudada e enquadrada de formas contraditórias (Martin, 2016), como exemplo, diferenciando-se do consumo colaborativo devido às compensações monetárias (Minami, Ramos, & Bortoluzzo, 2021), este estudo parte do princípio que existem pontos em comum e benefícios gerais que convergem na ideia de Belk (2014). As práticas da economia compartilhada utilizam modelos de acesso temporário sem propriedade para a utilização de bens e serviços e que dependem da Internet.

Dessa forma, em uma variedade de setores, diversas plataformas facilitadas pela Internet surgiram para que as pessoas pudessem compartilhar ativos subutilizados (Böcker & Meelen, 2017). Destacaram-se duas plataformas na economia compartilhada, Airbnb, que permitiu que as pessoas alugassem acomodações residenciais por um curto período, incluindo suas próprias casas e, o Uber, em que pessoas puderam fornecer serviços de “táxi” (Martin, 2016). Em comum, essas duas plataformas focaram num mercado *Peer-to-Peer* (P2P), ou seja, envolvem acesso a ativos subutilizados por intermédio de plataformas digitais (Piscicelli, Ludden, & Cooper, 2018).

Para Wirtz, So, Mody, Liu, e Chun (2019), as plataformas P2P são habilitadas *online* e oferecem acesso de curto prazo a bens, serviços e outros recursos a pares ou a proprietários de plataforma (por exemplo, Zipcar e Yellow). Entretanto, o escopo deste artigo é focar somente em plataformas de intermediação aos pares, com formação tríade, em outras palavras, plataformas que possuem um triângulo de atores: um provedor de plataforma, um prestador de serviço e um cliente.

Nesse sentido, em uma plataforma P2P de formação tríade, o foco do provedor é combinar o cliente que deseja acesso aos ativos com um prestador de serviços que deseja ofertar (Benoit, Baker, Bolton, Gruber, & Kandampully, 2017). Tais modelos de negócios são celebrados não só por esses atores, mas também por investidores quanto ao seu potencial de lucro resultando em avaliações que superam concorrentes já estabelecidos (Wirtz et al., 2019). Em 2020, acelerado pela pandemia de Covid-19, em que o distanciamento social fez com que as pessoas passassem mais tempo *online*, as plataformas continuaram a crescer, o valor total das 100 melhores plataformas do mundo aumentou 40% entre janeiro e outubro de 2020 para 10,5 trilhões de euros (European Commission, 2021).

Quanto a pesquisa sobre essas novas formas de consumo baseadas na interação entre pares, há um grande interesse em entender melhor as plataformas, já que muitas são apontadas como ecológicas, além de democráticas e com menores preços, o que permitiria mais oportunidades para os usuários (Wirtz et al., 2019). Como consequência, uma quantidade significativa de pesquisas abordou as plataformas enquanto negócios e sua estrutura (Caldieraro, Zhang, Cunha, & Shulman, 2018; Wirtz et al., 2019) e os aspectos do comportamento do consumidor relacionados à economia e à plataforma P2P (Barbour, Zhang, & Mannering, 2020; Gupta, Esmaeilzadeh, Uz, & Tennant, 2019; Laurenti & Acuña, 2020; Prieto, Baltas, & Stan, 2017; Starr Jr., Zhu, Frethey-Bentham, & Brodie, 2020). Porém, menos

estudos sistematizaram o assunto, se concentrando em setores como acomodação (Kuhzady, Seyfi, & Béal, 2020; Prayag & Ozanne, 2018; Sainaghi, 2020; Sainaghi & Baggio, 2020) e empréstimos (Bachmann et al., 2011; Suryono, Purwandari, & Budi, 2019).

Portanto, percebe-se o número crescente de estudos sobre as plataformas P2P, contudo, há uma lacuna quanto ao panorama dessas publicações, de modo a enxergar o que se pesquisou sobre essas plataformas. Visando preencher essa lacuna, entende-se a necessidade de uma revisão sistemática abrangente no que concerne à compreensão sobre as abordagens das publicações sobre as plataformas P2P. Para tanto, esta pesquisa tem por objetivo mapear os estudos sobre as plataformas P2P na economia compartilhada apresentando considerações importantes em uma agenda para pesquisas futuras.

Ao estabelecer uma visão macro sobre as plataformas P2P foi aplicado uma Análise Sistemática de Rede de Literatura, esta revisão realiza uma contribuição distinta para a literatura ao propor um recorte e síntese a uma temática com diretrizes aos estudos futuros. Isso é relevante visto que a previsão é que mais negócios dessa natureza surjam num futuro próximo (Minami et al., 2021). Além disso, os resultados poderão servir aos modelos de negócios na economia compartilhada, interessando plataformas, prestadores de serviços, consumidores e reguladores.

Depois desta introdução, descreve-se a abordagem teórica com uma breve visão sobre a economia compartilhada e sobre o modelo de negócios das plataformas P2P. Apresenta-se a Análise Sistemática de Rede de Literatura e seus parâmetros, seguidos dos principais resultados. Por fim, conclui-se com ideias para pesquisas futuras para as plataformas P2P e considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

As ideias sobre a Economia Compartilhada

A propriedade é historicamente o modo dominante de consumo presente nas sociedades, porém, com a liberdade e flexibilidade relacionadas ao acesso a bens e serviços, novos valores culturais emergiram da economia e da conveniência e, destacaram-se novas políticas de consumo (Bardhi & Eckhardt, 2012). Ao considerar ajudas, conselhos e informações que são compartilhados diariamente na Internet, sites como Flickr, YouTube, Facebook e Google deram início a uma nova era de compartilhamento, logo adotada por milhões de pessoas (Belk, 2010). Além disso, histórias de sucesso como Airbnb e Uber estimularam um discurso a favor da economia de compartilhamento (Martin, 2016).

Quando se trata da economia de compartilhamento, percebe-se que a literatura não convergiu para uma nomenclatura comum (Kumar, Lahiri, & Dogan, 2018), para Botsman (2013) termos como “economia compartilhada”, “economia de pares”, “economia colaborativa” e “consumo colaborativo” são usados como sinônimos. Para Martin (2016) isso fez com que a economia compartilhada fosse enquadrada de maneiras contrastantes e contraditórias. Os vários termos possuem significados diferentes, mas são suas ideias centrais comuns que explicam tal sobreposição (Botsman, 2013).

Dessa forma, a economia compartilhada também foi referida como “consumo colaborativo” ou “economia colaborativa” e, é definida por Botsman e Rogers (2010) como um modelo socioeconômico baseado no uso compartilhado de mercadorias subutilizadas ou indesejadas. São compartilhados ativos físicos com restrições de capacidade (carros, quartos e bicicletas), experiências que dependem de ativos e mão de obra compartilhados (cozinhar ou jantar) e, em menor grau, ativos intangíveis (por exemplo, capital para empréstimos) (Wirtz et al., 2019). Quanto ao consumo colaborativo é mais claro o uso de tecnologias e o comportamento de redes baseados em comunidade, num sistema de práticas que as pessoas acessam bens e serviços, sem necessariamente a aquisição ou troca monetária, constituído por compartilhamento tradicional, escambo, empréstimo, negociação, locação ou doação (Botsman

& Rogers, 2010; Hamari, Sjöklint, & Ukkonen, 2016). Para Wei, Lo, Jung e Choi (2021) é uma tendência emergente, e sua missão é o atendimento temporário das necessidades dos consumidores sem exigir propriedade. Por outro lado, Minami, Ramos e Bortoluzzo (2021) entendem que há uma diferença entre a economia compartilhada e o consumo colaborativo, no primeiro não haveria nenhuma compensação monetária na troca de bens e serviços, já no segundo sim.

