

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE – UFF  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO

BÁRBARA MARTINS DO PRADO

UBER: DO QUE ESTAMOS FALANDO?

UNIVERSIDADE  
FEDERAL  
FLUMINENSE

NITERÓI/RJ

2018

BÁRBARA MARTINS DO PRADO

## UBER: DO QUE ESTAMOS FALANDO?

Um estudo bibliométrico sobre a produção acadêmica nas áreas de Ciências Sociais aplicadas e Engenharias.

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Administração, da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para obtenção do Grau de Bacharel.

Orientador: Prof. SÉRGIO DE SOUSA MONTALVÃO, D.Sc.

Niterói

2018



UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E TURISMO  
COORDENAÇÃO DE ADMINISTRAÇÃO

ATA DE EXAME DE MONOGRAFIA

Monografia apresentada por:

BÁRBARA MARTINS DO PRADO

no Curso de Administração da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial,  
para obtenção do Grau de Bacharel em Administração.

Banca Examinadora:

Orientador: Prof. SÉRGIO DE SOUSA MONTALVÃO *S. Montalvão*

Membro: Prof. AMÉRICO DA COSTA RAMOS FILHO *A. Ramos*

Membro: Prof. CARLOS NAVARRO FONTANILLAS *C. Navarro*

Título: **UBER: Do que estamos falando?**

Em Reunião Pública da Banca Examinadora, após apresentação da Monografia pelo  
estudante e análise e avaliação pelos membros da banca, o Trabalho Monográfico de  
Conclusão de Curso teve como resultado:

- Aprovação por unanimidade. Grau: 2,0 ( Dez )  
 Aprovação condicionada à satisfação de exigências dentro do prazo fixado pela Banca  
Grau: \_\_\_\_\_ ( \_\_\_\_\_ )  
 Reprovação.

Na forma regulamentar foi lavrada a presente Ata acima assinada pelos Membros da Banca  
Examinadora e abaixo pelo estudante:

Assinatura do Estudante: Barbara M. do Prado

Data do Exame: 09/10/18

Hora do Exame: 18:0h

Local: EST - sala 503

Ficha catalográfica automática - SDC/BAC

P896u Prado, Bárbara Martins do  
Uber: Do que estamos falando? / Bárbara Martins do Prado ;  
Sérgio de Sousa Montalvão, orientador. Niterói, 2018.  
64 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em  
Administração)-Universidade Federal Fluminense, Faculdade de  
Administração e Ciências Contábeis, Niterói, 2018.

1. UBER. 2. Estudo Bibliométrico. 3. Economia compartilhada.  
4. Consumo colaborativo. 5. Produção intelectual. I. Título  
II. Montalvão, Sérgio de Sousa, orientador. III. Universidade  
Federal Fluminense. Faculdade de Administração e Ciências  
Contábeis. Departamento de Administração.

CDD -

**À minha mãe,  
Com todo carinho**

## **AGRADECIMENTOS**

Ao professor Sérgio Montalvão por ter aceitado o convite. Me orientou com a proteção de um pai, passando calma para seguir os caminhos, e ao mesmo tempo de maneira autônoma, me fazendo acreditar na capacidade de realizar este trabalho com excelência.

Aos professores que contribuíram para o meu desenvolvimento acadêmico e pessoal nesse percurso de 4 anos dentro da faculdade de Administração. Estes que foram amigos, exemplos e grandes aconselhadore.

A mestranda Elisa Priori, que mesmo sem a responsabilidade de tal, esteve nesse presente nesse período com toda a sua atenção, dedicação e o seu brilho dos olhos diante do poder da educação. Desejo todo sucesso no seu percurso nessa Universidade.

A minha família, que investiu, me deu asas e acreditou em todos os meus passos. Minha base que me levanta e me acolhe. Por esse amor, eu tenho motivos de todos os dias tentar me tornar a melhor versão de mim mesma.

A minha família por opção, minhas amizades, que fisicamente ou não, sempre estiveram presentes. Vitórias comemoradas, incertezas compartilhadas e derrotas superadas. Vocês deixaram esse caminho muito mais prazeroso de percorrer.

E por último, a cidade de Niterói. Pelas experiências, pessoas, lugares, aprendizados que não aconteceriam na zona de conforto de continuar em casa. Por não somente me proporcionar uma vaga em uma Universidade de prestígio, mas também me ensinar que “casa” é onde o seu coração está.

## **EPÍGRAFE**

“Nosso primeiro professor é o nosso coração.”  
Tribo Cheyenne (S.I)

## RESUMO

O avanço tecnológico alinhado com a disseminação da comunicação proporcionou o surgimento de novas maneiras de consumir, portanto novos modelos de negócios. Este consumo é motivado por diversos motivos, sejam eles financeiros, sociais ou por adoção de uma nova postura sustentável. Esta nova forma é atrelada a ambientes, chamados de plataformas, que facilitam a interação entre pessoas que já adotaram o padrão de consumo em suas rotinas. Por mais que essas práticas ainda sejam recentes no contexto brasileiro, uma das mais utilizadas mundialmente, como a UBER, já é encontrada em ampla utilização. Dada a importância e ascensão do assunto nos dias de hoje, as produções diante do tema ainda se encontram escassas. Por meio do estudo bibliométrico, foi possível analisar quantitativamente a produção científica sobre a UBER, buscando identificar suas principais abordagens no Brasil. Por meio de uma análise utilizando o conceito de produtividade relativa foi possível entender diagnosticar a produção frente a diversas variáveis. Apesar da administração ter forte ligação com a temática, a área de conhecimento em maior quantidade em produções acadêmicas foi o Direito, devido às dificuldades encontradas na regulação para a manutenção da empresa. Os resultados sugerem que se trata uma tendência mundial capaz de alterar o consumo e o sistema de transporte individual. É de suma importância para diferentes áreas das ciências sociais, até as engenharias, compreender os atributos, motivações e características sobre o modelo de negócio, as alterações da dinâmica do mercado e as percepções frente ao novo comportamento do consumidor.

**Palavras chaves:** UBER, CONSUMO COLABORATIVO, ECONOMIA COMPARTILHADA, PESQUISA BIBLIOMÉTRICA.



## ABSTRACT

Technological advancements and the spread of communication have given rise to new ways of consuming and new business models. This consumption is motivated by several reasons, be they financial, social or even a new sustainable posture. This new form is connected to environments, called platforms, that facilitate interaction between people who have already adopted the pattern of consumption in their routines. Although these practices are recent in the Brazilian context, one of the most used worldwide, such as UBER, is already widely used. Given the importance and rise of the subject nowadays, the productions about the theme are still scarce. Through the bibliometric study, it was possible to quantitatively analyze the scientific production on the UBER, seeking to identify its main approaches in Brazil. Through an analysis using the concept of relative productivity, it was possible to understand the diagnosis of production in relation to several variables. Although the administration has a strong connection with the subject, the area of knowledge in greater quantity in academic productions was the Law, due to the difficulties found about regulation to keep the company maintenance. The results suggest that this is a worldwide trend capable of changing the consumption and the individual transport system. It is of the utmost importance for different areas of the social sciences, including engineering, to understand attributes, motivations and characteristics about the business model, changes in market dynamics and perceptions of new consumer behavior.

**Key Words:** UBER, COLLABORATIVE CONSUMPTION, SHARED ECONOMY, BIBLIOMETRIC RESEARCH.

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1: Serviços da UBER disponíveis no Brasil .....	32
Quadro 2: Os objetivos da bibliometria .....	36
Quadro 3: Resumo das leis clássicas da bibliometria.....	37
Quadro 4: Plataformas e repositórios utilizados como ferramenta de pesquisa .....	42

## **LISTA DE TABELAS**

Tabela 1: Quantidade de resultados descartados no Google Acadêmico .....	43
Tabela 2: Quantidade de produção por categorias .....	53

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Dispersão da produção relativa ao ano .....	49
Gráfico 2: Dispersão da produção relativa ao tipo.....	50
Gráfico 3: Dispersão de produção relativa aos artigos .....	50
Gráfico 4: Dispersão da produção relativa a titularidade.....	51
Gráfico 5: Dispersão da produção relativa a região .....	52
Gráfico 6: Dispersão da produção relativa a área de estudo.....	53

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1: Categorias em que existem serviços e bens da economia compartilhada .....24

## LISTA DE SIGLAS

CNDL	Confederação Nacional De Dirigentes Lojistas
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
SCIELO	<i>Scientific Electronic Library Online</i>
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
FGV	Fundação Getúlio Vargas
RiUFF	Repositório institucional da UFF
UFF	Universidade Federal Fluminense
SIBI USP	Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade de São Paulo
EY	Ernest & Young
P2P	<i>Peer to Peer</i>
SSP	Sistema de serviços de produtos
EAR	Exerce Atividade Remunerada
GPS	<i>Global Positioning System</i>
OESP	O Estado De São Paulo
FID/IM M	Federação Internacional de documentação
VINITI	<i>All-Russian Institute for Scientific and Technical Information</i>
IBDD/IBICT	Instituto Brasileiro de Informação Científica e Tecnológica

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>16</b>
1.1.Contexto .....	16
1.2.Tema e objeto de estudo.....	18
1.3.Problema de pesquisa.....	18
1.4.Suposição inicial de pesquisa.....	18
1.5.Objetivos .....	19
1.5.1.Objetivo geral .....	19
1.5.2.Objetivos específicos .....	19
1.6.Justificativas .....	19
1.6.1.Relevância acadêmica .....	19
1.6.2.Relevância social.....	19
1.6.3.Relevância pessoal .....	20
<b>2.REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>21</b>
2.1.Economia compartilhada.....	21
2.2.Consumo colaborativo .....	26
2.3.O aplicativo UBER.....	30
<b>3.METODOLOGIA</b> .....	<b>35</b>
<b>4.AMOSTRA E ANÁLISE DE RESULTADOS</b> .....	<b>42</b>
4.1GOOGLE ACADÊMICO.....	43
4.2 CAPES.....	44
4.3 SCIELO.....	45
4.4 USP Teses e Dissertações .....	45
4.5 SIBI USP .....	46
4.6 BIBLIOTECA ONLINE DA FGV.....	46
4.7 PANTHEON Repositório Institucional da UFRJ.....	47
4.8 RiUFF Repositório Institucional da UFF .....	47
4.9 ANÁLISE DAS PLATAFORMAS .....	48
<b>5.CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>57</b>
<b>6.REFERÊNCIAS</b> .....	<b>59</b>

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1. Contexto

Os níveis alcançados pela relação de consumo, de forma exagerada, atentaram a sociedade sobre os problemas de escassez de recursos primários, que seriam enfrentados em breve, se não houvesse uma diminuição do ritmo ou conscientização dos atos. O conceito de sustentabilidade que antes era vinculado somente ao meio ambiente, hoje é utilizado de maneira ampla, englobando também conceitos sociais, como uma melhor distribuição de renda (DUBOIS; SCHOR; CARFAGNA, 2014). Ainda buscamos o desenvolvimento em um mercado que vive em constantes e significativas mudanças, porém a preocupação atual é o desenvolver-se com base em necessidades do presente, sem comprometer as próximas gerações e suas necessidades futuras. Grandes mudanças em uma sociedade, seja essas políticas, sociais ou econômicas influenciam novas formas de bens ou consumo (MAURER, 2015).

Acredita-se que o movimento de hiperconsumo teve como resposta a economia compartilhada, por meio consumo colaborativo e assim a ascensão de empresas como a UBER. Diante da crise econômica e política recém enfrentada pelo País, o principal motivo que leva as pessoas a aderir ao modelo é poupar dinheiro (STATISTA, 2016). Ao contrário do que estamos acostumados com o consumo tradicional, o consumo em uma economia compartilhada se baseia nas pessoas que trabalham nele de forma colaborativa, compartilhando ideias e práticas, gerando interações, promoções e vendas de produtos de maneira cooperativa (BOTSCHAN e ROGERS, 2011). A economia compartilhada tornou difícil a visualização, antes clara, que dividia proprietário e usuário e produtos e consumidor (ROSA, 2017).

De acordo com a pesquisa feita pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) (CNDL, 2017) 79% dos entrevistados acreditam que o compartilhamento de bens torna a vida mais fácil e funcional, e 68% já conseguem se imaginar consumindo colaborativamente nos próximos 2 anos. A tendência da utilização desse estilo de serviço ou produto, ou até ao novo estilo de vida adotado, pode se observar que nas soluções baseadas no conceito de economia compartilhada, onde é mais importante o acesso a bens do que possuir bens. Este consumo é considerado como alternativa de redução de gastos e aumento da renda para os brasileiros neste momento de crise, onde a expansão de modelos de negócio baseados no compartilhamento, que viabilizam o acesso a bens e serviços, sem que haja a necessidade da aquisição (BOTSCHAN E ROGERS, 2011).



De acordo com Sousa (2016) existe uma nova maneira de consumir, ou melhor compartilhar. E essa maneira é resultado de um avanço tecnológico que permitiu e sustentou as relações das quais desenvolveram o consumo colaborativo, para que ele seja encontrado na forma atual. Classificado dentro do sistema de serviços e produtos dentro das categorias de consumo colaborativo, a empresa UBER foi criada em 2009 nos EUA com início no mercado brasileiro em 2014. A empresa multinacional estadunidense UBER, presta serviço eletrônico de transporte privativo por meio uma plataforma tecnológica onde o usuário pode solicitar em seu próprio *smartphone*. Hoje a empresa já opera em mais de 100 cidades no Brasil, comemorou em fevereiro de 2018, mais de 1 bilhão de viagens em território nacional (COSTA, 2018).

A produção nacional sobre o tema ainda é escassa, possuindo poucos autores que já estudaram sobre o tema. Uma quantidade abrangente de estudos estrangeiros que já encaram a tendência como futuro novo modelo de negócio até para as empresas de modelo mais tradicionais (VILLANOVA, 2015). A importância de estudar esse tema baseia -se no novo desafio das instituições, de não somente produzir bens de consumo ou serviços, empregar ou movimentar a economia, e sim acompanhar o novo racional sustentável da sociedade (DANTAS,2016). A fim de entender quais são as formas de abordagem que predominam na área de administração sobre o consumo colaborativo, usando o caso UBER no Brasil, foi utilizado como metodologia o estudo bibliométrico.

A pesquisa por meio do estudo bibliométrico utiliza-se de técnicas estatísticas para analisar quantitativamente as informações, buscando entender como está o desenvolvimento científico de determinado tema ou área (ARAÚJO,2006). Dentre as três leis clássicas da bibliometria, a lei de Bradford (1934), reformulada por Pinheiro (1982), foi a que mais se enquadrou no objetivo desse estudo, com o objetivo de calcular a produtividade relativa diante do objeto de estudo. Para calcular a relatividade da produção foram utilizados indicadores como parâmetros comparativos: ano, estado, nível de formação, áreas de estudos e assuntos, limitado aos últimos quatro anos. Para atingir esse resultado foi utilizado a abordagem da webometria, ou seja, a utilização de espaços virtuais como ferramenta de busca, que nesse caso se trata da seleção de algumas importantes plataformas e repositórios institucionais utilizados pela academia.

Para calcular a produtividade os resultados encontrados foram tabelados por meio do programa *Excel*, quantificando as informações encontradas nessas plataformas. Por meio da elaboração de tabelas dinâmicas e gráficos foi possível ter uma melhor visualização do panorama frente ao tema. O presente trabalho foi organizado da seguinte forma: os primeiros capítulos contam uma explanação teórica em torno dos conceitos que rodeiam o objeto de estudo. Na primeira parte será conceituado:

1. Economia compartilhada
2. Consumo colaborativo
3. O aplicativo UBER.

Em seguida por meio da definição da bibliometria como metodologia, será analisado a produção a nível nacional, no período demarcado de 2014 a 2018, de acordo com o funcionamento da empresa na economia brasileira. As análises aconteceram nas principais plataformas como: Capes, Google acadêmico e Scielo. E nos repositórios das principais universidades do Rio de Janeiro como: Pantheon – UFRJ, Biblioteca digital da FGV, RiUFF – Repositório da UFF e também a paulista USP com a: biblioteca de teses e dissertações e o sistema integrado de bibliotecas (SIBI USP).

