

P LATAFORMAS *PEER-TO-PEER* NA ECONOMIA COMPARTILHADA: STATUS ATUAL E AGENDA DE PESQUISA FUTURA

¹Lilian Carolina Viana & ²Christiano França da Cunha

RESUMO

Objetivo: Mapear os estudos sobre as plataformas *Peer-to-Peer* (P2P), apresentando considerações importantes em uma agenda para pesquisas futuras.

Originalidade/Valor: Existe grande interesse em entender melhor as plataformas baseadas na interação entre pessoas, pois muitas são apontadas como ecológicas, democráticas e com preços menores (Wirtz et al., 2019). Contudo, há uma lacuna quanto a uma sistematização das publicações que tratam do modelo de negócios das plataformas P2P, no contexto amplo da economia compartilhada, uma vez que os estudos se encontram fragmentados.

Métodos: Foi adotada a *Systematic Literature Network Analysis* (SLNA) que combina a Revisão Sistemática da Literatura com Análise de Rede de Citações (Colicchia & Strozzi, 2012). Para a revisão sistemática foi enfatizado os critérios de pesquisa, e na análise de redes foi utilizado o *software* VOSviewer®.

Resultados: Mediante as redes construídas e suas conexões, foi proposta uma agenda com quatro direções futuras: i) efeitos do compartilhamento pelas plataformas P2P; ii) estrutura de mercado das plataformas P2P; iii) o setor de acomodação P2P; e, iv) temas emergentes.

Conclusões: A pesquisa foi além da descrição e se aprofundou direcionando temáticas de pesquisa. Foi possível contribuir com o estímulo da investigação e discussão no campo teórico e prático, uma vez que, para Chen et al. (2020) as plataformas digitais continuam a florescer no mundo dos negócios.

Palavras-chave: Plataformas P2P. Consumo colaborativo. Economia compartilhada. Análise Sistemática da Rede de Literatura.

FUTURE STUDIES RESEARCH JOURNAL
Scientific Editor: Renata Giovinazzo Spers
Evaluation: Double Blind Review, pelo SEER/OJS
Received: 28/05/2023
Accepted: 27/08/2023

¹ Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas - FCA/UNICAMP, São Paulo, (Brasil).
E-mail: liliancviana@gmail.com Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-6352-9708>

² Faculdade de Ciências Aplicadas da Universidade Estadual de Campinas - FCA/UNICAMP, São Paulo, (Brasil).
E-mail: chfcunha@unicamp.br Orcid id: <https://orcid.org/0000-0002-2590-3818>

P EER-TO-PEER PLATFORMS IN THE SHARING ECONOMY: CURRENT STATUS AND FUTURE RESEARCH AGENDA

ABSTRACT

Purpose: To map the studies on Peer-to-Peer (P2P) platforms, presenting important considerations in a future research agenda.

Originality/Value: There is great interest in better understanding platforms based on interaction between people, as many are pointed out as ecological, democratic and at lower prices (Wirtz et al., 2019). However, there is a gap in the systematization of publications regarding the business model of P2P platforms in the broader context of the sharing economy, as the studies are fragmented.

Methods: Systematic Literature Network Analysis (SLNA) was adopted, which combines the Systematic Literature Review with Network Citation Analysis (Colicchia & Strozzi, 2012). For the systematic review the research criteria were emphasized, and in the network analysis the software VOSviewer®.

Results: Through the built networks and their connections, an agenda was proposed with four future directions: i) effects of sharing by P2P platforms; ii) market structure of P2P platforms; iii) the P2P accommodation sector; and iv) emerging themes.

Conclusions: The research went beyond the description and deepened directing research themes. It was possible to contribute stimulating research and discussion in the theoretical and practical field, since, for Chen et al. (2020) digital platforms continue to flourish in the business world.

Keywords: P2P Platforms. Collaborative consumption. Sharing Economy. Systematic Literature Network Analysis.

1. 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 et al., 2016). Este novo modelo socioeconômico baseado no compartilhamento ficou conhecido 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 et al., 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 podem utilizar modelos de acesso temporário (Bardhi & Eckhardt, 2012), sem e com propriedade (Ertz et al., 2016), para a utilização de bens e serviços que dependem da Internet (Andersson et al., 2013; Hamari et al., 2016).

Nesse sentido, 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 às pessoas alugar acomodações residenciais por um curto período de tempo, 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 et al., 2018).

Para Wirtz et al. (2019), as plataformas P2P são habilitadas *online* e oferecem acesso de curto prazo a bens, serviços e outros recursos a pares (pessoa física para pessoa física) ou a proprietários de plataforma (por exemplo, *Zipcar*, *Turbi*, *Rentbrella* 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 seu “par”, um cliente.

