

# **Economia colaborativa: enquadramento económico**

<https://doi.org/10.21814/uminho.ed.100.1>

**Isabel Correia\***  
**Paula Veiga\***

---

\* Professoras Auxiliares na Escola de Economia e Gestão da Universidade do Minho/Investigadoras do JusGov (E-Tec).



“[I]n capitalist reality as distinguished from its textbook picture, it is not that kind of competition that counts but the competition from the new commodity, the new technology, the new source of supply, the new type of organization [...] – competition which commands a decisive cost or quality advantage and which strikes not at the margins of the profits and the outputs of the existing firms but at their foundations and their very lives.”

Schumpeter, J. A., *Capitalism, Socialism and Democracy*, London: Allen and Unwin, 1943, p. 84 (originally published in the USA in 1942; reprinted by Routledge, London in 1994).

**Resumo:** O desenvolvimento da economia colaborativa corresponde ao que os economistas chamam de “inovação disruptiva”, pelo potencial de alterar os padrões de produção, consumo e distribuição, as relações sociais e de contribuir para a sustentabilidade ambiental. Apesar disso, ainda falta uma abordagem econômica consolidada a este fenômeno. Neste estudo, centramos a análise nas principais características econômicas dos mercados “peer to peer” da economia colaborativa e nos desafios que lançam à regulação. Quando exploram capacidade ociosa, os mercados “peer to peer” criam uma externalidade positiva, adicionando vantagens da troca às atribuídas aos mercados tradicionais. Adicionalmente, as plataformas reduzem os custos de transação, facilitando as trocas e aumentando o bem-estar. Mas existem riscos, incluindo os da criação de monopólios e de ameaças à concorrência “justa” entre empresas e aos direitos dos trabalhadores. As promessas de sustentabilidade estão também ainda longe de serem cumpridas. Os desafios regulatórios são vastos e difíceis de resolver no enquadramento regulamentar atual.

**Palavras-chave:** Economia colaborativa, mercados P2P – custos de transação – concorrência.

**Sumário:** I. Introdução. II. Características da economia colaborativa. 1. Atividades facilitadas por plataformas bilaterais. 2. Aproveitamento da capacidade ociosa. 3. Acesso, em vez da propriedade. III. Mercado e concorrência. 1. Economia de plataforma. 2. Comportamento da plataforma: principais aspectos do desenho dos mercados. 2.1. Correspondência entre compradores

e vendedores (*Matching*). 2.2. Confiança e mecanismos de reputação. 2.3. Estratégias de preço. **IV.** Impacto redistributivo. **V.** Canibalização do mercado. **VI.** Impacto ambiental. **VII.** Regulação versus autorregulação. **VIII.** Conclusões. **IX.** Referências.

**Abstract:** The development of the collaborative economy corresponds to what economists call “disruptive innovation”, due to the potential to change production, consumption and distribution patterns, social relations and to contribute to environmental sustainability. Despite this, there is still a lack of a consolidated economic approach to this phenomenon. In this work, we focus the analysis on the main economic characteristics of the “peer to peer” markets and the challenges they pose to regulation. When exploring idle capacity, the “peer to peer” markets create a positive externality, adding advantages of exchange to those attributed to traditional markets. Additionally, platforms reduce transaction costs, facilitating exchanges and increasing wellbeing. But there are risks, including those of creating monopolies and threats to “fair” competition between companies and workers’ rights. The promises of sustainability are also far from being fulfilled. The regulatory challenges are vast and difficult to resolve in the current regulatory framework.

**Keywords:** Collaborative economy, P2P markets – transaction costs – competition.

**Summary:** **I.** Introduction. **II.** Characteristics of the collaborative economy. 1. Activities facilitated by bilateral platforms. 2. Use of idle capacity. 3. Access, rather than ownership. **III.** Market and competition. 1. Platform economy. 2. Behavior of the platform: main aspects of market design. 2.1. Correspondence between buyers and sellers (*Matching*). 2.2. Trust and reputation mechanisms. 2.3. Pricing strategies. **IV.** Redistributive impact. **V.** Cannibalization of the market. **VI.** Environmental impact. **VII.** Regulation versus self-regulation. **VIII.** Conclusions. **IX.** References.

## I. Introdução

Nos últimos anos o crescimento da economia colaborativa/partilha tem vindo a atrair a atenção de académicos, decisores políticos e da comunicação social pelo potencial de mudar os padrões de produção, de consumo e de distribuição. O conceito surgiu em 2008, durante a crise financeira<sup>1</sup>, e ganhou importância num contexto de múltiplas crises e mudanças<sup>2</sup> e de frustração com as dificuldades das vidas nas cidades<sup>3</sup>. O crescente desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação e a proliferação de telemóveis (*smartphones*) viabilizaram o crescimento de modelos de mercado inovadores baseados em plataformas digitais<sup>4</sup>, onde a oferta e a procura se reúnem com custos de transação muito baixos<sup>5</sup> e com mecanismos de reforço da confiança<sup>6</sup>. As crescentes preocupações com a sustentabilidade ambiental criaram as demais condições para o aparecimento e expansão deste tipo de negócios<sup>7</sup>. Para a maior parte das pessoas, os exemplos mais reconhecidos são a “Uber” e a “Airbnb”.

É notória a controvérsia entre os que destacam as virtudes da economia colaborativa, nomeadamente a criação de empregos, utilização/rentabilização de ativos com capacidade permanente ou temporariamente excessiva, sustentabilidade ambiental, e os que veem nestes modelos de negócios ameaças à concorrência “justa” entre empresas e aos direitos dos trabalhadores.

---

1 Schor, J. & Fitzmaurice, C., “Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy”, in L. A. Reisch, *Handbook of research on sustainable consumption*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2015, pp. 410-425, doi:10.4337/9781783471270.

2 Gruszka, K., “Framing the collaborative economy – Voices of contestation”, in *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 2017, pp. 92-104, doi:10.1016/j.eist.2016.09.002.

3 Davidson, M. & Infranca, J., “The Sharing Economy as an Urban Phenomenon”, in *Yale Law & Policy Review*, 34(2), 2016, 215-280, obtido de <https://ylpr.yale.edu/sharing-economy-urban-phenomenon>.

4 Rifkin, J., *The Zero Marginal Cost Society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*, New York, NY, USA: 1<sup>st</sup> ed., Palgrave Macmillan, 2014; Yaraghi, N. & Ravi, S., *The Current and Future State of the Sharing Economy*, India: Brookings India IMPACT Series No. 032017, 2017, obtido de [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy\\_032017final.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy_032017final.pdf).

5 Dredge, D. & Gyimoóthy, S., “Collaborative Economy and Tourism”, in Dredge, D. & Gyimoóthy, S., *Collaborative economy and tourism: Perspectives, politics, policies and prospects*, Berlin: Springer, 2017, pp. 1-12, doi:10.1007/978-3-319-51799-5\_1.

6 Segato, G., *The sharing economy*, Università degli Studi di Padova, 2016, obtido de [http://tesi.cab.unipd.it/51835/1/Segato\\_Gianluca.pdf](http://tesi.cab.unipd.it/51835/1/Segato_Gianluca.pdf).

7 Botsman, R., “The Sharing Economy Lacks A Shared Definition”, in *Fast Company [online]*, 2013, obtido de <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>.

Apesar da discussão pública e do crescente interesse enquanto área de investigação, não existe uma definição geralmente aceite<sup>8</sup>, nem uma terminologia consensual, para o crescente conjunto de modelos de negócios, plataformas e trocas que compreende<sup>9</sup>. Brighenti<sup>10</sup> afirma que, dada a sua natureza inovadora e dinâmica, o conceito não pode, em última instância, ser definido. Economia da partilha<sup>11</sup> é frequentemente usada como sinónimo de “economia colaborativa”<sup>12</sup>, embora essas designações sejam também usadas para identificar diferentes modelos<sup>13</sup>. Outros termos são propostos para acentuar diferentes características dos modelos<sup>14</sup> (ver tabelas 1 e 2, em anexo)<sup>15</sup>.

Em termos conceptuais, as discussões baseiam-se na amplitude dos conceitos e dos seus intervenientes. Owyang<sup>16</sup> e Stokes, Clarence, Anderson &

---

8 Allen, D. & Berg, C., *The Sharing Economy: How Over-Regulation Could Destroy an Economic Revolution*, Melbourne, Australia, Institute of Public Affairs, 2014; Botsman, R., *op. cit.*; Schor, J., *Debating the Sharing Economy*, 2016, obtido de Great Transition Initiative: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>; Rahim, N., Lapanjuuri, K., Day, F., Piggott, H., Hudson, R. & Lubian, K., *Research on the Sharing Economy*, HM Revenue and Customs: London, UK, 2017.

9 Möhlmann, M., “Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again”, in *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 2015, pp. 193-207, doi:10.1002/cb.1512; Helms, B., “La Economía Colaborativa y su capacidad para transformar el desarrollo en América Latina”, in *Economía colaborativa en América Latina*, IE Business School, 2016, obtido de <http://bit.ly/2vP76jH>.

10 Brighenti, B., *Opinion of the European Committee of the Regions. The Local and Regional Dimension of the Sharing Economy*, Brussels, Belgium: The European Committee of the Regions, 2016, obtido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015IR2698&rid=2>.

11 Lessig, L., *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, Bloomsbury Academic, 2008; Belk, R., “You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online”, in *Journal of Business Research*, 67(8), 2014, pp. 1595-1600; Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., “The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of AirBnB on the Hotel Industry”, in *Journal of Marketing Research*, 54(5), 2017, 687–705. doi: 10.1509/jmr.15.0204.

12 Botsman, R. & Rogers, R., *Whats mine is yours: The rise of collaborative consumption*, London: UK: Collins, 2010; Belk, R., *op. cit.*

13 Botsman, R., *op. cit.*; Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L. & Rinne, A., “Making sense of the UK collaborative economy”, in *NESTA*, 2014, obtido de <http://bit.ly/10s7CnR>.

14 Belk, R., *op. cit.*; Dredge, D. & Gyimoóthy, S., *op. cit.*

15 Para revisão sistemática dos conceitos, ver Görög, G., “Definitions of Sharing Economy: A Systematic Literature Review”, in *Management (18544223)*, 13(2), 2018, pp. 175-189, e Agarwal, N. & Steinmetz, R., “Sharing Economy: A Systematic Literature Review”, in *International Journal of Innovation and Technology Management*, 16(6), 2019, p. 17.

16 Owyang, J., *The Collaborative Economy is for Business to Business*, 22 de junho de 2014, obtido de *web-strategist*: <https://web-strategist.com/blog/2014/06/02/collaborative-economy-business-to-business-moves-in/>.

Rinne<sup>17</sup> consideram a economia colaborativa como uma extensão da economia da partilha, para incluir a participação de profissionais<sup>18</sup>.

A Comissão Europeia<sup>19</sup> definiu economia colaborativa como “modelos empresariais no âmbito dos quais as atividades são facilitadas por plataformas colaborativas que criam um mercado aberto para a utilização temporária de bens ou serviços, muitas vezes prestados por particulares. Por via da regra, as transações de economia colaborativa não implicam uma transferência de propriedade”. O documento elenca três categorias de intervenientes na economia colaborativa:

- (i) os prestadores de serviços que partilham os ativos, os recursos, a disponibilidade e/ou as competências – podem ser particulares que oferecem serviços numa base esporádica (“pares”) ou prestadores de serviços que atuam no exercício da sua atividade profissional (prestadores de serviços profissionais);
- (ii) os utilizadores desses serviços; e
- (iii) os intermediários que – através de plataformas *online* – ligam prestadores de serviços e utilizadores, facilitando as transações (“plataformas colaborativas”).

As plataformas “peer to peer” (pares) (P2P) que visam o lucro representam a grande parte dos modelos da economia colaborativa e o modelo de negócio mais disruptivo<sup>20</sup> e relevante do ponto de vista económico<sup>21</sup>. Por essa razão, vamos centrar-nos nas características económicas deste modelo. É um modelo descentralizado de trocas, no qual os pares coordenam a aquisição e distribuição de um recurso, mediante o pagamento de uma taxa à plataforma<sup>22</sup>. O enquadramento das P2P nos modelos de negócio da economia colaborativa é sintetizado por Codagnone & Martens<sup>23</sup>:

---

17 Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L. & Rinne, A., *op. cit.*

18 Para simplificar, vamos usar os termos “colaborativa” e “partilha” de forma intercambiável.

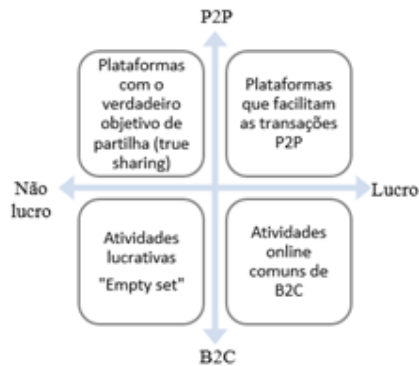
19 Comissão Europeia, *Uma agenda europeia para a economia colaborativa. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comité das regiões*, Bruxelas: Comissão Europeia, 2016, p. 36.

20 Demary, V., *Competition in the sharing economy*, Institut der deutschen Wirtschaft (IW)/German Economic Institute (IW policy paper No. 19/2015), 2015, obtido de [https://www.iwkoeln.de/fileadmin/publikationen/2015/235445/Sharing\\_Economy\\_Policy\\_Paper.pdf](https://www.iwkoeln.de/fileadmin/publikationen/2015/235445/Sharing_Economy_Policy_Paper.pdf).

21 Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., “Peer-to-Peer Markets”, in *Annual Review of Economics*, 8, 2016, pp. 615-635, doi: 10.1146/annurev-economics-080315-015334.

22 Botsman, R. & Rogers, R., *op. cit.*; Botsman, R., *Defining the Sharing Economy: What is Collaborative consumption and What isn't?*, 2015, obtido de <http://bit.ly/1FavhRY>.

23 Codagnone, C. & Martens, B., *Scoping the sharing economy: Origins, definitions, impact and regulatory issues*, Joint Research Centre (Seville site), Institute for Prospective Technological Studies Digital



Codagnone & Martens, o

A análise económica das plataformas P2P na economia colaborativa oferece um vasto conjunto de aspetos, que têm merecido o interesse crescente da literatura, nomeadamente os aspetos relacionados com a concorrência e a regulação. A variedade de plataformas P2P torna, no entanto, difícil fazer generalizações e também torna complexa a análise económica, assim como a regulação.

## II. Características da economia colaborativa

### 1. Atividades facilitadas por plataformas bilaterais online

As plataformas P2P são conceptualizadas como o “produto” que fornecedores e consumidores pagam, uns para conduzir o seu negócio enquanto microempreendedores, outros para adquirirem os serviços oferecidos. As plataformas agem como mediadores entre as partes e têm um papel central nas trocas realizadas<sup>24</sup>.

As plataformas da economia colaborativa romperam com mercados estabelecidos e organizações que se baseiam na integração de ativos, em sectores como transportes, alojamento, financeiro e serviços pessoais. O custo de realizar trocas através das plataformas tornou-se relativamente mais baixo

---

Economy Working Paper, 1, 2016; Brighenti, B., *op. cit.*

24 Newlands, G., Lutz, C. & Fieseler, C., “Navigating Peer-to-Peer Pricing in the Sharing Economy”, in *SSRN Electronic Journal*, 2018.



que o custo de coordenar as transações nos mercados tradicionais<sup>25</sup>, levando a um aumento das transações nas plataformas.

De particular importância para a redução dos custos de transação<sup>26</sup> é a possibilidade de as plataformas recolherem muitos dados e poderem, através de algoritmos, otimizar o uso de informações para combinar os dois lados do mercado, em contextos de elevado nível de heterogeneidade da oferta e das preferências dos consumidores<sup>27</sup>. Neste sentido, a economia colaborativa emergiu como um mecanismo para coordenar o conhecimento<sup>28</sup>.

A recolha de informação gera assimetrias de informação, em favor das plataformas, dando-lhes poder na relação com os dois lados do mercado<sup>29</sup>.

## 2. Aproveitamento da capacidade ociosa

Na base das plataformas colaborativas está a não rivalidade no consumo (ou semi-rivalidade) garantida pela ociosidade dos bens/ativos e a possibilidade de exclusão (via preço, por exemplo). Nessa medida, os bens partilhados podem ser considerados bens de clube, ou bens partilháveis<sup>30</sup>.

A ideia de que a não rivalidade no consumo pode gerar “ganhos de partilha”, similares aos ganhos das trocas, é antiga pois, historicamente, as pessoas partilham com a família, amigos e vizinhos uma grande variedade de itens, incluindo alojamentos, veículos e ferramentas<sup>31</sup>. A facilidade de os indivíduos formarem clubes, famílias ou outras instituições para a troca eficiente de bens partilháveis é, no entanto, limitada porque os custos de transação

---

25 Schmalensee, R. & Evans, D., “Industrial organization of markets with two-sided platforms”, in *Competition Policy International*, 3(1), 2007, pp. 151-179, obtido de SSRN: <https://ssrn.com/abstract=987341>.

26 Coase, R. H., “The nature of the firm”, in *Economica, New Series*, 4(16), 1937, pp. 386-405.

27 Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*; Codagnone, C. & Martens, B., *op. cit.*; Einav, L., Farronato, C., Levin, J. & Sundaresan, N., “Auctions versus posted prices in online markets”, in *Journal of Political Economy*, 126(1), 2018, pp. 178-215.