### **1.2. Tema e objeto de estudo**

O tema dessa monografia são as produções acadêmicas das Ciências Sociais Aplicadas e Engenharias sobre o aplicativo de transporte privado UBER, no período de 2014 a 2018, tendo por objeto de pesquisa as plataformas Google Acadêmico, Capes, Scielo, Pantheon (UFRJ), SIBI (USP), Repositório-FGV e RI-UFF.

### **1.3. Problema de pesquisa**

Quais são as formas de abordagem que predominam na área de Administração sobre o consumo colaborativo, usando o caso UBER no Brasil?

### **1.4. Suposição inicial de pesquisa**

A recente presença da UBER no Brasil sugere que ainda tenhamos poucos estudos sobre os negócios da empresa, devido até mesmo os prazos para conclusão de mestrado (2 anos) e doutorado (4 anos). Restam assim os artigos de pesquisas em curso, representativas do interesse sobre o fenômeno do consumo colaborativo, no qual se pode incluir o objeto dessa monografia.

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo geral**

Analisar quantitativamente a produção científica sobre a UBER, buscando identificar as suas principais abordagens no Brasil.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- a) Conceituar a economia compartilhada, consumo colaborativo e UBER
- b) Entender quais são as principais áreas e fonte que trataram a UBER no Brasil
- c) Entender quais são as principais abordagens perante ao objetivo
- d) Diagnosticar a abordagem na área da administração

## **1.6. Justificativas**

### **1.6.1. Relevância acadêmica**

Tendo em vista que a maior parte dos estudos em relação ao novo fenômeno se concentra nos Estados Unidos, a produção nacional ainda é muito baixa sobre o tema, sustentado pelo pouco tempo de existência no país. A contribuição acadêmica do estudo proposto está na abordagem regional, focada no Brasil, oferecendo um panorama de como a área de administração abordou o tema, nos últimos 4 anos, dentro das principais plataformas e repositórios acadêmicos. Busca oferecer para organizações privadas, acadêmicas e governamentais indicadores de uma tendência econômica

### **1.6.2. Relevância social**

As particularidades dos aspectos sociais brasileiros fazem com que, para esses sistemas econômicos sejam integrados em nossa cultura, uma série de estudiosos e cientistas se debruçam sobre o tema. Uma mudança no modelo de negócios e na forma de consumir traz impactos para os brasileiros, que podem aderir essas práticas por diversas motivações e, entendê-las é entender como o futuro responderá diante dessas mudanças. Utilizou-se do estudo bibliométrico para analisar as preocupações diante do tema.

### **1.6.3. Relevância pessoal**

Nos últimos anos me tornei usuária assídua dos serviços baseados na economia compartilhada que foram lançados no Brasil, como os serviços de motoristas particular, a UBER, o serviço de hospedagem, *Airbnb* e serviço compartilhamento de bicicletas. Após uma breve análise do impacto positivo de tais serviços desenvolvi um interesse maior por tal tema. Espero conquistar com este estudo o aprofundamento dos conceitos chaves do tema e dos conhecimentos aplicados da bibliometria no objeto de estudo UBER com intuito de agregar este conhecimento em prol da discussão de tais importâncias dentro da sociedade, organizações privadas e públicas.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. Economia compartilhada

A necessidade econômica de consumir perante as dificuldades pós crise de 2008, fez com que as pessoas se tornassem mais abertas às novas formas de ter acesso e consumir o que elas precisam (BOTSMAN E ROGERS, 2011). Sustentado pelo novo pensamento da sociedade em relação a responsabilidade socioambiental, consumir não é visto mais como algo necessário para propriedade, e sim, para benefício próprio ou coletivo no seu uso. A mudança desse comportamento não ocorreu de forma voluntária, as crises econômicas são importantes fatores para essa transformação (DA SILVEIRA, 2016). De acordo com Cohen e Kietzmann (2014), a economia compartilhada pode ser considerada o “próximo estágio para reestruturar como a economia opera”.

Existem aspectos do comportamento humano que levam a uma maior disseminação da economia compartilhada, como a necessidade de atividades coletivas, junto com a mudança do pensamento em relação ao pertencimento (BELK, 2007). A redução do consumo de objetos novos se tornou algo bem visto, a partir do modo de consumo em que você pode comprar algo usado, por um preço menor, e ainda contribuir para a consciência ambiental, evitando o descarte desnecessário de itens que ainda podem se manter em utilização (BOTSMAN E ROGERS, 2011).

A economia compartilhada ganha espaço nos mais diversificados setores da economia segundo Costa (2014). Esse efeito não se justifica somente pelos baixos preços que esse estilo de consumo proporciona, mas também por oferecer serviços cômodos e práticos. Trabalha de forma redistributiva, realocando bens em desuso com a intenção de recuperar a sua utilidade (MENDES E CEROY, 2015). De acordo com Mont (2004), mesmo que no consumo materialista exista a tendência de individualização dos seres humanos, ainda permanece a necessidade de pertencer a grupos sociais, que hoje estão cada vez mais centrados em plataformas digitais que facilitam sua interação. Dentro da economia compartilhada você pode utilizar itens compartilhados sem precisar adquiri-los, e, ainda, dar uma nova função (reutilização) ao que já não estava sendo visto com útil.

O termo “economia compartilhada” foi descrito por diversos autores, porém utilizamos dos três mais citados nas produções acadêmicas. Estes principais autores a definiram de maneiras diferentes como: economia *Mesh* (GANSKY, 2010), consumo colaborativo (BOTSMAN & ROGERS, 2011) ou consumo conectado (DUBOIS, SCHOR E CARFAGNA, 2014).

De acordo com Gansky (2010), a economia *mesh* pode ser considerada um sistema econômico nascido do ato de compartilhar recursos humanos e físicos, e pode incluir a criação, produção, distribuição, o comércio e consumo compartilhado de bens e serviços por pessoas e organizações. O significado da palavra *Mesh* é malha/rede, que de acordo com o autor, os negócios *Mesh* estão amarrados uns aos outros como uma rede, e espalhados pelo mundo em milhares de formas.

Para Botsman e Rogers (2011), são práticas comerciais que possibilitam o acesso a bens e serviços, sem a necessidade a aquisição de um produto ou troca monetária. Essas práticas são uma forma de acomodar necessidades e desejos de uma forma com menos obrigações, assim mais atraente, e de maneira mais sustentável. Para os mesmos autores, a internet permite que esse fenômeno acontece em uma escala que não seria possível em um cenário antigo.

O Consumo conectado por Dubois, Schor e Carfagna (2014) enfatiza o papel da tecnologia na nova forma de consumir, pelas conexões *peer to peer*, local onde os intermediários são eliminados e o desenho de uma economia tradicional é remodelado. Os autores concordam que o principal percurso desse novo modelo econômico é a internet. Comparando o consumo em uma economia tradicional que estávamos acostumados, na economia compartilhada é baseada no trabalho das pessoas que compartilham ideais e práticas, geram interações, promoções e vendas de produtos de forma cooperativa (BOTSMAN E ROGERS,2011).

Conforme sustentado por outros autores anteriormente, suas atividades de consumo fazem categorizadas em 4 amplos tópicos pela empresa de consultoria inglesa Ernest & Young (EY) (2015):

- 1. Recirculação de bens;**
- 2. Aumento da utilização de ativos duráveis;**
- 3. Troca de serviços;**
- 4. Compartilhamento de ativos de produção**

A recirculação de bens, conforme destacado por Botsman e Rogers (2011), vem da reutilização de bens que seriam descartados, motivados pela responsabilidade ambiental, que aumenta o ciclo de utilização de um produto. Reutilizar é também promover troca de bens, ou de prestação de serviços equivalentemente. E por promover facilidades das relações diante do consumo conectado é impulsionado tanto o compartilhamento dos bens em desuso (DUBOIS, SCHOR E CARFAGNA, 2014, quanto os meios de produzir, com a intenção de otimizar recursos, realizar mais, com menos custos (EY,2015).

De acordo com Shirky (2012), a origem da economia compartilhada é na década de 90, nos Estados Unidos, onde com os avanços tecnológicos da época, houve uma redução dos custos que envolviam as transações online *peer to peer*. Dessa forma, permitiu a abertura para que novos modelos econômicos fossem criados. As práticas de compartilhamento já existiam anteriormente, de acordo como autor, a inovação foi a facilidade que permitiu o avanço tecnológico, para que este modelo criasse um mercado de trocas de bens ou serviços entre pessoas desconhecidas.

As abordagens de Shirky (2012) e Botsman e Rogers (2011) concordam que a redução dos custos transacionais como o fator propulsor da economia compartilhada. A expansão das transações on-line *peer to peer* teve como principal impulsionador a redução dos custos transacionais (SHIRKY, 2012). A disseminação das redes sociais conectou consumidores a produtores, com o auxílio da redução dos custos de intermediação (BOTSMAN E ROGERS, 2011). O acesso é facilitado. O desenvolvimento e inovação de novas plataformas estão relacionados com baixas barreiras de entrada, além de ser relativamente barato, o que as tornam atraentes (ROSA,2017).

Gansky (2011) informa que a economia compartilhada se expande por meio do desenvolvimento das mídias sociais, internet, redes sem fios e telefones celulares. O ato de compartilhar bens e serviços já fazem parte da natureza humana. Porém, até o início da última década não havia pretensão de alterar esse comportamento já que as interações e transações aconteciam fisicamente (MENDES E CEROY,2015).

O desenvolvimento tecnológico proporcionou a desmaterialização dos produtos. O relacionamento de propriedade não é algo de primeiro plano (BOTSMAN E ROGERS, 2011). A economia compartilhada tem sido o fator de mudança entre o equilíbrio de oferta e demanda, e torna cada vez mais difícil a divisão entre proprietário e usuário, produtos e consumidor, etc. Para Gansky (2010), com os produtos se tornando cada vez mais obsoletos, a ideia de possuir algo não é mais tão vantajosa quanto antigamente. A experiência de propriedade foi substituída pela experiência de uso.

Os segmentos da economia compartilhada segundo a EY (2015) podem ser divididos como o diagrama a seguir:

Figura 01 – Categorias da economia compartilhada

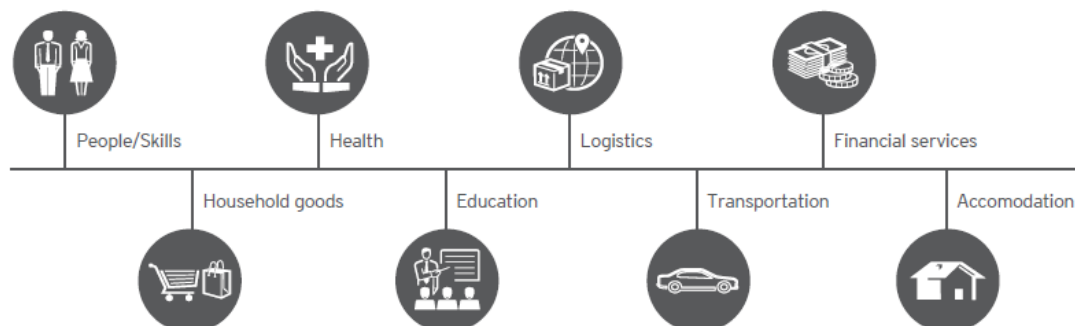


Figura 1: Categorias em que existem serviços e bens da economia compartilhada  
Fonte: EY (2015)

Belk (2007) destaca que o principal fator econômico que beneficiou o crescimento das empresas que partilham desse modelo econômico, foi colapso da economia que ocorreu em 2008, conhecida como “A crise financeira do capitalismo”. Diante da bolha imobiliária americana algumas instituições financeiras foram a falência, o que levou a uma crise na bolsa de valores, atingindo os mercados mundialmente. Algumas pessoas perderam suas casas, carros e investimentos, tal fato tornou eles mais sensíveis ao preço dos objetos que iriam consumir. Após a crise, a economia se encontrava em um momento desfavorável, gerando insatisfação e incerteza por parte da sociedade (ROSA, 2017).

As taxas de desemprego fizeram com que as pessoas já inseguras ficassem mais insatisfeitas com a situação econômica. Com a crise no mercado de trabalho, a geração pós crise foi impulsionada a procurar alternativas para vencer o desafio em questão (SCHOR; FITZMAURICE, 2015). A economia compartilhada permite que as pessoas fiquem menos dependentes de empregadores e mais capazes de diversificar as suas fontes de renda (DUBOIS, SCHOR e CARFAGNA, 2014).

Gansky (2011) cita 5 condutores que viabilizaram a economia compartilhada no cenário econômico e cultural atual. O primeiro é a sensação de desconfiança nas marcas e modelos tradicionais diante das crises econômicas. O segundo é a tendência de reavaliação por parte dos consumidores, do que é considerado importante, abrindo oportunidades para novos modelos de negócios. A terceira é a consciência sustentável perante aos desequilíbrios do consumo e escassez de recursos, que pode ser alcançado por meio do compartilhamento, com o intuito de economizar. Outro vetor importante é a densidade urbana, responsável por possibilitar uma maior



variedade de bens e serviços oferecidos. Por último, as redes de informação, evoluídas ao ponto de prestar serviços personalizados.

Hoje existe uma grande preocupação com questões relacionadas à sustentabilidade e meio ambiente (DUBOIS; SCHOR; CARFAGNA, 2014). Aliado aos desejos do ser humano de realizar interligações sociais, por meio da economia compartilhada, tem-se acesso a mais produtos sem que haja necessidade de aumentar a produção dos mesmos, reduzindo-se, assim, o impacto ambiental (BOTSMAN E ROGERS, 2011). Surgiu como forma de responder a essa demanda socioambiental por meio de um novo modelo de negócio, que alinha o crescimento econômico, mantendo a dinâmica capitalista, sem que se perca de foco a sustentabilidade. Esse novo modelo, ou também podendo ser considerado um padrão de consumo, é baseado na colaboração da massa, valorização da sustentabilidade, redução do hiperconsumo, do desperdício e da reutilização de recursos (BOTSMAN E ROGERS, 2011).

Existe um benefício para todo o ecossistema e seus *stakeholders*<sup>1</sup>, incluindo o consumidor, vendedor e a plataforma. A economia compartilhada impulsiona o espírito empreendedor e as plataformas que utilizaram de inovações disruptivas para construir o seu negócio. Melhora no uso de recursos, mobilidade social a partir de novos empregos, flexibilidade na operação e desenvolvimento de novas habilidades, que se tornam benefícios nessa modalidade econômica (EY, 2015).

Villanova (2015) acredita que a economia compartilhada apresente potencial de desenvolvimento no Brasil, especialmente quando em sinergia com a economia tradicional, mesmo que ainda seja pouco conhecida. Contudo, elas possuem propostas distintas, já que, enquanto na economia tradicional a intenção é de descarte e a compra de bens novos com regularidade, a economia compartilhada tem como objetivo a promoção do compartilhamento e a reutilização (BOTSMAN e ROGERS, 2011).

A economia compartilhada pode ser a responsável pelas mudanças no setor de transporte, como a utilização de serviços como o UBER (EY, 2015). A empresa de consultoria (EY) em sua pesquisa “*The rise of the sharing economy*” defende que essa plataforma oferece conveniência e flexibilidade para seus usuários dessa forma estabelecendo uma relação com o novo padrão de consumo é o consumo colaborativo, que definiremos no próximo capítulo (EY, 2015).