Porém, o que agrega para este estudo são os pontos em comum e benefícios das ideias que cercam esses conceitos, a saber, o acesso temporário sem propriedade para a utilização de bens e serviços de consumo e a dependência da Internet para isso acontecer (Belk, 2014). Botsman (2013) ainda reforça três temas comuns, primeiro o fato do poder ser distribuído para redes de indivíduos e comunidades por meio de uma dinâmica de desintermediação; segundo, os caminhos disruptivos como a inovação tecnológica, mudança de valores, realidades econômicas e questões ambientais; e, terceiro, a utilização inovadora e eficiente de ativos que permitem desbloquear a “capacidade ociosa” dos recursos. Com isso, a economia compartilhada serve como um conceito guarda-chuva para uma visão abrangente, ajudando na compreensão e orientação de novas criações e institucionalizações de novas práticas econômicas, papéis e interações entre atores sociais (Heinrichs, 2013).

Nesse sentido, a imprecisão semântica e conceitual sobre a economia compartilhada levou a uma série de atividades, segundo Martin (2016), identifica-se quatro setores principais: plataformas de compartilhamento de acomodação, de carro e carona, ofertas de serviços *peer-to-peer* e, plataformas *peer-to-peer* para compartilhar e circular recursos. Nota-se que a maioria dessas plataformas envolve trocas *peer-to-peer*, essas atividades são subconjuntos da economia compartilhada em que os ativos são trocados entre fornecedores (vendedores) e consumidores (compradores) (Piscicelli et al., 2018).

Além disso, essas plataformas de interações *peer-to-peer* criam oportunidades de busca e fornecimento de informações, personalização de ofertas, fechamento de transações, permitindo *feedbacks* entre os agentes por meio de comentários e recomendações (Starr Jr. et al., 2020). O crescimento dessas plataformas foi impulsionado pela Internet, pelas redes sociais e tecnologias móveis baseadas na localização que permitiu conectar de forma eficiente as pessoas com capacidade ociosa (bens, serviços ou habilidade) com aqueles que a desejam (Botsman, 2013; Prieto et al., 2017). A metáfora *peer-to-peer* é a promessa de contato entre indivíduos que implica em ausência de hierarquia e senso de igualitarismo, presente no conceito de compartilhamento, ou seja, contribui para a construção do consumo colaborativo à partir das tecnologias de ponta (John, 2013).

Peer-to-Peer enquanto modelo de negócios

O modelo de negócios da economia compartilhada consiste em uma empresa ou habilitadora de serviços que atua como intermediária entre fornecedores de um bem ou serviço e os clientes que demandam esses bens e serviços subutilizados (Kumar et al., 2018). Assim, a maioria desses modelos de negócios depende da cooperação entre os participantes baseado em um formato triádico, envolvendo um operador da plataforma (por exemplo, Uber), os prestadores de serviços (por exemplo, os motoristas) e os clientes (por exemplo, passageiros, usuários) (Benoit et al., 2017; Kumar et al., 2018; Wei et al., 2021). Existem também as plataformas baseadas em acesso que dependem predominantemente de ativos e recursos fornecidos por uma empresa, por exemplo a Zipcar, que possui estoque de carros para fornecer transporte, porém, empresas como essa não dependem de trocas *peer-to-peer* (Benoit et al., 2017; Wirtz et al., 2019). Portanto, o formato de plataforma *peer-to-peer* adotada neste artigo concentra-se em entidades de transação (com formação tríade) e serviços online baseados na comunidade para troca de recursos de capacidade limitada de forma colaborativa (Wirtz et al., 2019).

Segundo Wirtz et al. (2019) os negócios de plataformas são uma alternativa viável para atender uma gama de necessidades dos clientes, como transporte, acomodação, alimentação e até empréstimos pessoais. Chen et al. (2020) apontam que na lista do *Wall Street Journal* de 2018, das 10 empresas privadas de capital de risco mais valiosas, estavam plataformas online como Uber (US\$ 72 bilhões), Didi-Chuxing (US\$ 56 bilhões), Airbnb (US\$ 31 bilhões), Lufax (US\$ 18,5 bilhões), e Lyft (US\$ 15,1 bilhões). Além disso, essas plataformas criam valores para seus grupos de usuários, facilitando as transações e relacionamentos entre eles (Chen et al., 2020). Ou seja, para equilibrar e conservar o crescimento dessa economia emergente, os facilitadores de serviços devem realizar esforços para adquirir, reter e conquistar clientes e prestadores de serviços simultaneamente (Kumar et al., 2018).

O crescimento de algumas plataformas de compartilhamento *peer-to-peer* foi impulsionado pelas tecnologias digitais, com destaque para os desenvolvimentos recentes da Internet e aplicativos de *smartphone*, permitindo as múltiplas interações entre diferentes usuários, o que possibilitou a criação e ampliação de plataformas simples, baratas e eficazes (Ardolino, Saccani, Adrodegari, & Perona, 2020; Piscicelli et al., 2018). A prosperidade dessas plataformas se dá por processos circulares, iterativos e orientados por *feedbacks* que enfatizam a troca de valor produzida numa rede descentralizada de indivíduos espalhados por um ecossistema, diferentemente de um negócio tradicional de receita unilateral que remete à venda para o cliente (Wirtz et al., 2019).

Dessa forma, os modelos de negócios baseados em compartilhamento são comumente considerados positivos, já que possuem potencial para a conservação de recursos (Leismann, Schmitt, Rohn, & Baedeker, 2013). Em termos ambientais, como o uso mais eficiente dos recursos existentes, e para questões sociais, como a construção de capital social, bem como fornece oportunidades de negócios lucrativos (Piscicelli et al., 2018). Nesse sentido, os modelos de negócios da economia compartilhada assumem sua complexidade quanto aos benefícios atrelados à sustentabilidade, com potencial oportunidade de moldar um novo caminho (Heinrichs, 2013). Para Piscicelli et al. (2018), a construção de uma plataforma de compartilhamento P2P próspera se dá em função de alguns elementos, como a capacidade de identificar um atrito de mercado significativo, construir uma massa crítica de usuários, obter o nível e estrutura de preços corretos, abordar a concorrência e obstáculos regulatórios e, promover interações positivas entre os usuários. Portanto, visando conhecer mais sobre esse tipo de plataforma sob a ótica da pesquisa, no próximo tópico há uma proposta metodológica para preencher este *gap* e atender ao objetivo aqui proposto.

METODOLOGIA

A metodologia adotada foi proposta por Colicchia e Strozzi (2012), combina a Revisão Sistemática da Literatura para identificar os artigos mais relevantes a serem incluídos, com a Análise de Rede de Citações para desdobrar a dinâmica do campo em estudo, chamada Análise Sistemática de Rede de Literatura (*Systematic Literature Network Analysis - SLNA*). Esse formato de revisão foi escolhido devido sua natureza dinâmica que permite a identificação das direções em que a pesquisa se move e, reconhecer os caminhos que parecem mais promissores (Colicchia & Strozzi, 2012).

Para a revisão sistemática de literatura é necessário enfatizar os critérios de pesquisa definidos, explícitos e reproduzíveis ao selecionar os artigos (Petticrew & Roberts, 2006). Visto que, os *strings* de busca de forma combinada entre os elementos retornou somente três artigos, optou-se pelos termos separados: (1) TITLE-ABS-KEY (“*platforms peer-to-peer*” AND (“*sharing economy*” OR “*sharing consumption*”)); (2) TITLE-ABS-KEY (“*platforms peer-to-peer*” AND (“*collaborative economy*” OR “*collaborative consumption*”)); (3) TITLE-ABS-KEY “*platforms p2p*” AND (“*sharing economy*” OR “*sharing consumption*”)); (4) TITLE-

ABS-KEY “platforms p2p” AND (“collaborative economy” OR “collaborative consumption”).