28 Allen, D. & Berg, C., *op. cit.*

29 Newlands, G., Lutz, C. & Fieseler, C., *op. cit.*

30 Benkler, Y., “Sharing Nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production”, in *Yale Law Journal*, 114, 2004, pp. 273-358.

31 Buchanan, J. M., “An Economic Theory of Clubs”, in *Economica*, 32(125), 1965, pp. 1-14, e Salcedo, A., Todd, S. & Tertilt, M., “Families as roommates: Changes in US household size from 1850 to 2000”, in *Quantitative Economics*, 3(1), 2012, pp. 133-175.

são elevados<sup>32/33</sup>. O que há de novo é o enorme impulso que a partilha registou, induzido pela diminuição dos custos de transação, associada ao desenvolvimento tecnológico.

Segundo o estudo de Nielsen<sup>34</sup>, 54% dos consumidores europeus estão dispostos a partilhar os seus próprios bens (o que compara com 60% a nível mundial), enquanto 44% estão dispostos a usar bens de outras pessoas. Equipamentos eletrónicos, bicicletas ou veículos, equipamentos desportivos e ferramentas são os bens que a maioria das pessoas está preparada para partilhar. Tal como em Bardhi & Eckhardt<sup>35</sup>, os resultados de Nielsen<sup>36</sup> sugerem que a apetência pela partilha é maior nos indivíduos jovens.

A economia colaborativa pode gerar um excedente (bem-estar) para ambos os lados da plataforma, dado que a troca se baseia em bens com capacidade ociosa<sup>37</sup>, gerando ganhos de produtividade<sup>38</sup>.

O potencial ganho económico associado ao uso da capacidade ociosa nos 28 países da União Europeia foi estimado em cerca de 572 mil milhões de euros anuais<sup>39</sup>.

### 3. Acesso, em vez da propriedade

Por efeito da utilização das plataformas da economia colaborativa, muitos bens, tradicionalmente classificados como bens de capital (sobretudo veí-

---

32 Görög, G., *op. cit.*

33 Benkler, Y., *op. cit.*

34 Nielsen, *Is sharing the new buying ? Reputation and trust are emerging as new currencies*, 2014, obtido de <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/global-share-community-report-may-2014.pdf>.

35 Bardhi, F. & Eckhardt, G., "Liquid consumption", in *Journal of Consumer Research*, 44(3), 2017, pp. 582-597, doi:10.1093/jcr/ucx050.

36 Nielsen, *op. cit.*

37 Filippas, A., Horton, J.J. & Golden, J.M., "Reputation Inflation", *Working paper*, 2020, obtido de <http://john-joseph-horton.com/papers/longrun.pdf>.

38 Brighenti, B., *op. cit.*

39 Goudin, P., *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy*, European Parliamentary Research Service, European Parliament, 2016, obtido de [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS\\_STU\(2016\)558777\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU(2016)558777_EN.pdf).

culos e casas), tornam-se bens de clube, excludentes, mas não rivais<sup>40</sup>. Esta mudança estabelece novas relações de troca. Na base, está uma economia orientada para os serviços, cujo foco da estratégia dos negócios é a descentralização da troca<sup>41</sup> e o acesso, em vez da propriedade<sup>42</sup>. A economia colaborativa representa assim a mudança de uma economia baseada no “direito de propriedade e exclusão” para uma economia baseada no “direito de acesso e de ser incluído”<sup>43</sup>. Esta mudança corresponde a uma profunda alteração do comportamento dos consumidores.

Muitos autores sugerem que esta mudança tem predominantemente motivações económicas, baseadas na valoração de aspetos como custos, conveniência e diversidade<sup>44</sup>. Os resultados de inquéritos aos Europeus<sup>45</sup> vão também nesse sentido. Os estudos realçam ainda aspetos sociais<sup>46</sup>, em particular as crescentes preocupações com a sustentabilidade ambiental<sup>47</sup>. A literatura sugere ainda que as motivações dos fornecedores diferem das dos consumidores. A ideologia de promover uma melhor comunidade e

---

40 Segato, G., *op. cit.*

41 Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., “The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change”, in *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law*, 8(2), 2015, pp. 529-540.

42 Botsman, R., *op. cit.*; Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L. & Rinne, A., *op. cit.*; Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A., “The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption?”, in *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2016, pp. 2047-2059, doi:10.1002/asi.23552; Smichowski, B., *Data as a common in the sharing economy: a general policy proposal*, 2016, hal-01386644, obtido de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01386644/document>; Frenken, K. & Schor, J., “Putting the sharing economy into perspective”, in Mont O. (Ed.), *A Research Agenda for Sustainable Consumption Governance*, Edward Elgar Publishing, 2019, pp. 121-135.

43 Rifkin, J., *op. cit.*; Belk, R., *op. cit.*

44 Botsman, R. & Rogers, R., *op. cit.*; Bardhi, F. & Eckhardt, G., “Access-based consumption: The case of car sharing”, in *Journal of Consumer Research*, 39(4), 2012, pp. 881-898, doi:10.1086/666376; Eckhardt, G. & Bardhi, F., “The Sharing Economy Isn't About Sharing at All”, in *Harvard Business Review*, 28(1), 2015, 881-898, obtido de <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>; Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A., *op. cit.*; Böcker, L. & Meelen, T., “Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation”, in *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 2017, pp. 28-39.

45 European Commission, *Online platforms, Special Eurobarometer 447*, 2016, obtido de [https://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/image/document/2016-24/ebs\\_447\\_en\\_16136.pdf](https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-24/ebs_447_en_16136.pdf), *The use of collaborative platforms. Flash Eurobarometer 438 Report*, 2016, e *Flash Eurobarometer 467 The use of the collaborative economy*, 2018.

46 Botsman, R. & Rogers, R., *op. cit.*; Agyeman, J., *Introducing Just Sustainabilities: Policy, Planning, and Practice*, The University of Chicago Press Book, 2013; Tussyadiah, I., “An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption”, in *Travel, Information and Communication Technologies Tourism. S*, 2015, pp.817-830, obtido de <https://www.tussyadiah.com/ENTER2015-Tussyadiah.pdf>.

47 Botsman, R. & Rogers, R., *op. cit.*; Gansky, L., *The mesh: Why the future of business is sharing*, New York: Portfolio Penguin, 2010; Agyeman, J., *op. cit.*

maior sustentabilidade explicam mais a decisão de participação dos fornecedores, enquanto os consumidores são mais motivados por razões práticas e económicas<sup>48</sup>.

### III. Mercado e concorrência

#### 1. Economia de plataforma

Existe uma vasta literatura sobre “economias de plataforma ou de rede” e uma acesa discussão sobre se as suas características<sup>49</sup> se aplicam às P2P da economia colaborativa<sup>50</sup>.

As externalidades de rede<sup>51</sup> são uma propriedade importante dos mercados de plataformas, incluindo as plataformas bilaterais (P2P, B2P<sup>52</sup>, B2B<sup>53</sup> C2B<sup>54</sup>)<sup>55</sup>. Significam que o número de participantes na rede aumenta o valor do uso dessa plataforma para cada um<sup>56</sup>. As plataformas internalizam as externalidades de rede, facilitando a correspondência entre compradores e vendedores e reduzindo os custos de transação<sup>57</sup>. Em consequência, as

---

48 Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demková, K. & Carroll, J., “A Muddle of Models of Motivation for Using Peer-to-Peer Economy Systems”, in *CHI 2015, Crossings, Seoul, Korea, 2015*, pp. 1085-1094.

49 Shy, O., *The economics of network industries*, Cambridge: UK: Cambridge University Press, 2001.

50 Demary, V., *op. cit.*; Codagnone, C., Biagi, F. & Abadie, F., *The Passions and the Interests: Unpacking the 'Sharing Economy*, European Union: Institute for Prospective Technological Studies, JRC Science for Policy Report EUR 27914 EN, 2016.

51 Shy, O., *op. cit.*

52 Business-to-peer (B2P): refere-se a um subconjunto de atividades de economia colaborativa em que os bens pertencem a uma empresa e são partilhados por diferentes indivíduos (Schor, J., *Debating the Sharing Economy, op. cit.*).

53 Business-to-Business (B2B): descreve a interação entre uma empresa e outras empresas com o objetivo de partilhar recursos (ativos ou serviços).

54 Consumer-to-Business (C2B): descreve a interação entre consumidores e uma empresa em que a empresa se beneficia e paga pelo conhecimento ou pelos ativos do consumidor.

55 Rochet, J. C. & Tirole, J., “Platform Competition in Two-Sided markets”, in *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 2003, pp. 990-1029.

56 Shapiro, C. & Varian, H. R., “Information of Rules-a Strategic Guide To the Network Economy”, in *Harvard Business School Press*, 53(9), 1999, pp. 1-351; Rochet, J. C. & Tirole, J., *op. cit.*; Evans, D. & Schmalensee, R., “Markets with two-sided platforms”, in *Issues in Competition Law and Policy (ABA Section of Antitrust Law)*, 1, 2008, pp. 667-693, obtido de SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1094820>.

57 Codagnone, C., Biagi, F. & Abadie, F., *op. cit.*

externalidades de rede resultam frequentemente em plataformas monopolistas, com margens de lucro elevadas<sup>58</sup>.

No caso das plataformas da economia colaborativa, a externalidade de rede é indireta, i.é, o número de participantes de um lado da plataforma atrai mais participantes para o outro lado<sup>59</sup>. O desafio para a plataforma é envolver ambas as partes<sup>60</sup>: para atingir uma massa crítica de compradores, precisa de ter uma massa crítica de fornecedores, mas, para atrair fornecedores, precisa de ter muitos compradores<sup>61</sup>.

Apesar de partilharem muitas das características de outras plataformas, as plataformas da economia colaborativa têm características que tendem a limitar a criação de monopólios<sup>62</sup>. Em primeiro lugar, os mercados P2P são, em geral, mercados locais (com exceção, por exemplo, da partilha de casas e dos serviços financeiros), pelo que a massa crítica para lançar uma plataforma é menor, o que resulta em externalidades de rede mais limitadas<sup>63</sup>. Os efeitos de rede podem ser maiores dentro de regiões onde as empresas são dominantes e ter pouco impacto em outras áreas geográficas. Em segundo lugar, os participantes nas plataformas P2P têm funções de utilidade diferentes das normalmente consideradas nos modelos económicos e são, na maioria das vezes, não profissionais<sup>64</sup>. Adicionalmente, os mecanismos e os algoritmos das plataformas têm ineficiências que limitam a monopolização.

Cada plataforma procura maximizar o lucro, criando incentivos que garantam que a oferta iguala a procura<sup>65</sup>. Uma característica fundamental das plataformas é a capacidade de diferenciar entre compradores e vendedores, permitindo

---

58 Rochet, J. C. & Tirole, J., *op. cit.*

59 Haucap, J. & Heimeshoff, U., "Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet driving competition or market monopolization?", in *International Economics and Economic Policy*, 2014, pp. 49-61; Rochet, J. C. & Tirole, J., *op. cit.*

60 Rochet, J. C. & Tirole, J., *op. cit.*

61 Hagiu, A. & Rothman, S., "Network Effects Aren't Enough", in *Harvard Business Review*, 94(4), 2016, pp. 64-71.

62 Codagnone, C., Biagi, F. & Abadie, F., *op. cit.*

63 Frenken, K. & Schor, J., *op. cit.*

64 Fang, Z., Huang, L. & Wierman, A., "Prices and Subsidies in the Sharing Economy", in *Performance Evaluation*, 136, 2019, doi:10.1016/j.peva.2019.102037.

65 *Idem, ibidem.*

o uso de subsídios cruzados<sup>66/67</sup>. Uma plataforma pode, por exemplo, ajustar dinamicamente as taxas que cobra ao longo do tempo e entre as partes<sup>68</sup>. Isto pode significar diminuir a taxa cobrada a um dos grupos e aumentar a taxa paga pelo outro grupo. Esse efeito faz com que o volume de trocas e lucro de uma plataforma dependa não apenas do preço final, mas também da decomposição das taxas de transação cobradas aos participantes<sup>69</sup>.

Como a utilidade do lado da procura tende a ser maior, a maximização do lucro pode passar por subsidiar a oferta<sup>70</sup>. No limite, as plataformas podem praticar preços inferiores aos custos<sup>71</sup>. Os preços abaixo do custo são usados para aumentar o excedente dos participantes e, embora possam ser uma estratégia das empresas para aumentarem a sua quota de mercado, não faz sentido pensar nestes preços como predatórios<sup>72</sup>.

As plataformas são tipicamente caracterizadas por economias de escala<sup>73</sup>. Apesar de poder ser verdade para as plataformas da economia colaborativa<sup>74</sup>, as economias de escala das plataformas da economia colaborativa, em geral, são complexas<sup>75</sup>. Por um lado, os elevados custos fixos do desenvolvimento das infraestruturas tecnológicas, associados a baixos custos de funcionamento e a custos marginais de entrada de participantes muito pequenos, criam economias de escala óbvias, reforçadas pelas externalidades de rede. No entanto, contrariamente às plataformas com economias de rede diretas (plataformas sociais, por exemplo), o valor incremental de

---

66 De um modo geral, existem diferentes tipos de configuração: o consumidor paga o acesso, o produtor paga ou ambos pagam (Newlands, G., Lutz, C. & Fieseler, C., *op. cit.*).

67 Evans, D. & Schmalensee, R., *op. cit.*; Rochet, J. C. & Tirole, J., *op. cit.*

68 Angerer, P., Müller, M. & Zimmermann, S., "Optimal Pricing Behavior of Online Sharing Platforms", in *Conference on Information Systems and Technology (CIST). Proceedings, 2015*, obtido de [http://www.fox.temple.edu/conferences/cist/papers/Session%209A/CIST\\_2015\\_9A\\_2.pdf](http://www.fox.temple.edu/conferences/cist/papers/Session%209A/CIST_2015_9A_2.pdf); Newlands, G., Lutz, C. & Fieseler, C., *op. cit.*; Fang, Z., Huang, L. & Wierman, A., *op. cit.*

69 Evans, D. & Schmalensee, R., *op. cit.*

70 Fang, Z., Huang, L. & Wierman, A., *op. cit.*; Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A., *op. cit.*; Rooij, P.V., *Business and Pricing Strategies in Online Sharing Platforms*, Master Thesis, Tilburg University, 2018.

71 Rauch, D. & Schleicher, D., *Like Uber, But for Local Governmental Policy: "The Future of Local Regulation of the Sharing Economy"*, in *Ohio State Law Journal*, 76(4), 901-964.

72 Rauch, D. & Schleicher, D., *op. cit.*; Wright, J., "One-sided Logic in Two-sided Markets", in *Review of Network Economics*, 3(1), 2004, pp. 44-64; Codagnone, C. & Martens, B., *Scoping the sharing economy: Origins, definitions, impact and regulatory issues*, Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper, 1, 2016; Rooij, P.V., *op. cit.*

73 Shy, O., *op. cit.*

74 Demary, V., *op. cit.*; Srineck, N., *Platform Capitalism*, Polity Press, Malden, MA, 2016.

75 Rauch, D. & Schleicher, D., *op. cit.*

mais um participante cresce a taxas decrescentes, i.é, a entrada de novos membros aumenta os custos de transação, nomeadamente o custo de procura e de *match*. A partir de uma determinada dimensão, as externalidades de mais participantes podem tornar-se negativas, provocando congestionamentos da rede. A dimensão ótima de uma plataforma é, assim, difícil de determinar<sup>76/77</sup>. Adicionalmente, os preços e subsídios podem não funcionar como esperado. Os “verdadeiros” decisores são maioritariamente não profissionais, cujos comportamentos são diferentes dos que estão na base das previsões dos modelos económicos baseados na racionalidade<sup>78</sup>.

Li & Netessine<sup>79</sup>, usando dados de uma P2P de aluguer de propriedades para férias na Austrália, demonstraram que, à medida que o número de participantes (de ambos os lados) de uma plataforma dobrava, os “custos de pesquisa” aumentavam significativamente e a plataforma registava uma redução de 5,6% das transações.

Cullen & Farronato<sup>80</sup> investigaram os determinantes do crescimento da plataforma “Taskrabit”. Nos períodos em que a procura dobrou, a oferta dobrou e a probabilidade de uma solicitação não ser atendida diminuiu ligeiramente. O crescimento foi determinado pela capacidade de atrair compradores e pela expansão geográfica.

Importa ainda notar uma diferença importante, relativamente aos mercados tradicionais. Nos mercados tradicionais, a escala aumenta continuamente o

---

76 *Idem, ibidem.*

77 Os sectores em que as plataformas colaborativas estão mais presentes são o alojamento, transportes, mercado de trabalho *online* e finanças (Petropoulos, G., *An economic review of the collaborative economy*, Bruegel, Brussels: Bruegel Policy Contribution No. 2017/5, 2017, obtido em <https://www.bruegel.org/2017/02/an-economic-review-of-the-collaborative-economy/>). As economias de escala são potencialmente mais fáceis de explorar em P2P financeiras, porque não dependem da distância física para fazer a transação, e dificultam a entrada de novos concorrentes (Dervojeda, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M. & Rouwmaat, E., *Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets Case study no. 12*, Directorate-General for Enterprise and Industry, Brussels: European Commission, 2013, obtido de <https://www.eukn.eu/fileadmin/Lib/files/EUKN/2014/12-she-accessibility-based-business->).