---

<sup>1</sup> Stakeholder: Partes interessadas (HOURMEAUX, 2010)

## 2.2. Consumo colaborativo

Consumir sempre foi um hábito do ser humano. O ato de consumir, antes, era ligado à sobrevivência, seja ela alimentar, de moradia ou de proteção, e assim se sustentavam nas primeiras civilizações (JORGE, BRASIL E FERREIRA, 2013). De acordo com Botsman & Rogers (2011), junto com o aumento do consumo, que se desenvolveu na sociedade moderna, onde esses indivíduos consumiam insaciavelmente, na cultura de bens descartáveis, quando começou a ser visto como conveniência. A redução do consumo pode ser aprimorada se ligada a novas formas comerciais do uso de posse, com novas intenções em reutilização, compartilhamento e assim a utilização de bens de consumo de uma forma inteligente.

O sucesso dos bens comuns se torna mais impressionante conforme entendemos o seu surgimento (RIFKIN, 2016). Por meio de uma circunstância política do modelo de administração de bens de consumo, na sociedade feudal, é possível entender suas raízes. De acordo com o autor, na administração dos sistemas feudais os servos eram forçados a trabalhar na propriedade dos senhorios como forma de retribuição, ou para o pagamento de impostos, e doavam parte de sua colheita. Na idade da Pedra, nossos ancestrais, agrupados em tribos, saíam para caçar e colher plantas em grupos de 25 a 100 pessoas, e assim garantiam a sobrevivência do grupo compartilhando o alimento (BOTSMAN E ROGERS, 2011). Essa maneira de consumir é uma reinvenção dos comportamentos mercantilistas, também, baseados em trocas, comércio e aluguel, porém hoje com as novas tecnologias alcançou formas que antes não era possível.

Botsman e Rogers (2011) acreditam que no futuro os usuários se darão conta de que o consumo colaborativo teve o seu início no ambiente *online*, nos atos de compartilhar e comentar fotos. O consumo colaborativo tem uma forte relação com as tecnologias digitais, pois se trata do meio principal em que essas práticas acontecem. Para Shirky (2012) o modelo se afluou facilmente devido ao desenvolvimento da rede, que proporcionou a facilidade para a interação entre pessoas e empresas acontecesse. Gansky (2011) defende que essa é a primeira vez que existe uma conectividade permanente, de longa distância e baixo custo.

Algar (2007) afirma que o comportamento colaborativo é visto desde as primeiras formas comerciais, que hoje é tratada como algo inovador. Belk (2014) concorda com Algar, quando afirma que o compartilhamento é tão antigo quanto a própria humanidade, o novo é o consumo colaborativo proveniente da Internet. Definindo consumo colaborativo como: prática de partilha, empréstimos comerciais, aluguel e trocas, transportado para a realidade do século XXI. Belk (2014) propõe que por meio de uma taxa ou compensação, o consumo colaborativo coordena a aquisição ou distribuição de um recurso. Essa forma de consumir pode ser entendida

também como práticas de trocas e doações, que ocorrem especialmente por meio de redes de computador (BOSTMAN E ROGERS, 2011).

Belk (2007), também, considera os ativos intangíveis como: o compartilhamento de ideias, valores e tempo, e se houver uma mercantilização desses itens, no caso de pagamento para se obter algum desses itens, essas motivações acabem.

O consumo colaborativo pode ser considerado uma união de fatores econômicos, sociais e tecnológicos (BOSTMAN E ROGERS, 2011). Permite que as pessoas além de se beneficiarem com o acesso a produtos e serviços, em detrimento da propriedade, realizem interações sociais e economizem dinheiro e tempo. Compartilhar demonstra alguns fatores como benefícios: aumento da eficiência, redução do desperdício, incentivo a criação de produtos melhores e absorção do excedente, já em relação aos tecnológicos, houve uma disseminação das redes sociais e redução dos custos das transições P2P. Os fatores sociais são representados pela crescente preocupação com questões socioambientais (BOSTMAN E ROGERS, 2011).

O conceito foi dividido, pelos principais autores do assunto, Botsman e Rogers (2011), em três sistemas de consumo encontrados: a) Sistema de serviços de produtos (SSP) b) Mercados de redistribuição c) Estilos de vida colaborativo. O sistema de consumo colaborativo como um todo tem exemplos como: banco de horas, trocas, empréstimos, espaço de trabalho compartilhado (*CoWorking*<sup>2</sup>), compartilhamento de carros e bicicletas e etc. Apesar de pertencer a um consumo colaborativo, suas características e motivadores são diferentes, portanto, são agrupados de maneira diferente dentro dos sistemas.

O primeiro sistema engloba os sistemas de serviços ou produtos onde o modelo é baseado no pagamento pela utilização, sem a necessidade de adquirir. Esse modelo é sustentado por uma “mentalidade de uso”, racionalizado por uma grande quantidade de pessoas, de diversas faixas etárias e origens, que já afeta os modelos tradicionais econômicos. O sistema oferece um benefício ambiental para seus consumidores, diferente da propriedade privada. Sua utilização é maximizada, removendo encargos com manutenção e seguro por exemplo, como nos serviços de compartilhamento de carros.

Já o segundo sistema refere-se a uma transferência de propriedade, onde entram as trocas e doações, ou seja, um mercado de redistribuição. Por meio das redes sociais as interações sociais fazem com que as mercadorias usadas encontrem um novo destino em troca de dinheiro,

---

<sup>2</sup> *CoWorking*: espaços físicos que reúnem profissionais que trabalham fora do escritório convencional, que geralmente são empresários independentes, freelancers, empreendedores e profissionais autônomos que buscam algum tipo de interação humana (CAMPOS, 2015).

outra mercadoria ou pontos. Esse sistema desestimula o descarte, incentivando a reutilização de itens antigos que de uma forma sustentável são reutilizados.

O terceiro e último sistema constitui-se em não apenas bens tangíveis como carros, bicicletas e mercadorias que não estão sendo mais utilizadas, mas trata-se de um estilo de vida, o colaborativo, modelo associado à troca e à divisão de ativos intangíveis como tempo, habilidades ou dinheiro. As motivações desses sistemas são diversas, pelo simples ato de economizar/ganhar dinheiro, ou pela mentalidade de “fazer a coisa certa” no sentido ambiental, ou até por conhecer novas pessoas nas interações.

A geração jovem brasileira, até os 24 anos, é a primeira que já nasce conectada a partir do alto contato desde dos primeiros meses de vida com aparelho digitais e redes sociais. Uma pesquisa feita pela empresa inglesa de pesquisa e tecnologia, GlobalWebIndex, os usuários de países emergentes passam mais tempo online do que os países desenvolvidos. Os estudos realizados pela BOX1824, uma empresa brasileira de pesquisa especializada em tendências de comportamento e consumo, mostra que essa geração tem os discursos mais conscientes e responsáveis, em que 77% dos entrevistados apontaram o seu bem-estar depende do bem estar da sociedade onde vivem, e outros 74% se sentem na obrigação de fazer algo pelo coletivo no seu dia a dia (BOX 1824, 2011). Ideia é alimentada pelo estudo seguinte da mesma agência, chamado "*The Rise of Lowsumism*", no qual toda a trajetória capitalista é documentada, a economia compartilhada não é mostrada como uma simples resposta a consciência ambiental, mas a não necessidade de possuir algo para pode usufruir disso (BOX 1824, 2015).

De acordo com a Revista *Time*, em 2011, o consumo colaborativo está entre as 10 ideias que vão mudar o mundo (WALSH, 2011). É uma forma de acomodar necessidades e desejos de forma mais sustentável. Seja alugando, emprestando ou vendendo algo usado, hoje nos vemos muito mais um a nosso dia a dia (BOTSMAN E ROGERS, 2011). As práticas que entram nesse modo de consumo têm sido vistas como tendências para os próximos anos. Apesar de já existir alguns estudos que tratam sobre a tendência do consumo colaborativo, o tema ainda se encontra na forma embrionária, não foi devidamente explorado pela academia (OZANNE e BALLANTINE, 2010).

Toda essa contextualização nos faz acreditar no crescimento da colaboração na sociedade. Já definido como fenômeno contemporâneo, o objeto desse estudo, já é considerado o serviço de consumo colaborativo de maior sucesso em território brasileiro, o aplicativo de serviço de viagens particulares UBER (DE BARROS, 2015). A empresa já está presente em mais de 600 cidades pelo mundo, mais de 18 mil funcionários, contando com mais de 3 milhões de motoristas parceiros no mundo (PROCHNO, 2018).

É classificado dentro do sistema SSP, sistemas de serviços de produtos (BOTSMAN E ROGERS, 2011), de acordo ao estilo de prestação de serviço do aplicativo, no qual é possível utilizar de um carro e um motorista, dividindo ou não sua corrida, sem precisar arcar com as despesas de propriedade do automóvel. Assim, o principal objetivo do próximo capítulo é entender conceitos e analisar os aspectos do objeto de estudo. A partir das contextualizações das definições propostas, como economia compartilhada e consumo colaborativo, foi definido o objeto desse estudo bibliométrico, o aplicativo UBER.

### 2.3. O aplicativo UBER

Um fator observado em toda história empreendedora, é que o seu surgimento é acompanhado para solucionar algo que não estava bom ou que possa melhorar, de maneira inovadora, o que já existe (MELO, 2015). O objetivo desse capítulo é descrever do que se trata nosso objeto de estudo, a empresa UBER. Reconhecido como o maior representante dos aplicativos de compartilhamento, o UBER permite que motoristas independentes ofereçam serviços de transporte a usuários comuns (GLOBO, 2014). A UBER já está presente em mais de 600 cidades pelo mundo, mais de 18 mil funcionários, contando com mais de 3 milhões de motoristas parceiros no mundo. Em média a empresa faz 15 milhões de viagens por dia (PROCHNO, 2018).

A UBER se auto define como uma plataforma tecnológica que por meio de um aplicativo promove o encontro entre motoristas e passageiros interessados em compartilhar uma viagem (PROCHNO, 2018). Ou seja, não se define como uma empresa de tecnologia, não de transporte (SOUSA, 2016). É destacado em seu próprio website que não se trata de um aplicativo de táxi, a partir do ponto de vista de que presta um serviço de transporte individual privado (PROCHNO, 2018). A empresa não é dona de nenhum dos carros que opera, e nem contém qualquer vínculo empregatício com os motoristas chamados de parceiros (MELO, 2015).

A ideia surgiu em 2009, quando seus criadores, que participavam de uma conferência na França, encontraram dificuldades para retornar ao hotel. Nesse cenário nasceu a ideia de criar um serviço, que fosse possível contratar um motorista por um simples toque de celular. Os serviços começaram inicialmente em São Francisco, somente com o serviço *UBER Black*, o primeiro da empresa, e hoje já expandiu com um maior portfólio de serviços, em 65 países, com apenas 8 anos de existência (PROCHNO, 2018).

O lucro da empresa se baseia em sua “taxa de serviço”, que por mais que a sua utilização seja considerada como uma economia compartilhada, ainda partilha do tradicional conceito capitalista (TEODORO, DA SILVA e ANTONIETA, 2017). Essa taxa é formada por um valor base, que é somado pela distância percorrida e o tempo gasto. O aplicativo utiliza-se de um preço dinâmico, quando quanto maior for a demanda pelos usuários, maior é o “multiplicador” desse preço base (PROCHNO, 2018). O preço dinâmico utiliza os princípios da famosa lei de oferta e demanda, ou seja, se muitas pessoas estiverem solicitando o serviço, o valor base é multiplicado por um valor que seja proporcional a esta demanda, assim com o aumento do seu preço e escolhendo de maneira lucrativa quem vai solicitar o serviço (ROSA, 2017). De acordo com Teodoro, Da Silva e Antonieta (2017) o preço dinâmico é uma ferramenta para controlar

a demanda, ou seja, a empresa UBER consegue controlar, sem nenhuma interferência do motorista ou estatal, a lei de oferta e procura.

Para utilizar o serviço o usuário precisa ter mais de 18 anos de idade, ter um celular com o app UBER instalado e um cartão de crédito cadastrado como forma de pagamento (PROCHNO, 2018). No início, a empresa somente aceitava cartões de crédito, a fim de aumentar a competitividade, passou a aceitar dinheiro, e por último, nos dias de hoje também aceita cartão de débito (FERREIRA, FREIRE E PAVEI, 2017). Quando é aberto o aplicativo, um mapa é mostrado junto com os estilos de serviços ofertados naquela região. Feita a escolha do serviço, o usuário define o destino, assim o preço é estimado de acordo com o valor base e suas variáveis (tempo e distância), e se aplicado nesse caso, o valor multiplicador (PROCHNO, 2018).

A partir do momento que um motorista aceita a carona, aparece uma foto, nota e estatísticas que relatam a experiência que esse motorista tem dentro da UBER como: número de viagens, tempo como motorista, críticas de outros usuários e etc (FERREIRA, FREIRE E PAVEI, 2017). Com o auxílio do sistema GPS, o motorista pode escolher um aplicativo de sua escolha para otimizar o tempo, com o objetivo de chegar o mais rápido possível em seu destino.

Para os motoristas, também existem exigências. De acordo com o site da empresa, para ser motorista parceiro UBER é necessário ter carteira de motorista com autorização para exercer atividade remunerada, conhecida como EAR, emitida pelo Departamento de Trânsito regulamentado por cada Estado, o Detran (PROCHNO, 2018). Além disso é feita uma checagem de segurança quando um motorista realiza o cadastro no aplicativo, como atestado de antecedentes criminais e a obtenção do seguro para uso comercial do carro (MELO, 2015).

A fim de controlar a qualidade do serviço, os motoristas são ensinados sobre práticas de direção segura e boas maneiras, é necessário obter uma nota mínima de aprovação de 4,6, se não, são desconectados da plataforma (PROCHNO, 2016). Um feedback é enviado após a finalização da corrida, essa avaliação é feita tanto pelo usuário quanto pelo motorista, as notas podem ser de 0 a 5 estrelas, e por esse mecanismo que a UBER faz a manutenção do padrão de qualidade do serviço oferecido (ROSA, 2017).

De acordo com Ferreira, Freire e Pavei (2017) as principais vantagens da utilização dos serviços da UBER pelos usuários são:

- Segurança: histórico e avaliação de motorista, acompanhamento da viagem por GPS (é possível compartilhar trajeto até com aqueles que não estão utilizando o serviço e estimativa de preço antes de aceitar a corrida);
- Rapidez: É solicitado o motorista que se encontra mais próximo do ponto de partida, estimando também o tempo de sua chegada;
- Compartilhamento da corrida: Compartilhamento do valor da viagem com pessoas que vão para o mesmo destino, ou utilização do *UBER Pool*, que definiremos mais à frente.

Os serviços começaram a ser utilizados pelos brasileiros no período da Copa do Mundo de 2014, no Rio de Janeiro, e posteriormente São Paulo, Belo Horizonte e Brasília. Hoje a plataforma já opera com mais de 500 mil motoristas em mais de 100 cidades no Brasil (Pesquisa feita em janeiro de 2018- PROCHNO, 2018).

Quadro 01 – Serviços oferecidos pela empresa UBER no Brasil

Serviços	Definição
UBER X	Seleção de carros compactos, ar condicionado e 4 portas. É o mais barato dos serviços prestados com o objetivo de competitividade e transporte no dia a dia.
UBER POOL	Serviço que permite que o usuário divida a sua corrida com outros usuários que procuram um itinerário semelhante ao seu. Disponível somente em São Paulo e Rio de Janeiro.
UBER SELECT	Seleção de carros mais confortáveis e espaçosos por um preço um pouco mais alto (em média 20% maior do que o serviço UBERX)
UBER BLACK	Seleção de carros do tipo Sedan, bancos de couro e ar condicionado.
UBER EATS	Serviço em fase inicial de transporte de refeições, disponível somente em São Paulo.

*Quadro 1: Serviços da UBER disponíveis no Brasil*

*Fonte: adaptada pela autora de UBER (2018)*

Por meio do desenvolvimento não só do estilo de serviços ofertados, mas também das plataformas de compartilhamento, o aplicativo UBER é classificado como uma disrupção econômica. Explica Teodoro, Da Silva e Antonieta (2017) que uma disrupção econômica geralmente é acompanhada de um avanço tecnológico, que no caso da UBER, se trata da própria plataforma onde seus serviços são encontrados. Estes avanços auxiliaram na disseminação das redes sociais e redução dos custos das transações, conhecidas como *peer to peer*. Essas transações conectam diretamente consumidores a produtores, reduzindo os custos de intermediação, diante disso gera economia e facilita as interações que utilizam dessa plataforma para seus serviços (BOTSMAN E ROGERS, 2011).