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 et al., 2017). Tal modelo de negócios é celebrado 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 pessoas, 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 (Andersson et al., 2013; Au et al., 2020; Caldieraro et al., 2018; Cullen & Farronato, 2021; Dobravec, 2010; Einav et al., 2016; Qu et al., 2020; Querbes, 2018; Wirtz et al., 2019), além dos aspectos do comportamento do consumidor relacionados à economia e à plataforma P2P (Barbour et al., 2020; Birinci et al., 2018; Farmaki et al., 2020; Gupta et al., 2019; Hawlitschek et al., 2018; Laurenti & Acuña, 2020; MöMhlmann, 2016; Piscicelli et al., 2018; Prieto et al., 2017; Starr Jr. et al., 2020; Tussyadiah & Pesonen, 2018). Porém, menos estudos sistematizaram o assunto quanto a sua bibliografia de forma ampla, as pesquisas até o momento se fragmentaram em levantamentos de publicações sobre acomodação (Kuhzady et al., 2020; Prayag & Ozanne, 2018; Sainaghi, 2020; Sainaghi & Baggio, 2020) e empréstimos (Bachmann et al., 2011; Suryono et al., 2019).

Ou seja, percebe-se o número significativo de estudos relacionados às plataformas P2P, contudo, nota-se a ausência de um resgate das publicações referente ao modelo de negócio, no contexto da economia compartilhada. É importante identificar as lacunas de pesquisa e questões discutidas por pesquisadores. Apesar do contexto emergente das plataformas P2P, é fundamental estabelecer diretrizes reais para avançar na pesquisa (Breidbach & Brodie, 2017), assim, os resultados poderão trazer benefícios a outros pesquisadores ao propor tópicos para estudos. Para tanto, esta pesquisa tem por objetivo principal mapear os estudos sobre as plataformas P2P na economia compartilhada, apresentando considerações importantes em uma agenda para pesquisas futuras.

Ao estabelecer uma visão ampla sobre as plataformas P2P foi aplicada uma Análise Sistemática da 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.

Após esta 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 propostas para pesquisas futuras para as plataformas P2P e considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Abordagens 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 et al., 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 et al., 2016). Para Wei et al. (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).

Nessa lógica, a imprecisão semântica e conceitual sobre a economia compartilhada levou a uma série de atividades, segundo Martin (2016), identificam-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).

2.2. 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, a empresa 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 et al., 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 et al., 2013). Em termos ambientais, como o uso mais eficiente dos recursos existentes, para questões sociais, como a construção de capital social, além de fornecer oportunidades de negócios lucrativos (Piscicelli et al., 2018). Nesse sentido, os modelos de negócios da economia compartilhada assumem sua complexidade, com potencial oportunidade de moldar um novo caminho no consumo (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.

3. 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 da 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). Portanto, a análise sistemática foi dividida em duas fases combinadas: aplicação da revisão sistemática da literatura e análise da rede de citação.

Na primeira fase, houve a definição do escopo do estudo de acordo com o objetivo, que se traduziu em dois eixos: as plataformas P2P e a referência da economia compartilhada enquanto contexto. Posteriormente, para a localização dos estudos, foi 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 pela busca dos termos separados: (1) TITLE-ABS-KEY “platforms peer-to-peer” AND (“sharing economy” OR “sharing consumption”); (2) TITLE-