78 Fang, Z., Huang, L. & Wierman, A., *op. cit.*, e Li, J., Moreno, A. & Zhang, D. J., “Pros vs joes: Agent pricing behavior in the sharing economy”, in *Ross School of Business*, Paper No. 1298, 2016, obtido de <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=53232>.

79 Li, J. & Netessine, S., “Market thickness and matching (in)efficiency: evidence from a quasi-experiment. (A. A. University of Michigan, Ed.)”, in *Management Science*, 67(7), 2021, 3985-4003. doi: 10.1287/mnsc.2020.3730.

80 Cullen, Z. & Farronato, C., “Outsourcing Tasks Online: Matching Supply and Demand on Peer-to-Peer Internet Platforms”, in *Working Paper*, June 2020, obtido de <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=50051>.

conjunto de recursos de uma economia. As economias de escala na economia colaborativa, ao contrário, tendem a diminuir o excesso de capacidade na economia<sup>81</sup>.

Finalmente, importa notar que as plataformas da economia colaborativa não estão imunes à concorrência. Podem enfrentar a concorrência de novos participantes e dos incumbentes no mercado tradicional<sup>82</sup>. Muitos dos serviços oferecidos pelas plataformas da economia da partilha têm substitutos próximos<sup>83</sup> e as respostas dos incumbentes podem incluir a modificação dos seus modelos de negócios, o foco nos segmentos a que a plataforma dará menos respostas, a adoção de recursos de plataforma (ex.: aplicativos móveis “metrocab” em Boston), ou até a compra da plataforma (como, por exemplo, a aquisição da “Onefinestay” pela Accor Hotels). Mesmo dentro das plataformas (por exemplo, “Airbnb”) encontramos frequentemente fornecedores profissionais a concorrer com vendedores particulares, coexistindo múltiplos modos de troca.

Einav, Farronato & Levin<sup>84</sup> apresentam um modelo teórico da interação entre fornecedores nos P2P e o sector formal (profissionais). Os autores realçam que muito do aumento do excedente resulta de a oferta nas plataformas P2P ser muito elástica, principalmente em mercados onde a oferta é muito variável. Farronato & Fradkin<sup>85</sup> verificaram este resultado empiricamente, o que explica porque as plataformas de partilha com mais sucesso

---

81 O impacto da economia colaborativa na propriedade é ambíguo. A opção de alugar pode gerar uma procura pela propriedade. Filippas, Horton, & Zeckhauser (*op. cit.*); Weber (“The Question of Ownership in a Sharing Economy”, in *48<sup>th</sup> Hawaii International Conference on System Sciences*, Kauai, HI, 2015); Benjaafar, Kong, Li, & Courcoubetis (“Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage, and Social Welfare in the Sharing Economy”, in *Management Science*, 65(2), 2019); e Fraiberger & Sundararajan (“Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy”, in *New York: NYU Stern School of Business Research Paper*, 2015) modelam a decisão dos consumidores escolhendo entre propriedade, aluguer e a não participação no mercado de automóveis. De acordo com os resultados, a economia colaborativa aumenta a utilização, mas diminui a propriedade. Millard-Ball & Burkhardt (*Carsharing: Where and How it Succeeds*, Transportation Research Board of the National, 2005) e Schure, Napolitan, & Hutchinson (“Cumulative Impacts of Carsharing and Unbundled Parking on Vehicle Ownership and Mode Choice”, in *Transportation Research Record*, 2012, 2319(1), 96-104) associam a partilha de carros a menos uso e menos propriedade.

82 Wirtz, J., So, F. K., Mody, M., Liu, S. & Chun, H., “Platforms in the peer-to-peer sharing economy”, in *Journal of Service Management*, 30(4), 2019, pp. 452-483, doi:10.1108/JOSM-11-2018-0369.

83 Rauch, D. & Schleicher, D., *op. cit.*

84 Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*

85 Farronato, C. & Fradkin, A., “The Welfare Effects of Peer Entry in the Accommodation Market: The Case of Airbnb”, in *Ewing Marion Kauffman Foundation Research Paper Series*, 2018, doi:10.3386/w24361.



são os serviços de transporte, alojamento para turistas e de trabalhos de curto-prazo<sup>86/87</sup>.

Outra característica importante das plataformas da economia colaborativa é a presença de externalidades da informação. As plataformas criam um bem público, ao produzir informações úteis cujo valor a plataforma em si não pode capturar<sup>88</sup>. Por exemplo, os preços aos quais são negociados os alojamentos na “Airbnb” são importantes para qualquer pessoa interessada em alugar o seu apartamento, mesmo que não participe na plataforma. O resultado é um “não rival, não excludível”. Zervas, Proserpio & Byers<sup>89</sup> estimaram uma redução estatisticamente significativa nos preços dos quartos de hotel decorrente da entrada da “Airbnb” no Texas. Isso significa que a “Airbnb” não beneficia apenas os participantes da economia da partilha, mas todos os consumidores do mercado, impactando negativamente nos incumbentes.

## 2. Comportamento da plataforma: principais aspetos do desenho dos mercados

Há uma literatura crescente que se concentra em explorar os diferentes desenhos da plataforma e a forma como afetam as características do mercado<sup>90</sup>.

Não existe um desenho único para um mercado P2P. As diferenças no desenho surgem das escolhas das plataformas sobre como usar a informação disponível para maximizar os lucros. As plataformas exploram as assimetrias de poder, em particular da informação, para capturar grande parte do

---

86 Codagnone, C. & Martens, B., *op. cit.*; Vaughan, R. & Daverio, R., *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. European Union, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Brussels: Publications Office of the European Union, 2016, obtido de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2acb7619-b544-11e7-837e->.

87 Vaughan & Daverio (*op. cit.*) identificaram o sector do transporte (partilha de viagens, redes de partilha de automóvel...) como o maior sector de economia colaborativa em termos de receita. Por valor total das transações, o maior sector é o dos alojamentos. Apesar de corresponder a mais de metade das transações, as plataformas de alojamentos representam apenas 32% das receitas. Os dados sugerem diferentes níveis de penetração e concorrência nos sectores envolvidos.

88 Rauch, D. & Schleicher, D., *op. cit.*

89 Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., *The Rise of the Sharing Economy...*, *op. cit.*

90 Por exemplo: Fradkin, A., “Search Frictions and the Design of Online Marketplaces”, *Working Paper*, 2015, obtido de <https://pdfs.semanticscholar.org/5a86/fcb2b9b204a377f9a48baf338c48f8012f83.pdf>; Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*; e Filippas, A., Horton, J. J. & Zeckhauser, R. J., “Owning, Using, and Renting: Some Simple Economics of the “Sharing Economy””, in *Management Science*, 2020, doi:10.1287/mnsc.2019.3396.

valor das trocas realizadas<sup>91</sup>. As principais variáveis das estratégias incluem os processos de correspondência entre compradores e vendedores, os instrumentos de avaliação e reputação e os modelos de formação do preço. Em cada uma, as estratégias variam entre totalmente descentralizadas e totalmente centralizadas. De acordo com Hagiu & Wright<sup>92</sup>, é o grau de controle que os participantes das plataformas (no caso das P2P, os consumidores e os fornecedores) mantêm em algumas variáveis que distingue as plataformas dos revendedores “puros” e das empresas verticalmente integradas.

## 2.1. Correspondência entre compradores e vendedores (*Matching*)

Os mercados da economia colaborativa, tal como a generalidade dos mercados, tendem a ter um elevado grau de heterogeneidade, i.é, compradores interessados em produtos e serviços muito específicos e vendedores muito diferenciados. As plataformas P2P oferecem um grande potencial para fazer a correspondência de preferências entre consumidores e fornecedores, gerando ganhos de eficiência<sup>93</sup>.

O desafio para as plataformas é manter os custos de transação baixos e usar a informação de forma eficiente<sup>94</sup>.

Nas estratégias descentralizadas, as plataformas desenvolvem taxonomias de classificação extensivas de mercadorias e bens, para capitalizar o grande número de clientes em potencial, fazendo uso extensivo de algoritmos de busca e de sistemas de recomendação<sup>95</sup>. Quanto mais descentralizadas as transações, maior a capacidade de personalizar<sup>96</sup>. A evidência mostra que as

---

91 Bauwens, M. & Kostakis, V., “From the communism of capital to capital for the commons: towards an open co-operativism”, in *tripleC*, 12(1), 2014, pp. 356-361, doi:10.31269/triplec.v12i1.561.

92 Hagiu, A. & Wright, J., “Do You Really Want to Be an eBay?”, in *Harvard Business Review*, 91(3), 2013, pp. 102-108, obtido de <https://hbr.org/2013/03/do-you-really-want-to-be-an-ebay>.

93 Petropoulos, G., *op. cit.*

94 Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*

95 Resnick, P. & Varian, H., “Recommender Systems”, in *Communications of the ACM*, 40(3), 1997, pp. 56-58; Adomavicius, G. & Tuzhilin, A., “Toward the next generation of recommender systems: A Survey of the State-of-the-art and Possible Extensions”, in *IEEE transactions on knowledge and data engineering*, 17(6), 2005, pp. 734-749, doi:10.1145/245108.245121.

96 Experiências em laboratório mostram que os indivíduos tendem a cooperar e a confiar mais quando a troca se torna mais personalizada (Axelrod, R. M., *The evolution of cooperation*, Basic Books, 1984).

estratégias adotadas afetam as escolhas dos consumidores<sup>97</sup>. Uma literatura teórica recente aborda os incentivos da plataforma para apresentar os resultados das suas pesquisas<sup>98</sup> e mostra que as plataformas podem ter incentivos contrários à maximização dos benefícios do consumidor. Isto acontece, por exemplo, se um dos vendedores pagar taxas mais altas à plataforma<sup>99</sup>.

A estratégia centralizada é mais comum nos produtos e serviços homogêneos. Esta é a estratégia seguida, por exemplo, pela “Uber” (e pelos negócios da “gig economy” em geral). Nesta estratégia, os clientes podem identificar características gerais do bem (marca do carro, por exemplo), mas não todas as características (não identificam os motoristas). A centralização mantém baixos os custos de transação para ambos os lados, quando comparada com a opção de mostrar todas as opções (uma lista de motoristas para tentar entrar em contacto, seguindo o exemplo)<sup>100</sup>.

Farronato & Fradkin<sup>101</sup> apresentam evidência de que as plataformas reduzem os atritos comerciais e melhoram significativamente o bem-estar. Steven, Tadelis & Zettelmeyer<sup>102</sup> propõem uma teoria, e apresentam evidência, sobre como as informações fornecidas pelas plataformas ajudam as partes a corresponderem eficientemente, aumentando o excedente. Os ganhos são limitados por ineficiências nos algoritmos usados pelas plataformas.

## 2.2. Confiança e mecanismos de reputação

Em contraste com os mercados tradicionais, com espaços físicos e com horários, os “encontros” nas plataformas da economia colaborativa são virtuais. As transações na economia colaborativa dependem da confiança, mais do que de qualquer outra força de mercado. Significam confiar em

---

97 Goldman, M. & Rao, J. M., *Misperception of Risk and Incentives by Experienced Agents*, 2014, obtido de <https://ssrn.com/abstract=2435551>; doi: 10.2139/ssrn.2435551.

98 Armstrong, M. & Zhou, J., “Paying for Prominence”, in *Economic Journal*, 1, 2011, F368-F395, doi: 10.1111/j.1468-0297.2011.02469.x; Eliaz, K. & Spiegler, R., “A Simple Model of Search Engine Pricing, Economic”, in *Economic Journal*, 121, 2011, F329-F339; Hagiu, A. & Jullien, B., “Why do intermediaries divert search?”, in *The RAND Journal of Economics*, 42(2), 2011, pp. 337-362, doi:10.1111/j.1756-2171.2011.00136.x; De Corniere, A. & Taylo, G., “Integration and Search Engine Bias”, in *RAND Journal of Economics*, 45(3), 2014, pp. 576-597, doi:10.1111/1756-2171.12063.

99 De Corniere, A. & Taylo, G., *op. cit.*

100 Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*; Petropoulos, G., *op. cit.*

101 Farronato, C. & Fradkin, A., *op. cit.*

102 Steven, T. & Zettelmeyer, F., “Information Disclosure as a Matching Mechanism: Theory and Evidence from a Field Experiment”, in *American Economic Review*, 105(2), 2015, pp. 886-905, doi:10.1257/aer.20110753.

estranhos através da tecnologia<sup>103</sup>. A aversão a aplicações digitais e, em geral, o conhecimento insuficiente das suas possibilidades e limitações são obstáculos à confiança<sup>104</sup>.

Num trabalho seminal, Akerlof<sup>105</sup> mostrou como a assimetria de informação entre vendedores e compradores cria distorções e limitações no mercado, afastando os produtos e serviços de melhor qualidade. As plataformas de economia partilhada resolvem esta falha de mercado, pelo menos parcialmente, com os sistemas de prestação de informações e reputação<sup>106</sup>. As classificações e os *feedbacks* são, assim, parte importante do valor da plataforma<sup>107/108</sup>. Bimpikis, Papanastasiou & Zhang<sup>109</sup> sugerem que a gestão da informação, por parte da plataforma, pode substituir o papel dos subsídios usados para atrair a oferta e explorar as externalidades de rede.

Liu, Brynjolfsson & Dowlatabadi<sup>110</sup> encontram evidência de menor risco moral e maior qualidade nos serviços da “Uber” que associam, pelo menos parcialmente, aos mecanismos de transparência e reputação. No entanto,

---

103 Botsman, R. & Rogers, R., *op. cit.*; Keymolen, E., “Trust and technology in collaborative consumption”, in Kosta, A. & R. Leenes, *Bridging distances in technology and regulation*, Oisterwijk: Wolf Legal Publishers, 2013, pp. 135-150, obtido de <https://pure.uvt.nl/ws/ffj>; Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*

104 Derojeda, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M. & Rouwmaat, E., *op. cit.*

105 Akerlof, G., “The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market”, in *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 1970, pp. 488-500, doi: 10.2307/1879431

106 Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., “The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation...”, *op. cit.*; Cohen, M. & Sundararajan, A., “Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy”, in *University of Chicago Law Review Online*, 82(1), 2015, pp. 116-133, obtido de <https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039>; Thierer, A., Koopman, C., Hobson, A. & Kuiper, C., “How the Internet, the Sharing Economy, and Reputational Feedback Mechanisms Solve the ‘Lemons Problem’”, in *University of Miami Law Review*, 70(3), 2016, p. 830, obtido de <http://repository.law.miami.edu/umlr/vol70/iss3/6>; Cao, D., “Regulation through Deregulation: Sharing Economy Companies Gaining Legitimacy by Circumventing Traditional Frameworks”, in *Hastings Law Journal*, 68, 2017, p. 1085, obtido de [https://repository.uchastings.edu/hastings\\_law\\_journal/vol68/iss5/3](https://repository.uchastings.edu/hastings_law_journal/vol68/iss5/3).

107 Frenken, K. & Schor, J., *op. cit.*

108 Gregory, L. & Zervas, G., *The Welfare Impact of Consumer Reviews: A Case Study of the Hotel Industry*, 2016, obtido de <https://economics.sas.upenn.edu/sites/default/files/filevault/u475/tawelfare.pdf>. Bimpikis, K., Papanastasiou, Y. & Zhang, W., “Information Provision in Service Platforms: Optimizing for Supply”, in *SSRN Electronic Journal*, 2020, obtido de <https://ssrn.com/abstract=3617351>; Johari, R., Light, B. & Weintraub, G., *Quality Selection in Two-Sided Markets: A Constrained Price Discrimination Approach*, arXiv:1912.02251: Working paper, 2019, obtido de <https://arxiv.org/pdf/1912.02251.pdf>.

109 Bimpikis, K., Papanastasiou, Y. & Zhang, W., *op. cit.*

110 Liu, M. Brynjolfsson, E. & Dowlatabadi, J., “Do Digital Platforms Reduce Moral Hazard? The Case of Uber and Taxis”, in *Management Science*, 67(8), 4665-4685. doi: 10.1287/mnsc.2020.3721.

Godlewska<sup>111</sup> sugere que as plataformas exploram a falta de credibilidade dos mecanismos de reputação, para limitar a concorrência “interna” baseada na reputação, forçando a concorrência por preços.

### 2.3. Estratégias de preço

A literatura sugere que os benefícios econômicos esperados influenciam significativamente o nível de participação nas plataformas de economia da partilha<sup>112</sup>. As estratégias de preços, incluindo taxas e subsídios, são, por isso, determinantes para a participação e lucros da plataforma<sup>113/114</sup>.

As plataformas usam uma ampla variedade de mecanismos de preços, que vão desde os modelos descentralizados de preços, incluindo leilões, até preços centralizados.

Os preços descentralizados (como é o caso das práticas da “Airbnb”) estabelecem as bases para alcançar o equilíbrio entre procura e oferta. Muitos dados e algoritmos complexos permitem praticar discriminação de preços com muita precisão. Os ganhos são, contudo, limitados pelas ineficiências na definição dos preços associadas à falta de experiência dos fornecedores não profissionais<sup>115</sup>.

Os preços centralizados permitem que a plataforma use as informações acerca da procura observada, enquanto os descentralizados permitem a concorrência entre os vendedores, que definem os preços com base nas suas informações privadas.

---

111 Godlewska, M., “Competition Mechanisms in the Sharing Economy”, in *e-mentor* (online), 80, 2019, pp. 51-57, [doi:10.15219/em80.1423](https://doi.org/10.15219/em80.1423).