A sociedade não viveria no conforto proporcionado pelas inovações sem as tecnologias disruptivas (SERRANO e BALDANZA, 2017). Uma inovação disruptiva acontece em um desses 3 casos, acredita Teodoro, Da Silva e Antonieta (2017):

1. Na existência de necessidade de consumo que ainda seja insatisfatória de algum serviço ou produto;
2. Possibilidade um modelo sustentável que ainda assim gere lucratividade;
3. Inovação dentro um modelo de negócios não existente, que ainda possa obter vantagem competitiva a longo prazo.

O objetivo inicial da empresa era facilitar e inovar a forma pela qual as pessoas se locomovem pelas cidades (PROCHNO, 2018). Hoje é considerada disruptiva, utilizando-se de inovação e sustentabilidade nos serviços ofertados, nos quais é possível dividir custos de uma corrida por meio de um aplicativo. Como exemplo o serviço do *UBER Pool*, que pode unir até 4 usuários, em percurso semelhante, em um mesmo veículo, fornecendo uma opção nova de compartilhamento de custos, com redução na quantidade de gases poluentes emitidos e ainda mantendo a lucratividade a empresa (ROSA, 2017).

Seus serviços estão baseados no conceito de responsabilidade mútua, a partir do ponto de vista de que a empresa não fornece o carro, somente o aplicativo que faz com que seja possível se conectar com o consumidor (PROCHNO, 2018). Foi inovadora dentro do modelo de negócio colaborativo, com aspectos da economia compartilhada, por utilizar da transação de bens que são subutilizados, nesse caso temos o veículo, o usuário e o motorista, que utiliza como meio de trabalho o seu próprio carro (ROSA, 2017).

De acordo com a óptica defendida por Botsman e Rogers (2011), os quatro princípios do consumo colaborativo estão alinhados com as características do serviço:

1. Variedade nas mercadorias que deem a sensação de escolha;
2. Aproveitamento de algo sem utilização e possa ser redistribuído;
3. Crença no equilíbrio entre os interesses individuais e em grupo;
4. Confiança entre estranhos.

Os seres humanos são propensos a se relacionar socialmente, especialmente se acreditam que seus interesses individuais possam ser satisfeitos de maneira mais econômica, em uma economia compartilhada, assim passam a acreditar nos interesses dos grupos (BOSTMAN E ROGERS, 2011). Os responsáveis pela empresa no Brasil afirmam que o aplicativo funciona como um meio de fuga da crise ou de complemento à renda da família do motorista parceiro

(OESP, 2016). A versatilidade em relação aos diferentes padrões de veículos aceitos pelo aplicativo, fez com que o serviço fosse prestado por inúmeros brasileiros em tempos de desemprego e crise econômica. O que torna a experiência UBER excelente são as pessoas atrás do volante, que podem ser sua vizinha, um amigo seu, uma mãe ou um amigo (PROCHNO, 2016).

O desenvolvimento dos mercados de consumo colaborativo, que utilizam principalmente os mecanismos de reputação, geram confiança entre os consumidores, assim abre espaço para novas oportunidades e inovações diante do mercado tradicional (ROSA, 2017). A confiança entre estranhos é considerada primordial para a sustentação do modelo econômico do consumo colaborativo. Além de necessitar da ação coletiva, é necessária confiança para facilitar essas práticas e interações (BOSTMAN E ROGERS, 2011).

Diante de um cenário onde 95% das pessoas entrevistadas aprovam o serviço e acreditam que ele deve permanecer e ser regulamentado no país (PROCHNO, 2016). Não há dúvidas do quanto a modalidade de transporte já se infiltrou dentro dos costumes brasileiros e, diante desse panorama, este será o objeto de estudo do presente estudo. O histórico e o desenvolvimento desse modelo, ao ponto de já estar inserido nas rotinas brasileiras foi retratado nesse capítulo. Agora, por meio de um estudo bibliométrico, será desenvolvida a pesquisa sobre a repercussão acadêmica do fenômeno UBER.

### 3. METODOLOGIA

Com a expansão dos temas diante da atualidade, é cada vez mais evidente a necessidade de avaliar os avanços diante do desenvolvimento e produção científica de diversas áreas de conhecimentos (VANTI, 2002). O estudo bibliométrico auxilia no entendimento de novas temáticas, como no caso da UBER no contexto brasileiro. Para entender quais são as formas abordagem do caso UBER como consumo colaborativo, na área de administração, foi escolhido a metodologia do estudo bibliométrico, visto que é o mais indicado quando o objetivo da pesquisa é entender as abordagens do assunto. De acordo com (QUEVEDO, 2016) pode auxiliar a identificação de tendências para futuras pesquisas.

O termo bibliometria vem da bibliografia estatística. Ele se popularizou em 1969, por meio da publicação do artigo de Pritchard, com o título “Bibliografia estatística ou Bibliometria”, e finalmente surgiu no Brasil por volta da década de 1970 (VANTI, 2002). A bibliometria é uma técnica quantitativa e estatística que tem como objetivo medir os índices de produção sobre determinado tema e disseminação do conhecimento científico (ARAÚJO, 2006). Esse estudo consiste em técnicas estatísticas e matemáticas para descrever aspectos da literatura e de outros meios de comunicação por meio de análises quantitativas da informação buscando entender como está o desenvolvimento científico em determinada área de conhecimento (ARAÚJO, 2006)

Primeiro era conhecida como “bibliografia estatística” definida por Hulme em 1923, em poucos anos a definição que é usada nos dias atuais foi levantada por Otlet em 1934, no Tratado da documentação, o termo bibliometria (VANTI, 2002). Em um primeiro período era realizada medidas de livros como quantidade de edições, exemplares, espaços ocupados em biblioteca e etc, aos poucos foi sendo agrupados outros estilos de produção como artigos e teses. Existem alguns teoremas que permeiam esse assunto.

“É utilizada para investigar a relação entre a colaboração da pesquisa, variáveis relacionadas ao problema de pesquisa e do ambiente da pesquisa, por meio de aplicação de técnicas estatísticas” (SUBRAMANYAM,1982).

Para esse caso, analisaremos a produção referente ao aplicativo UBER no Brasil. Por meio de método que resume a situação de tal assunto, pode mostrar caminhos para aqueles que ainda estão iniciando a sua leitura sobre o tema, e até sistematizar para aqueles que já tem algum conhecimento (QUEVEDO, 2016).

## Quadro 02 – Os 13 objetivos da bibliometria

1.	Identificar as tendências e o crescimento do conhecimento em uma área;
2.	Identificar as revistas do núcleo de uma disciplina
3.	Mensurar a cobertura das revistas secundárias
4.	Identificar os usuários de uma disciplina
5.	Prever as tendências de publicação
6.	Estudar a dispersão e a obsolescência da literatura científica
7.	Prever a produtividade de autores individuais, organizações e países
8.	Medir o grau e padrões de colaboração entre autores
9.	Analisar os processos de citação e co-citação
10.	Determinar o desempenho dos sistemas de recuperação da informação
11.	Avaliar os aspectos estatísticos da linguagem, das palavras e das frases;
12.	Avaliar a circulação e uso de documentos em um centro de documentação
13.	Medir o crescimento de determinadas áreas e o surgimento de novos temas

*Quadro 2: Os objetivos da bibliometria*

*Fonte: Adaptado de Vanti (2002)*

Os principais objetivos da bibliometria neste estudo são:

1. Identificar as tendências e o crescimento do conhecimento em uma área, neste caso a tendência estudada seria o fenômeno UBER diante do conhecimento na área de administração.
2. Identificar quem são os usuários de uma disciplina. Neste estudo será disposto quais áreas de conhecimentos estão produzindo sobre o assunto, e que tipo de trabalhos estão sendo feitos em torno do tema UBER.
3. Prever as tendências de publicação e medir crescimento de determinadas áreas. Ao estabelecer o período de 4 anos para o estudo, de acordo com o funcionamento da empresa no Brasil, foi possível medir a produtividade do tema, entender se houve um aumento ou diminuição de produção e por fim defini-lo como tendência ou não na produção científica (VANTI,2002).

A Bibliometria vem se consolidando com importante método de estudo, após de ter sua popularidade aumentada por meio dos aperfeiçoamentos de suas leis clássicas, além disso, pela busca de fundamentação teórica e conceitos em um sistema informacional enorme (ARAÚJO, 2006).

Hoje, a ciência da informação auxilia na busca e na manutenção do grande número de informação que contém em rede, internet e em sites de banco de dados. A bibliometria se formou uma das principais técnicas que aliada a outros métodos passou a ser utilizado como principal instrumento para dar o teor qualitativo necessário para as ciências sociais (CARDOSO,

1996). Ainda por contribuir, de acordo com (GUEDES E BORSCHIVER, 2005) para as tomadas de decisão, utilizando a sistematização de informações científicas e tecnológicas, na gestão de informação e conhecimento.

Dentro de bibliometria existem 3 leis clássicas que são utilizadas como base da disciplina: A Lei de Lotka, Zipf e Bradford. A Lei de Lotka, ou também conhecida como a lei do quadrado inverso, mensura a produtividade dos autores calculando a distribuição tamanho – frequência de autores em um conjunto de documentos. A segunda lei clássica, criada por Zipf, é a lei do mínimo esforço. Essa lei tem como objetivo medir a frequência de palavras chaves em diversos textos. E por último, a Lei da Bradford (1934), que relaciona o número de artigos de uma determinada área à distribuição deles nos periódicos, também conhecida como a lei da dispersão, que busca estabelecer o núcleo e as áreas dispersadas desse assunto (ARAÚJO,2006). As três leis básicas da bibliometria foram utilizadas como base para que surgissem os focos que são utilizados nos dias de hoje:

#### Quadro 03 – Lei Clássicas de Bibliometria

<b>Lei de Lotka</b>	<b>Lei de Zipf</b>	<b>Lei de Bradford</b>
Lei do Quadrado Inverso	Lei do Mínimo Esforço	Lei da Dispersão
Autores	Palavras	Periódicos

*Quadro 3: Resumo das leis clássicas da bibliometria*

*Fonte: Adaptado de Araújo (2006)*

Uma maior ênfase na terceira lei clássica da bibliometria, a Lei de Bradford, devido a finalidade que a mesma apresenta com o objetivo desse estudo. Verifica-se que essa lei é capaz de estimar o grau de relevância de um assunto para uma determinada área de conhecimento, ou seja, qual é a importância de escrever sobre um assunto. O assunto, neste caso, é a economia compartilhada e o consumo colaborativo para discussão a partir do objeto de estudo, o aplicativo UBER, dentro do campo de Administração.

Em relação à produtividade, a lei clássica de Bradford defende que se dispormos periódicos em ordem decrescente de produtividade de artigos sobre um determinado tema, pode se distinguir um núcleo de periódicos mais particularmente devotados ao tema (ARAÚJO, 2006). A lei sugere que conforme os primeiros artigos sobre um assunto são escritos, eles entram em uma pequena seleção, e se selecionados, estes servirão de atrativos para que seja escrito mais artigos sobre o tema, desenvolvendo o assunto (GUEDES E BORSCHIVER, 2005).

No Brasil também temos grandes contribuições sobre o assunto: Maia (1980) e Pinheiro (1982), ambos autores analisaram a lei de Bradford. Maia buscou entender as diversas interpretações da lei e como estas se comunicam entre si, e chegou à conclusão que existe somente uma única lei, apesar de diversas aplicações. Já Pinheiro reformulou a lei, utilizando a produtividade relativa, conceito que leva em conta a produtividade por um determinado período e não por devoção ao tema (ARAÚJO, 2006).

De acordo com Pinheiro (1982), a Lei de Bradford, diferente das leis das ciências exatas sofre interferências por causa da subjetividade de quem está analisando, ou seja, leva em conta a necessidade do pesquisador e sua relevância, que determina o critério de seleção. Por se tratar de uma produtividade absoluta que leva em conta a dedicação do autor perante ao tema e não é proporcional à por exemplo, ao número de páginas, se torna um critério subjetivo de difícil padronização. Por meio disso defende o critério relativo, que utiliza um período em que houve dispersão do assunto e não a devoção ao mesmo. De acordo com o conceito de produtividade relativa, a delimitação do período foi de 2014, início da operação da empresa UBER no Brasil, até abril de 2018.

Recentemente, o ramo da bibliometria vem aumentando e podemos encontramos novas formas e metodologias. Além de aprimorar as formas de mensuração, hoje a bibliometria tem como foco compreender e contextualizar a produção científica e seus produtores (ARAÚJO, 2002). Além da bibliometria, temos o uso da cientometria, infometria e a mais recente das 3, a webometria (VANTI, 2002). Por mais que a definição de cada uma dessas não esteja em perfeita divergência e definição, são focos diferentes de estudo e mensuração.

Ao entender sobre cada um dos focos dos estudos bibliométricos, em primeiro plano tem a infometria, citada pela primeira vez na Alemanha, em 1979, por Otto Nacke e logo implementado na VINITI, instituição que alavancou a criação do comitê da Federação Internacional de Documentação o FID/IM (VANTI, 2002). A infometria de forma geral, seria um sub-campo da ciência da informação, área na qual qualquer tipo de formato é válido, até os não acadêmicos, ou seja, sua produção não se limita a somente os cientistas (VANTI, 2002).

Já a cientometria está relacionada ao estudo dos aspectos das ciências, ou seja, envolve estudos quantitativos das atividades científicas. É considerada de caráter multidisciplinar devido aos métodos utilizados, que provêm tanto de ciências exatas quanto sociais (VANTI, 2002). O que diferencia essas duas abordagens de estudo seria o universo que objetos utilizados por elas, na qual a infometria utiliza até de processos de comunicação informal, indo além do que aquilo que está registrado (VANTI, 2002).

Por último existe a *Webometria*, também conhecida como *Webmetrics*, é hoje a abordagem mais utilizada devido ao grande avanço tecnológico que temos em relação a métodos de pesquisa *online* e disponibilidade de informação. Suas medições podem usar como ambiente o *cyberespaço*<sup>4</sup>, ou seja, qual é a frequência de distribuição entre as páginas no espaço *online*. É possível dividir, analisar e comparar dados por meio de métricas como países ou setores privados ou públicos, tarefa que se mostra fácil dentro dessa abordagem diante de uma simples diferenciação por terminologia de domínio entre “.edu” e “.com” (VANTI, 2002).

A utilização do estudo bibliométrico no Brasil passou por momentos de altos e baixos. Os estudos bibliométricos expandiram a partir de 1970, pelos estudos do Instituto Brasileiro de Informação Científica e Tecnológica (Antiga IBDD, hoje IBICT), com grande incidência nos artigos de assuntos específicos ou em áreas macro, como química (ARAÚJO, 2006). Nesse período surgiam os autores pioneiros no Brasil. A produção desses autores se deu diante da formação de um curso de pós-graduação no IBICT, na qual para a formação do curso, tivemos grandes resultados e análises sobre o tema (ALVARADO, 1984). Ao longo das décadas de 80, a queda do interesse pelo assunto caiu tanto nas produções nacionais quanto nas internacionais. A partir dos anos 90, o interesse retornou com a maior utilização de computadores, e por consequência de exploração pelos métodos quantitativos (ARAÚJO, 2006). Neste cenário desenvolveu-se a *Webometria*, tratada como uma área emergente dentro ciência da informação, mesmo pouco explorada, demonstra grandes potencialidade proveniente da expansão mundial da internet (VANTI, 2002).