Concentrou-se no banco de dados Scopus que indexa mais de 25.000 títulos avaliados por um conselho independente e, possui uma arquitetura de metadados que permite fazer pesquisas precisas e exportar dados para análises (Scopus, 2021). A escolha da base de dados se deve a disponibilidade de acesso oferecida pela instituição de ensino à qual os pesquisadores estão vinculados, somada a sua abrangência atrelado às principais editoras, como Elsevier, Emerald, Springer, Inderscience Enterprises, Taylor and Francis Ltd., dentre outras.

Quanto a delimitação temporal e por estratos, preferiu-se não adotar, para ampliar o escopo de um assunto que é recente e, atingir uma amostra não pertencentes ao *mainstream* (Soares, Picolli, & Casagrande, 2018). Além disso, foram seguidos critérios de inclusão e exclusão, tais como na pesquisa de (Kuhzady et al., 2020), os de inclusão foram: (1) artigo, ou seja, publicações revisadas por pares, (2) em inglês, (3) estar relacionado às palavras-chave definidas, (4) encontrar todo o texto disponível e, (5) e conter o DOI (*Digital Object Identifier*), um requisito escolhido para executar os dados porque tem maior capacidade de capturar informações dos artigos na posterior construção de redes pelo *software*. Os critérios de exclusão foram: (1) estudos que não atenderem aos critérios de inclusão, (2) capítulos de livro, conferências, processos, editoriais e material editorial. Os passos adotados foram realizados no final de junho de 2021 e, podem ser melhores visualizados na Figura 1.

Na busca inicial, mediante as palavras-chave e campos selecionados retornaram um total de 266 trabalhos, aplicado a primeira restrição quanto ao tipo de documento e do idioma permaneceram 159 artigos. Ainda assim, foi necessário mais uma restrição quanto ao acesso completo dos artigos, bem como, retirar os repetidos e os que não tinham DOI, restando 70 trabalhos. Por fim, realizou-se leitura dos títulos e resumos para verificar a adequação ao objetivo do presente estudo. Os trabalhos excluídos abordavam plataformas em geral, ou eram teóricos ou revisões sobre a economia compartilhada, artigos de aspectos técnicos sobre plataformas como consumo de energia ou que fugiam à abordagem do objetivo deste estudo. Assim, para análise final, julgou-se adequados 52 artigos.

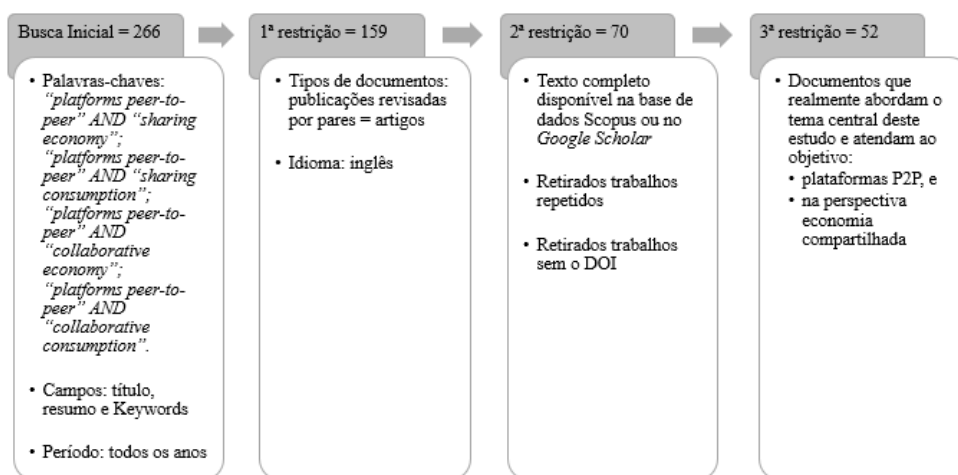


Figura 1. Processo de Busca na base de dados Scopus.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Lima e Carlos Filho (2019).

Segundo Colicchia e Strozzi (2012) a aplicação da SLNA, em específico na aplicação da análise de rede de citações, requer o suporte de programas específicos. Para isso, foi utilizado o *software* VOSviewer® que permite realizar análise da base de dados por meio do respectivo DOI® de cada artigo e possui atenção especial à representação gráfica de mapas bibliométricos (van Eck & Waltman, 2010).

RESULTADOS

Consolidada a amostra após aplicado os critérios de inclusão e exclusão totalizou-se em 52 trabalhos analisados. Para tanto, os resultados foram divididos em três etapas: a) caracterização dos artigos da amostra, analisando a evolução da pesquisa por período, autores, instituições, países de origem, periódicos e citações; b) posteriormente, concentrou-se no mapeamento das redes de acoplamento, principais palavras-chave e, coocorrência de termos; e c) por fim, uma análise com a proposta de agenda para estudos futuros.

Caracterização das publicações

Visto que, não foi definido limite temporal, percebe-se que os primeiros estudos sobre plataformas P2P na perspectiva da economia compartilhada é recente, com início em 2010 (Figura 2), data que coincide com as publicações da área de economia compartilhada (Ertz & Leblanc-Proulx, 2018; Kuhzady et al., 2020; Netto & Tello-Gamarra, 2020). O primeiro estudo identificado aqui (Jean-Jacques Herings, Peeters, & Yang, 2010) foca nas externalidades diretas causadas pela tecnologia de compartilhamento de arquivos P2P, com resultados para a política de aplicação dos direitos de propriedade intelectual. Este tema, mais o avanço da Internet já chamava a atenção de Belk (2007), que mencionava as consequências e contribuições dos desenvolvimentos de ambos para o futuro do compartilhamento.

Ainda observando a Figura 2, após o começo lento até o ano de 2016, destaca-se o ano de 2017 com um salto nas publicações, para sete artigos e, a partir disso, uma tendência de crescimento. Nesse sentido, o ano de 2017 já havia sido destacado por Chen et al. (2020) quando empregaram o termo “plataformas *online*” como palavra-chave e encontraram quase metade dos resultados no ano mencionado.

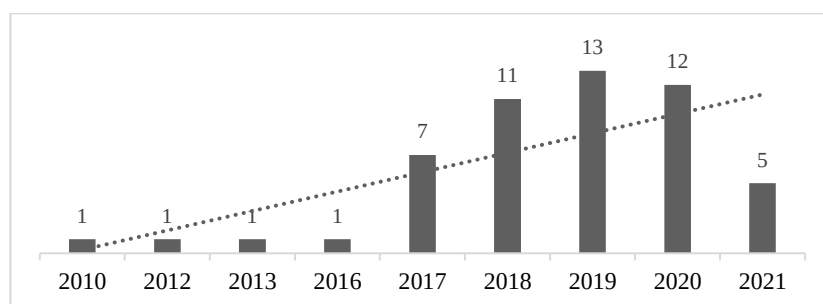


Figura 2. Resultado das publicações por ano.
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

O total da amostra de 52 artigos foi composta por 140 diferentes autores e coautores. Destacaram-se Baojun Jiang e Lin Tian, parceiros em três artigos e, Rafael Laurenti também com outros três artigos. Outros oito autores publicaram dois artigos cada, porém, a maioria publicou somente um artigo, demonstrando o quanto o assunto das plataformas P2P ainda é incipiente. Esse resultado já era esperado, visto estudos sobre economia compartilhada e consumo colaborativo (Cheng, 2016; Lima & Carlos Filho, 2019).