112 Lambertson, C. P. & Randall, R., “When is ours better than mine? a framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems”, in *Journal of Marketing*, 76(4), 2012, pp. 109-125, [doi:10.1509/jm.10.0368](https://doi.org/10.1509/jm.10.0368); Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A., *op. cit.*; Fang, Z., Huang, L. & Wierman, A., *op. cit.*

113 Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A., *op. cit.*

114 Pavlov, V. & Berman, R., “Price Manipulation in Peer-to-Peer Markets and the Sharing Economy” (N. Institute, Ed.), *Working Papers 19-10*, 2019, obtido de <https://ssrn.com/abstract=3468447>, [doi:10.2139/ssrn.3468447](https://doi.org/10.2139/ssrn.3468447).

115 Gurley, B., “A Deeper Look at Uber’s Dynamic Pricing Model”, in *The Crowd 8 [online]*, 2014, obtido de <http://abovethecrowd.com/2014/03/11/a-deeper-look-at-ubersdynamic/>; Filippas, A. & Gramstad, A. R., “Model of Pricing in the Sharing Economy: Pricing Dynamics with Awareness-Generating Adoptions”, in *Thirty Seventh International Conference on Information Systems*, Dublin, 2016, p. 17, obtido em <https://core.ac.uk/download/pdf/301370193.pdf>; Cullen, Z. & Farronato, C., *op. cit.*; Li, J., Moreno, A. & Zhang, D.J., *op. cit.*

Pavlov & Berman<sup>116</sup> defendem que os preços centralizados são a melhor alternativa, quando a incerteza acerca da procura agregada é mais importante do que a incerteza relativa à qualidade dos vendedores. Curiosamente, segundo os autores, este parece ser também o esquema preferido pelos vendedores, particularmente aqueles que oferecem mais qualidade. Newlands, Lutz & Fieseler<sup>117</sup> indicam que os preços centralizados são os mais utilizados em plataformas em que a transação requer um nível maior de “serviço” humano. Meyer<sup>118</sup> concluiu que a formação do preço por algoritmo centralizado tem praticamente a mesma eficiência do leilão.

Reconhecendo a variação da procura por períodos específicos, a “Uber” introduziu preços dinâmicos em tempo real, o “surge pricing”<sup>119</sup>.

Vários modelos teóricos<sup>120</sup> e evidência empírica<sup>121</sup> sugerem que a prática de discriminação de preços da “Uber” aumenta o bem-estar. Isso significa que a capacidade pode ser aumentada rapidamente (elevada elasticidade)<sup>122</sup>. Goldman & Liu<sup>123</sup> reportam que a “Uber” é mais eficiente e oferece serviços com maior qualidade do que os serviços de táxi. Novamente, a estratégia depende do grau da concorrência. Se a “Uber” se tornar a única empresa que combina condutores e clientes, certamente adotará um preço de monopólio. No entanto, o nível de concorrência

---

116 Pavlov, V. & Berman, R., *op. cit.*

117 Newlands, G., Lutz, C. & Fieseler, C., *op. cit.*

118 Meyer, A. G., *Pricing mechanisms in peer-to-peer online creditmarkets*, Ph.D. Dissertation, Stanford University, 2015.

119 McGill, J. & Van Ryzin, G., “Revenue management: Research overview and prospects”, in *Transportation science*, 33(2), 1999, doi:10.1287/trsc.33.2.233, pp. 233-256; Gurley, B., *op. cit.*

120 Cachon, G. P., Daniels, K. M. & Lobel, R., “The role of surge pricing on a service platform with self-scheduling capacity”, in *Manufacturing & Service Operations Management*, 19(3), 2017, pp. 368-384; Castillo, J. C., Knoepfle, D. T. & Weyl, E. G., “Surge Pricing Solves the Wild Goose Chases and How to Solve Them”, 2022, obtido de <https://ssrn.com/abstract=2890666>, doi:10.2139/ssrn.2890666.

121 Chen, M. & Sheldon, M., “Dynamic pricing in a labor market: Surge pricing and the supply of Uber driver-partners”, *Working Paper*, 2015, obtido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/>; Hall, J., Kendrick, C. & Nosko, C., “The Effects of Uber’s Surge Pricing: A Case Study”, 2015, obtido de [http://faculty.chicagobooth.edu/chris.nosko/research/effects\\_of\\_uber\\_s\\_surge\\_pricing.pdf](http://faculty.chicagobooth.edu/chris.nosko/research/effects_of_uber_s_surge_pricing.pdf); Cohen, P., Hahn, R., Hall, J. L. & Metcalfe, R., “Using Big Data to Estimate, consumer surplus: The case of Uber”, in *NBER Working Paper Series*, 2016, obtido de <https://www.nber.org/papers/w22627.pdf>.

122 Chen, M. & Sheldon, M., *op. cit.*; Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., *The Rise of the Sharing Economy...*, *op. cit.*; Castillo, J. C., Knoepfle, D. T. & Weyl, E. G., *op. cit.*

123 Goldman, J. & Liu, M., *It pays to compare. What’s The Fare*, October de 2014, obtido de [whatsthefare: http://blog.whatsthefare.com/2014/10/it-pays-to-compare.html](http://blog.whatsthefare.com/2014/10/it-pays-to-compare.html).

entre plataformas de partilha de viagens é alto, garantindo assim um preço quase igual ao custo marginal<sup>124</sup>.

Por fim, a recomendação de preços oferece uma grande vantagem às plataformas e aos vendedores, quando os dois tipos de incertezas (quanto à procura e à qualidade) são importantes. Nesse caso, fornecer aos vendedores algumas informações, mas não as revelar completamente, pode aumentar os lucros da plataforma acima do preço centralizado. O impacto depende da credibilidade das recomendações.

Em suma, os vendedores de alta qualidade (baixa) têm uma preferência mais forte (mais fraca) por preços centralizados do que a plataforma. Os compradores, por outro lado, recebem excedentes mais baixos quando as plataformas fornecem recomendações de preços e preferem preços centralizados ou concorrência sem recomendações de preços<sup>125</sup>.

Godlewska<sup>126</sup> reviu a estratégia de preços de 20 plataformas da economia da partilha e identificou diferentes mecanismos de concorrência que variam desde estratégias de preços agressivos a estratégias “pró-social” não baseadas em preços. No entanto, observou que, na maioria das plataformas, os fornecedores são frequentemente “forçados” a competir agressivamente pelo preço. Estratégias de preço de entrada mais baixos são um resultado comum nos mercados bilaterais.

Angerer, Müller & Zimmermann<sup>127</sup> evidenciam que as estratégias de ajustamento das taxas e preços podem ser limitadas, por gerarem efeitos negativos na intenção de partilhar, devido à percepção de injustiça por parte dos consumidores. Por exemplo, os consumidores reagiram muito mal ao “surge pricing” da “Uber”, levando a empresa a comprometer-se a doar lucros<sup>128</sup>.

#### IV. Impacto redistributivo

Para os consumidores, a economia colaborativa tende a resultar em baixa de preços e aumento do excedente. Este resultado é esperado com base

---

124 Goldman, J. & Liu, M., *op. cit.*; Hall, J., Kendrick, C. & Nosko, C., *op. cit.*

125 Pavlov, V. & Berman, R., *op. cit.*

126 Godlewska, M., *op. cit.*

127 Angerer, P., Müller, M. & Zimmermann, S., *op. cit.*

128 Popper, B., “Uber surge pricing: sound economic theory, bad business practice”, in *The Verge*, 2013, obtido de <http://www.theverge.com/2013/12/18/5221428/uber-surge-pricing-vs-price-gouging-law>.

em modelos teóricos<sup>129</sup> e suportado pela evidência<sup>130</sup>. Benjaafar, Kong, Li & Courcoubetis<sup>131</sup> concluíram ainda que a diferença de bem-estar social entre as plataformas com ou sem fins lucrativos é pequena.

Os ganhos tenderão a ser maiores para indivíduos sem propriedade que ganham acesso ao bem<sup>132</sup> ou ao mercado de trabalho<sup>133</sup> e para os fornecedores com maior excesso de capacidade e menor valoração do bem<sup>134</sup>. Fraiberger & Sundararajan<sup>135</sup> desenvolveram um modelo dinâmico para os bens duradouros. A simulação, embora limitada, mostra que o excedente do consumidor varia de 0,8% a 6,6% nos mercados de aluguer. Os consumidores com rendimentos inferiores ao rendimento mediano beneficiam de uma fração desproporcional dos ganhos de bem-estar desse tipo de economia partilhada.

Botsman & Rogers<sup>136</sup> e Koopman, Mitchell & Thierer<sup>137</sup> notam que uma das mais importantes consequências das plataformas colaborativas é a facilidade de entrada, em particular das pessoas com menos recursos, o que promove a equidade. Calo & Rosenblat<sup>138</sup> salientam o aumento de oportunidades de trabalho, com menores barreiras à entrada, que podem favorecer as populações mais excluídas do mercado de trabalho.

---

129 Fraiberger, S. & Sundararajan, A., *op. cit.*; Benjaafar, S., Kong, G., Li, X. & Courcoubetis, C., *op. cit.*; Filippas, A., Horton, J. J. & Zeckhauser, R. J., *op. cit.*

130 Shaheen, S. A., Cohen, A. P. & Chung, M., "North American Carsharing: 10-Year Retrospective", in *Journal of the Transportation Research Board*, 210, 2011, pp. 35-44, doi: 10.3141/2110-05; Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., *The Rise of the Sharing Economy...*, *op. cit.*; Smart, R., Rowe, B., Hawken, A., Kleiman, M., Mladenovic, N., Gehred, P. & Manning, C., *Faster and Cheaper: How Ride-Sourcing Fills a Gap in Low-Income Los Angeles Neighborhoods*, BOTEC Analysis Corp, 2015; Farronato, C. & Fradkin, A., *op. cit.*; Jenk, J., "Theory meets practice in the taxi industry: Coase and Uber", in *Raktas Working Paper series*, 2015, obtido de <https://mpira.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/63206>; Fraiberger, S. & Sundararajan, A., *op. cit.*

131 Benjaafar, S., Kong, G., Li, X. & Courcoubetis, C., *op. cit.*

132 Fraiberger, S. & Sundararajan, A., *op. cit.*; Filippas, A., Horton, J. J. & Zeckhauser, R. J., *op. cit.*

133 Botsman, R. & Rogers, R., *op. cit.*; Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., "The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation...", *op. cit.*; Calo, R. & Rosenblat, A., "The Taking Economy: Uber, Information, and Power", in *Columbia Law Review*, 117(6), 2017, pp. 1623-1690.

134 Filippas, A., Horton, J. J. & Zeckhauser, R. J., *op. cit.*

135 Fraiberger, S. & Sundararajan, A., *op. cit.*

136 Botsman, R. & Rogers, R., *op. cit.*

137 Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., "The Sharing Economy: Issues Facing Platforms, Participants, and Regulators", in *Sharing Economy Workshop, Project No. P15-1200*, Commission, Agency: Federal Trade, 2015, obtido de [https://www.ftc.gov/es/system/files/documents/public\\_comments/2015/05/01635-96127.pdf](https://www.ftc.gov/es/system/files/documents/public_comments/2015/05/01635-96127.pdf).

138 Calo, R. & Rosenblat, A., *op. cit.*



No entanto, a maior facilidade de acesso ao digital e a maior propensão ao uso favorecem os indivíduos com maiores rendimentos e escolaridade. Schor<sup>139</sup>, Frenken<sup>140</sup>, Reich<sup>141</sup> e Ke<sup>142</sup> reportam uma concentração dos ganhos nos mais educados e com maiores rendimentos. Schor<sup>143</sup> sugere mesmo que as plataformas da “gig economy” aumentam a desigualdade, dado que os indivíduos mais escolarizados tendem a capturar as oportunidades do mercado que antes eram destinadas aos indivíduos com menos estudos.

Por outro lado, poucos serviços da economia colaborativa são oferecidos em cidades pequenas ou nas zonas mais pobres das cidades<sup>144</sup>. Ke<sup>145</sup> mostrou que, apesar de os serviços da “Airbnb” atraírem indivíduos de áreas geográficas de menor rendimento, os anfitriões das zonas com maior rendimento tendem a beneficiar mais.

## V. Canibalização do mercado

A entrada de novas empresas no mercado não resulta necessariamente na partilha da procura com os incumbentes. Os negócios que fazem parte da economia colaborativa têm propriedades únicas que, eventualmente, criam procura, fazendo aumentar a procura total no mercado. Demary<sup>146</sup> e Zervas, Proserpio & Byers<sup>147</sup> indicam potenciais ganhos das economias locais com as plataformas P2P de alojamento, associadas a estadias mais longas, o que

---

139 Schor, J., “Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent? Findings from a qualitative study of platform providers”, in *Cambridge Journal of Regions, Economy & Society*, 10(2), 2017, pp. 263-279, doi:10.1093/cjres/rsw047.

140 Frenken, K., “Political Economies and Environmental Futures for the Sharing Economy”, in *Philosophical Transactions: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 375(2095), 2017, doi:0.1098/rsta.2016.0367.

141 Reich, R. B., *ReCoding Good: Part 2*, 13 de fevereiro de 2012, obtido de Stan. Soc Innovation Rev. Blog, [http://www.ssireview.org/blog/entry/recoding\\_good\\_part\\_2](http://www.ssireview.org/blog/entry/recoding_good_part_2).

142 Ke, Q., “Service Providers of the Sharing Economy: Who Joins and Who Benefits?”, in *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, Article No. 57, 2017.

143 Schor, J., “Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent?...”, *op. cit.*

144 Rauch, D. & Schleicher, D., *op. cit.*

145 Ke, Q., *op. cit.*

146 Demary, V., *op. cit.*

147 Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., *The Rise of the Sharing Economy...*, *op. cit.*

permite criar empregos. Dervis<sup>148</sup> também associa a economia da partilha à criação líquida de emprego.

Einav, Farronato & Levin<sup>149</sup>, no entanto, consideram que o resultado depende do nível relativo de custos fixos e variáveis. Se os custos marginais de produção são mais baixos no sector formal do que no P2P, mas os custos fixos são mais altos, os operadores do mercado formal terão uma vantagem até ao ponto em que a capacidade instalada seja alcançada, deixando para os operadores de P2P a satisfação da procura remanescente. No caso inverso, as operadoras P2P podem afastar os profissionais do mercado. Farronato & Fradkin<sup>150</sup>, usando dados de 50 maiores cidades do Estados Unidos, confirmam o resultado. A evidência mostra que houve criação de procura por parte da “Airbnb”, mas um efeito negativo nas receitas dos hotéis nas cidades onde os hotéis estão mais perto da sua capacidade total.

Dervis<sup>151</sup> sugere que a economia colaborativa representa uma melhoria de “Kaldor-Hicks”, no sentido em que a soma dos ganhos supera as perdas. No entanto, existem perdedores.

Zervas, Proserpio & Byers<sup>152</sup> estudaram o impacto da “Airbnb” na indústria hoteleira do Texas. Os resultados sugerem que o aumento de 10% na dimensão do mercado da “Airbnb” resultou na diminuição da receita dos hotéis em cerca de 0,37%. O estudo sugere ainda que a economia colaborativa está a alterar os padrões de consumo, mais do que a gerar procura. Bond<sup>153</sup> analisou os impactos da “Uber” em São Francisco e Nova York. Apesar das limitações da análise, os dados descritivos sugerem um impacto negativo na receita no sector dos táxis e nos valores das licenças. Berger, Chen & Frey<sup>154</sup>, usando dados das áreas metropolitanas dos EUA, concluíram que a “Uber” não

---

148 Dervis, K., *Is Uber a Threat to Democracy?*, 2015, obtido de Project Syndicate – online edition: <http://www.project-syndicate.org/commentary/uber-regulatory-challengesthreat-to-democracy-by-ke-mal-dervi-2015-07>.

149 Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*

150 Farronato, C. & Fradkin, A., *op. cit.*

151 Dervis, K., *op. cit.*

152 Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., *The Rise of the Sharing Economy...*, *op. cit.*

153 Bond, A., “An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy”, in *Notre Dame Law Review*, 90(2), 2015, pp. 77-96.

154 Berger, T., Chen, C. & Frey, C., “Drivers of disruption? Estimating the Uber effect”, in *European Economic Review*, 110, 2018, pp. 197-210, doi:10.1016/j.euroecorev.2018.05.006.

teve impacto no emprego, mas baixou os salários dos incumbentes. Wallsten<sup>155</sup> encontra uma correlação negativa entre o aumento do uso do “Uber” e o menor número de reclamações nos táxis em Nova Iorque e Chicago, o que sugere que a pressão competitiva levou o sector tradicional a melhorar o atendimento ao cliente.

## VI. Impacto ambiental

No início do milénio, a crescente consciência da limitação dos recursos da natureza levou a sociedade a utilizar a Internet para aumentar a eficiência no seu uso. A economia da partilha enquadra-se nessas iniciativas<sup>156</sup>, dado o potencial que apresenta para contribuir para a sustentabilidade<sup>157</sup>. O impacto no ambiente é, no entanto, complexo<sup>158</sup>. Pode-se, com alguma certeza, afirmar que os efeitos de primeira ordem são positivos para o ambiente. Certero, Golub & Nee<sup>159</sup>, Chen & Kockelman<sup>160</sup>, Millard-Ball & Burkhardt<sup>161</sup>, Martin & Shaheen<sup>162</sup> e Schure, Napolitan & Hutchinson<sup>163</sup> estimaram um impacto positivo dos serviços de partilha de carros na redução do uso (e das emissões de Co<sub>2</sub>). Rauch & Schleicher<sup>164</sup> encontraram externalidades positivas na redução dos congestionamentos urbanos e Frenken<sup>165</sup>

---

155 Wallsten, S., *The Competitive Effects of the Sharing Economy: How is Uber Changing Taxis?*, New York Technology Policy Institute, 2015, obtido de [https://www.ftc.gov/system/files/documents/public\\_comments/2015/06/01912-96334.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_comments/2015/06/01912-96334.pdf).