O presente estudo consiste em uma pesquisa aplicada utilizando como método de pesquisa bibliométrico, definido acima, a fim de analisar e diagnosticar a produção brasileira referente ao aplicativo UBER. Em uma primeira parte, por meio de uma pesquisa bibliográfica e documental exploratória, utilizando fontes primárias e secundárias, os conceitos que se relacionam com a análise central da pesquisa foram definidos, buscando maior compreensão do tema antes de analisar sua produtividade e seu impacto dentro do contexto brasileiro. Para o levantamento bibliográfico tivemos como fontes artigos, teses, livros, sites e matérias sobre o tema.

Após a definição da metodologia, a produção acadêmica, foi analisada utilizando a reformulação feita por Pinheiro (1982) de uma das leis clássicas da bibliométrica, a lei da dispersão formulada por Bradford (1934). Foi utilizado o conceito de produtividade relativa, delimitado no Brasil de 2014 a 2018. De acordo com Alvarado (1984), autor responsável por um

---

<sup>4</sup> *Cyberespaço*: um conjunto de computadores e serviços que constituem a Internet (MONTEIRO, 2009)

estudo de levantamento da literatura bibliométrica no Brasil, no período de 1972 a 1983, concluiu-se que a produção bibliométrica brasileira tem uma tendência elevada à aplicação da Lei de Bradford, por ser capacidade de ser aplicada em diversos campos de conhecimento. Tendo em vista que se trata de um tema com pouca bibliografia de caráter nacional, a reformulação da lei feita por Pinheiro (1982) é a forma de mensuração que melhor se aplica para o alcance dos objetivos propostos nesse estudo.

Foi utilizado como abordagem da subdisciplina da *webometria*, apresentada anteriormente. Será analisado a distribuição do tema perante aos tipos de publicações, entre teses, dissertações e artigos, campos de conhecimentos, ano de produção e principais vertentes do assunto. Entre as mensurações possíveis da *Webometria*, é possível mensurar as distribuições definidas por meio de plataformas amplamente utilizadas no ambiente acadêmico. Para este estudo foi definido as três mais populares brasileiras: Plataforma Capes, Scielo e o Google Acadêmico. E também as plataformas e repositórios das principais universidades do Rio de Janeiro: FGV, UFRJ, UFF além da paulistaUSP.

A plataforma de periódicos CAPES (Coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de nível superior) é vinculada ao Ministério da Educação no Brasil, portanto é considerada como oficial da academia brasileira, fundada em 1951, é uma das plataformas mais populares entre a academia (CAPES, 2008). O Google Scholar, ou também conhecido como Google Acadêmico, é patrocinado pelo Google, um dos motores da busca online. É reconhecida pela abrangência nas pesquisas e pela facilidade na busca (MUGNAINI, STREHL, 2008). Por último, foi utilizado para pesquisa a plataforma Scielo (Scientific Electronic Library Online), foi desenvolvida para responder necessidades de comunicação científica nos países em desenvolvimento, como a América Latina. O modelo Scielo contém padrões integrados para medir o uso e o impacto dos periódicos científicos (SCIELO, 1998).

Os repositórios das universidades brasileiras são todos próprios, alguns se dividem por teses e dissertações e revistas, já outros são plataformas integradas para qualquer tipo de produção. Para a USP foi selecionado ambos repositórios, tanto o referente as produções de mestrado e doutorado e também o sistema integrado de bibliotecas (SIBI USP). Para a UFF (RiUFF) e UFRJ (Pantheon), os repositórios institucionais respectivos são unificados, ou seja, comportam todos os tipos de produção em uma única plataforma. Já o repositório da FGV, somente foi selecionado o de teses e dissertações. Os repositórios de revistas da FGV e de teses e dissertações da UERJ (BDTD) foram descartados, o primeiro por motivo de acesso limitado ao conteúdo, e o segundo por lento funcionamento do site.



Nesse sentido, os resultados serão apresentados de maneira quantitativa, a partir da mensuração da produção utilizando as 8 ferramentas apresentadas como base de coleta. A apresentação dos dados analisados será acompanhada de uma análise direcionada a diagnóstico do período referente produtividade nacional do assunto.

Para a tabulação dos resultados foi utilizado o *Microsoft Excel* como ferramenta para construção banco de dados e análise. Foram considerados somente as produções acadêmicas que continham UBER no título, dentro do período de 2014 a 2018, produção brasileira, ou seja, em português.

Os resultados foram tabelados em alguns tópicos como: plataforma que estava hospedado, área de estudo, temas, título do autor/nível de graduação, ano da publicação, universidade/faculdade vinculada e estado. Os tipos de produções foram classificados em: artigos, dissertações (mestrados), teses (doutorados) e monografias (graduação e pós-graduação). Para classificar os artigos foi estabelecido um conjunto de filtros para alinhar os considerados na pesquisa. A primeira classificação foi feita pelo grau de ensino do autor que ainda está em curso, e nos casos de todos os autores já serem formados, independentemente do nível, foi utilizado a formação do primeiro autor. Já nas dissertações, monografias e teses seguiram a formação do estudante em questão.

Em um primeiro momento foi criada uma planilha com os resultados de maneira “bruta”, ou seja, todos os resultados que se enquadravam na delimitação acima foram computados. Em seguida, conforme a falta de informações de algum dos critérios citados ou problemas no encaminhamento do endereço, alguns resultados foram desconsiderados para a pesquisa e assim formou-se a planilha “líquida” com somente as produções com todas as informações que seguiam as categorias da tabela. Se os resultados com informações incompletas fossem contabilizados a amostra usada se alteraria em cada classificação, não tornando a comparação equilibrada, e com essa justificativa foram descartados para as análises. Todas as informações foram transformadas em códigos por meio de fórmulas da própria ferramenta (Excel), o que tornou possível realizar a contagem por meio da elaboração de uma tabela dinâmica. As análises foram realizadas conforme as classificações da tabela e para uma melhor visualização dos resultados, as estatísticas foram demonstradas por meio de gráficos.

#### 4. AMOSTRA E ANÁLISE DE RESULTADOS

Conforme foi definido no capítulo de metodologia, foi utilizada como metodologia a atualização da Lei de Bradford por Pinheiro (1982) utilizada para mensurar produtividade relativa, no período pré-estabelecido de 2014 a 2018 (até o mês de junho). Por meio da *webometria*, ou seja, por meio de plataformas no *cyberespaço*, utilizadas como universo de amostras. Agora será detalhado os resultados individuais de como cada plataforma e repositório que foram utilizados. Os universos de pesquisa utilizados para essa pesquisa foram:

Quadro 04 – Plataformas e repositórios utilizados para pesquisa bibliométrica

	<b>Plataformas</b>
<b>1</b>	Google acadêmico
<b>2</b>	Capes
<b>3</b>	Scielo
<b>4</b>	RiUFF – Repositório Institucional da UFF
<b>5</b>	Pantheon – Repositório Institucional da UFRJ
<b>6</b>	SIBI USP – Sistema Integrado de bibliotecas da USP
<b>7</b>	USP teses – Repositório Institucional de teses e dissertações da USP
<b>8</b>	Repositório institucional da FGV

*Quadro 4: Plataformas e repositórios utilizados como ferramenta de pesquisa*  
 Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Foram utilizados filtros de maneira padronizada para que a pesquisa ganhasse consistência na busca em todas as plataformas. Foram encontrados alguns impeditivos na aplicação desses filtros em algumas plataformas específicas que será detalhado posteriormente. Em um primeiro momento foram contabilizados o universo por meio de uma **busca simples**, ou seja, somente aplicada a procura utilizando a palavra UBER. Em seguida foram aplicados na **busca avançada** produções que continham a palavra UBER no título, dentro do período estipulado e no idioma português, de acordo com os critérios estabelecidos na metodologia. Foram descartados dos resultados todas as produções que não se enquadram em artigo, monografia, tese ou dissertação.

## 4.1 GOOGLE ACADÊMICO

Devido a facilidade do seu uso, as análises foram iniciadas pela plataforma do Google Acadêmico. A plataforma é vinculada a uma das maiores empresas de tecnologia e serviços online existentes, a Google. Os resultados foram:

Busca simples: 5.830.000 resultados

Busca avançada com filtros totais: 95 resultados

**Filtros aplicados:** páginas em português, período e UBER no título.

Dos 95 resultados encontrados a partir da aplicação do filtro, 66 estavam viabilizados para utilização do estudo. Dos 29 não contabilizados como universo da pesquisa, foram descartados pelos seguintes motivos:

Tabela 01 – Resultados não contabilizados

Quantidade	Motivo
7	Sem registro de nível de educação do autor/instituição
6	Site incompleto/Link não é transferido
2	Vídeos
1	Resenha
1	Relatório de Estágio
2	Estrangeiros
1	Restrição de acesso
4	Órgãos Públicos/Não atrelados a faculdade
1	Livro
4	Não atrelados ao assunto de estudo

*Tabela 1: Quantidade de resultados descartados no Google Acadêmico  
Fonte: Elaborado pela autora (2018)*

O Google Acadêmico foi a plataforma com a maior quantidade de resultados referente ao objeto de estudo encontrado. Porém devido a sua extração utilizando o Google como base, ou seja, pode extrair de todos os sites hospedados no repositório, tornou sua busca simples impossibilitada para a realização do estudo devido a quantidade de resultados. Por esse mesmo motivo, após a aplicação do filtro avançado os resultados obtidos eram encaminhados para sites que não existem, ou banco de informações intermediários, que muitas vezes não tinham conexão com a universidade responsável. A transferência de endereço em muitas vezes pode ocasionar uma perda de controle da circulação pela universidade responsável, com informações ausentes ou endereço incompleto para consulta. O segundo ponto importante a ser levantado foram os resultados descartados por falta de vínculo com o tema. A palavra UBER é amplamente

usada na biologia. Os outros resultados que ainda eram atrelados ao tema, não foram contabilizados por se tratarem de vídeo, relatório, resenha, materiais escritos por órgãos públicos brasileiros e outros por serem estrangeiros, com o resumo português.

## 4.2 CAPES

A segunda plataforma utilizada como ferramenta de pesquisa foi a CAPES. É reconhecida como uma das principais plataformas de consultas acadêmicas por diversas universidades (MUGNAINI, STREHL, 2008).

Busca simples nos periódicos: 636.000

Busca avançada com filtros parciais: 93

**Filtros aplicados:** Páginas em Português, de 2014 a 2018.

A plataforma impede que todos filtros sejam colocados ao mesmo tempo. Ao selecionar a busca avançada, é colocado à disposição quase todos os filtros que foram estabelecidos, inclusive a busca por datas com distinção de dia, mês e ano, exceto o filtro de somente títulos em português, apenas outras línguas. Pela busca na coluna lateral é possível filtrar por ano, língua português, porém impossibilita de selecionar somente resultados com UBER no título. Foram utilizados somente os filtros por ano, e páginas em português na coluna lateral. O terceiro padrão foi selecionado de maneira visual, onde os resultados que não continham UBER no título, mesmo que ainda pertencentes ao tema, eram descartados.

Dos 93 resultados contabilizados, somente 3 se tornaram apropriadas para inclusão. O restante foi excluído devido à falta de ligação com o tema em questão e artigos traduzidos de outras línguas, como em especial o alemão. Com o problema da sobreposição de filtros, a palavra UBER apareceu de diversas formas, como em resumos, nomes de autor ou em cidades, como UBERLândia. Grande parte dos resultados eram provenientes de estudos referente a preposição UBER, que em alemão é escrito como *über*<sup>5</sup> e constantemente estudada devido a sua polissemia. Em uma parcela menor foram encontrados uma boa parcela de produção referente a estudos de pulmão e paleoparasitologia, de acordo com a quantidade de autores que contém UBER em seus sobrenomes.

---

<sup>5</sup> Über em alemão se trata de uma preposição equivalente ao “sobre” em português.

### 4.3 SCIELO

A plataforma tem um dos layouts mais facilitados dentre as outras. É possível além de selecionar a língua portuguesa, selecionar coleção Brasileira, o que impede que estudos realizados por Portugal ou traduzidos para o português sejam contabilizados nos resultados. Apesar da sua funcionalidade, os resultados obtidos não atingiram a pesquisa, nenhum dos 8 resultados encontrados falava sobre o objeto estudado e sim sobre patologia e polissemia alemã, como foi visto em outras plataformas.

Busca Simples: 185

Busca avançada: 8

**Filtros aplicados:** UBER no título, idioma em português, no período definido.

### 4.4 USP Teses e Dissertações

O repositório de teses e dissertações da USP apresentou problemas na primeira busca simples feita pelo site, quando somente a palavra UBER foi inserida na caixa de busca e a página não carregou. Já quando a pesquisa foi feita de pela ferramenta de busca avançada, tivemos o retorno de 367 resultados.

Busca simples: Sem respostas

Busca avançada: 367

**Filtros utilizados:** UBER no título.

Apesar do site ter funcionalidades complementares, como por exemplo, é possível pesquisar uma palavra no título, outra no resumo e outra em palavra-chave, nenhum resultado tinha a empresa UBER como foco do estudo. Dos 367 resultados não houve nenhum resultado relacionado ao aplicativo UBER. Em uma grande quantidade as teses e dissertações filtradas são sobre tUBERculose, por constar UBER dentro da palavra.

#### 4.5 SIBI USP

Criado em 1981, o SIBiUSP se trata de uns recursos integrado das bibliotecas da Universidade de São Paulo (USP), resultados dos recursos impressos e digitais estão disponíveis para consulta na plataforma (SIBI, 2016).

Busca simples: 586.750

Busca avançada: 27

**Filtros utilizados:** UBER no título, Período e somente páginas em português.

A plataforma tem o diferencial de apresentar uma opção de filtrar os resultados por estilo de produção. Dos 27 resultados, 7 são artigos, 16 são artigos de jornal sobre a UBER, 3 livros e 1 recurso textual. Diferente das outras plataformas citadas até então, com a pesquisa por artigos de jornais, 100% dos resultados obtidos eram sobre o objeto de estudo. indicador importante tendo em vista que o objeto de estudo já é alvo de jornalístico desde do início do seu funcionamento. Dos 7 artigos, somente 2 serão contabilizados para a pesquisa, somado ao único recurso textual, também contabilizado, por se tratar de um artigo que se encaixa nos filtros. Os três resultados apareceram em outras plataformas (CAPES e Google Acadêmico). Mesmo que aplicado o filtro referente ao idioma, todos os livros resultados são de Luxemburgo. Os artigos não participantes são sobre temas da biologia, estrangeiros ou sobre a preposição alemão *über*.

#### 4.6 BIBLIOTECA ONLINE DA FGV

O repositório digital da FGV oferece conteúdo integral aos materiais disponíveis: teses, dissertações, *papers*, textos, imagens, arquivos de áudio, vídeos ou quaisquer outros conteúdos digitais produzidos pelos professores e pesquisadores da FGV.

Busca sem filtro: 185

Busca com filtro com UBER no título: 4

**Filtros utilizados:** UBER no título e período

O repositório contém filtros como áreas de conhecimento, assunto, orientador, unidades da FGV entre outros, porém diferente das outras plataformas, não existem filtros que selecionam somente produções em português. Não há como selecionar o período, somente abrir as páginas por ano separadamente. Dos 4 títulos encontrados, somente 2 eram em português, sendo 1 um vídeo e o 2º já tinha sido resultado de outras plataformas (Google Acadêmico).

#### **4.7 PANTHEON Repositório Institucional da UFRJ**

São os ativos do repositório, além de teses e dissertações da UFRJ, artigos científicos, livros eletrônicos, capítulos de livros e trabalhos apresentados em eventos por professores, pesquisadores, funcionários administrativos e alunos de mestrado e doutorado

Busca sem filtro: 61 Resultados

Busca com filtro UBER no título: 0

**Filtros utilizados:** UBER no título

O repositório da UFRJ, como o da UFF que será destacado a seguir são os únicos que são unificados no quesito de teses, dissertações e artigos publicados no mesmo espaço. Dentre os resultados na busca simples, grande parte são provenientes da biologia.