Quanto as afiliações dos autores, foram 104 diferentes instituições e, destacando três destas que são instituições vinculadas aos autores que mais publicaram, *Washington University*, *Shanghai University of Finance and Economics* e *KTH Royal Institute of Technology*. Além disso, a origem dos autores foi de 21 diferentes países, com destaque para 22% dos Estados Unidos, 14% da China, 12% da Espanha, 8% do Reino Unido e 8% da Suécia, os 36% restantes dispersos nos demais países. De fato, os Estados Unidos já se destacam quanto as publicações sobre economia compartilhada (Ertz & Leblanc-Proulx, 2018; Netto & Tello-Gamarra, 2020), ainda que, mesmo nesse país o número de acadêmicos que direcionem esforços para o tema

possa aumentar, visto o número de publicações *versus* o número de pesquisadores trabalhando com o assunto (Netto & Tello-Gamarra, 2020).

Além disso, trinta e oito periódicos foram os responsáveis pelas publicações dos artigos selecionados, sete deles publicaram 2 ou mais artigos, concentrando 40,4% da amostra. Desses, destacam-se o *Transportation Research* em suas vertentes específicas: *Part B: Methodological*, *Part D: Transport and Environment* e *Part E: Logistics and Transportation Review*; e, notadamente o *Journal Sustainability* com o maior número de artigos publicados, principalmente nos últimos três anos. O *Journal Sustainability* já havia se destacado em outra revisão sobre economia compartilhada e consumo colaborativo (Cintra, Lacerda, Carvalho, Viana, & Vasconcelos, 2020). Cabe ressaltar a dispersão das publicações, visto os outros 31 artigos publicados em diferentes periódicos.

As citações dos artigos da amostra foram analisadas e, embora sejam artigos recentes, o número de citações é considerável tanto em trabalhos na própria Scopus, quanto mais amplamente, considerando dados do Google Scholar. A Tabela 1 apresenta a relação dos trabalhos de maior impacto, adotado o critério de 100 ou mais citações em geral. Os dois artigos mais citados datam de 2017, ano importante já destacado aqui como início do crescimento para as publicações sobre plataformas P2P. Gutiérrez, García-Palomares, Romanillos e Salas-Olmedo (2017) focaram no crescimento do Airbnb como plataforma referência para a acomodação e analisaram os padrões espaciais do negócio na cidade de Barcelona, comparando com os hotéis e os pontos turísticos da cidade. Já Benoit et al. (2017) se destacaram por um artigo que dá base ao consumo colaborativo pelas plataformas P2P, os autores apresentaram uma estrutura indicando um triângulo de atores importantes para o consumo colaborativo e para as plataformas P2P: o provedor de plataforma, o provedor de serviços e o cliente. Benoit et al. (2017) é forte referência, pois está atrelado a uma vertente de estudos que buscam construir uma teoria da economia compartilhada, organizam conceitos ainda dispersos e tentam evoluir a discussão, provavelmente devido às lacunas nesse campo de estudo (Cintra et al., 2020; Netto & Tello-Gamarra, 2020).

Chama atenção que, dos autores que se destacaram com mais publicações, somente o artigo de Jiang e Tian (2018) apareceu com mais citações. Além disso, embora o periódico *Sustainability* possua o maior número de artigos publicados, estes não aparecem como os mais citados.

Tabela 1
Artigos mais citados com a temática Plataformas P2P

Autores	Título	Periódico	Número de citações no Google Scholar	Número de citações no Scopus
Gutiérrez, García-Palomares, Romanillos e Salas-Olmedo (2017)	<i>The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona</i>	<i>Tourism Management</i>	490	264
Benoit et al. (2017)	<i>A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors</i>	<i>Journal of Business Research</i>	359	175
Benjaafar, Kong, Li e Courcoubetis (2019)	<i>Peer-to-peer product sharing: Implications for ownership, usage, and social welfare in the sharing economy</i>	<i>Management Science</i>	298	112
Jiang e Tian (2018)	<i>Collaborative consumption: Strategic and economic implications of product sharing</i>	<i>Management Science</i>	235	111

Perren e Kozinets (2018)	<i>Lateral exchange markets: How social platforms operate in a networked economy</i>	<i>Journal of Marketing</i>	176	98
Lee, Chan, Balaji e Chong (2018)	<i>Why people participate in the sharing economy: an empirical investigation of Uber</i>	<i>Internet Research</i>	141	73
Min, So e Jeong (2019)	<i>Consumer adoption of the Uber mobile application: Insights from diffusion of innovation theory and technology acceptance model</i>	<i>Journal of Travel and Tourism Marketing</i>	125	57

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Mapeamento de redes

As redes bibliométricas tiveram como objetivo a análise dos dados bibliométricos e informações sociométricas da amostra. De acordo com Eck e Waltman (2014) a concepção dessas redes é realizada usando uma das três abordagens de visualização: com base na distância, em gráficos ou baseadas na linha do tempo. No caso do presente estudo a abordagem será com referência na distância, pois o *software* VosViewer® utilizado mostra as redes bibliométricas definidas pela distância entre os pontos, chamados “nós”. Nesse sentido, os nós se posicionam de tal forma que a distância entre dois indica sua relação, menor ou maior. Além disso, os nós são atribuídos a *clusters* em uma rede, constituindo um conjunto de nós intimamente relacionados usando-se de cores para indicar o *cluster* atribuído aos nós (Eck & Waltman, 2014).

Portanto, construiu-se uma rede de acoplamento bibliográfico relacionando os trabalhos às suas referências, ou seja, o quanto os artigos possuem citações em comum. Para a criação do mapa optou-se que o trabalho tivesse ao menos uma citação, foi possível encontrar 37 itens conectados e um total de 5 *clusters* como mostrado na Figura 3. Dessa forma, o *cluster* 1 (vermelho) investiga os efeitos do compartilhamento em plataformas P2P, especialmente de produtos; *cluster* 2 (verde) os artigos em geral exploram consequências e impactos do consumo P2P; *cluster* 3 (azul) percebe-se um foco na estrutura de mercado do consumo colaborativo P2P; *cluster* 4 (amarelo) são estudos mais ligados ao comportamento dos usuários de plataformas P2P, especialmente de acomodação; e, o *cluster* 5 (roxo) concentram estudos mais específicos sobre a intenção dos consumidores de participar de plataformas P2P.

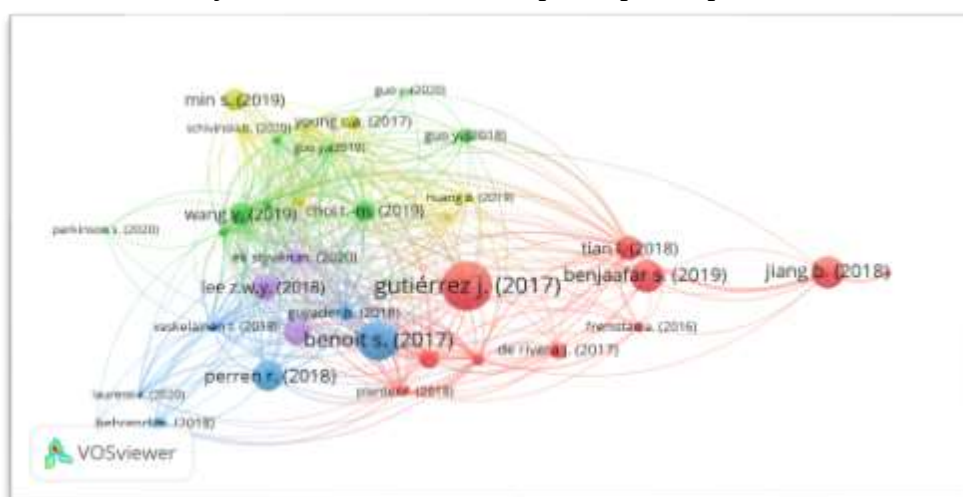


Figura 3. Rede de acoplamento bibliográfico.