156 Cheng, M., “Sharing economy: A review and agenda for future research”, in *International Journal of Hospitality Management*, 57, 2016, pp. 60-70, doi: 10.1016/j.ijhm.2016.06.003.

157 Heinrichs, H., “Sharing economy: A potential new pathway to sustainability”, in *GAIA*, 22(4), 2013, pp. 228-231; Martin, C., “The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?”, in *Ecological Economics*, 121, 2016, pp. 149-159, doi: 10.1016/j.ecolecon.2015.11.027; Frenken, K., *op. cit.*

158 Frenken, K. & Schor, J., *op. cit.*

159 Certero, R., Golub, A. & Nee, B., “City CarShare: Longer-Term Travel Demand and Car Ownership Impacts” (T. R. Academies, Ed.), in *Journal of the Transportation Research Record*, 1992(1), 70-80, doi: 10.3141/1992-09.

160 Chen, T. & Kockelman, K., “Carsharing’s life-cycle impacts on energy use and greenhouse gas emissions”, in *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 47, 2016, 276-284, doi: 10.1016/j.trd.2016.05.012.

161 Millard-Ball, A. M. & Burkhardt, J., *op. cit.*

162 Martin, E. W. & Shaheen, S. A., *Greenhouse Gas Impacts of Car Sharing in North America*, Mineta Transportation Report 09-11, 2010, obtido de <http://innovativemobility.org/wp-content/uploads/2015/03/Greenhouse-Gas-Emission-Impacts-of-Carsharing-in-North-America-publication.pdf>.

163 Schure, J., Napolitan, F. & Hutchinson, R., *op. cit.*

164 Rauch, D. & Schleicher, D., *op. cit.*

165 Frenken, K., *op. cit.*

apresenta evidência de ganhos ambientais associados ao “Airbnb” e ao “Bla-BlaCar”. Dhanorkar<sup>166</sup> estimou que a Craigslist reduziu 2 a 6% do lixo sólido, nos municípios onde entrou.

O efeito global depende, no entanto, do impacto negativo sobre o ambiente, que pode resultar do aumento de rendimento e do consumo dos participantes e dos custos associados à manutenção dos bens<sup>167</sup>.

A evidência sobre as preocupações com a sustentabilidade, como motivação para a participação dos indivíduos na economia colaborativa, é mista<sup>168</sup>. A sustentabilidade parece ser apenas relevante para indivíduos para quem o consumo ecológico é importante<sup>169</sup>. Um estudo com peritos indica que as motivações ambientais não são, no presente, nem tenderão a ser, no futuro, muito relevantes para o desenvolvimento da economia colaborativa<sup>170</sup>.

## VII. Regulação versus autorregulação

Um dos principais debates públicos sobre a economia colaborativa versa sobre a (ausência de) regulamentação. A discussão divide os que favorecem a autorregulação da plataforma dos proponentes de regulamentações e proibições estritas.

Os críticos afirmam que a principal vantagem competitiva dessas plataformas se baseia na capacidade de evitar regulamentações dispendiosas, transferindo os riscos para consumidores e trabalhadores e degradando as condições de trabalho<sup>171</sup>. Os defensores argumentam que as empresas resolvem as imperfeições do mercado, com mecanismos inovadores, sem

---

166 Dhanorkar, S., “Environmental Benefits of Internet-Enabled C2C Closed-Loop Supply Chains: A Quasi-Experimental Study of Craigslist”, in *Management Science*, 65(2), 2019, doi: 10.1287/mnsc.2017.2963.

167 Frenken, K. & Schor, J., *op. cit.*; Frenken, K., *op. cit.*

168 Cherry, C. & Pidgeon, N., “Is sharing the solution? Exploring public acceptability of the sharing economy”, in *Journal of Cleaner Production*, 195, 2018, pp. 939-948, doi: 10.1016/j.jclepro.2018.05.278.

169 Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A., *op. cit.*

170 Stuart, B. & Mattsson, J., “Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study”, in *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 2016, pp. 200-211, doi: 10.1016/j.techfore.2016.01.006.

171 Baker, D., “Don’t buy the ‘sharing economy’ hype: Airbnb and Uber are facilitating rip-offs”, in *The Guardian*, 27 de maio de 2014; Malhotra, A. & Van Alstyne, M., “The Dark Side of the Sharing Economy... and how to lighten it”, in *Communications of the ACM*, 57(11), 2014, pp. 24-27, doi: 10.1145/2668893.

necessidade de recorrer às formas tradicionais de regulação<sup>172</sup>. Nesta linha, o Parlamento Europeu<sup>173</sup> considera que qualquer novo quadro regulamentar deve aproveitar a capacidade de autorregulação das plataformas. Adicionalmente, a evidência sugere que as plataformas têm aumentado significativamente a concorrência em muitos sectores de atividade, em alguns casos introduzindo concorrência em sectores sem concorrência e/ou com fortes barreiras à entrada (licenças). Por exemplo, o crescimento extraordinário e disruptivo da “Uber” pode ser atribuído a uma desregulamentação não ortodoxa do sector de táxi, que resultou em aumento do bem-estar<sup>174</sup>.

Entre os dois extremos, há aqueles que defendem que a existência de mecanismos de autorregulação não implica que os governos não devam intervir<sup>175</sup> e que a autorregulação não é panaceia universal.

Os mecanismos de reputação aumentam a eficiência e são, ao mesmo tempo, mecanismos de autorregulação do mercado<sup>176</sup>, mas têm limitações como, por exemplo, baixa participação<sup>177</sup>, défice de credibilidade<sup>178</sup>, tendência a reputações inflacionadas e falta de transparência<sup>179</sup>.

---

172 Sundararajan, A., “Peer-to-peer businesses and the sharing (collaborative) economy: Overview, economic effects and regulatory issues”, *Written testimony for the hearing titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses*, held by the committee on small businesses of the U.S. House of Representatives, 09/15/2014, obtido em <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-113hhrg86266/html/CHRG-113hhrg86266.htm>; Allen, D. & Berg, C., *op. cit.*; Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., “The Sharing Economy...”, *op. cit.*; Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., “The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation...”, *op. cit.*; Thierer, A., Koopman, C., Hobson, A. & Kuiper, C., *op. cit.*

173 Parlamento Europeu, *Resolução do Parlamento Europeu, de 15 de junho de 2017, sobre uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa (2017/2003(INI))*. P8\_TA(2017)027, 2017, obtido de [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0271\\_PT.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0271_PT.pdf), p. 7.

174 Petropoulos, G., *op. cit.*

175 Cohen, M. & Sundararajan, A., *op. cit.*; Cao, D., *op. cit.*

176 Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., “The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation...”, *op. cit.*; Thierer, A., Koopman, C., Hobson, A. & Kuiper, C., *op. cit.*

177 Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., “A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay is Above Average”, in *Marketing Letters*, 32(1), 1-16, doi: 10.1007/s11002-020-09546-4.

178 European Commission, *Online platforms, Special Eurobarometer 447...*, e *The use of collaborative platforms...*, *op. cit.*

179 Bolton, G., Greiner, B. & Ockenfels, A., “Engineering Trust: Reciprocity in the Production of Reputation Information”, in *Management Science*, 59(2), 2013, pp. 265-285, doi:mns.1120.1609; Horton, J., *op. cit.*; Fradkin, A., *op. cit.*; Nosko, C. & Tadelis, S., “The Limits of Reputation in Platform Markets: An Empirical Analysis and Field Experiment”, in *NBER Working paper 20830*, 2015, obtido de <http://www.nber.org/papers/w20830>; Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., “A First Look at Online Reputation on Airbnb...”, *op. cit.*; Filippas, A., Horton, J.J. & Golden, J.M., *op. cit.*

Adicionalmente, funcionam com um mecanismo de *lock-in* à plataforma e como uma barreira à entrada, em particular no lado da oferta, dado que o entrante não tem capital de reputação acumulado<sup>180/181</sup>. Segato<sup>182</sup> nota ainda que a elevada assimetria entre a plataforma, compradores e vendedores é favorável à obtenção de poder de mercado. Neste contexto, o Parlamento Europeu<sup>183</sup> salienta a importância fundamental de clarificar os métodos de funcionamento dos sistemas de tomada de decisões com base em algoritmos, a fim de garantir a equidade e a transparência dos algoritmos.

Outros aspetos com particular relevância para a regulação incluem:

- i. a possibilidade de os mecanismos de *feedback* refletirem ou amplificarem enviesamentos como, por exemplo, discriminação racial<sup>184/185</sup>;
- ii. o uso de informação para criar algoritmos personalizados aumenta a eficiência e levanta questões regulatórias potencialmente desafiadoras<sup>186</sup>;
- iii. as externalidades negativas para as comunidades. Exemplo destas externalidades negativas são os impactos locais da “Airbnb” (por exemplo, barulho e incómodo causados pelo comportamento do turista, perda de coesão da comunidade, impactos nas instalações

180 A importância das avaliações é particularmente crítica em plataformas como a “Uber”. O facto de os indivíduos que oferecem o serviço não poderem transferir as suas avaliações para outras plataformas cria um efeito de *lock-in* que limita a possibilidade e concorrência. Diminuir os custos de *lock-in* aumentando a transparência das classificações/avaliações e permitindo aos “fornecedores” transferir as classificações/avaliações é um possível mecanismo de regulação, para diminuir os riscos de monopólios e melhorar as condições de trabalho na *gig economy*.

181 Parlamento Europeu, *Resolução do Parlamento Europeu, de 15 de junho de 2017, sobre uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa...*, *op. cit.*; Vellodi, N., “Ratings Design and Barriers to Entry”, *Working paper*, Department of Economics, Princeton University and Paris School of Economics (PSE), 2020.

182 Segato, G., *op. cit.*

183 *Resolução do Parlamento Europeu, de 15 de junho de 2017, sobre uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa...*, *op. cit.*, p. 8.

184 Fisman, R. & Luca, M., “Fixing Discrimination in Online Marketplaces”, in *Harvard Business Review Home [online]*, 2016, obtido de <https://hbr.org/2016/12/fixing-discrimination-in-online-marketplaces>.

185 Edelman, B., Luca, M. & Svirsky, D., “Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment”, in *American economic journal: applied economics*, 2017, 9(2), 1-22, doi: 10.1257/app.20160213; Cui, R., Li, J. & Dennis, Z., “Reducing Discrimination with Reviews in the Sharing Economy: Evidence from Field Experiments on Airbnb”, in *Management Science*, 66(3), 2020.

186 Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., “The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation...”, *op. cit.*; Parlamento Europeu, *Resolução do Parlamento Europeu, de 15 de junho de 2017, sobre uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa...*, *op. cit.*, p. 8.

- da comunidade, impactos no valor das rendas e da propriedade, etc.) que afetam os residentes em casas e apartamentos vizinhos;
- iv. a precarização das relações no mercado de trabalho, em particular nos serviços da “gig economy”, que se caracteriza pela ausência de direitos, segurança e pela exposição a más condições de trabalho<sup>187</sup>. A percepção da precariedade e das suas consequências é mista. Devido à precariedade introduzida pelas crises globais, a atividade de partilha pode complementar ou mesmo substituir o “trabalho” para muitos e constituir uma proporção maior do rendimento para alguns participantes<sup>188</sup>. Hall & Krueger<sup>189</sup> realçam a flexibilidade e os rendimentos complementares como fatores de atração dos motoristas “Uber” nos Estados Unidos.
  - v. o potencial de reduzir a receita fiscal e criar vantagens fiscais injustas. Pelo menos até agora, a “Uber” tornou impossível a cobrança de impostos sobre valor agregado<sup>190</sup> e muitos dos clientes da “Airbnb” não pagam os impostos exigidos por lei<sup>191</sup>. Para além do impacto macroeconómico<sup>192</sup> e dos problemas de concorrência, a evasão fiscal tem fortes implicações redistributivas e configura-se como vantagem competitiva injusta sobre os concorrentes que operam nos mercados tradicionais<sup>193</sup>.

Na discussão, está a emergir um consenso de que as plataformas não podem estar acima da lei, mas também não devem ser sufocadas por regimes regulatórios desatualizados e pouco adaptados à realidade dos novos

187 Goudin, P., *op. cit.*; Forde, M., Stuart, S., Joyce, L., Oliver, D., Valizade, G., Alberti, G., Hardy, K., Trappmann, V., Umney, C. & Carson, C., *The Social Protection of Workers in the Platform Economy*, European Parliament, Directorate General for Internal Policies, 2017, obtido de [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/614184/IPOL\\_STU\(2017\)614184\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/614184/IPOL_STU(2017)614184_EN.pdf); Schor, J. & Attwood-Charles, W., “The «sharing» economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms”, in *Sociology Compass*, 11(8), 2017, e12493.

188 Edelman, B. & Damien, G., “Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies like AirBnB and Uber?”, in *Stanford Technology Law Review*, 19, 2016, 293-328, doi: 10.2139/ssrn.2658603; Schor, J. & Attwood-Charles, W., *op. cit.*

189 Hall, J. V. & Krueger, A. B., “An Analysis of the Labor Market for Uber’s Driver-Partners in the United States”, in *ILR Review*, 71(10), 2018.

190 Dervis, K., *op. cit.*

191 Baker, D., *op. cit.*

192 *Idem, ibidem.*

193 Migai, C., de Jong, J. & Owens, J., “The sharing economy: turning challenges into compliance opportunities for tax administrations”, in *eJournal of Tax Research*, 16(3), 2018, pp. 395-424.

modelos de troca<sup>194</sup>. A regulamentação é difícil, devido à ausência de uma definição unânime<sup>195</sup>, por falhas conceptuais sobre o que é economia colaborativa<sup>196</sup> e pelas dificuldades de cooperação intergovernamental<sup>197</sup>. A regulação num mercado em evolução traz ainda o desafio de decidir quando se deve regular<sup>198</sup>.

## VIII. Conclusões

Apesar de as ideias de partilha e colaboração não serem novas, a grande inovação introduzida pelo desenvolvimento das tecnologias digitais foi permitir trocas com custos mais baixos que uma transação semelhante entre os participantes no mercado “clássico”<sup>199</sup>. O desenvolvimento da economia colaborativa tem, assim, o potencial de alterar os padrões de produção, consumo e distribuição, as relações sociais e de contribuir para a sustentabilidade ambiental. O debate sobre as suas implicações divide os intervenientes (desde os mais entusiastas aos mais críticos) em função das diferenças nos seus interesses, objetivos e valores<sup>200</sup>.

Os mais entusiastas referem que a economia colaborativa reduz o impacto ambiental, promove a utilização mais eficiente de ativos físicos, facilita novos contactos sociais<sup>201</sup> e estimula a coesão social<sup>202</sup>. Além do mais, proporciona aos consumidores o acesso a uma gama maior e mais diferenciada de opções e tem potenciais ganhos de eficiência consideráveis<sup>203</sup>. Por

---

194 Rauch, D. & Schleicher, D., *op. cit.*; Ramirez, E., Ohlhausen, M. & McSweeney, T., *The “Sharing” Economy Issues Facing Platforms, Participants & Regulators*, A Federal Trade Commission Staff Report, 2016; Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*; Codagnone, C., Biagi, F. & Abadie, F., *op. cit.*; McGinnis, J., “The sharing economy as an equalizing economy”, in *Notre Dame Law Review*, 94(1), 2018, pp. 329-369.

195 Hatzopoulos, V. & Roma, S., “Caring for sharing? The collaborative economy under EU law”, in *Common Market Law Review*, 54(1), 2017, pp. 81-127.

196 Dyal-Chand, R., “Regulating Sharing: The Sharing Economy as an Alternative Capitalist System”, in *Tulane Law Review*, 90(2), 2015, pp. 241-309.

197 Hatzopoulos, V. & Roma, S., *op. cit.*

198 Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*

199 Möhlmann, M., *op. cit.*

200 Gruszka, K., *op. cit.*

201 Botsman, R. & Rogers, R., *op. cit.*

202 McLaren, D. & Agyeman, J., *Sharing cities: a case for truly smart and sustainable cities*, MIT press, 2015.

203 Rifkin, J., *op. cit.*; Dervis, K., *op. cit.*; Jenk, J., *op. cit.*; Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., “The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation...”, *op. cit.*; Thierer, A., Koopman, C., Hobson, A. & Kuiper, C., *op. cit.*



tudo isto, as plataformas *online* representam, em geral, uma melhoria em relação às instituições de partilha tradicionais<sup>204</sup>. A economia colaborativa é também apresentada como um conjunto de negócios competitivo que apresenta novos desafios, em comparação com os modelos tradicionais<sup>205</sup>, e como um modelo promissor, eficaz e escalável<sup>206</sup>, que abalou os cartéis existentes em alguns sectores.