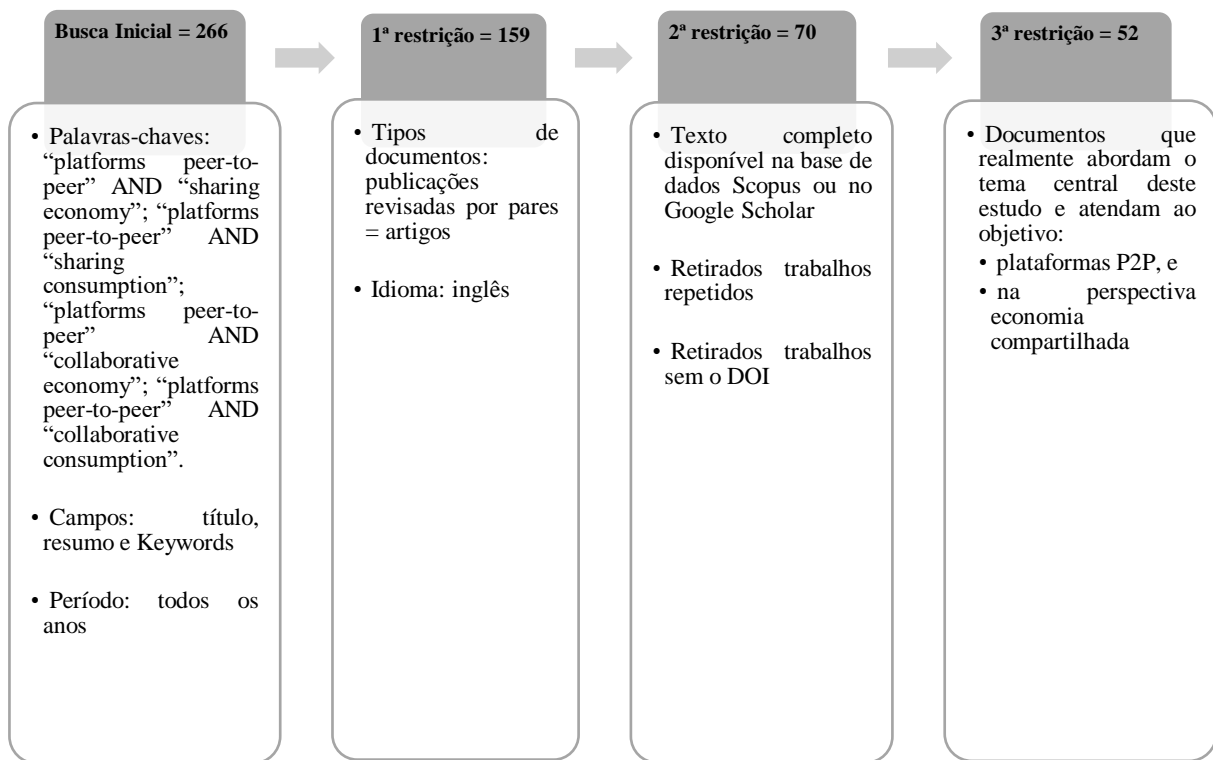
ABS-KEY “platforms peer-to-peer” AND (“collaborative economy” OR “collaborative consumption”); (3) TITLE-ABS-KEY “platforms p2p” AND (“sharing economy” OR “sharing consumption”); (4) TITLE-ABS-KEY “platforms p2p” AND (“collaborative economy” OR “collaborative consumption”).

Ao fim da primeira fase, concentrou-se a seleção e avaliação dos estudos 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 ao amplo acesso que ela possui, além do alcance proporcionado pela composição das 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 et al., 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*), este último escolhido para executar os dados com maior capacidade de capturar informações dos artigos na posterior construção de redes pelo *software* utilizado. 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 na base de dados *Scopus*, retornaram um total de 266 trabalhos, aplicada 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. Nessa etapa, o artigo que não estivesse com acesso completo pela *Scopus* foi buscado individualmente no *Google Scholar*. 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, julgou-se adequados 52 artigos os documentos relevantes incluídos para a análise, organizados por meio do editor de planilhas do Microsoft Excel.

Figura 1 Processo de Busca na Base de Dados Scopus



Fonte: Adaptado de Lima e Carlos Filho (2019).

Para a segunda fase, os 52 artigos selecionados representaram os nós da rede, enquanto os dados de citações representaram os links entre os nós. 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).

Nesse sentido, as análises foram realizadas com as medidas geradas, a frequência das publicações em relação suas principais informações, o número de citações dos artigos, classificando-os pelo número de citações recebidas, identificando os mais citados. Por sua vez, o *software* VosViewer® permitiu criar diferentes *clusters*, que possibilitou identificar as temáticas estudadas. De fato, como mostraram Colicchia e Strozzi (2012) os índices procuram quantificar a relevância de uma contribuição dentro da rede de citações resumindo as relações estruturais entre todos os nós.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE DADOS

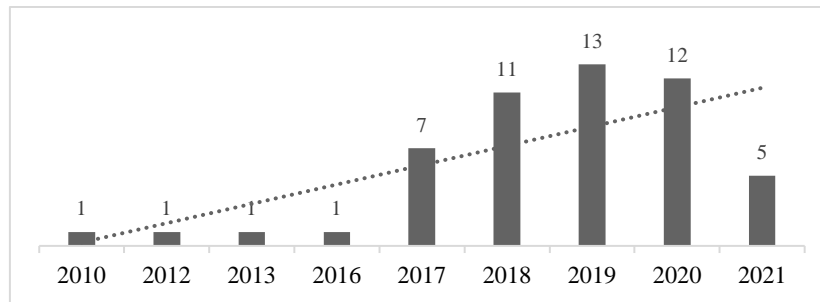
Consolidada a amostra após aplicado os critérios de inclusão e exclusão totalizou-se em 52 trabalhos analisados. Para tanto, os resultados foram divididos em três etapas: a) caracterização dos artigos da amostra, analisando a evolução da pesquisa por período, autores, instituições, países de origem, 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.