#### **4.8 RiUFF Repositório Institucional da UFF**

O repositório da UFF tem como objetivo de reunir, preservar, disseminar, promover e dar acesso à produção técnico-científica da instituição, é conhecida como Ri UFF (Repositório Institucional). Como foi dito em relação ao Pantheon (UFRJ), podem ser consultados de forma livre e gratuita: artigos científicos, teses de doutorado, dissertações, entre outros (UFF, 2017).

Busca simples: 67 Resultados

Busca avançada: 0

**Filtros utilizados:** UBER no título

O único filtro disponível nesse repositório são os referentes as palavras, como a procura por UBER específico no título, resumo ou palavra-chave. Filtros de ano ou linguagem não estão disponíveis.

#### 4.9 ANÁLISE DAS PLATAFORMAS

De todas as plataformas pesquisadas, o Google Acadêmico mostrou -se a mais adequada para a busca desse tema em questão, com maior quantidade de itens encontrados. Devido ao grande número de itens nela encontrados a partir da busca simples, esta plataforma acabou por definir os filtros que seriam padronizados durante toda a pesquisa. Apesar do alto número de resultados, a plataforma teve uma boa parcela descartada devido aos problemas de encaminhamento de *links*, com acessos restritos ou de página que não existem mais, o que não ocorreu em nenhuma outra plataforma. Como a Google é hospedeira de muitos outros bancos, é de grande facilidade para a plataforma em questão conseguir localizar um número alto de resultados, porém nem todos se mostraram aptos para a pesquisa pelo mesmo motivo. Foram encontrados artigos de universidades que depois pesquisadas nos repositórios próprios que não foram encontrados, como a UFF, UFRJ e a USP. Com a tabulação de maneira “grossa” quando todos os resultados foram contabilizados, tínhamos 95 resultados. Somente 66 desses foram usados para interpretação por motivos já citados.

Outras plataformas analisadas como a Pantheon e o RiUFF não foi encontrado nenhum resultado na busca avançada. Em quesito de *layout* e visualização, os dois repositórios têm funcionalidades e visualização bem similares. Sobre as plataformas *Scielo*, os repositórios de teses e dissertações da USP e a biblioteca da FGV foram obtidos resultados quando a busca avançada foi selecionada, porém não eram referentes ao tema discutido.

Em relação aos problemas de aplicação de filtros e problemas de pesquisas, os que apresentaram dificuldades foram a CAPES, USP teses e dissertações, UFF, UFRJ e FGV. A Capes por impossibilidade de sobreposição dos 3 filtros utilizados para a pesquisa, e um dos, a procura por UBER no título foi realizada manualmente, ou seja, o descarte de resultados foi feito de maneira visual. O repositório de teses e dissertações da USP não funcionou a busca simples, somente a avançada, impossibilitando assim a comparação de resultados encontrados. Como dito anteriormente o repositório da UFRJ, Pantheon e o da UFF, o RiUFF tem um método de pesquisa bastante semelhante, e ambos não contêm meios de pesquisa avançada. Ou seja, só é possível realizar a busca por meio de palavras: título, resumo, autor entre outras variáveis. Os filtros de ano e nacionalidade não foram aplicados. Por último, o repositório da FGV impede que todos os filtros sejam aplicados em um mesmo momento. O período é separado por ano em uma coluna e filtro, e pode ser visualização separadamente ano por ano e não como uma visualização única, como as outras plataformas.



Em relação aos resultados aptos, ou seja, dentro da padronização de busca e com todas as informações importantes encontradas foram das seguintes plataformas: SIBI USP (2), Capes (3) e Google Acadêmico (66), somando 71 resultados nas três plataformas. As 2 produções do SIBI USP foram encontradas na Capes e no Google Acadêmico. A terceira produção da Capes somente apareceu no Google Acadêmico. Por motivos de repetição na tabulação, elas foram contabilizadas somente uma única vez, fazendo com que o universo para o estudo bibliométrico fosse de 63 resultados.

O período pesquisado levou em consideração o mesmo período de funcionamento dos serviços da UBER no Brasil, ou seja, a partir de 2014 até o mês de junho de 2018. A dispersão encontrada nesses 04 anos foi:

Gráfico 01 – Produção total sobre o objeto de estudo por ano

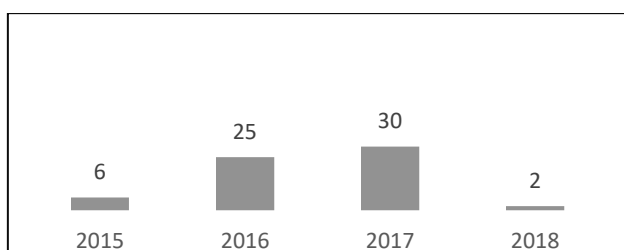


Gráfico 1: Dispersão da produção relativa ao ano  
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Nota-se uma produção 4 vezes maior entre 2015 e 2016 e 5 vezes maior de 2015 a 2017. Em relação a “queda” de 2018, é importante destacar que até o mês em que as produções foram levantadas, ou seja, junho, o primeiro período letivo do ano ainda não tinha sido encerrado, o que torna esse ano não apto para ser comparado aos outros anos. Outro ponto importante a ser destacado nesse momento é que o aplicativo começou a operar em território brasileiro quase na metade do ano de 2014 (maio), o que limita o tempo hábil para produção no ano de início.

Ao analisar o formato das produções, constatou-se a maior quantidade focada em artigos, como podemos ver no gráfico a seguir:

Gráfico 02 – Quantidade produzida por tipo de produção acadêmica

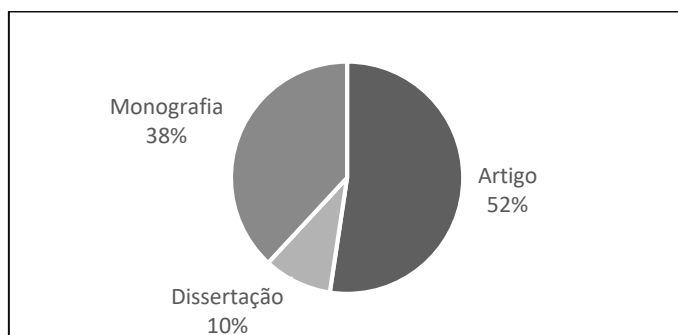


Gráfico 2: Dispersão da produção relativa ao tipo

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Dentro da amostra utilizada, 52% das produções são artigos. Tendo em vista que as produções de conclusão para alguns títulos, como monografia, teses e dissertações, têm no mínimo de 2 anos para as pós-graduações e mestrados ou até 5 para os cursos mais longos, como o Direito. De acordo com a suposição inicial dessa pesquisa, não foi encontrado nenhuma tese de doutorado sobre o tema, somente doutorandos com titularidade em curso que escreveram artigos sobre o objeto de estudo em questão. Dos 33 artigos encontrados eles estavam distribuídos da seguinte forma em relação a titularidade:

Gráfico 03 – Titulações dos autores dos artigos encontrados

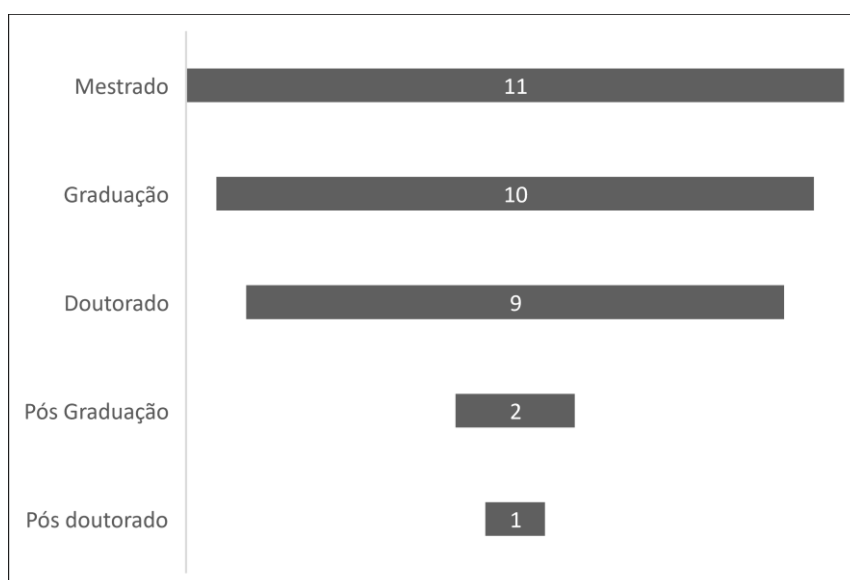


Gráfico 3: Dispersão de produção relativa aos artigos

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Para a tabulação dos artigos, conforme a metodologia definida, a autoria referente a titulação dos artigos foi definida e classificada de acordo com os que ainda estavam em curso, ou no caso de título já concebidos, o primeiro autor. A pesquisa mostrou que a produção de mestres e mestrandos se encontra quase nivelado com a produção da graduação, no caso de artigos publicados, porém, ainda é o título com maior número de produções de maneira geral sobre o tema, diferente de quando é analisado a titulação dos autores referente produção total, incluindo teses, dissertações e monografias:

Gráfico 04 – Produção por titularidade

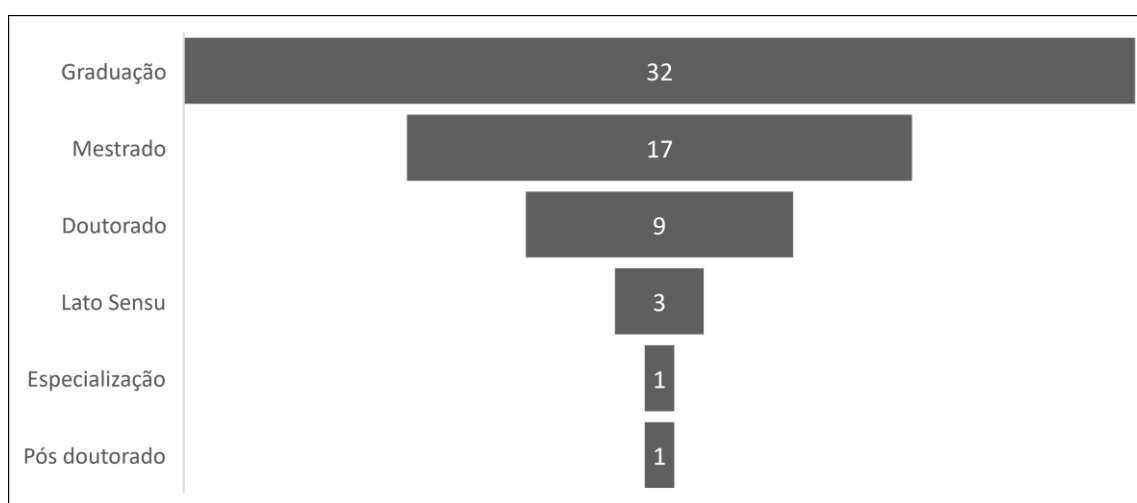


Gráfico 4: Dispersão da produção relativa a titularidade  
Fonte: Elaborado pela autora (2018)

De acordo com a amostra utilizada de 63 resultados, a graduação ocupa metade das produções com 32 resultados somente provenientes do título. Sendo eles distribuídos entre 10 artigos (31,3% das produções na graduação) ou 22 monografias (68,7%). O que torna a graduação o nível de formação acadêmica que mais produz sobre o tema, na forma de monografia.

O funcionamento da empresa UBER iniciou na cidade do Rio de Janeiro, em seguida e na nesta ordem, abriu negócios em São Paulo, Belo Horizonte e Brasília (PROCHNO,2018). Com base na história e cidades preliminares no assunto, será tratado como a produção se dispersa entre os estados brasileiros:

Gráfico 05 – Quantidade de resultados por estados brasileiros

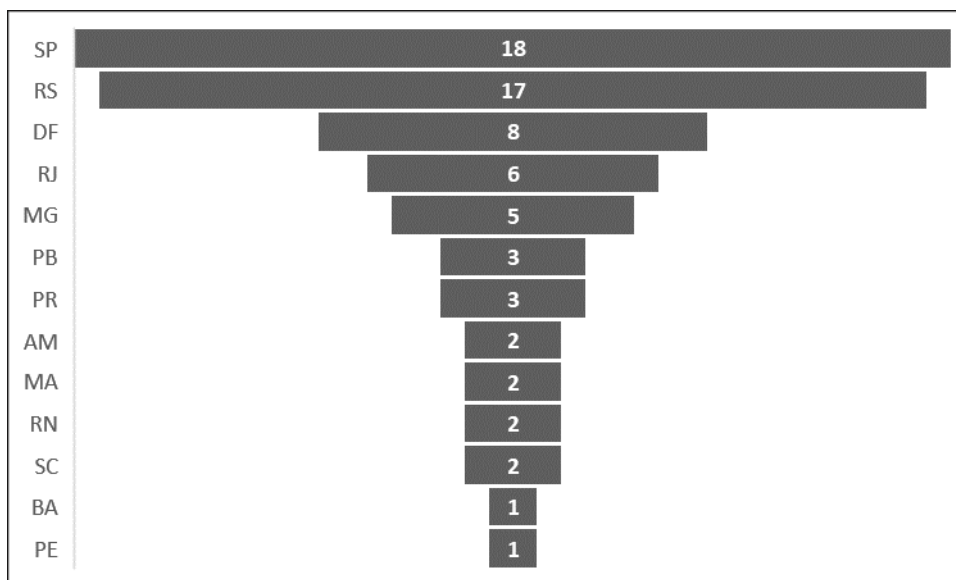


Gráfico 5: Dispersão da produção relativa a região

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Apesar do início das prestações do serviço ter iniciado no Rio de Janeiro, o Estado que mais produziu estudos sobre o tema foi São Paulo (18). Em segundo lugar, o Rio Grande do Sul com números bem próximos (17). O Rio de Janeiro, cidade berço do aplicativo no Brasil, se encontra em 4º lugar (6), perdendo inclusive para o Distrito Federal (8). Os outros estados estão com quantidades muito próximas entre 1 e 5.

Foram contabilizadas produções de 34 universidades e, dessas, 18 são universidades públicas, entre federais e estaduais. Dos primeiros colocados em produção, SP tem a maior quantidade com 8 faculdades, 3 são universidades públicas. Enquanto o segundo lugar, o RS conta com 4 universidades públicas, sendo 7 no total. RJ tem fonte de 3 universidades, 2 públicas (UFF E UERJ) e 1 particular (FGV). No Distrito Federal ocorre uma inversão, com 1 universidade pública contra 3 particulares.

Dentro das universidades, foi analisado também de qual ramo de ensino as produções vieram:

Gráfico 06 – Quantidade de resultados por curso/área de estudo

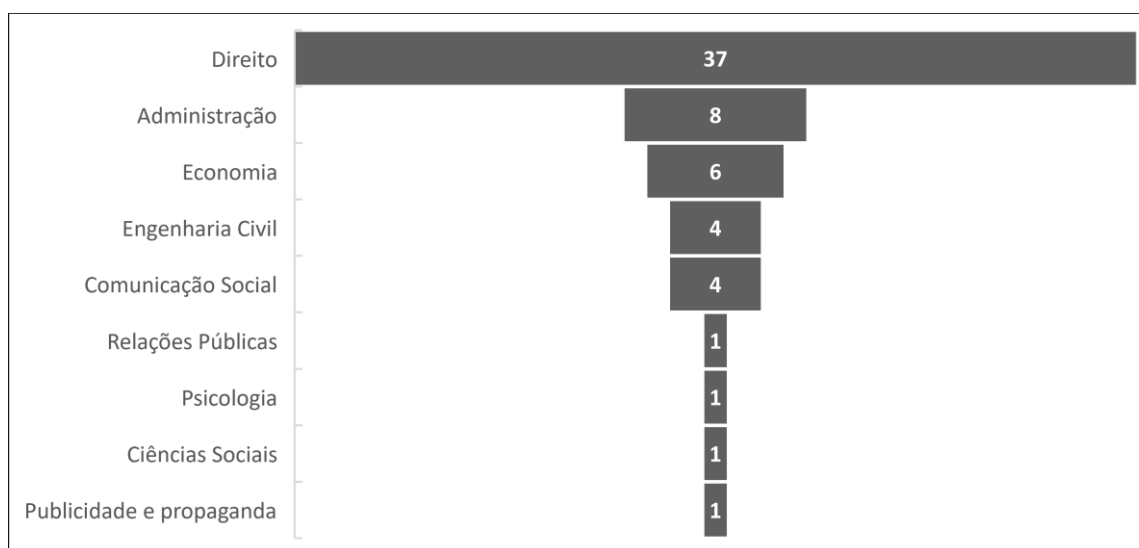


Gráfico 6: Dispersão da produção relativa a área de estudo

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O Direito foi a área do conhecimento que mais produziu dentro do período estudado, com 59% das produções contabilizadas. A Administração obteve um número 4 vezes menor do que o Direito. A área com quantidade próxima a Administração é a Economia com 6 resultados. E por último outras áreas como Engenharia Civil, Comunicação Social, entre outros com resultados nivelados.