Apesar do potencial, o futuro da economia colaborativa continua a levantar dúvidas, dado o seu baixo crescimento. A relevância económica, medida em termos de Produto Interno Bruto (PIB), é pequena, em particular na Europa<sup>207</sup>. Eljas-Taal, Kay, Porsch & Svatikov<sup>208</sup>, partindo de um conceito de economia colaborativa que apenas inclui atividades que envolvem o uso temporário de bens ou serviços fornecidos por particulares, estimam um volume de receitas (produção bruta) na ordem dos 25,5 mil milhões (0,17% do PIB da UE), das quais cerca de 36% são geradas pelas atividades financeiras. Em termos nacionais, a economia colaborativa varia entre 0,04% na Bélgica e 0,9% na Estónia. Em Portugal, ronda os 0,1-0,3% do PIB.

A economia colaborativa não cria ativos, por si só, e a maioria de seus atores não cria valor agregado. Os serviços P2P entre consumidores geram receitas de IVA particularmente baixas e conseguem escapar facilmente ao pagamento de outros impostos<sup>209</sup>.

Adicionalmente, apesar da intensidade do debate sobre o impacto da economia colaborativa no mercado de trabalho, é difícil estimar quantas pessoas trabalham, direta ou indiretamente, no sector. As estimativas variam

---

204 Petropoulos, G., *op. cit.*

205 Möhlmann, M., *op. cit.*

206 Helms, B., *op. cit.*

207 Demary, V., *op. cit.*

208 Eljas-Taal, K., Kay, N., Porsch, L. & Svatikov, K., *A methodology for measuring the collaborative economy*, 2018, obtido de CEPR Policy Portal: <https://voxeu.org/article/methodology-measuring-collaborative-economy>.

209 Baker, D., *op. cit.*; Goudin, P., *op. cit.*

entre 0,05%<sup>210</sup> e 0,15%<sup>211</sup> do emprego na União Europeia. A maioria como atividade complementar<sup>212</sup>.

O número de participantes, embora a crescer, ainda é pequeno. De acordo com a Comissão Europeia<sup>213</sup>, em 2016, havia cerca de 323 plataformas colaborativas na União Europeia. As receitas são muito concentradas, estimando-se que mais de metade das receitas/despesas seja gerada por 10% dos participantes. Apesar da vasta literatura sobre as motivações dos indivíduos em participar na economia da partilha, não há consenso sobre os fatores que impulsionam, dificultam ou inibem a participação nos mercados P2P<sup>214</sup>.

A literatura consistentemente refere os ganhos nos excedentes dos participantes, sugerindo que os efeitos diretos da economia colaborativa são indiscutivelmente positivos. Rifkin<sup>215</sup> acredita que os negócios na economia da partilha podem operar a um custo marginal próximo de zero. No entanto, outros argumentam que esse modelo, num cenário do mundo real, está longe de ser perfeito<sup>216</sup>. Os produtores, no contexto P2P, são quase sempre não profissionais que, em geral, têm menor preparação e experiência para tomar decisões eficientes. Nos sectores em que geram emprego, os ganhos tecnológicos são contrariados pela expansão de uma força de trabalho dispersa, não treinada e menos produtiva do que nos sectores tradicionais<sup>217</sup>. O custo marginal de produção tende a ser menor no sector tradicional, pelo menos até ao limite da sua capacidade. A economia colaborativa tem ainda potencial para gerar comportamentos de concorrência desleal e a tendência (embora limitada) para a formação de monopólio<sup>218</sup>.

---

210 De Groen, W. P. & Maselli, I., *The impact of the Collaborative Economy on the Labour Market*, 2016, CEPS Special, obtido de [https://www.ceps.eu/wp-content/uploads/2016/06/SR138CollaborativeEconomy\\_0.pdf](https://www.ceps.eu/wp-content/uploads/2016/06/SR138CollaborativeEconomy_0.pdf).

211 Eljas-Taal, K., Kay, N., Porsch, L. & Svatikov, K., *op. cit.*

212 Huws, U., Spencer, N., Syrdal, D. & Holts, K., *Work in the European Gig Economy*, FEPS, Uni Europa and Hertfordshire Business School, 2017.

213 European Commission, *Exploratory Study of consumer issues in peer-to-peer platform markets*, 2017, obtido de [https://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item\\_id=77704](https://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=77704).

214 Matzner, M., Chasin, F. & Todenhöfe, L., "To Share or Not to Share: Towards Understanding the Antecedents of Participation in It-Enabled Sharing Services", in *ECIS*, 2015.

215 Rifkin, J., *op. cit.*

216 Chawla, R., *Four Ways AirBnB Could Be Smarter About Pricing*, 2014, obtido de Forbes – online: <http://www.forbes.com/sites/rameetchawla/2014/11/07/fueled-fix-howAirBnB-should-unleash-market-pricing/>.

217 Goudin, P., *op. cit.*

218 Schor, J., *Debating the Sharing Economy*, *op. cit.*; Lougher, G. & Kalmanowicz, S., "Competition Law in the Sharing Economy", in *Journal of European Competition Law & Practice*, 7(2), 2016, pp. 87-102.

Joseph Stiglitz, em entrevista ao *Le Monde*<sup>219</sup>, resume o ceticismo de muitos economistas em relação ao potencial da economia colaborativa, ao afirmar que «não gera ganhos de produtividade tão poderosos quanto os da revolução industrial, e não sabemos como medir a sua contribuição para o produto interno bruto».

Às dúvidas sobre a sustentabilidade económica junta-se a da sustentabilidade social<sup>220</sup>, quando se considera a ambivalência entre o potencial de desenvolvimento económico e social e os problemas, como os da exploração do trabalho e das condições de trabalho, a regulamentação e tributação e o acesso desigual. Por outro lado, os ganhos ambientais não são evidentes e estão sobrestimados<sup>221</sup>.

As controvérsias são alimentadas pelo facto de existir pouca evidência empírica sobre o impacto das plataformas da economia colaborativa. Muitos desses poucos estudos usam dados muito parciais, recolhidos dos *sites* da plataforma ou através de inquérito<sup>222</sup>.

Os desafios regulatórios são vastos e difíceis de resolver no atual enquadramento regulamentar<sup>223/224</sup>. Um quadro legislativo restrito, sem capacidade de adaptação à nova realidade e à sua diversidade, pode diminuir ainda mais o potencial da economia da partilha<sup>225</sup>.

Há, no entanto, razões para defender que a economia colaborativa vai crescer e tornar-se relevante na economia global<sup>226</sup>. Derojeda, Verzijl, Nagtegaal, Lengton & Rouwmaat<sup>227</sup> estimaram um potencial de crescimento de 25% ao ano, na União Europeia. As razões vêm com oportunidades e desafios. Muitos modelos estão ainda em fase inicial de crescimento. A natureza e a amplitude da economia colaborativa tenderão a crescer, aumentando a

---

219 Le Monde, Joseph Stiglitz, "L'Union européenne est en train de détruire son avenir", in *Le Monde/Marie Charrel*, 1 de setembro de 2015, obtido de [https://www.lemonde.fr/economie/article/2015/09/01/joseph-stiglitz-l-union-europeenne-est-en-train-de-detruire-son-futur\\_4742246\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2015/09/01/joseph-stiglitz-l-union-europeenne-est-en-train-de-detruire-son-futur_4742246_3234.html).

220 Schor, J. & Fitzmaurice, C., *op. cit.*

221 Schor, J., *Debating the Sharing Economy*, *op. cit.*

222 Codagnone, C. & Martens, B., *op. cit.*

223 *Idem, ibidem.*

224 Goudin, P., *op. cit.*; Petropoulos, G., *op. cit.*

225 *Idem, ibidem.*

226 Yaraghi, N. & Ravi, S., *op. cit.*

227 Derojeda, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M. & Rouwmaat, E., *op. cit.*

escala. O desenvolvimento tecnológico tenderá a fazer baixar, ainda mais, os custos de transação e a melhorar a gestão da informação. Os níveis de participação tenderão a aumentar ao longo do tempo, não só porque as novas gerações estão mais preparadas para o mundo digital, mas também porque as preferências são endógenas.

São inúmeras as possibilidades de expansão da economia colaborativa. Por exemplo, as plataformas colaborativas de *crowdfunding* permitem conectar indivíduos com disponibilidade de meios financeiros e indivíduos com ideias de negócio promissoras, com potencial de permitir o desenvolvimento de produtos. A partilha de espaços e de infraestruturas físicas permite que pessoas com interesses comuns se reúnam e partilhem recursos e conhecimentos para criar coisas e desenvolver projetos.

Quanto mais as pessoas usarem e desenvolverem o gosto por partilhar, maior será a dimensão do mercado. Após as plataformas atingirem um determinado volume, elas poderão expandir-se mais rapidamente, aproveitando economias de escala, em particular se os algoritmos de pesquisa se tornarem mais eficientes. A aprendizagem poderá também levar a decisões mais eficientes por parte de vendedores e compradores. As plataformas tenderão também a incluir mais profissionais<sup>228</sup>.

Os modelos de negócio poderão ultrapassar as barreiras geográficas e permitir a participação em zonas mais remotas e com pouca densidade populacional.

A literatura reporta esforços contínuos das plataformas para corrigir problemas comuns nos sistemas de reputação<sup>229</sup>. Em particular, nos mercados em que os riscos das transações individuais são maiores, ou onde a segurança pessoal é uma preocupação, os mecanismos de reputação têm-se tornado cada vez mais sofisticados<sup>230</sup>. Para Allen & Berg<sup>231</sup>, é razoável sugerir que estes mecanismos se tornam mais eficientes à medida que a capacidade de coordenar o conhecimento se tornar mais barata e mais rápida. Em consequência, a propensão a partilhar deverá aumentar.

---

228 Ramirez, E., Ohlhausen, M. & McSweeney, T., *op. cit.*

229 Hui, X., Saeedi, M., Shen, Z. & Sundaresan, N., "From Lemon Markets to Managed Markets: the Evolution of eBay's Reputation System", *Working Paper Ohio State Univ*, 2014, obtido de <https://www.semanticscholar.org/paper/From-Lemon-Markets-to-Managed-Markets%3A-The-of-Hui-Saeedi/08c41b5c4650804d5c09b5ea5ac8949f16ffd51f>; Fradkin, A., *op. cit.*; Nosko, C. & Tadelis, S., *op. cit.*

230 Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., *op. cit.*

231 Allen, D. & Berg, C., *op. cit.*

A diminuição dos custos de mudança, por imposição legal, em resultado da tecnologia, e/ou por maior familiaridade dos participantes<sup>232</sup>, contribuirá para um aumento da concorrência.

Apesar do ceticismo<sup>233</sup>, a sustentabilidade ambiental deverá ganhar maior projeção, até porque a economia colaborativa está na agenda de “cidades inteligentes” e da “economia circular”. Rauch & Schleicher<sup>234</sup> antecipam que, no futuro, as cidades subsidiarão a presença das plataformas P2P.

O futuro da economia colaborativa depende ainda de mudanças institucionais. Uma legislação inovadora poderá permitir crescer e assegurar a sustentabilidade e a aprovação social do negócio. A política pública tem o desafio de promover o acesso à digitalização para que os ganhos possam ser redistribuídos.

---

232 Frenken, K. & Schor, J., *op. cit.*

233 Stuart, B. & Mattsson, J., *op. cit.*

234 Rauch, D. & Schleicher, D., *op. cit.*

**Tabela 1** Conceitos

Consumo colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercado em que os consumidores confiam uns nos outros para satisfazer as suas necessidades (BOTSMAN, R. &amp; ROGERS, R., <i>op. cit.</i>)</li> <li>• Foi o primeiro termo a ser usado.</li> </ul>
Economia de acesso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Parte da crítica ao uso do termo “partilha” foca-se na distinção entre acesso e propriedade (RIFKIN, J., <i>op. cit.</i>) (BARDHI, F. &amp; ECKHARDT, G., <i>op. cit.</i>).</li> <li>• Krecizer-Levy (<i>op. cit.</i>) identifica quatro categorias institucionais principais: mercados “peer to peer”, que incluem projetos com fins lucrativos e empresas sem fins lucrativos, empresas comerciais, projetos comunitários e programas governamentais. A distinção entre formas de acesso é importante.</li> </ul>
Economia “mesh”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Termo introduzido por GANSKY, L. (<i>op. cit.</i>) para designar um conjunto de negócios que têm como características comuns o facto de oferecerem algo que pode ser partilhado, de usarem plataformas digitais para rastrear os produtos que oferecem, concentrarem-se em produtos físicos e contarem com redes sociais e boca a boca. Foca-se na interconexão da economia colaborativa, estendendo-a a outros fenómenos digitais, como Facebook ou Twitter.</li> <li>• Exemplos: Zipcar, thredUP (trocas de roupas de crianças usadas).</li> </ul>
“Gig Economy”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de mercado em que empresas e particulares se envolvem em contratos de trabalho de curto prazo. Caracteriza-se por privilegiar o recurso a empregos temporários e flexíveis em detrimento de funcionários a tempo integral (SUNDARARAJAN, <i>op.cit.</i>, e FRIEDMAN, Gerald, “Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy”, in <i>Review of Keynesian Economics</i>, vol. 2, issue 2, 2014, pp. 171-188, doi: 10.4337/roke.2014.02.03).</li> <li>• Exemplos: TaskRabbit e Upwork (plataformas de trabalho online), UberEats e Glovo (entrega de comida), AmazonFlex.</li> </ul>
“Commons-based peer production”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelo inovador de produção, caracterizado pela colaboração entre pares para a criação ou manutenção de recursos partilhados, reutilizáveis e de acesso livre. É coordenado por meio de plataformas digitais, normalmente sem uma organização hierárquica tradicional e sem compensação financeira (BENKLER, Y., <i>op. cit.</i>)</li> <li>• Exemplos: Wikipedia, Free/Libre/Open Source Software (FLOSS), Wikihow, OpenStreetMap.</li> </ul>

**Tabela 2** Economia da partilha e Economia colaborativa

<b>Economia da partilha</b>	
(PWC, <i>op. cit.</i> )	Economia que permite que indivíduos ou grupos obtenham retorno económico usando bens subutilizados.
(Koopman, Mitchell & Thierer, <i>op. cit.</i> )	Mercado em os indivíduos trocam ou emprestam ativos subutilizados.
(Botsman, <i>op. cit.</i> )	Conexões do sistema e mercados descentralizados, com o propósito de conseguir obter benefícios com ativos subutilizados, evitando intermediários.
(Muñoz & Cohen, <i>op. cit.</i> )	Tem como objetivo aumentar a eficiência e a otimização dos recursos subutilizados na sociedade.
(Belk, <i>op. cit.</i> )	Distingue entre as atividades em que não há uma compensação monetária (atividades de partilha) daquelas em que há uma aquisição ou acesso ao bem em troca de uma compensação (consumo colaborativo).
(Official Norwegian Report (NOU), <i>op. cit.</i> )	Atividade económica facilitada por meio de plataformas digitais que coordenam a prestação de um serviço ou a troca de serviços, habilidades, ativos, propriedades, recursos ou capital sem transferir a propriedade e principalmente entre particulares.
<b>Economia colaborativa</b>	
(Botsman, <i>op. cit.</i> )	Redes de indivíduos e comunidades conectados que, por oposição às instituições centralizadas, transformam o modo de produzir, consumir, financiar e aprender, independentemente de haver compensação monetária ou não.
(Comissão Europeia, <i>op. cit.</i> )	Modelos empresariais em que as atividades são facilitadas por plataformas colaborativas que criam um mercado aberto para a utilização temporária de bens ou serviços, muitas vezes prestados por particulares.
(Gössling & Hall, <i>op. cit.</i> )	Extensão da economia partilhada no sentido da aceleração das práticas económicas neoliberais.

## IX. Referências

- Adomavicius, G. & Tuzhilin, A., "Toward the next generation of recommender systems: A Survey of the State-of-the-art and Possible Extensions", in *IEEE transactions on knowledge and data engineering*, 17(6), 2005, pp. 734-749.
- Agarwal, N. & Steinmetz, R., "Sharing Economy: A Systematic Literature Review", in *International Journal of Innovation and Technology Management*, 16(6), 2019, 1930002, doi: 10.1142/S0219877019300027.
- Agyeman, J., *Introducing Just Sustainabilities: Policy, Planning, and Practice*, London: Zed Books, 2013.
- Akerlof, G., "The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market", in *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 1970, pp. 488-500. doi: 10.2307/1879431.
- Allen, D. & Berg, C., *The Sharing Economy: How Over-Regulation Could Destroy an Economic Revolution*, Melbourne, Australia, Institute of Public Affairs, 2014.
- Angerer, P., Müller, M. & Zimmermann, S., "Optimal Pricing Behavior of Online Sharing Platforms", in *Conference on Information Systems and Technology (CIST). Proceedings*, 2015, obtido de [http://www.fox.temple.edu/conferences/cist/papers/Session%209A/CIST\\_2015\\_9A\\_2.pdf](http://www.fox.temple.edu/conferences/cist/papers/Session%209A/CIST_2015_9A_2.pdf).
- Armstrong, M. & Zhou, J., "Paying for Prominence", in *Economic Journal*, 1, 2011, F368-F395, doi: 10.1111/j.1468-0297.2011.02469.x.
- Axelrod, R. M., *The evolution of cooperation*, Basic Books, 1984.
- Baker, D., "Don't buy the 'sharing economy' hype: Airbnb and Uber are facilitating rip-offs", in *The Guardian*, 27 de maio de 2014.
- Bardhi, F. & Eckhardt, G., "Access-based consumption: The case of car sharing", in *Journal of Consumer Research*, 39(4), 2012, pp. 881-898, doi:10.1086/666376.
- \_\_\_\_\_, "Liquid consumption", in *Journal of Consumer Research*, 44(3), 2017, pp. 582-597, doi: 10.1093/jcr/ucx050.
- Bauwens, M. & Kostakis, V., "From the communism of capital to capital for the commons: towards an open co-operativism", in *tripleC*, 12(1), 2014, pp. 356-361, doi:10.31269/triplec.v12i1.561.
- Belk, R., "You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online", in *Journal of Business Research*, 67(8), 2014, pp. 1595-1600, doi:10.1016/j.jbusres.2013.10.001.
- Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossmann, C., Demková, K. & Carroll, J., "A Muddle of Models of Motivation for Using Peer-to-Peer Economy Systems", in *CHI 2015, Crossings, Seoul, Korea*, 2015, pp. 1085-1094.