4.1. 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 et al., 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. Quanto a isso, Belk (2007) já havia chamado a atenção para a proteção legal em relação a propriedade intelectual das coisas a serem compartilhadas, como no exemplo de músicas e filmes. Ademais, o autor apontou o desenvolvimento da Internet como uma contribuição para as determinações do futuro do compartilhamento.

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.

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 alguns estudos sobre economia compartilhada e consumo colaborativo já terem indicado a diversidade das perspectivas e natureza complexa das temáticas. Cheng (2016) encontrou evidências fragmentadas, inclusive contraditórias na literatura acadêmica da economia compartilhada voltada para o turismo e hospitalidade. Lima e Carlos Filho (2019) evidenciaram a baixa intensidade de interações dos pesquisadores e dispersão da produção científica internacional sobre economia compartilhada, deixando explícito o quão emergente é o campo, podendo ser um campo muito explorado.

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).

Chama a atenção os dados da China, país em que vários fatores podem explicar o seu destaque em termos de publicação acadêmica. Segundo Fulco (2020), trata-se de um mercado atraente para novas tecnologias, tal como as plataformas P2P, onde os consumidores tiveram grande adesão aos *smartphones*, abundante em financiamento de capital de risco em diversos

modelos de negócios, sem contar com o fato de ser o maior mercado consumidor do mundo. Ademais, Netto e Tello-Gamarra (2020) explicam a evolução das publicações na China pelos financiamentos aos estudos, como a *National Natural Science Foundation of China* (NSFC), dito pelos autores como um grande patrocinador.

Quanto aos periódicos, totalizaram trinta e oito 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 et al., 2022). 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 et al. (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 et al. (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.

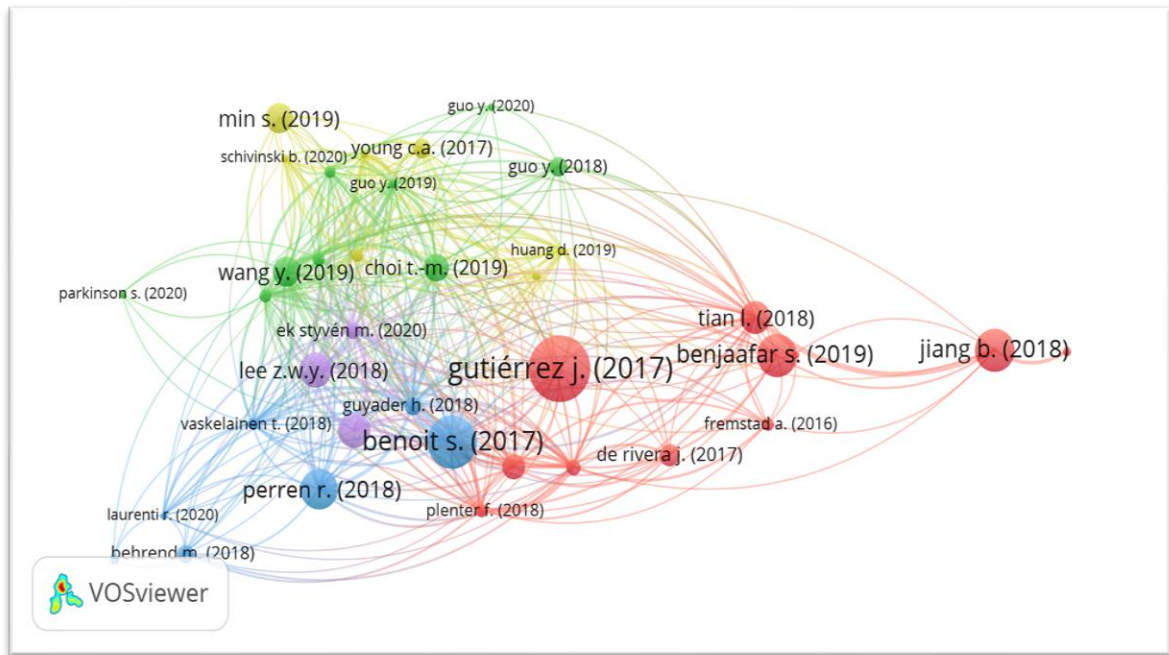
Com a caracterização das publicações analisadas a partir da revisão sistemática possibilitou comprovar que os estudos sobre as plataformas P2P na perspectiva da economia compartilhada são uma área recente de pesquisa, com um aumento significativo de publicações a partir de 2017. A amostra observada consistiu em 52 artigos escritos por 140 autores e coautores de 104 instituições, originando-se em 21 países distintos. Os Estados Unidos lideraram a contribuição seguidos pela China, o que se explica pelos incentivos, seja pelo mercado que estimulou os novos modelos P2P, seja pelo financiamento acadêmico. A maioria dos autores contribuiu com apenas um artigo, e trinta e oito periódicos foram responsáveis pelas publicações, sendo que sete deles concentraram 40,4% da amostra, itens que demonstram que o campo ainda é incipiente. Além disso, as citações dos artigos revelaram que os trabalhos mais impactantes, com 100 ou mais citações, datam de 2017, corroborando com o aumento das publicações naquele ano. Estes resultados ressaltaram a crescente importância e interesse em plataformas P2P na economia compartilhada, além de destacar a diversidade geográfica e institucional dos estudos nessa área.