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Quanto à rede das principais palavras-chave utilizadas é possível verificar maiores *links* ou conexões entre os termos utilizados. Num total de 408 termos, fez-se um corte de pelo menos

duas repetições, gerando 58 palavras representadas na Figura 4. Visto que, faz parte do escopo do trabalho, os termos que mais se destacaram foram “*sharing economy*” (economia compartilhada) e “*collaborative consumption*” (consumo colaborativo). Percebe-se que relacionado ao termo “*sharing economy*” (vermelho) estão os termos como plataformas, Internet e *design*, já em relação ao “*collaborative consumption*” (verde) ligam-se termos como *peer-to-peer*, *commerce*, impacto ambiental, implicações econômicas e gerenciais. Ainda chama a atenção na Figura 4, termos ligados à sustentabilidade (azul), termos mais técnicos (roxo) e, acomodações (laranja).

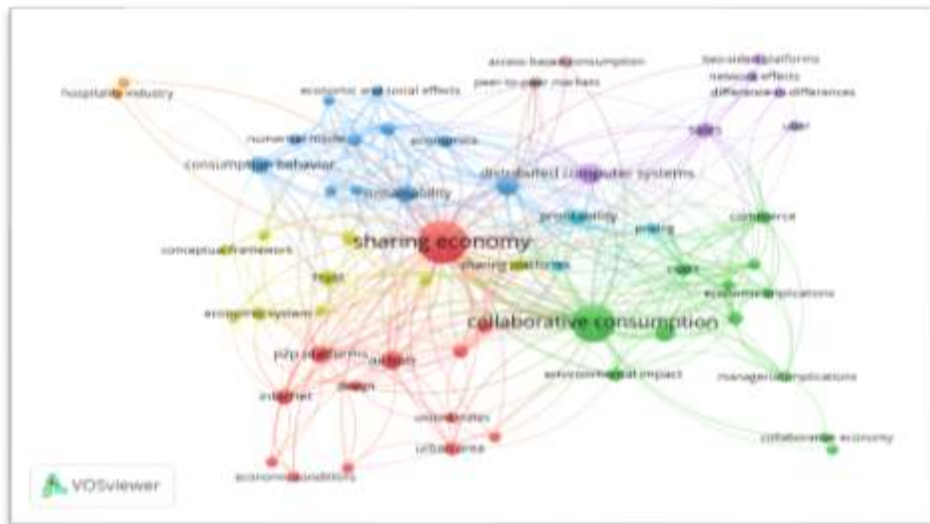


Figura 4. Rede de Palavras-chave.
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Por fim, para identificar os principais assuntos abordados pelos artigos, foi criado um mapa de coocorrência dos termos nos títulos e resumos da amostra de artigos, com isso, dos 1620 termos foram delimitadas ao menos 8 repetições que geraram 38 links em três *clusters* presentes na Figura 5. Dessa forma, o *cluster 1* (vermelho) remete a estudos sobre o consumo de plataformas quanto ao serviço prestado ou produto compartilhado, além de questões de mercado, como análises e impactos; o *cluster 2* (verde) sobre a plataforma P2P na perspectiva do consumo colaborativo (como confiança ou estudos com Uber); e, o *cluster 3* (azul) se concentra nos usuários de acomodação P2P.

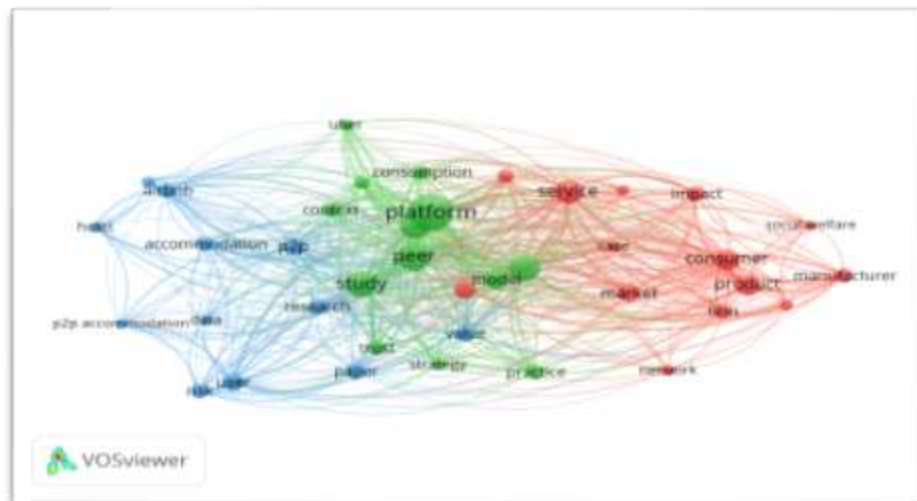


Figura 5. Rede de coocorrência.

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Análise com a proposta de agenda para estudos futuros

Através dos resultados e da formação das redes foi possível observar temas que se repetiam, e *gaps* como oportunidades, a partir disso, chegou-se aos principais caminhos possíveis de serem percorridos por estudos futuros sobre plataformas P2P, descritos na Tabela 2.

Primeiramente, os resultados aqui reforçaram o embasamento do estudo das plataformas P2P na economia compartilhada e consumo colaborativo. Ainda que essa área seja recente e difusa (Lima & Carlos Filho, 2019; Silveira, Petrini, & Santos, 2016), é possível apontar que, para compreender melhor sobre as plataformas P2P os artigos se valeram do surgimento do Airbnb não só como referência (Guttentag, Smith, Potwarka, & Havitz, 2018; Tussyadiah & Pesonen, 2016; Zervas, Proserpio, & Byers, 2017), mas também como objeto de estudo (Gutiérrez et al., 2017; Huang, Liu, Lai, & Li, 2019; Schivinski, Langaro, Fernandes, & Guzmán, 2020). Além disso, buscaram alguma compreensão conceitual, visto as referências em Benoit et al. (2017) que trata sobre a tríade fundamental no consumo P2P, Leismann et al. (2013) que refletem sobre o potencial de uma economia de recursos baseada no uso, Bardhi e Eckhardt (2012) e Lamberton e Rose (2012) que propõem novas conceituações e Belk (2014) e sua contribuição sobre o compartilhamento.

Dessa forma, foi possível chegar a quatro propostas para estudos futuros: i) investigações sobre os efeitos do compartilhamento pelas plataformas P2P; ii) entendimento sobre a estrutura de mercado das plataformas P2P; iii) explorar o setor de acomodação; e, iv) temas emergentes, menos explorados que os outros.

Tabela 2
Proposta de agenda para estudos futuros

Proposta	Descrição	Pontos a se explorar
Efeitos do compartilhamento pelas plataformas P2P	Verificar as consequências e implicações do compartilhamento por diferentes plataformas P2P.	Externalidades Impactos gerenciais para o negócio ou para o canal Benefícios para os consumidores Potenciais para os diferentes setores
Estrutura de mercado das plataformas P2P	Compreender a estrutura de diferentes plataformas P2P.	Os diversos atores da estrutura P2P As diferentes atividades de compartilhamento Caracterizar e verificar a evolução das plataformas.
O setor de acomodação P2P	Aprofundar em diversos construtos que cercam as percepções dos consumidores quanto às plataformas P2P no setor de acomodação.	Motivações, preferências e atributos valorizados pelos consumidores. Inserção das plataformas de acomodação P2P, como o Airbnb.
Temas emergentes	Explorar temas pertinentes ainda pouco estudados.	Aspectos mais tangíveis ligados às plataformas: internet, funcionalidade, design. Sustentabilidade: comportamento do consumidor sustentável e impactos ambientais.