- Benjaafar, S., Kong, G., Li, X. & Courcoubetis, C., "Peer-to-Peer Product Sharing: Implications for Ownership, Usage, and Social Welfare in the Sharing Economy", in *Management Science*, 65(2), 2019, doi: 10.1287/mnsc.2017.2970.
- Benkler, Y., "Sharing Nicely: on shareable goods and the emergence of sharing as a modality of economic production", in *Yale Law Journal*, 114, 2004, pp. 273-358.
- Berger, T., Chen, C. & Frey, C., "Drivers of disruption? Estimating the Uber effect", in *European Economic Review*, 110, 2018, pp. 197-210, doi: 10.1016/j.euroecorev.2018.05.006.
- Bimpikis, K., Papanastasiou, Y. & Zhang, W., "Information Provision in Service Platforms: Optimizing for Supply", in *SSRN Electronic Journal*, 2020, obtido de <https://ssrn.com/abstract=3617351>.
- Böcker, L. & Meelen, T., "Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation", in *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 2017, pp. 28-39, doi: 10.1016/j.eist.2016.09.004.
- Bolton, G., Greiner, B. & Ockenfels, A., "Engineering Trust: Reciprocity in the Production of Reputation Information", in *Management Science*, 59(2), 2013, pp. 265-285. doi: *mnsc.1120.1609*.
- Bond, A., "An App for That: Local Governments and the Rise of the Sharing Economy", in *Notre Dame Law Review*, 90(2), 2015, pp. 77-96.
- Botsman, R., "The Sharing Economy Lacks A Shared Definition", in *Fast Company [online]*, 2013, obtido de <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>.
- \_\_\_\_\_, *Defining the Sharing Economy: What is Collaborative consumption and What isn't?*, 2015, obtido de <http://bit.ly/1FavhRY>.
- Botsman, R. & Rogers, R., *Whats mine is yours: The rise of collaborative consumption*, London: UK: Collins, 2010.
- Brighenti, B., *Opinion of the European Committee of the Regions. The Local and Regional Dimension of the Sharing Economy*, Brussels, Belgium: The European Committee of the Regions, 2016, obtido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015IR2698&rid=2>.
- Buchanan, J. M., "An Economic Theory of Clubs", in *Economica*, 32(125), 1965, pp. 1-14. doi: 10.2307/2552442.
- Cachon, G.P., Daniels, K.M. & Lobel, R., "The role of surge pricing on a service platform with self-scheduling capacity", in *Manufacturing & Service Operations Management*, 19(3), 2017, pp. 368-384.
- Calo, R. & Rosenblat, A., "The Taking Economy: Uber, Information, and Power", in *Columbia Law Review*, 117(6), 2017, pp. 1623-1690, obtido de <https://columbialawreview.org/content/the-taking-economy-uber-information-and-power/>.
- Cao, D., "Regulation through Deregulation: Sharing Economy Companies Gaining Legitimacy by Circumventing Traditional Frameworks", in *Hastings Law Journal*, 68, 2017, p. 1085, obtido de [https://repository.uchastings.edu/hastings\\_law\\_journal/vol68/iss5/3](https://repository.uchastings.edu/hastings_law_journal/vol68/iss5/3).

Castillo, J. C., Knoepfle, D. T. & Weyl, E. G., "Surge Pricing Solves the Wild Goose Chases and How to Solve Them (January 10, 2022)", obtido de <https://ssrn.com/abstract=2890666>. doi: 10.2139/ssrn.2890666.

Cervero, R., Golub, A. & Nee, B., "City CarShare: Longer-Term Travel Demand and Car Ownership Impacts" (T. R. Academies, Ed.), in *Journal of the Transportation Research Record*, No. 1992, 2007, pp. 70-80, doi: 10.3141/1992-09.

Chawla, R., *Four Ways AirBnB Could Be Smarter About Pricing*, 2014, obtido de Forbes – online: <http://www.forbes.com/sites/rameetchawla/2014/11/07/fueled-fix-howAirBnB-should-unleash-market-pricing/>.

Chen, M. & Sheldon, M., "Dynamic pricing in a labor market: Surge pricing and the supply of Uber driver-partners", University of California (Los Angeles), *Working Paper*, 2015, obtido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/>.

Chen, T. & Kockelman, K., "Carsharing's life-cycle impacts on energy use and greenhouse gas emissions", in *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 47, 2016, 276-284. doi: 10.1016/j.trd.2016.05.012.

Cheng, M., "Sharing economy: A review and agenda for future research", in *International Journal of Hospitality Management*, 57, 2016, pp. 60-70, doi:10.1016/j.ijhm.2016.06.003.

Cherry, C. & Pidgeon, N., "Is sharing the solution? Exploring public acceptability of the sharing economy", in *Journal of Cleaner Production*, 195, 2018, pp. 939-948, doi: 10.1016/j.jclepro.2018.05.278.

Coase, R. H., "The nature of the firm", in *Economica, New Series*, 4(16), 1937, pp. 386-405.

Codagnone, C. & Martens, B., *Scoping the sharing economy: Origins, definitions, impact and regulatory issues*, Joint Research Centre (Seville site), Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper, 1, 2016, doi: 10.2139/ssrn.2783662.

Codagnone, C., Biagi, F. & Abadie, F., *The Passions and the Interests: Unpacking the 'Sharing Economy*, European Union: Institute for Prospective Technological Studies, JRC Science for Policy Report EUR 27914 EN, 2016, doi: 10.2791/474555.

Codagnone, C. & Martens, B., *Scoping the sharing economy: Origins, definitions, impact and regulatory issues*, Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper, 1, 2016, doi: 10.2139/ssrn.2783662.

Cohen, M. & Sundararajan, A., "Self-Regulation and Innovation in the Peer-to-Peer Sharing Economy", in *University of Chicago Law Review Online*, 82(1), 2015, pp. 116-133, obtido de <https://chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039>.

Cohen, P., Hahn, R., Hall, J. L. & Metcalfe, R., "Using Big Data to Estimate, consumer surplus: The case of Uber", in *NBER Working Paper Series*, 2016, obtido de <https://www.nber.org/papers/w22627.pdf>.

Comissão Europeia, *Uma agenda europeia para a economia colaborativa. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho e ao Comitê das regiões*, Bruxelas: Comissão Europeia, 2016, obtido de <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX%3A52016AE3545>.

Cui, R., Li, J. & Dennis, Z., "Reducing Discrimination with Reviews in the Sharing Economy: Evidence from Field Experiments on Airbnb", in *Management Science*, 66(3), 2020, doi: /10.1287/mnsc.2018.3273.

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

Davidson, M. & Infranca, J., "The Sharing Economy as an Urban Phenomenon", in *Yale Law & Policy Review*, 34(2), 215-280, 2016, obtido de <https://ylpr.yale.edu/sharing-economy-urban-phenomenon>.

De Corniere, A. & Taylo, G., "Integration and Search Engine Bias", in *RAND Journal of Economics*, 45(3), 2014, pp. 576-597, doi: 10.1111/1756-2171.12063.

De Groen, W. P. & Maselli, I., *The impact of the Collaborative Economy on the Labour Market*, 2016, CEPS Special, obtido de [https://www.ceps.eu/wp-content/uploads/2016/06/SR138CollaborativeEconomy\\_0.pdf](https://www.ceps.eu/wp-content/uploads/2016/06/SR138CollaborativeEconomy_0.pdf).

Demary, V., *Competition in the sharing economy*, Institut der deutschen Wirtschaft (IW)/German Economic Institute (IW policy paper No. 19/2015), 2015, obtido de [https://www.iwkoeln.de/fileadmin/publikationen/2015/235445/Sharing\\_Economy\\_Policy\\_Paper.pdf](https://www.iwkoeln.de/fileadmin/publikationen/2015/235445/Sharing_Economy_Policy_Paper.pdf).

Dervis, K., *Is Uber a Threat to Democracy?*, 2015, obtido de Project Syndicate – online edition: <http://www.project-syndicate.org/commentary/uber-regulatory-challengesthreat-to-democracy-by-kemal-dervi-2015-07>.

Dervojeđa, K., Verzijl, D., Nagtegaal, F., Lengton, M. & Rouwmaat, E., *Accessibility Based Business Models for Peer-to-Peer Markets Case study no. 12*, Directorate-General for Enterprise and Industry. Brussels: European Commission, 2013, obtido de [https://www.eukn.eu/fileadmin/Lib/files/EUKN/2014/12-she-accessibility-based-business-models-for-peer-to-peer-markets\\_en.pdf](https://www.eukn.eu/fileadmin/Lib/files/EUKN/2014/12-she-accessibility-based-business-models-for-peer-to-peer-markets_en.pdf).

Dhanorkar, S., "Environmental Benefits of Internet-Enabled C2C Closed-Loop Supply Chains: A Quasi-Experimental Study of Craigslist", in *Management Science*, 65(2), 2019, doi:10.1287/mnsc.2017.2963.

Dredge, D. & Gyimoóthy, S., "Collaborative Economy and Tourism", in Dredge, D. & Gyimoóthy, S., *Collaborative economy and tourism: Perspectives, politics, policies and prospects*, Berlin: Springer, 2017, pp. 1-12, doi:10.1007/978-3-319-51799-5\_1.

Dyal-Chand, R., "Regulating Sharing: The Sharing Economy as an Alternative Capitalist System", in *Tulane Law Review*, 90(2), 2015, pp. 241-309, obtido de SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2743959>.

Eckhardt, G. & Bardhi, F., "The Sharing Economy Isn't About Sharing at All", in *Harvard Business Review*, 28(1), 2015, 881-898, obtido de <https://hbr.org/2015/01/the-sharing-economy-isnt-about-sharing-at-all>.

Edelman, B., Luca, M. & Svirsky, D., "Racial Discrimination in the Sharing Economy: Evidence from a Field Experiment", Harvard Business School, in *American economic journal: applied economics*, 2017, 9(2), 1-22, doi: 10.1257/app.20160213.

Edelman, B. & Damien, G., "Efficiencies and Regulatory Shortcuts: How Should We Regulate Companies like AirBnB and Uber?", in *Stanford Technology Law Review*, 19, 2016, 293-328, doi: 10.2139/ssrn.2658603.

Einav, L., Farronato, C. & Levin, J., "Peer-to-Peer Markets", in *Annual Review of Economics*, 8, 2016, pp. 615-635, doi:10.1146/annurev-economics-080315-015334.

Einav, L., Farronato, C., Levin, J. & Sundaresan, N., "Auctions versus posted prices in online markets", in *Journal of Political Economy*, 126(1), 2018, pp. 178-215, doi: doi.org/10.1086/695529.

Eliasz, K. & Spiegler, R., "A Simple Model of Search Engine Pricing", in *Economic Journal*, 121, 2011, F329-F339, doi:10.1111/j.1468-0297.2011.02467x.

Eljas-Taal, K., Kay, N., Porsch, L. & Svatikov, K., *A methodology for measuring the collaborative economy*, 2018, obtido de CEPR Policy Portal: <https://voxeu.org/article/methodology-measuring-collaborative-economy>.

European Commission, *Online platforms, Special Eurobarometer 447*, 2016, obtido de [https://ec.europa.eu/information\\_society/newsroom/image/document/2016-24/ebs\\_447\\_en\\_16136.pdf](https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-24/ebs_447_en_16136.pdf).

\_\_\_\_\_, *The use of collaborative platforms. Flash Eurobarometer 438 Report*, 2016.

\_\_\_\_\_, *Exploratory Study of consumer issues in peer-to-peer platform markets*, 2017, obtido de [https://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item\\_id=77704](https://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=77704).

\_\_\_\_\_, *Flash Eurobarometer 467 – The use of the collaborative economy*, 2018.

Evans, D. & Schmalensee, R., "Markets with two-sided platforms", in *Issues in Competition Law and Policy (ABA Section of Antitrust Law)*, 1, 2008, pp. 667-693, obtido de SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1094820>.

Fang, Z., Huang, L. & Wierman, A., "Prices and Subsidies in the Sharing Economy", in *Performance Evaluation*, 136, 2019, doi:10.1016/j.peva.2019.102037.

Farronato, C. & Fradkin, A., "The Welfare Effects of Peer Entry in the Accommodation Market: The Case of Airbnb", in *Ewing Marion Kauffman Foundation Research Paper Series*, 2018, doi:10.3386/w24361.

Filippas, A., Horton, J. J. & Golden, J. M., "Reputation Inflation", *Working paper*, 2020, obtido de <http://john-joseph-horton.com/papers/longrun.pdf>.

Filippas, A., Horton, J.J. & Zeckhauser, R.J., "Owning, Using, and Renting: Some Simple Economics of the «Sharing Economy»", in *Management Science*, 2020, doi:10.1287/mnsc.2019.3396.

Filippas, A. & Gramstad, A. R., "Model of Pricing in the Sharing Economy: Pricing Dynamics with Awareness-Generating Adoptions", in *Thirty Seventh International Conference on Information Systems*, Dublin, 2016, p. 17, obtido em <https://core.ac.uk/download/pdf/301370193.pdf>.

Fisman, R. & Luca, M., "Fixing Discrimination in Online Marketplaces", in *Harvard Business Review Home*, 94(12), 88-95, 2016, obtido de <https://hbr.org/2016/12/fixing-discrimination-in-online-marketplaces>.

Forde, M., Stuart, S., Joyce, L., Oliver, D., Valizade, G., Alberti, G., Hardy, K., Trappmann, V., Umney, C. & Carson, C., *The Social Protection of Workers in the Platform Economy*, European Parliament, Directorate General for Internal Policies, 2017, obtido de [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/614184/IPOL\\_STU\(2017\)614184\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/614184/IPOL_STU(2017)614184_EN.pdf).

Fradkin, A., "Search Frictions and the Design of Online Marketplaces", *Working Paper*, 2015, obtido de <https://pdfs.semanticscholar.org/5a86/fcb2b9b204a377f9a48baf338c48f8012f83.pdf>.

Fraiberger, S. & Sundararajan, A., "Peer-to-Peer Rental Markets in the Sharing Economy", in *New York: NYU Stern School of Business Research Paper*, 2015, obtido de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2574337](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2574337), doi: 10.2139/ssrn.

Friedman, Gerald, "Workers without employers: shadow corporations and the rise of the gig economy", in *Review of Keynesian Economics*, 2014, vol. 2(2), pp. 171-188, doi: 10.4337/roke.2014.02.03.

Frenken, K., "Political Economies and Environmental Futures for the Sharing Economy", in *Philosophical Transactions: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 375(2095), 2017, doi:0.1098/rsta.2016.0367.

Frenken, K. & Schor, J., "Putting the sharing economy into perspective", in Mont O. (Ed.), *A Research Agenda for Sustainable Consumption Governance*, Edward Elgar Publishing, 2019, pp. 121-135.

Gansky, L., *The mesh: Why the future of business is sharing*, New York: Portfolio Penguin, 2010.

Godlewska, M., "Competition Mechanisms in the Sharing Economy", in *e-mentor* (online), 80, 2019, pp. 51-57, doi:10.15219/em80.1423.

Goldman, J. & Liu, M., *It pays to compare. What's The Fare*, October de 2014, obtido de [whatsthefare: http://blog.whatsthefare.com/2014/10/it-pays-to-compare.html](http://blog.whatsthefare.com/2014/10/it-pays-to-compare.html).

Goldman, M. & Rao, J. M., *Misperception of Risk and Incentives by Experienced Agents*, 2014, obtido de <https://ssrn.com/abstract=2435551> . doi: /10.2139/ssrn.2435551.

Görög, G., "Definitions of Sharing Economy: A Systematic Literature Review", in *Management* (18544223), 13(2), 2018, pp. 175-189, doi:10.26493/1854-4231.13.175-189.

Gössling, S. & Hall, M. "Sharing versus collaborative economy: how to align ICT developments and the SDGs in tourism?", in *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 2019, pp. 74-96, doi: 10.1080/09669582.2018.1560455.

Goudin, P., *The Cost of Non-Europe in the Sharing Economy*, European Parliamentary Research Service, European Parliament, 2016, obtido de [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS\\_STU\(2016\)558777\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2016/558777/EPRS_STU(2016)558777_EN.pdf).

Gregory, L. & Zervas, G., *The Welfare Impact of Consumer Reviews: A Case Study of the Hotel Industry*, 2016, obtido de <https://economics.sas.upenn.edu/sites/default/files/filevault/u475/tawelfare.pdf>.

Gruszka, K., "Framing the collaborative economy – Voices of contestation", in *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 2017, pp. 92-104, doi: 10.1016/j.eist.2016.09.002.