Este resultado é sustentado devido à falta de legislação acerca do aplicativo. Favera e Olmos (2016) acreditam que o principal motivo que justifique a alta produção do Direito sobre a UBER, está vinculado ao fato da empresa ter enfrentado problemas na manutenção do aplicativo, devido a falta de regulamentação ou norma que o regularize. As produções encontradas foram divididas de acordo com o seu tema central e essas categorias foram listadas no quadro a seguir:

Tabela 02 – Quantidade de produção por assunto

Tema	Resultados
Comportamento do consumidor	6
Dinâmica de mercado	13
Modelo de negócios	9
Regulação	35

Tabela 2: Quantidade de produção por categorias

Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Como podemos ver 35 resultados tratam da regulação do aplicativo. Além da preocupação com a legislação, perante a operação da empresa como sistema de transporte, outros tópicos regulatórios foram abordados como: direito do consumidor, do trabalho e tributário. Em relação aos temas desenvolvidos pela Administração, como comportamento do consumidor, dinâmica do mercado e modelo de negócios. Os resultados foram categorizados dentro de uma linha de estudo em que poderiam ser agrupadas.

Das quatro categorias criadas, a Administração aparece em 3, distribuídas da seguinte maneira: 2 de dinâmica do mercado, 4 de modelo de negócios e 2 de comportamento do consumidor, totalizando 8 resultados. Do número total de resultados, 50% são artigos, 25% dissertações e 25% monografias.

Já na categoria de dinâmica de mercado, tem como subtema os estudos que trataram as mudanças no mercado após a inserção da UBER no mercado. Também os aspectos do sistema de transporte, analisando os impactos dentro do mercado de taxista, que até então viviam em monopólio. Foram incluídos nessa categoria todas as produções que trataram o assunto de mobilidade urbana e intervenções do mercado na economia. Os principais cursos da categoria foram: Administração e Economia, com o maior número de produções perante ao tema.

Desde da sua chegada no Brasil, o aplicativo enfrenta problema de rejeições dos taxistas, que até então, eram únicos nesse sistema de transporte (FOLHA DE S. PAULO, 2015). Apesar da própria empresa constatar em sua página na internet que não se trata de um aplicativo de táxi e nem uma empresa de transporte (PROCHNO, 2018).

A alegação por parte dos taxistas é que a prática do aplicativo torna o mercado desleal a partir do ponto que não possui licenças da prefeitura para funcionar (NISHIMOTO JUNIOR, 2016). Apesar de inúmeros problemas que a empresa já enfrentou, segundo a UBER, mais de 20 cidades já entenderam os impactos positivos dos serviços e demonstraram esforços para regulamentar o serviço (UBER, 2018).

Por meio da economia compartilhada, a UBER, surgiu como um exemplo bem-sucedido, devido a boa qualidade, preço moderado e segurança (MENDES E CERROY, 2015). Os jovens, os principais protagonistas desse novo cenário (BOX 1824, 2015), estão liderando o comportamento compartilhado, alugando emprestando e compartilhando cada vez mais bens ao invés de compra-los (MAURER, 2015). Por meio da utilização dos meios de transporte compartilhados, como a plataforma UBER, além da redução de custos, existe uma maior responsabilidade socioambiental (MENDES E CERROY, 2015). Mesmo que o novo modelo econômico

tenha alterado a dinâmica do mercado, existem uma perspectiva positiva e tendenciosa em relação a adoção do padrão de consumo pela sociedade (CNDL,2017).

Em relação ao grupo que teve como foco estudar o modelo de negócios da empresa na Administração, buscou entender como o modelo de negócios interage entre os “empregados” “os motoristas parceiros”, o estilo de serviço e sua inovação. Os cursos que mais contribuíram para essa temática foram a Administração e a Economia. Para um modelo de negócio ser considerado o disruptivo ele deve ser comparado ao modelo tradicional favorecido aos avanços tecnológicos (TEODORO, DA SILVA e ANTONIETA, 2017).

A empresa procurou inovar o jeito que a sociedade se locomovia pelas cidades, trazendo um serviço tecnológico de transporte particular (PROCHNO,2018). Além de ser considerado uma prática sustentável (MENDES E CERROY,2015), a empresa obteve vantagem competitiva dentro de um modelo de negócios que não existe (TEODORO, DA SILVA e ANTONIETA, 2017). Entender a modelagem do negócio, a interação entre aplicativo, empresa e motoristas parceiros é entender como o mercado com os olhos da UBER, qual sua dinâmica e como isso afeta o mercado. Para entender se o modelo de negócios como sustentável é necessário entender suas principais relações, como a percepção dos serviços e relação de trabalho dos motoristas parceiros (SILVA,2018).

Os novos serviços da sociedade de informação, tem preocupações acadêmicas, jurídicas, econômicas e sociais, com destaque para o UBER que ganhou prestígio e popularidade nas maiores cidades do mundo (MARTINS, NASCIMENTO e MACHADO, 2017).

As principais abordagens na categoria de comportamento do consumidor foram discutidas em busca de entender como o consumo colaborativo é encontrado nos dias de hoje, como forma ou experiência de consumo. Alguns resultados também debruçaram sobre a percepção de qualidade percebida pelos clientes sobre o serviço da UBER. Nessa categoria também se encontram os cursos de Publicidade e Propaganda, Comunicação social e Engenharia, além da Administração. Para a sobrevivência e o posicionamento de uma empresa no seu segmento é indispensável entender quais são os atributos que determinam o seu consumo (DE CASTRO, ARMELIN e MACIEL, 2017).

Graças ao desenvolvimento em rede, hoje as pessoas podem interagir de maneira a promover esse tipo de consumo (SHIKY, 2012). Por meio dessas interações, as pessoas podem se beneficiarem com o acesso a produtos e serviços, economizando dinheiro e tempo (BOSTMAN E ROGERS, 2011). Analisar os consumidores é o ponto chave para entender qual é o diferencial da UBER perante ao mercado, no sentido inovador, que levou aos consumidores a preferirem utilizar esse tipo de serviço em troca do tradicional. De acordo com Bostman e Rogers (2011)

as principais motivações que asseguram o sucesso do modelo são: economia de custos, reunião de pessoas, conveniência e atitude positiva a responsabilidade socio ambiental.

O mercado de transporte até a chegada do UBER predominou o monopólio dos taxistas, que durante muitos anos nunca cogitou a existência de uma concorrência. A falta de concorrência levou os consumidores a questionar a qualidade do serviço (SORANZO CANCIAN, 2016). A confiança no serviço nos mercados colaborativos é algo essencial para que o consumo aconteça. A confiança sustenta o modelo econômico, facilitando as práticas e as interações (BOSTMAN E ROGERS, 2011) e por meio delas, com os mecanismos de reputação, é aberto oportunidades no mercado tradicional para as empresas inovadores (ROSA,2017).

As novas formas de consumo, exigem como consequência uma mudança de comportamento, nova mentalidade e postura capaz de criticar modelos atuais afim da criação de novos. Não é sobre substituir o velho modelo de consumo e sim a adaptação perante uma alternativa que se tornou viável, de consumir bens e serviços, sem a necessidade de posse (MAURER, 2015).



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A necessidade de economizar dinheiro por parte dos brasileiros somada com a consciência sustentável mundial levou os consumidores a questionarem antigos padrões e como consequência a alteração das práticas de consumo. Se não fosse pela adaptação da sociedade as novas tecnologias, e ao novo estilo colaborativo de consumir, empresas disruptivas como a UBER não teriam o crescimento exponencial que presenciamos. O referencial teórico se preocupou em levantar e analisar o cenário e os fatores que fizeram com que a UBER conseguisse abertura no mercado, e hoje transportasse pessoas de maneira considerada inovadora por muitos autores do tema. A economia compartilhada ainda aparece em outras formas de consumo em território brasileiro, e por ser usuária assídua do tipo de serviço, desenvolvi maior interesse pelo tema. Espero contribuir para as organizações, academia e sociedade por meio de indicadores diante da tendência mundial.

Os principais objetivos com a aplicação da metodologia, o estudo bibliométrico, foram alcançados. Foi possível identificar quais foram os principais usuários da disciplina nos quatro anos de funcionamento do aplicativo. Com o crescente número de produções, por diferentes áreas de conhecimento, é possível identificar uma tendência sobre o tema. O pico da produção aconteceu em 2017, resultado esperado visto que 2016 foi um ano importante para a empresa, devido ao início dos esforços de grandes cidades a fim de regularizar sua operação.

Ao realizar as análises utilizando como universo de pesquisa as plataformas e repositórios institucionais de importantes universidades do país, foi possível confirmar a suposição inicial de pesquisa. Mesmo com a importância do tema enaltecida por muitos autores, foram encontrados poucos estudos que falavam especialmente sobre o objeto de estudo. Tendo em vista os prazos para as conclusões de titularidades como mestrado e doutorado, 2 e 4 anos respectivamente, pode apresentar uma dificuldade de produção do tema por autores dessas titulações, que já iniciam com a tese em mãos. Com as análises foi concluído que o artigo é tipo de produção mais encontrado, elaborados por autores do Direito, provenientes da graduação. A probabilidade da graduação como principal fonte, e os artigos como principal tipo, era alta, diferente dos outros níveis de estudo, na graduação, o formando pode escolher o seu tema no prazo máximo de seis meses da finalização do curso. Já a produção por artigos, com um menor número de páginas comparada aos outros tipos de produções, tem como destino congressos, jornais, revistas e etc, que podem ter como temática vertentes do assunto UBER. Devido a um dos principais problemas enfrentados mundialmente pela da empresa, sua regulamentação, era es-

perado a devoção do Direito perante ao tema. O sistema de transporte individuais eram monopolizados pelos taxistas em muitos países, e ao se inserir nessa modalidade a UBER enfrentou resistências e barreiras. A Administração é a segunda área que mais tratou sobre o assunto, com foco em 3 categorias: modelo de negócios, comportamento do consumidor e dinâmica do mercado.

O padrão econômico compartilhado impulsionado por práticas que por meio dela, facilitem o consumo colaborativo, veio como forma de satisfazer os consumidores mais exigentes em relação a reputação e questões socioambientais, com opções diferentes maneira de consumir e ainda poupar dinheiro. As organizações tanto quanto a sociedade, precisam estar preparadas para esse novo modelo. Para retribuir tais reflexões para a sociedade e instituições interessadas, sugere-se estudos futuros que busquem compreender em específico as particularidades, obstáculos e sucesso tanto do objeto de estudo em questão, quanto onde ele está inserido como o consumo colaborativo e a economia compartilhada.

De acordo com as categorias listadas nas análises, a contribuição do administrador perante a esse tema pode acontecer da mesma maneira. Ao estudar o modelo de negócios da UBER, seja em como os avanços tecnológicos proporcionaram a operação de uma empresa acontecesse por meio de um aplicativo, ou até o sistema de lucratividade e empregabilidade, onde não há carteira assinada e o trabalho é feito sob demanda. Por meio da óptica do comportamento do consumidor é importante entender as motivações sociais e econômicas que levam o brasileiro a adotar esse tipo de consumo. Ao analisar a estrutura da economia compartilhada e como a mesma mudou nossa forma de consumir e interagir. Quais são os impactos no planejamento financeiro dos brasileiros que decidiram adotar as práticas com esse intuito. Ao compreender as aspectos e impactos pela mudança no mercado, é possível entender as dinâmicas de competição e o sistema de transportes. A importância de estudar o tema está no novo desafio das instituições, que hoje não precisam somente produzir bens e serviços para movimentar a economia, e sim acompanhar o novo racional e práticas da sociedade que elas estão inseridas.

## 6. REFERÊNCIAS

- ALGAR, Ray. **Collaborative consumption**. Leisure Report, v. 4, p. 72-83, 2007. Disponível em: <<https://goo.gl/W4e4sQ>>. Acesso em 18 de abril de 2018.
- ALVARADO, Rubén Urbizagástegui. **A bibliometria no Brasil**. Ciência da Informação, v. 13, n. 2, 1984. Disponível em:<<http://revista.ibict.br/index.php/ciinf/article/view/200>> Acesso em 29 de maio de 2018.
- ARAÚJO, Carlos Alberto. **Bibliometria: evolução histórica e questões atuais**. Em questão, v. 12, n. 1, 2006. Disponível em:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465645954002>> Acesso em 27 de maio de 2018.
- BELK, Russel. **Why not share rather than own?** The annuals of the American Academy of Political and Social Science, v611, n.1, p.126-140,2007. Disponível em:<<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0002716206298483>>. Acesso em 9 de abril de 2018.
- BELK, Russell. **You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online**. Journal Of Business Research, [s.l.], v. 67, n. 8, p.1595-1600, ago. 2014. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2013.10.001>. Disponível em:<<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296313003366>> Acesso em 11 de abril de 2018.
- BOTSMAN, Rachel; ROGERS, Roo. **O que é meu é seu: como o consumo colaborativo vai mudar o nosso mundo**. Bookman Editora, 2011.
- BOX 1824. **Projeto Sonho Brasileiro**. 2011. Disponível em: <<http://www.box1824.com.br/>> Acesso em 20 de abril de 2018.
- BOX 1824. **The rise of lowsumerism**. 2015. Disponível em:<<http://www.box1824.com.br/>> Acesso em 20 de abril de 2018.
- CAMPOS, João Geraldo Cardoso; TEIXEIRA, Clarissa Stefani; SCHMITZ, Ademar. **Coworking Spaces: Conceitos, Tipologias e Características**. In: V Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação CIKI, Joinville. ANAIS. 2015. Disponível em:<[https://www.researchgate.net/profile/Joao\\_Geraldo\\_Campos/publication/282701860\\_Coworking\\_Spaces\\_Concepts\\_Types\\_and\\_Features/links/562f830608aeb2ca696223b7.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Joao_Geraldo_Campos/publication/282701860_Coworking_Spaces_Concepts_Types_and_Features/links/562f830608aeb2ca696223b7.pdf)>. Acesso em 02 de junho de 2018.
- CAPES. **História e Missão**. 2008. Disponível em:< [www.capes.gov.br/historia-e-missao](http://www.capes.gov.br/historia-e-missao)> Acesso em 26 de maio de 2018.
- CARDOSO, Ana Maria Pereira. **Pós-Modernidade e informação: conceitos complementares? Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v.1,n.1, p.63-79, jan.jul.1996. Disponível em:<[http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/\\_repositorio/2015/12/pdf\\_9e16163fee\\_0000017001.pdf](http://basessibi.c3sl.ufpr.br/brapci/_repositorio/2015/12/pdf_9e16163fee_0000017001.pdf)>. Acesso em 22 de maio de 2018.
- CDNL. **Consumo colaborativo: 40% dos brasileiros já trocaram hotel por residência de terceiros**. 2017. Disponível em: <<http://www.cndl.org.br/noticia/consumo-colaborativo-40-dos-brasileiros-ja-trocaram-hotel-por-residencia-de-terceiros/>> Acesso em 02 de maio de 2018.