4.2. 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.

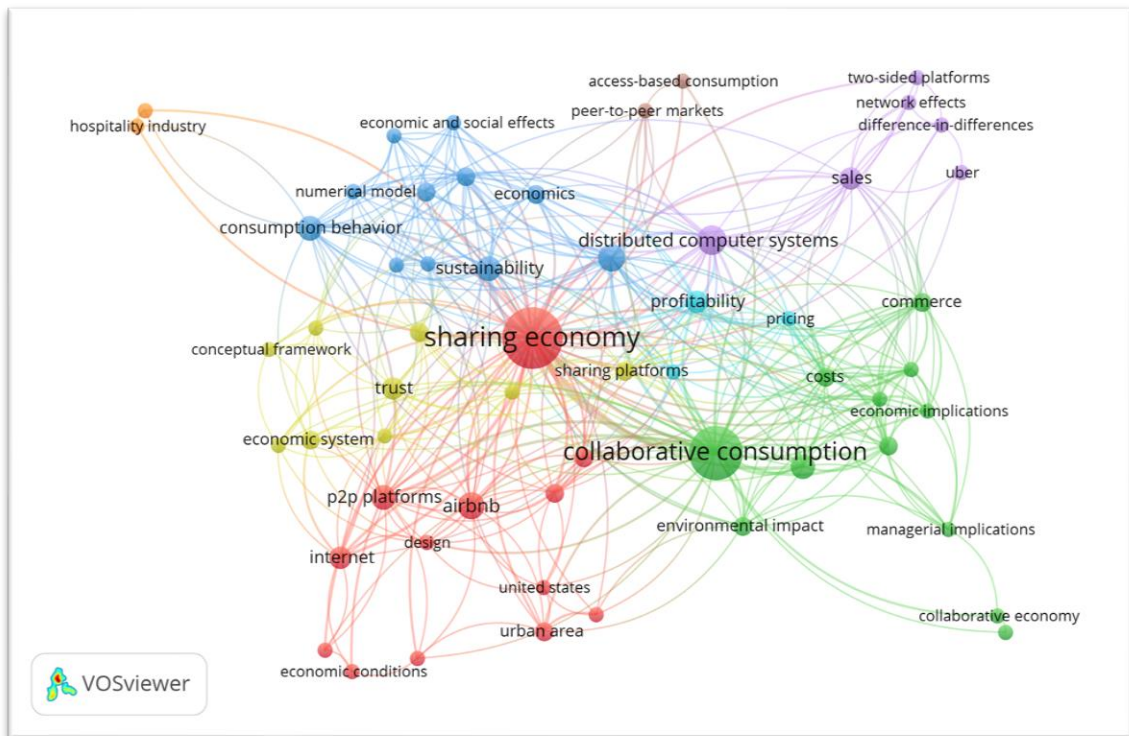
Figura 3 Rede de Acoplamento Bibliográfico



Fonte: Dados da pesquisa.

Quanto à rede das principais palavras-chave utilizadas foi 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.

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.

4.3. Análise com a proposta de agenda para estudos futuros

Por meio 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 et al., 2016), é possível apontar que, para compreender melhor sobre as plataformas P2P os artigos se valerem do surgimento do Airbnb não só como referência (Guttentag et al., 2018; Tussyadiah & Pesonen, 2016; Zervas et al., 2017), mas também como objeto de estudo (Gutiérrez et al., 2017; Huang et al., 2019; Schivinski et al., 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 e que dão indícios dos caminhos a serem construídos.