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

i) Efeitos do compartilhamento pelas plataformas P2P: se encontram pesquisas pautadas nas consequências e implicações do compartilhamento por diferentes plataformas P2P, sejam externalidades, impactos gerenciais para o negócio ou para o canal, benefícios para os consumidores, potencial para os setores. Jean-Jacques Herings et al. (2010) se concentraram em externalidades causadas pela tecnologia de compartilhamento de arquivos P2P. Já Jiang e Tian (2018) focaram no impacto estratégico e econômico do compartilhamento de produtos, do mesmo modo, Tian e Jiang (2018) e Fremstad (2016) se concentraram no compartilhamento de

produtos, os primeiros no entendimento sobre os efeitos no canal de distribuição e, o último estimando o valor de compartilhar itens entre famílias.

Além disso, Choi e He (2019) compararam as operações com e sem P2P e Benjaafar et al. (2019) descreveram um modelo de equilíbrio de compartilhamento de produto P2P em que indivíduos com níveis de uso variados tomam decisões sobre possuir ou não um produto homogêneo, ambos indicaram que os consumidores sempre se beneficiam do formato. Quanto ao potencial P2P, Plenter et al. (2018) reconhecem esse formato de compartilhamento como relevante para promover novas formas de serviços de transportes e, Behrend e Meisel (2018) percebem que uma plataforma integrada facilita o consumo colaborativo.

ii) Estrutura de mercado das plataformas P2P: compreender a estrutura de diferentes plataformas P2P, incluindo os diversos atores, as diferentes atividades de compartilhamento, além de caracterizar e verificar a evolução das plataformas. Dessa forma, verifica-se a importância de Benoit et al. (2017), ao sugerir fatores típicos do consumo colaborativo explicando os papéis dos atores na tríade do P2P, bem como, Perren e Kozinets (2018) que sugeriram com seu estudo uma gestão cuidadosa, visto as consequências da mistura de tecnologia, mercados, instituições e socialidades. Além disso, Guyader (2018) identificou estilos diferentes de consumo colaborativo, especificamente no compartilhamento de viagens e, Chasin, von Hoffen, Cramer e Matzner (2018) que caracterizaram por meio de uma taxonomia as plataformas P2P, descrevendo sua evolução para demonstrar e avaliar sua aplicação.

iii) O setor de acomodação P2P: dentre os diversos setores de atuação das plataformas P2P a acomodação se destaca, com vertentes para aprofundar em diversos construtos que cercam as percepções dos consumidores, como motivações, preferências e atributos valorizados pelos consumidores, adicionado à inserção do Airbnb que despertou o interesse dos estudos. Huang et al. (2019) pesquisaram os usuários e os não usuários de acomodações P2P para entender a relação entre riscos percebidos e intenções de uso, no mesmo sentido, Young, Corsun e Xie (2017) investigaram as preferências de viajantes quanto ao P2P ou à hotéis. Já Guo, Wang e Wang (2019) focaram nos atributos que influenciam as experiências e satisfação de hóspedes de acomodações P2P. Por outro lado, percebe-se iniciativas para entender o Airbnb mediante diferentes contextos. Razli, Jamal e Zahari (2017) exploraram o surgimento do Airbnb e o seu contexto na Malásia, Gutiérrez et al. (2017) analisaram os padrões espaciais do Airbnb em Barcelona comparando aos hotéis e pontos turísticos e, Schivinski et al. (2020) examinaram as percepções sobre o valor da marca Airbnb.

iv) Temas emergentes: artigos que indicaram alguns temas pertinentes para pesquisa e, que, por estarem em menor quantidade se mostram oportunidades para futuras pesquisas como aspectos mais tangíveis ligados às plataformas: Internet, funcionalidade e *design* e, sustentabilidade: comportamento do consumidor sustentável e impactos ambientais. Nesse sentido, de Rivera, Gordo, Cassidy e Apesteguía (2017) estudaram a arquitetura de plataformas, como *design*, interface e conteúdo. Já focados no consumidor Parguel et al. (2017) investigaram a propensão de indivíduos materialistas e ambientalmente conscientes a usarem plataformas P2P de segunda mão e, Wang, Xiang, Yang e Ma (2019) desenvolveram um modelo conceitual para explorar os comportamentos de consumo sustentável a partir de dados de uma plataforma P2P. Por outro lado, analisando os efeitos ambientais, Martin, Lazarevic e Gullström (2019) focaram nos potenciais de uma plataforma de compartilhamento de produtos P2P e, Warmington-Lundström e Laurenti (2020) verificaram os efeitos de rebote ambiental de uma plataforma P2P.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por objetivo mapear os estudos sobre as plataformas P2P na economia compartilhada apresentando considerações importantes em uma agenda para pesquisas futuras.

Para isso, foi adotado a SLNA, uma metodologia que combina a Revisão Sistemática da Literatura com a Análise de Rede de Citações. Dessa forma, não se limitou somente à análises descritivas, o estudo conseguiu aprofundar os achados específicos sobre as plataformas P2P de maneira geral, já que os estudos até o momento se limitaram a poucos setores como acomodação e empréstimos.

Os primeiros estudos sobre plataformas P2P na perspectiva da economia compartilhada é recente, com início em 2010 e destaque para o ano de 2017 com acréscimo de publicações e, a partir disso, tendência de crescimento. Ainda assim, a caracterização das pesquisas evidenciou a impossibilidade de destacar autores, instituições, países, periódicos ou publicações específicas como referência. Tais resultados convergem com a perspectiva da área de economia compartilhada e consumo colaborativo em outros estudos (Ertz & Leblanc-Proulx, 2018; Lima & Carlos Filho, 2019; Netto & Tello-Gamarra, 2020; Silveira et al., 2016).

Além disso, as redes construídas por meio do VOSviewer® de palavras-chave, acoplamento bibliográfico e o mapa de coocorrência mostraram as conexões gerando alguns *clusters*, com os quais foi possível traçar temas principais como propostas em uma agenda para pesquisas futuras. Nesse sentido, quatro sugestões foram realizadas com as respectivas descrições e pontos mais específicos a se explorar, sendo: i) efeitos do compartilhamento pelas plataformas P2P; ii) estrutura de mercado das plataformas P2P; iii) o setor de acomodação P2P; e, iv) temas emergentes. Dessa forma, com este estudo foi possível contribuir com o estímulo a novas pesquisas, já que segundo Chen et al. (2020) as plataformas digitais continuam a florescer no mundo dos negócios, sendo uma ótima oportunidade para pesquisadores.

Mesmo com os resultados, o estudo enfrentou limitações, como a única base de dados e o tipo de documento, pesquisas futuras podem incluir mais tipos de literatura somado a outras bases científicas. Ainda que, as redes bibliométricas geradas tenham dado uma perspectiva, admite-se que os pontos de corte depende das escolhas dos pesquisadores, sendo necessário outros estudos que partam das propostas dadas aqui, mas comparativamente e agregadora.