COHEN, Boyd; KIETZMANN, Jan. **Ride on! Mobility business models for the sharing economy.** *Organization & Environment*, v. 27, n. 3, p. 279-296, 2014. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1086026614546199>>. Acesso em 10 de abril de 2018.

COSTA, Crislaine. **Uber chega à marca de 1 bilhão de viagens no Brasil.** 2018. Disponível em <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/uber-chega-marca-de-1-bilhao-de-viagens-no-brasil/>> Acesso em 26 de junho de 2018.

COSTA, Ramon Bezerra. **Entre resistências e dádivas:** reflexões sobre o consumo colaborativo. *Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão–UFMA*, Ano XIX, n. 14, p. 237-252, 2014. Disponível em:<[http://www.cambi-assu.ufma.br/cambi\\_2014.1/resistencia.pdf](http://www.cambi-assu.ufma.br/cambi_2014.1/resistencia.pdf)>. Acesso em 10 de Abri de 2018.

DA SILVEIRA, Lisilene Mello; PETRINI, Maira; DOS SANTOS, Ana Clarissa Matte Zardo. **Economia compartilhada e consumo colaborativo:** o que estamos pesquisando?. *REGE-Revista de Gestão*, v. 23, n. 4, p. 298-305, 2016. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1809227616306063>> Acesso em 9 de abril de 2018.

DANTAS, Diogo Teixeira. **Design thinking e modelo de negócios em serviços multicanal:** o caso da UBER no Rio de Janeiro. 2016. Tese de Doutorado. Disponível em:<<https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/21640>>. Acesso em 26 de maio de 2018.

DATAFOLHA. **Pesquisa aponta que 78% defendem regulamentação do Uber no Brasil.** 2016. Disponível em:< <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2016/02/1739747-78-aprovam-regulamentacao-do-uber-segundo-pesquisa.shtml>>. Acesso em 18 de maio de 2018.

DE BARROS, Ana Cirne Paes. **Uber: o consumo colaborativo e as lógicas do mercado.** 2015. Disponível em:<[http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT5/24\\_GT5\\_BARROS.pdf](http://anais-comunicon2015.espm.br/GTs/GT5/24_GT5_BARROS.pdf)> Acesso em 8 de abril de 2018.

DE CASTRO, Célio; ARMELIN, Danylo; MACIEL, Lucas. **Atributos determinantes em serviços de consumo colaborativo de transporte: o sistema Uber.** 2017. Disponível em<[http://www.convibra.com.br/upload/paper/2017/37/2017\\_37\\_14610.pdf](http://www.convibra.com.br/upload/paper/2017/37/2017_37_14610.pdf)>. Acesso em 2 de julho de 2018.

DUBOIS, Emilie A.; SCHOR, Juliet B.; CARFAGNA, Lindsey B. **Connected consumption:** a sharing economy takes hold. *Rotman Management*, p. 50-55, 2014. Disponível em:<<https://bit.ly/2IXO7pv>>. Acesso em 20 de maio de 2018.

ERNEST & YOUNG. **The rise of the sharing economy:** The Indian landscape. 2015. Disponível em:<[https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-the-sharing-economy/\\$FILE/ey-the-rise-of-the-sharing-economy.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-the-rise-of-the-sharing-economy/$FILE/ey-the-rise-of-the-sharing-economy.pdf)>. Acesso em 22 de abril de 2018.

FAVERA, Rafaela Bolson Dalla; OLMOS, Olívia Martins de Quadros. **A polêmica em torno do aplicativo UBER no Brasil:** Argumentos de direito contra e a favor da sua manutenção. VI Seminário Nacional Demandas Sociais e Políticas Públicas na sociedade contemporânea. Santa Catarina, 2016. ANAIS. Disponível em:<<http://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/snpp/article/view/14260>>. Acesso em 30 de junho de 2018.

FERREIRA, Alais Souza; FREIRE, Robson; PAVEI, Giovana Cristina. **Uma Uber experiência?** Elementos de valores e motivadores. 2017. emocionais. Disponível em < <https://singep.org.br/6singep/resultado/641.pdf>> Acesso em 26 de maio 2018.

"FOLHA DE S. PAULO. **Conflito entre Uber e táxis em SP leva a prefeitura a estudar a regulação do app.** 2015. Disponível < [www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/05/1629339-conflito-entre-uber-e-taxis-em-sp-leva-prefeitura-a-estudar-regulacao-do-app.shtml](http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/05/1629339-conflito-entre-uber-e-taxis-em-sp-leva-prefeitura-a-estudar-regulacao-do-app.shtml)>. Acesso em 2 de julho de 2018.

GANSKY, Lisa. **The mesh:** Why the future of business is sharing. Penguin, 2010. Disponível em:<<https://bit.ly/2NdxOYf>>. Acesso em 5 de abril de 2018.

GLOBAL WEB INDEX. **Fast-growth nations clock up the most hours for mobile web usage.** 2015. Disponível em:< <https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/fast-growth-nations-clock-up-the-most-hours-for-mobile-web-usage/>>. Acesso em 22 de abril de 2018.

GUEDES, Vânia LS; BORSCHIVER, Suzana. **Bibliometria:** uma ferramenta estatística para a gestão da informação e do conhecimento, em sistemas de informação, de comunicação e de avaliação científica e tecnológica. CIFORM–Encontro Nacional de Ciência da Informação, v. 6, 2005. Disponível em: <[www.ciform.ufba.br/vi\\_anais/docs/VaniaLSGuedes.pdf](http://www.ciform.ufba.br/vi_anais/docs/VaniaLSGuedes.pdf)>. Acesso em 19 de maio de 2018.

HOURNEAUX JUNIOR, Flávio. **Relações entre as partes interessadas (stakeholders) e os sistemas de mensuração do desempenho organizacional.** 2010. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em:<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-28072010-151731/en.php>>. Acesso em: 22 de junho de 2018.

JORGE, Mariana Sebalhos; BRASIL, Mayara Biondo; FERREIRA, V. H. **A sociedade em rede e a perspectiva do consumo colaborativo na contemporaneidade.** In: 2º Congresso Internacional de Direito e contemporaneidade. 2013. p. 809-821. Disponível em: <<http://coral.ufsm.br/congressodireito/anais/2013/6-5.pdf>>. Acesso em 25 de maio 2018.

MAIA, Maria José da Fonseca. **A unicidade da lei de Bradford.** 1980. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Curso de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em:<<http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/8049>>. Acesso em 21 de maio de 2018.

MARTINS, Marcelo Guerra; NASCIMENTO, Marcelo Tadeu; MACHADO, Ronny Max. **Os novos serviços na sociedade da informação: o caso do Uber na cidade de São Paulo.** Scientia Iuris, v. 21, n. 2, p. 154-181, 2017. Disponível em:<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/iuris/article/view/27625>>. Acesso em 2 de julho de 2018.

MAURER, Angela et al. Yes, we also can! **O desenvolvimento de iniciativas de consumo colaborativo no Brasil.** Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS, v. 12, n. 1, 2015. Disponível em: < <http://www.redalyc.org/html/3372/337238452007/>>. Acesso em 24 de maio 2018.

MELO, Caroline. **Uber: a história da start up mais valiosa do mundo**. 2015. Disponível em: <<http://goo.gl/sxDxhK>> Acesso em 26 de maio 2018.

MENDES, Francisco Schertel; CEROY, Frederico Meinberg. **Economia compartilhada e a Política Nacional de Mobilidade Urbana: uma proposta de marco legal**. 2015. Disponível em:<<http://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/516690/TD185-Francisco%20Schertel%20Mendes%20e%20Frederico%20Meinberg%20Ceroy.pdf?sequence=1>>. Acesso em 10 de abril de 2018.

MONT, Oksana. **Institutionalisation of sustainable consumption patterns based on shared use**. *Ecological economics*, v. 50, n. 1-2, p. 135-153, 2004. Disponível em:<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0921800904001697>>. Acesso em 8 de abril de 2018.

MONTEIRO, Silvana Drumond. **O ciberespaço: o termo, a definição e o conceito**. *Datagramazero*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 3, p. A03-1001, 2009. Disponível em: <<http://www.brapci.inf.br/v/a/4482>>. Acesso em: 22 de junho de 2018.

MUGNAINI, Rogério, STREHL, Letícia. **Recuperação e impacto da produção científica na era Google: uma análise comparativa entre o Google Acadêmico e a Web of Science**. *Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação*. 2008. Disponível em :<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14709808>>. Acesso em 25 de maio de 2018.

NISHIMOTO JUNIOR, Noboro. **Uber e a ira dos taxistas, como explicar os protestos contra o aplicativo**. 2016. Disponível em:<<http://dspace.insper.edu.br/xmlui/handle/11224/1413>>. Acesso em 2 de julho de 2018.

O GLOBO. **Serviço de caronas remuneradas Uber inicia operações no Brasil**. 2014. Disponível em <<http://goo.gl/aPcYDJ>> Acesso em 26 de maio 2018.  
OESP. Na crise, Uber vira opção ao desemprego. [S.I]. < <https://bit.ly/2bSQts8>>. Acesso em 28 de maio 2018.

OZANNE, Lucie K.; BALLANTINE, Paul W. **Sharing as a form of anti-consumption? An examination of toy library users**. *Journal of Consumer Behaviour*, v. 9, n. 6, p. 485-498, 2010. Disponível em:<<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/cb.334>>. Acesso em 16 de abril de 2018.

PANTHEON. **Repositório Institucional da UFRJ**. 2016. Disponível em: <<http://www.sibi.ufrj.br/index.php/inicio/94-repositorio-institucional-da-ufrj-aguarda-sua-colaboracao>>. Acesso em 7 de junho de 2018.

PINHEIRO, Lena Vânia Ribeiro. **Lei de Brandford: uma reformulação conceitual**. *Ciência da informação*, v. 12, n. 2, 1983. Disponível em <<http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/185>> Acesso em 26 de maio de 2018.

PRITCHARD, A. **Statistical bibliography or bibliometrics**. *Journal of Documentation*, v. 25, n. 4, p. 348-349, 1969. Disponível em:<[https://www.researchgate.net/publication/236031787\\_Statistical\\_Bibliography\\_or\\_Bibliometrics](https://www.researchgate.net/publication/236031787_Statistical_Bibliography_or_Bibliometrics)>. Acesso em 27 de maio de 2018.

PROCHNO, Pedro. **Datafolha: 95% dos brasileiros querem Uber.** 2016. Disponível em:<<https://ubr.to/2Jf7spF>>. Acesso em 28 de maio de 2018.

PROCHNO, Pedro. **Fatos e dados sobre a Uber.** 2018. Disponível em:<<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>>. Acesso em 24 de maio 2018.

QUEVEDO-SILVA, Filipe et al. **Estudo bibliométrico: orientações sobre sua aplicação.** Revista Brasileira de Marketing, v. 15, n. 2, p. 246-262, 2016. Disponível em:< <http://www.revistabrasileiramarketing.org/ojs-2.2.4/index.php/remark/article/view/3274>>. Acesso em 17 de maio de 2018.

RIFKIN, Jeremy. **Sociedade com o custo marginal zero: a internet das coisas, os bens comuns colaborativos e o eclipse do capitalismo.** São Paulo: M. Books, 2016.P 13-30.

ROSA, Prisciane Raupp da. **Uber: de onde viemos, onde estamos e para onde vamos?.** 2017. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10183/168659>> Acesso em 26 de maio 2018.

SCHOR, Juliet B.; FITZMAURICE, Connor J. **Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy.** Handbook Of Research On Sustainable Consumption, [s.l.], p.410-425, 2015. Edward Elgar Publishing. <http://dx.doi.org/10.4337/9781783471270.00039>.. Disponível em :<<https://www.elgaronline.com/view/9781783471263.00039.xml>>. Acesso em 14 de maio de 2018.

SCHOR, Juliet. **Debating the sharing economy.** Great Transition Initiative. 2014. Disponível em: <<http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>>. Acesso em 19 de maio 2018.

SCIELO. **Modelo Scielo.** 1998. Disponível em:<<http://www.scielo.org/php/level.php?component=56&item=1&lang=pt>>. Acesso em 26 de maio de 2018.

SERRANO, Paulo Henrique Souto maior; BALDANZA, Renata Francisco. **Tecnologias disruptivas: o caso do Uber.** Revista Pensamento Contemporâneo em Administração, v. 11, n. 5, p. 37-48, 2017. Disponível em:<<https://search.proquest.com/openview/e2fcacb6e611bcd76179f39234e5a9da/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2032639>>. Acesso em 29 de maio de 2018.

SHIRKY, Clay. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

SIBI. Universidade de São Paulo. **Quem somos.** 2016. Disponível em:<<http://www.sibi.usp.br/sobre/quem-somos/>>. Acesso em 7 de junho de 2018.

SILVA, William Bezerra da. **Nível de satisfação dos motoristas da Uber com a empresa: um estudo na cidade de São Luís-MA.** 2018. Disponível em:<<https://rosa-rio.ufma.br/jspui/handle/123456789/1967>>. Acesso em 2 de julho de 2018.

SORANZO CANCIAN, Marco Rogério. **Análise da percepção dos usuários quanto ao serviço da empresa Uber**. 2016. 79 f., il. Monografia (Bacharelado em Administração). Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <<http://bdm.unb.br/handle/10483/14215>>. Acesso em 2 de julho de 2018.

SOUSA, Antônio Fabiano Araújo. **UBER: uma nova experiência de consumo**. 2016. Disponível em <<http://hdl.handle.net/235/7638>> Acesso em 26 de maio 2018.

STATISTA. **Number of sharing economy users in the United States from 2016 to 2021 (in millions)**. 2018. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/289856/number-sharing-economy-users-us/>. Acesso em 03 de maio de 2018.

SUBRAMANYAM, Krishnappa. **Bibliometric studies of research collaboration: A review**. Information Scientist, v. 6, n. 1, p. 33-38, 1983. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/016555158300600105>>. Acesso em 05 de junho de 2018.

TABORDA, Ana. **O que é uma start up?**. 2006. Disponível em: <[http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o\\_que\\_e\\_uma\\_start\\_up.pdf](http://www.gesentrepreneur.com/pdf/o_que_e_uma_start_up.pdf)> Acesso em 22 de junho de 2018.

TEODORO, Maria Cecília Máximo; DA SILVA, Thais Claudia D.'Afonseca; ANTONIETA, Maria. **Disrupção, economia compartilhada e o fenômeno Uber**. Revista da Faculdade Mineira de Direito, v. 20, n. 39, p. 1-30, 2017. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/Direito/article/view/14661>>. Acesso em 26 de maio de 2018.

UBER. **Como o transporte individual privado por aplicativos tem sido regulamentado no Brasil**. 2018. Disponível em: <<https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/transporte-individual-privado-aplicativos-regulamentado-brasil/>>. Acesso em 2 de julho de 2018.

UFF. Universidade Federal Fluminense. **Repositório Institucional da UFF facilita acesso a pesquisas**. 2017. Disponível em: <<http://www.bibliotecas.uff.br/content/246>>. Acesso em 7 de junho de 2018.

USP. Universidade de São Paulo Teses e Dissertações. **Íncio**. 2018. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/>>. Acesso em 7 de junho de 2018.

VANTI, Nadia Aurora Peres. **Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento**. Ciência da informação, v. 31, n. 2, p. 152-162, 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v31n2/12918.pdf>>. Acesso em 29 de maio de 2018.

VILLANOVA, Ana Luisa Ilha. **Modelos de negócio na economia compartilhada: uma investigação multi-caso**. 2015. Tese de Doutorado. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/handle/10438/15184>> Acesso em: 24 de junho de 2018.

WALSH, Bryan. **Today's Smart Choice: Don't Own. Share**. Time. 2011. Disponível em: <[http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521\\_2059717\\_2059710,00.html](http://content.time.com/time/specials/packages/article/0,28804,2059521_2059717_2059710,00.html)> Acesso em 17 de maio de 2018.