Tabela 2 Proposta de agenda para estudos futuros

Proposta	Descrição	Pontos a se explorar
Efeitos do compartilhamento pelas plataformas P2P	Analisar a capacidade das plataformas P2P se adaptarem, considerando o compartilhamento por diferentes plataformas P2P.	Externalidades. Impactos gerenciais para o negócio ou para o canal. Mudanças em estratégias das plataformas P2P. Potenciais para os diferentes setores.
Estrutura de mercado das plataformas P2P	Compreender a estrutura de diferentes plataformas P2P.	Os diversos atores e composições das estruturas P2P. As diferentes atividades de compartilhamento e sua gestão. Caracterizar e verificar a evolução das plataformas. Engajamento das pessoas no consumo colaborativo por meio do mercado P2P.
Compreensão holística	Integrar as perspectivas existentes na experiência do consumidor usuário das plataformas P2P.	Experiência do consumidor na personalização das plataformas P2P. Efeitos da satisfação, lealdade e intenção em outros segmentos. O ecossistema por trás das plataformas P2P.
Temas emergentes	Explorar temas pertinentes ainda pouco estudados.	Aspectos mais tangíveis ligados às plataformas: internet, funcionalidade, <i>design</i> . Sustentabilidade: comportamento do consumidor sustentável e impactos ambientais.

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

i) Efeitos do compartilhamento pelas plataformas P2P: até o momento as pesquisas exploraram temas relacionados ao compartilhamento de produtos. Como Benjaafar et al. (2019) que 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. Ainda sobre as plataformas de compartilhamento de produtos, questões estratégicas já começaram a ser abordadas (Jiang & Tian, 2018), bem como, o entendimento sobre os efeitos no canal de distribuição (Tian & Jiang, 2018) e o valor de compartilhar (Fremstad, 2016). Nos aspectos mais técnicos, percebem-se iniciativas mais endógenas de descrever a evolução das plataformas P2P (Chasin et al., 2018) e usabilidade das mesmas (de Rivera et al., 2017). Além disso, as operações via plataformas P2P já foram ressaltadas como relevantes para promover serviços como o de transporte (Choi & He, 2019; Plenter et al., 2018) e, facilitadora do consumo colaborativo (Behrend & Meisel, 2018).

Embora as pesquisas anteriores tenham examinado diversos aspectos de questões relacionadas à economia compartilhada e suas várias emoções e dinâmicas, existe uma oportunidade para abranger a compreensão da resiliência dessas plataformas. A proposta consiste em aprofundar nas consequências e implicações do compartilhamento ao longo do tempo para as diferentes plataformas P2P. Sejam externalidades, impactos gerenciais para o

negócio ou para o canal, mudanças estratégicas e potencial para os setores, por exemplo, as plataformas de empréstimos online P2P que estão cada vez mais populares (Au et al., 2020).

ii) Estrutura de mercado das plataformas P2P: no aspecto do consumo colaborativo, as plataformas P2P foram estudadas como meios para facilitar as trocas. Nesse sentido, as pesquisas já exploraram os motivos, preferências e comportamentos relacionados ao consumo colaborativo em diferentes contextos, como universidades (Laurenti & Acuña, 2020), economias em rede e (Perren & Kozinets, 2018) e comunidades online e offline (Vaskelainen & Piscicelli, 2018).

Ainda assim, percebe-se a importância atribuída aos atores no campo P2P (Benoit et al., 2017), bem como, Perren e Kozinets (2018) que sugeriram atenção a gestão devido à mistura de tecnologia, mercados, instituições e socialidades pelas plataformas. Além disso, já se identificou estilos diferentes de consumo colaborativo (Guyader, 2018) e algumas características (Chasin et al., 2018). Ainda assim, há uma necessidade de compreender mais profundamente a estrutura de diferentes plataformas P2P, incluindo os diversos *stakeholders* e composição de um ecossistema no compartilhamento, bem como o engajamento das pessoas sob um contexto de consumo colaborativo e uso das plataformas.

iii) Compreensão holística: dentre os diversos setores de atuação das plataformas P2P, a acomodação se destaca, com vertentes que aprofundam em diversos construtos que cercam as percepções e intenções de uso de acomodações P2P (Huang et al., 2019), motivações, preferências de viajantes (Young et al., 2017), atributos valorizados pelos consumidores (Guo et al., 2019), adicionado à inserção do Airbnb que despertou o interesse de pesquisas (Gutiérrez et al., 2017; Razli et al., 2017; Schivinski et al., 2020).