REFERÊNCIAS

- Andersson, M., Hjalmarsson, A., & Avital, M. (2013). Peer-to-peer service sharing platforms: Driving share and share alike on a mass-scale. *International Conference on Information Systems (ICIS 2013): Reshaping Society Through Information Systems Design*, 4(Gawer 2009), 2964–2978.
- Ardolino, M., Saccani, N., Adrodegari, F., & Perona, M. (2020). A business model framework to characterize digital multisided platforms. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc6010010>
- Bachmann, A., Becker, A., Buerckner, D., Hilker, M., Kock, F., Lehmann, M., & Tiburtius, P. (2011). Online Peer-to-Peer Lending – A Literature Review. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 16(2), 1–18. Retrieved from <http://www.arraydev.com/commerce/jibc/>
- Barbour, N., Zhang, Y., & Mannering, F. (2020). Individuals' willingness to rent their personal vehicle to others: An exploratory assessment of peer-to-peer carsharing. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 5, 100138. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2020.100138>
- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-Based Consumption: The Case of Car Sharing. *Journal of Consumer Research*, 39(4), 881–898. <https://doi.org/10.1086/666376>
- Behrend, M., & Meisel, F. (2018). The integration of item-sharing and crowdshipping: Can collaborative consumption be pushed by delivering through the crowd? *Transportation Research Part B: Methodological*, 111, 227–243. <https://doi.org/10.1016/j.trb.2018.02.017>
- Belk, R. (2007). Why Not Share Rather Than Own? *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126–140. <https://doi.org/10.1177/0002716206298483>
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of Consumer Research*, 36(5), 715–734. <https://doi.org/10.1086/612649>
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online.

- Journal of Business Research*, 67(8), 1595–1600. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>
- Benjaafar, S., Kong, G., Li, X., & Courcoubetis, C. (2019). Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage, and Social Welfare in the Sharing Economy. *Management Science*, 65(2), 477–493. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2017.2970>
- Benoit, S., Baker, T. L., Bolton, R. N., Gruber, T., & Kandampully, J. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. *Journal of Business Research*, 79(November 2016), 219–227. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.05.004>
- Birinci, H., Berezina, K., & Cobanoglu, C. (2018). Comparing customer perceptions of hotel and peer-to-peer accommodation advantages and disadvantages. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), 1190–1210. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2016-0506>
- Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28–39. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.004>
- Botsman, R. (2013). The Sharing Economy Lacks A Shared Definition. Retrieved 26 April 2021, from Fast Company website: <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). *What's mine is yours: The rise of collaborative consumption*. New York: Collins.
- Bucher, E., Fieseler, C., & Lutz, C. (2016). What's mine is yours (for a nominal fee) e Exploring the spectrum of utilitarian to altruistic motives for Internet-mediated sharing. *Computers in Human Behavior*, 62, 316–326. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.002>
- Caldieraro, F., Zhang, J. Z., Cunha, M., & Shulman, J. D. (2018). Strategic Information Transmission in Peer-to-Peer Lending Markets. *Journal of Marketing*, 82(2), 42–63. <https://doi.org/10.1509/jm.16.0113>
- Chasin, F., von Hoffen, M., Cramer, M., & Matzner, M. (2018). Peer-to-peer sharing and collaborative consumption platforms: a taxonomy and a reproducible analysis. *Information Systems and E-Business Management*, 16(2), 293–325. <https://doi.org/10.1007/s10257-017-0357-8>
- Chen, Y.-J., Dai, T., Korpeoglu, C. G., Körpeoğlu, E., Sahin, O., Tang, C. S., & Xiao, S. (2020). OM Forum—Innovative Online Platforms: Research Opportunities. *Manufacturing & Service Operations Management*, 22(3), 430–445. <https://doi.org/10.1287/msom.2018.0757>
- Cheng, M. (2016). Sharing economy: A review and agenda for future research. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 60–70. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.06.003>
- Choi, T.-M., & He, Y. (2019). Peer-to-peer collaborative consumption for fashion products in the sharing economy: Platform operations. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 126(January), 49–65. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2019.03.016>
- Cintra, S. S., Lacerda, A. P., Carvalho, L. S. de, Viana, L. C., & Vasconcelos, D. de S. C. (2020). Panorama das publicações científicas internacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo. *XXIII SEMEAD - Seminários Em Administração*, 1–16. São Paulo.
- Colicchia, C., & Strozzi, F. (2012). Supply chain risk management: A new methodology for a systematic literature review. *Supply Chain Management*, 17(4), 403–418. <https://doi.org/10.1108/13598541211246558>
- de Rivera, J., Gordo, Á., Cassidy, P., & Apesteguía, A. (2017). A netnographic study of P2P collaborative consumption platforms' user interface and design. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 11–27. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.09.003>
- Eck, N. J. Van, & Waltman, L. (2014). Visualizing Bibliometric Networks. In *Measuring Scholarly Impact*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10377-8>
- Ertz, M., & Leblanc-Proulx, S. (2018). Sustainability in the collaborative economy: A bibliometric analysis reveals emerging interest. *Journal of Cleaner Production*, 196, 1073–1085. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.095>

- European Commission. (2021). How do online platforms shape our lives and businesses? Retrieved from <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/how-do-online-platforms-shape-our-lives-and-businesses-brochure>
- Fremstad, A. (2016). Sticky Norms, Endogenous Preferences, and Shareable Goods. *Review of Social Economy*, 74(2), 194–214. <https://doi.org/10.1080/00346764.2015.1089107>
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2017.01.003>
- Guo, Y., Wang, Y., & Wang, C. (2019). Exploring the Salient Attributes of Short-Term Rental Experience: An Analysis of Online Reviews from Chinese Guests. *Sustainability*, 11(16), 4290. <https://doi.org/10.3390/su11164290>
- Gupta, M., Esmaeilzadeh, P., Uz, I., & Tennant, V. M. (2019). The effects of national cultural values on individuals' intention to participate in peer-to-peer sharing economy. *Journal of Business Research*, 97(December 2018), 20–29. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.12.018>
- Gutiérrez, J., García-Palomares, J. C., Romanillos, G., & Salas-Olmedo, M. H. (2017). The eruption of Airbnb in tourist cities: Comparing spatial patterns of hotels and peer-to-peer accommodation in Barcelona. *Tourism Management*, 62, 278–291. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.003>
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., & Havitz, M. (2018). Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study. *Journal of Travel Research*, 57(3), 342–359. <https://doi.org/10.1177/0047287517696980>
- Guyader, H. (2018). No one rides for free! Three styles of collaborative consumption. *Journal of Services Marketing*, 32(6), 692–714. <https://doi.org/10.1108/JSM-11-2016-0402>
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Heinrichs, H. (2013). Sharing Economy : A Potential New Pathway to Sustainability. *GAIA*, 22(4), 228–231.
- Huang, D., Liu, X., Lai, D., & Li, Z. (2019). Users and non-users of P2P accommodation. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(3), 369–382. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2017-0037>
- Jean-Jacques Herings, P., Peeters, R., & Yang, M. S. (2010). Competition against peer-to-peer networks. *Information Economics and Policy*, 22(4), 315–331. <https://doi.org/10.1016/j.infoecopol.2010.07.004>
- Jiang, B., & Tian, L. (2018). Collaborative Consumption: Strategic and Economic Implications of Product Sharing. *Management Science*, 64(3), 1171–1188. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2016.2647>
- John, A. N. (2013). Sharing, collaborative consumption and Web 2.0. *MEDIA@LSE Electronic Working Papers*, (26), 2–19.
- Kuhzady, S., Seyfi, S., & Béal, L. (2020). Peer-to-peer (P2P) accommodation in the sharing economy: a review. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–16. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1786505>
- Kumar, V., Lahiri, A., & Dogan, O. B. (2018). A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*, 69, 147–160. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.021>
- Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012). When Is Ours Better Than Mine ? A Framework for Understanding and Sharing Systems. *Journal of Marketing*, 76(July), 109–125. <https://doi.org/10.1509/jm.10.0368>
- Laurenti, R., & Acuña, F. M. B. (2020). Exploring antecedents of behavioural intention and preferences in online peer-to-peer resource sharing: A Swedish university setting. *Sustainable Production and Consumption*, 21, 47–56. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2019.10.002>
- Lee, Z. W. Y., Chan, T. K. H., Balaji, M. S., & Chong, A. Y.-L. (2018). Why people participate in the sharing economy: an empirical investigation of Uber. *Internet Research*, 28(3), 829–850.