Ou seja, após compreender que existe um amplo interesse pelas plataformas P2P na indústria do turismo e hospitalidade, percebe-se que é necessário ampliar a compreensão de dimensões como lealdade, percepções de risco ou confiança o mercado das plataformas P2P. Esta proposta de pesquisa tem como objetivo integrar as perspectivas existentes na experiência do consumidor usuário das plataformas P2P.

Pode-se iniciar com a compreensão do impacto da personalização na experiência do consumidor em plataformas P2P, uma vez que, essas plataformas possuem a capacidade de coletar uma quantidade significativa de dados sobre os usuários. No mesmo sentido, integrar as descobertas das plataformas de acomodação para entender como essa personalização influencia na satisfação, lealdade e intenção de compra, para além do Airbnb. Por fim, a integração entre

diferentes agentes, interesses e cooperação na composição do ecossistema por trás das plataformas P2P.

iv) Temas emergentes: alguns artigos indicaram a preeminência de temas pertinentes para as pesquisas, ainda pouco explorados. Nesse sentido, de Rivera et al. (2017) estudaram a interface do usuário e design das plataformas, para esses autores o mundo e a tecnologia estão em constante mudança, respondendo às transformações sociais e econômicas.

Focados no consumidor, Parguel et al. (2017) investigaram a propensão de indivíduos materialistas e ambientalmente conscientes a usarem plataformas P2P de segunda mão, Wang et al. (2019) desenvolveram um modelo conceitual para explorar os comportamentos de consumo sustentável a partir de dados de uma plataforma P2P. Analisando os efeitos ambientais, Martin et al. (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. Assim, é perceptível que os estudos possuem uma tendência de investigação ao comportamento sustentável, ainda que as plataformas não sejam um único vetor de mudança. Para tanto, os próprios autores já iniciam algumas sugestões incorporadas aqui.

A proposta para futuras pesquisas se inicia no entendimento dos aspectos mais tangíveis ligados às plataformas: Internet, funcionalidade e design. As plataformas evoluem, se adaptam e incorporam novas funcionalidades ao longo do tempo, levando a novas direções e formas de produção social, possivelmente demandando novas categorizações e compreensões.

Ademais, se mostra pertinente explorar os contextos de economia compartilhada e plataformas P2P à sustentabilidade. Segundo Parguel et al. (2017), a visão utópica da economia compartilhada entra em uma segunda fase de relativo amadurecimento, portanto, novas formas de comportamentos de consumo sustentável podem ser exploradas. A influência nos padrões de consumo e efeitos comportamentais ambientais.

5. CONCLUSÕES

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 a análises descritivas, o estudo conseguiu aprofundar os achados específicos sobre as plataformas P2P de

maneira geral, já que as pesquisas 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 pulverização nos dados, o que foi reforçado nas análises das redes de citações. Quando as conexões entre os elementos da rede não são fortes ou bem definidas, indica que faltam conexões forte entre os itens investigados, como os pesquisadores, publicações e periódicos (Van Eck & Waltman, 2019).

Os resultados obtidos deram algumas indicações, como os países dos Estados Unidos e China que, por investirem em negócios e pesquisas sobre a economia compartilhada, acabaram se destacando nas publicações e, o *journal Sustainability*, como o periódico de abertura às publicações sobre as plataformas P2P nesse contexto. Ainda assim, não se obteve resultados consistentes para 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).

As redes construídas por meio do VOSviewer® referente a palavras-chave, acoplamento bibliográfico e o mapa de coocorrência mostraram as conexões gerando alguns *clusters*, com os quais foi possível sintetizar e 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) compreensão holística; 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 algumas limitações, como a única base de dados na busca, restringindo-se ao Scopus o trabalho pode ter deixado de fora referências que pudessem contribuir para as sugestões do futuro das pesquisas de modo mais robusto. Além disso, o tipo de documento, artigos, não possibilitam identificar o que os pesquisadores podem estar discutindo, como em congressos, e sim algo já posto. 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 dependem das escolhas dos

pesquisadores, sendo necessário outros estudos que partam das propostas dadas aqui, mas comparativamente e agregadora.

Do ponto de vista metodológico, este artigo destaca as oportunidades oferecidas por uma abordagem conjunta entre a revisão sistemática da literatura e a análise da rede de citação. A análise visual permite abordar efetivamente a combinação dos dados, para além de uma análise descritiva.

Por fim, acredita-se que o estudo inova ao identificar assuntos da literatura do modelo de negócios das plataformas P2P, diante um contexto tão emergente quanto ele, que é a economia compartilhada. Isso sugere uma oportunidade para intensificar os estudos nessa área, incluindo estudos quantitativos, uma vez que o conhecimento sobre o fenômeno está se consolidando na academia.

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., Sacconi, 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>

Au, C. H., Tan, B., & Sun, Y. (2020). Developing a P2P lending platform: stages, strategies and platform configurations. *Internet Research*, 30(4), 1229–1249. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0099>

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. <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*. Fast Company. <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*. Collins.

Breidbach, C. F., & Brodie, R. J. (2017). Engagement platforms in the sharing economy. *Journal of Service Theory and Practice*, 27(4), 761–777. <https://doi.org/10.1108/JSTP-04-2016-0071>

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., Viana, L. C., Carvalho, L. S. de, & Vasconcelos, D. S. C. (2022). Panorama das publicações científicas internacionais sobre economia compartilhada e consumo colaborativo. *FACEF Pesquisa: Desenvolvimento e Gestão*, 25(1), 20–36. <https://periodicos.unifacef.com.br/index.php/facefpesquisa/article/view/2125>

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>

Cullen, Z., & Farronato, C. (2021). Outsourcing Tasks Online: Matching Supply and Demand on Peer-to-Peer Internet Platforms. *Management Science*, 67(7), 3985–4003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2020.3730>

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>

Dobracev, Š. (2010). Peer-to-peer in practice: Analysis and comparison of real multimedia platforms. *Elektrotehnikski Vestnik/Electrotechnical Review*, 77(1), 13 – 18. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-77957198425&partnerID=40&md5=c365e6eecb617b0258f5726b6750abf2>

Eck, N. J. Van, & Waltman, L. (2014). Visualizing Bibliometric Networks. In *Measuring Scholarly Impact*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10377-8>

Einav, L., Farronato, C., & Levin, J. (2016). Peer-to-Peer Markets. *Annual Review of Economics*, 8(1), 615–635. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015334>

Ertz, M., Durif, F., & Arcand, M. (2016). Collaborative Consumption: Conceptual Snapshot at a Buzzword. *SSRN Electronic Journal*, 19(2), 1–23. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2799884>

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?* <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/how-do-online-platforms-shape-our-lives-and-businesses-brochure>

Farmaki, A., Miguel, C., Drotarova, M. H., Aleksić, A., Časni, A. Č., & Efthymiadou, F. (2020). Impacts of Covid-19 on peer-to-peer accommodation platforms: Host perceptions and responses. *International Journal of Hospitality Management*, 91(June), 102663. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102663>

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>

Fulco, M. (2020). *What Happened to the Sharing Economy in China?* CKGSB Knowledge. <https://english.ckgsb.edu.cn/knowledges/what-happened-sharing-economy-in-china/>

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., Esmailzadeh, 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>

Hawlitsek, F., Teubner, T., & Gimpel, H. (2018). Consumer motives for peer-to-peer sharing. *Journal of Cleaner Production*, 204, 144–157. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.08.326>

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/REG-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>

MöMhlmann, M. (2016). Digital Trust and Peer-to-Peer Collaborative Consumption Platforms: A Mediation Analysis. *SSRN Electronic Journal*, January 2015, 1–38. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2813367>

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*. 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>

Qu, J., Liu, H., Zhu, H., & Gao, H. (2020). An asset value evaluation for docking finance lease problems in the peer-to-peer platform. *Journal of Business Economics and Management*, 22(1), 236–256. <https://doi.org/10.3846/jbem.2020.13380>

Qurbes, A. (2018). Banned from the sharing economy: an agent-based model of a peer-to-peer marketplace for consumer goods and services. *Journal of Evolutionary Economics*, 28(3), 633–665. <https://doi.org/10.1007/s00191-017-0548-y>

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*. <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>

Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2018). Drivers and barriers of peer-to-peer accommodation stay—an exploratory study with American and Finnish travellers. *Current Issues in Tourism*, 21(6), 703–720. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1141180>

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>

Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2019). VOSviewer Manual. *CWTS Meaningful metrics*, January, 1–53. https://www.vosviewer.com/documentation/Manual_VOSviewer_1.6.10.pdf

Vaskelainen, T., & Piscicelli, L. (2018). Online and Offline Communities in the Sharing Economy. *Sustainability*, 10(8), 2927. <https://doi.org/10.3390/su10082927>

Wang, Y., Xiang, D., Yang, Z. Y., & 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>