- <https://doi.org/10.1108/IntR-01-2017-0037>
- Leismann, K., Schmitt, M., Rohn, H., & Baedeker, C. (2013). Collaborative consumption: Towards a resource-saving consumption culture. *Resources*, 2(3), 184–203. <https://doi.org/10.3390/resources2030184>
- Lima, S., & Carlos Filho, F. de A. (2019). Bibliometric analysis of scientific production on sharing economy. *Revista de Gestão*, 26(3), 237–255. <https://doi.org/10.1108/REGE-01-2019-0018>
- Martin, C. J. (2016). The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism? *Ecological Economics*, 121, 149–159. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2015.11.027>
- Martin, M., Lazarevic, D., & Gullström, C. (2019). Assessing the Environmental Potential of Collaborative Consumption: Peer-to-Peer Product Sharing in Hammarby Sjöstad, Sweden. *Sustainability*, 11(1), 190. <https://doi.org/10.3390/su11010190>
- Min, S., So, K. K. F., & Jeong, M. (2019). Consumer adoption of the Uber mobile application: Insights from diffusion of innovation theory and technology acceptance model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(7), 770–783. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1507866>
- Minami, A. L., Ramos, C., & Bortoluzzo, A. B. (2021). Sharing economy versus collaborative consumption: What drives consumers in the new forms of exchange? *Journal of Business Research*, 128(January), 124–137. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.035>
- Netto, C. D. O., & Tello-Gamarra, J. E. (2020). Sharing Economy: A Bibliometric Analysis, Research Trends and Research Agenda. *Journal of Technology Management & Innovation*, 15(2), 41–55. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242020000200041>
- Parguel, B., Lunardo, R., & Benoit-Moreau, F. (2017). Sustainability of the sharing economy in question: When second-hand peer-to-peer platforms stimulate indulgent consumption. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 48–57. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.03.029>
- Perren, R., & Kozinets, R. V. (2018). Lateral exchange markets: How social platforms operate in a networked economy. *Journal of Marketing*, 82(1), 20–36. <https://doi.org/10.1509/jm.14.0250>
- Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). *Systematic Reviews in the Social Sciences: A Practical Guide*. Oxford, UK: Blackwell Publishing Ltd.
- Piscicelli, L., Ludden, G. D. S., & Cooper, T. (2018). What makes a sustainable business model successful? An empirical comparison of two peer-to-peer goods-sharing platforms. *Journal of Cleaner Production*, 172, 4580–4591. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.170>
- Plenter, F., Chasin, F., von Hoffen, M., Betzing, J. H., Matzner, M., & Becker, J. (2018). Assessment of peer-provider potentials to share private electric vehicle charging stations. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 64(October 2016), 178–191. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2018.02.013>
- Prayag, G., & Ozanne, L. K. (2018). A systematic review of peer-to-peer (P2P) accommodation sharing research from 2010 to 2016: progress and prospects from the multi-level perspective. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 27(6), 649–678. <https://doi.org/10.1080/19368623.2018.1429977>
- Prieto, M., Baltas, G., & Stan, V. (2017). Car sharing adoption intention in urban areas: What are the key sociodemographic drivers? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 101, 218–227. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2017.05.012>
- Razli, I. A., Jamal, S. A., & Zahari, M. S. M. (2017). Airbnb: An Overview of a New Platform for Peer to Peer Accommodation in Malaysia. *Advanced Science Letters*, 23(8), 7829–7832. <https://doi.org/10.1166/asl.2017.9587>
- Sainaghi, R. (2020). The current state of academic research into peer-to-peer accommodation platforms. *International Journal of Hospitality Management*, 89(April), 102555. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102555>
- Sainaghi, R., & Baggio, R. (2020). Clusters of topics and research designs in peer-to-peer

- accommodation platforms. *International Journal of Hospitality Management*, 88(October 2019), 102393. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102393>
- Schivinski, B., Langaro, D., Fernandes, T., & Guzmán, F. (2020). Social media brand engagement in the context of collaborative consumption: the case of AIRBNB. *Journal of Brand Management*, 27(6), 645–661. <https://doi.org/10.1057/s41262-020-00207-5>
- Scopus. (2021). How Scopus work. Retrieved from <https://www.elsevier.com/solutions/scopus/how-scopus-works>
- Silveira, L. M. da, Petrini, M., & Santos, A. C. M. Z. dos. (2016). Economia compartilhada e consumo colaborativo: o que estamos pesquisando? *REGE - Revista de Gestão*, 23(4), 298–305. <https://doi.org/10.1016/j.rege.2016.09.005>
- Soares, S. V., Picolli, I. R. A., & Casagrande, J. L. (2018). Pesquisa Bibliográfica, Pesquisa Bibliométrica, Artigo de Revisão e Ensaio Teórico em Administração e Contabilidade. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 19(2), 308–339. <https://doi.org/10.13058/raep.2018.v19n2.970>
- Starr Jr., R. G., Zhu, A. Q., Frethey-Bentham, C., & Brodie, R. J. (2020). Peer-to-peer interactions in the sharing economy: Exploring the role of reciprocity within a Chinese social network. *Australasian Marketing Journal*, 28(3), 67–80. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.06.002>
- Suryono, R. R., Purwandari, B., & Budi, I. (2019). Peer to Peer (P2P) Lending Problems and Potential Solutions: A Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 161, 204–214. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.116>
- Tian, L., & Jiang, B. (2018). Effects of Consumer-to-Consumer Product Sharing on Distribution Channel. *Production and Operations Management*, 27(2), 350–367. <https://doi.org/10.1111/poms.12794>
- Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2016). Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1022–1040. <https://doi.org/10.1177/0047287515608505>
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Wang, Y., Xiang, D., Yang, Z., & Ma, S. (Sara). (2019). Unraveling customer sustainable consumption behaviors in sharing economy: A socio-economic approach based on social exchange theory. *Journal of Cleaner Production*, 208, 869–879. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.139>
- Warmington-Lundström, J., & Laurenti, R. (2020). Reviewing circular economy rebound effects: The case of online peer-to-peer boat sharing. *Resources, Conservation & Recycling: X*, 5(November 2019), 100028. <https://doi.org/10.1016/j.rcrx.2019.100028>
- Wei, X., Lo, C. K. Y., Jung, S., & Choi, T.-M. (2021). From co-consumption to co-production: A systematic review and research synthesis of collaborative consumption practices. *Journal of Business Research*, 129(March), 282–294. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.027>
- Wirtz, J., So, K. K. F., Mody, M. A., Liu, S. Q., & Chun, H. H. (2019). Platforms in the peer-to-peer sharing economy. *Journal of Service Management*, 30(4), 452–483. <https://doi.org/10.1108/JOSM-11-2018-0369>
- Young, C. A., Corsun, D. L., & Xie, K. L. (2017). Travelers' preferences for peer-to-peer (P2P) accommodations and hotels. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 11(4), 465–482. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-09-2016-0093>
- Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of Airbnb on the Hotel Industry. *Journal of Marketing Research*, 54(5), 687–705. <https://doi.org/10.1509/jmr.15.0204>