Gurley, B., "A Deeper Look at Uber's Dynamic Pricing Model", in *The Crowd 8 [online]*, 2014, obtido de <http://abovethecrowd.com/2014/03/11/a-deeper-look-at-ubersdynamic->.

Hagiu, A. & Jullien, B., "Why do intermediaries divert search?", in *The RAND Journal of Economics*, 42(2), 2011, pp. 337-362, doi: 10.1111/j.1756-2171.2011.00136.x.

Hagiu, A. & Rothman, S., "Network Effects Aren't Enough", in *Harvard Business Review*, 2016, 94(4), pp. 64-71.

Hagiu, A. & Wright, J., "Do You Really Want to Be an eBay?", in *Harvard Business Review*, 91(3), 2013, pp. 102-108, obtido de <https://hbr.org/2013/03/do-you-really-want-to-be-an-ebay>.

Hall, J. V. & Krueger, A. B., "An Analysis of the Labor Market for Uber's Driver-Partners in the United States", in *ILR Review*, 71(10), 2018, doi: 10.1177/0019793917717222.

Hall, J., Kendrick, C. & Nosko, C., "The Effects of Uber's Surge Pricing: A Case Study", 2015, obtido de [http://faculty.chicagobooth.edu/chris.nosko/research/effects\\_of\\_uber\\_s\\_surge\\_pricing.pdf](http://faculty.chicagobooth.edu/chris.nosko/research/effects_of_uber_s_surge_pricing.pdf).

Hamari, J., Sjöklint, M. & Ukkonen, A., "The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption?", in *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2016, pp. 2047-2059, doi: 10.1002/asi.23552.

Hatzopoulos, V. & Roma, S., "Caring for sharing? The collaborative economy under EU law", in *Common Market Law Review*, 54(1), 2017, pp. 81-127, doi: 10.1002/asi.23552.

Haucap, J. & Heimeshoff, U., "Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet driving competition or market monopolization?", in *International Economics and Economic Policy*, 2014, pp. 49-61, doi: 10.1007/s10368-013-0247-6.

Heinrichs, H., "Sharing economy: A potential new pathway to sustainability", in *GAIA – Ecological Perspectives for Science and Society*, 22(4), 2013, pp. 228-231, doi: 10.14512/gaia.22.4.5.

Helms, B., "La Economía Colaborativa y su capacidad para transformar el desarrollo en América Latina", in *Economía colaborativa en América Latina*, IE Business School, 2016, obtido de <http://bit.ly/2vP76jH>.

Horton, J., "Misdirected search effort in a matching market: Causes, consequences and a partial solution", in *Proceedings of the fifteenth ACM conference on Economics and computation*, ACM, 2014, pp. 357-357.

Hui, X., Saeedi, M., Shen, Z. & Sundaresan, N., "From Lemon Markets to Managed Markets: the Evolution of eBay's Reputation System", *Working Paper Ohio State Univ*, 2014, obtido de <https://www.semanticscholar.org/paper/From-Lemon-Markets-to-Managed-Markets%3A-The-of-Hui-Saeedi/08c41b5c4650804d5c09b5ea5ac8949f16ffd51f>.

Huws, U., Spencer, N., Syrdal, D. & Holts, K., *Work in the European Gig Economy*, FEPS, Uni Europa and Hertfordshire Business School, 2017.

Jenk, J., "Theory meets practice in the taxi industry: Coase and Uber", in *Raktas Working Paper series*, 2015, obtido de <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/id/eprint/63206>.

Johari, R., Light, B. & Weintraub, G., *Quality Selection in Two-Sided Markets: A Constrained Price Discrimination Approach*, arXiv:1912.02251: Working paper, 2019, obtido de <https://arxiv.org/pdf/1912.02251.pdf>.

Ke, Q., "Service Providers of the Sharing Economy: Who Joins and Who Benefits?", in *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, Article No. 57, 2017, doi:/10.1145/3134692.

Keymolen, E., "Trust and technology in collaborative consumption", in Kosta, A. & R. Leenes, *Bridging distances in technology and regulation*, Oisterwijk: Wolf Legal Publishers, 2013, pp. 135-150, obtido de <https://pure.uvt.nl/ws/ff>.

Koopman, C., Mitchell, M. & Thierer, A., "The Sharing Economy: Issues Facing Platforms, Participants, and Regulators", in *Sharing Economy Workshop, Project No. P15-1200*, Commission, Agency: Federal Trade, 2015, obtido de [https://www.ftc.gov/es/system/files/documents/public\\_comments/2015/05/01635-96127.pdf](https://www.ftc.gov/es/system/files/documents/public_comments/2015/05/01635-96127.pdf).

\_\_\_\_\_, "The Sharing Economy and Consumer Protection Regulation: The Case for Policy Change", in *The Journal of Business, Entrepreneurship & the Law*, 8(2), 2015, pp. 529-540.

Kreiczer-Levy, S., "The Rise of the Access Economy", in *Destabilized Property: Property Law in the Sharing Economy*, Cambridge: Cambridge University Press, 2019, pp. 60-77, doi:10.1017/9781108566605.004.

Lamberton, C. P. & Randall, R., "When is ours better than mine? a framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems", in *Journal of Marketing*, 76(4), 2012, pp. 109-125, doi:10.1509/jm.10.0368

Le Monde, Joseph Stiglitz, "L'Union européenne est en train de détruire son avenir", in *Le Monde/Marie Charrel*, 1 de setembro de 2015, obtido de [https://www.lemonde.fr/economie/article/2015/09/01/joseph-stiglitz-l-union-europeenne-est-en-train-de-detruire-son-futur\\_4742246\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2015/09/01/joseph-stiglitz-l-union-europeenne-est-en-train-de-detruire-son-futur_4742246_3234.html).

Lessig, L., *Remix: Making art and commerce thrive in the hybrid economy*, Bloomsbury Academic, 2008.

Li, J. & Netessine, S., "Market thickness and matching (in)efficiency: evidence from a quasi-experiment. (A. A. University of Michigan, Ed.)", in *Ross School of Business*, 2018, doi:10.2139/ssrn.3041960.

Li, J., Moreno, A. & Zhang, D. J., "Pros vs joes: Agent pricing behavior in the sharing economy", in *Ross School of Business*, Paper No. 1298, 2016, obtido de <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=53232>.

Liu, M., Brynjolfsson, E. & Dowlatabadi, J., "Do Digital Platforms Reduce Moral Hazard? The Case of Uber and Taxis", in *Management Science*, 67(8), 2021, 4665-4685, doi: 10.1287/mnsc.2020.3721.

Lougher, G. & Kalmanowicz, S., "Competition Law in the Sharing Economy", in *Journal of European Competition Law & Practice*, 7(2), 2016, pp. 87-102, doi:10.1093/jeclap/lpv086.

Malhotra, A. & Van Alstyne, M., "The Dark Side of the Sharing Economy... and how to lighten it", in *Communications of the ACM*, 57(11), 2014, pp. 24-27, doi:10.1145/2668893.

Martin, C., "The sharing economy: A pathway to sustainability or a nightmarish form of neoliberal capitalism?", in *Ecological economics*, 121, 2016, pp. 149-159, doi:10.1016/j.ecolecon.2015.11.027.

Martin, E. W. & Shaheen, S. A., *Greenhouse Gas Impacts of Car Sharing in North America*, Mineta Transportation Report 09-11, 2010, obtido de <http://innovativemobility.org/wp-content/uploads/2015/03/Greenhouse-Gas-Emission-Impacts-of-Carsharing-in-North-America-publication.pdf>.

Matzner, M., Chasin, F. & Todenhöfe, L., "To Share or Not to Share: Towards Understanding the Antecedents of Participation in It-Enabled Sharing Services", in *ECIS*, 2015.

McGill, J. & Van Ryzin, G., "Revenue management: Research overview and prospects", in *Transportation science*, 33(2), 1999, pp. 233-256, doi:10.1287/trsc.33.2.233.

McGinnis, J., "The sharing economy as an equalizing economy", in *Notre Dame Law Review*, 94(1), 2018, pp. 329-369.

McLaren, D. & Agyeman, J., *Sharing cities: a case for truly smart and sustainable cities*, MIT press, 2015.

Meyer, A. G., *Pricing mechanisms in peer-to-peer online creditmarkets*, Ph.D. Dissertation, Stanford University, 2015.

Migai, C., de Jong, J. & Owens, J., "The sharing economy: turning challenges into compliance opportunities for tax administrations", in *eJournal of Tax Research*, 16(3), 2018, pp. 395-424.

Millard-Ball, A. M. & Burkhardt, J., *Carsharing: Where and How it Succeeds*, Transportation Research Board of the National, 2005, doi:10.17226/13559.

Möhlmann, M., "Collaborative consumption: determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again", in *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 2015, pp. 193-207, doi:10.1002/cb.1512.



Muñoz, P. & Cohen, B., "Mapping out the sharing economy: A configurational approach to sharing business modeling", in *Technological forecasting and social change*, 125, 2017, pp. 21-37, doi: 0.1016/j.techfore.2017.03.035.

Newlands, G., Lutz, C. & Fieseler, C., "Navigating Peer-to-Peer Pricing in the Sharing Economy", in *SSRN Electronic Journal*, 2018, doi:10.2139/ssrn.3116954.

Nielsen, *Is sharing the new buying ? Reputation and trust are emerging as new currencies*, 2014, obtido de <https://www.nielsen.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/04/global-share-community-report-may-2014.pdf>.

Nosko, C. & Tadelis, S., "The Limits of Reputation in Platform Markets: An Empirical Analysis and Field Experiment", in *NBER Working paper 20830*, 2015, obtido de <http://www.nber.org/papers/w20830>.

Official Norwegian Report (NOU), *Sharing Economy-Opportunities and Challenges, Chapter: 1 [Online]*, 2017, obtido de [https://www.regjeringen.no/contentassets/1b21cafe73c4b45b63850bd83ba4fb4/engb/sved/nou\\_2017-4\\_chapter\\_1.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/1b21cafe73c4b45b63850bd83ba4fb4/engb/sved/nou_2017-4_chapter_1.pdf).

Owyang, J., *The Collaborative Economy is for Business to Business*, 22 de junho de 2014, obtido de *web-strategist*: <https://web-strategist.com/blog/2014/06/02/collaborative-economy-business-to-business-moves-in/>.

Parlamento Europeu, *Resolução do Parlamento Europeu, de 15 de junho de 2017, sobre uma Agenda Europeia para a Economia Colaborativa (2017/2003(INI))*. P8\_TA(2017)027, 2017, obtido de [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0271\\_PT.pdf](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2017-0271_PT.pdf).

Pavlov, V. & Berman, R., "Price Manipulation in Peer-to-Peer Markets and the Sharing Economy" (N. Institute, Ed.), *Working Papers 19-10*, 2019, obtido de <https://ssrn.com/abstract=3468447>, doi:10.2139/ssrn.3468447.

Petropoulos, G., *An economic review of the collaborative economy*, Bruegel, Brussels: Bruegel Policy Contribution No. 2017/5, 2017, obtido em <https://www.bruegel.org/2017/02/an-economic-review-of-the-collaborative-economy/>.

Popper, B., "Ubersurge pricing:soundeconomictheory,badbusinesspractice";in *TheVerge*,2013,obtido de <http://www.theverge.com/2013/12/18/5221428/uber-surge-pricing-vs-price-gouging-law>.

PWC, *The Sharing Economy*, PricewaterhouseCoopers, 2015, obtido de <https://www.pwc.com/us/en/technology/publications/assets/pwc-consumer-intelligenceseries-the-sharing-economy.pdf>.

Rahim, N., Lapanjuuri, K., Day, F., Piggott, H., Hudson, R. & Lubian, K., *Research on the Sharing Economy*, HM Revenue and Customs: London, UK, 2017.

Ramirez, E., Ohlhausen, M. & McSweeney, T., *The "Sharing" Economy Issues Facing Platforms, Participants & Regulators*, A Federal Trade Commission Staff Report, 2016, obtido de 2020 de [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/658728/HMRC\\_Report\\_453\\_Sharing\\_Economy.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/658728/HMRC_Report_453_Sharing_Economy.pdf).

Rauch, D. & Schleicher, D., "Like Uber, But for Local Governmental Policy: The Future of Local Regulation of the 'Sharing Economy'", in *Ohio State Law Journal*, 76(4), 901-964.

Reich, R. B., *ReCoding Good: Part 2*, 13 de fevereiro de 2012, obtido de Stan. Soc Innovation Rev. Blog, [http://www.ssireview.org/blog/entry/recoding\\_good\\_part\\_2](http://www.ssireview.org/blog/entry/recoding_good_part_2).

Resnick, P. & Varian, H., "Recommender Systems", in *Communications of the ACM*, 40(3), 1997, pp. 56-58, doi:10.1145/245108.245121.

Rifkin, J., *The Zero Marginal Cost Society: The internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism*, New York, NY, USA: 1<sup>st</sup> ed., Palgrave Macmillan, 2014.

Rochet, J. C. & Tirole, J., "Platform Competition in Two-Sided markets", in *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 2003, pp. 990-1029, doi: 10.1162/154247603322493212.

Rooij, P. V., *Business and Pricing Strategies in Online Sharing Platforms*, Master Thesis, Tilburg University, 2018.

Salcedo, A., Todd, S. & Tertilt, M., "Families as roommates: Changes in US household size from 1850 to 2000", in *Quantitative Economics*, 3(1), 2012, pp. 133-175, doi:10.3982/QE76.

Schmalensee, R. & Evans, D., "Industrial organization of markets with two-sided platforms", in *Competition Policy International*, 3(1), 2007, pp. 151-179, obtido de SSRN: <https://ssrn.com/abstract=987341>.

Schor, J., *Debating the Sharing Economy*, 2016, obtido de Great Transition Initiative: <http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>.

\_\_\_\_\_, "Does the sharing economy increase inequality within the eighty percent? Findings from a qualitative study of platform providers", in *Cambridge Journal of Regions, Economy & Society*, 10(2), 2017, pp. 263-279, doi:10.1093/cjres/rsw047.

Schor, J. & Attwood-Charles, W., "The «sharing» economy: labor, inequality, and social connection on for-profit platforms", in *Sociology Compass*, 11(8), 2017, e12493, doi: 10.1111/soc4.12493.

Schor, J. & Fitzmaurice, C., "Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy", in L. A. Reisch, *Handbook of research on sustainable consumption*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2015, pp. 410-425, doi: 10.4337/9781783471270.

Schure, J., Napolitan, F. & Hutchinson, R., "Cumulative Impacts of Carsharing and Unbundled Parking on Vehicle Ownership and Mode Choice", in *Transportation Research Record*, 2012, 2319(1), 96-104, doi: 10.3141/2319-11.

Segato, G., *The sharing economy*, Università degli Studi di Padova, 2016, obtido de [http://tesi.cab.unipd.it/51835/1/Segato\\_Gianluca.pdf](http://tesi.cab.unipd.it/51835/1/Segato_Gianluca.pdf).

Shaheen, S. A., Cohen, A. P. & Chung, M., "North American Carsharing: 10-Year Retrospective", in *Journal of the Transportation Research Board*, 210, 2011, pp. 35-44, doi: 10.3141/2110-05.

- Shapiro, C. & Varian, H. R., "Information of Rules-a Strategic Guide To the Network Economy", in *Harvard Business School Press*, 53(9), 1999, pp. 1-351.
- Shy, O., *The economics of network industries*, Cambridge: UK: Cambridge University Press, 2001.
- Smart, R., Rowe, B., Hawken, A., Kleiman, M., Mladenovic, N., Gehred, P. & Manning, C., *Faster and Cheaper: How Ride-Sourcing Fills a Gap in Low-Income Los Angeles Neighborhoods*, BOTEC Analysis Corp, 2015.
- Smichowski, B., *Data as a common in the sharing economy: a general policy proposal*, 2016, hal-01386644, obtido de <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01386644/document>.
- Srincek, N., *Platform Capitalism*, Polity Press, Malden, MA, 2016.
- Steven, T. & Zettelmeyer, F., "Information Disclosure as a Matching Mechanism: Theory and Evidence from a Field Experiment", in *American Economic Review*, 105(2), 2015, pp. 886-905, doi:10.1257/aer.20110753.
- Stokes, K., Clarence, E., Anderson, L. & Rinne, A., "Making sense of the UK collaborative economy", in *NESTA*, 2014, obtido de <http://bit.ly/1Os7CnR>.
- Stuart, B. & Mattsson, J., "Understanding current and future issues in collaborative consumption: A four-stage Delphi study", in *Technological Forecasting and Social Change*, 104, 2016, pp. 200-211, doi:10.1016/j.techfore.2016.01.006.
- Sundararajan, A., "Peer-to-peer businesses and the sharing (collaborative) economy: Overview, economic effects and regulatory issues", *Written testimony for the hearing titled The Power of Connection: Peer to Peer Businesses*, held by the committee on small businesses of the U.S. House of Representatives, 09/15/2014, obtido em <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-113hhrg86266/html/CHRG-113hhrg86266.htm>.
- Thierer, A., Koopman, C., Hobson, A. & Kuiper, C., "How the Internet, the Sharing Economy, and Reputational Feedback Mechanisms Solve the 'Lemons Problem'", in *University of Miami Law Review*, 70(3), 2016, p. 830, obtido de <http://repository.law.miami.edu/umlr/vol70/iss3/6>.
- Tussyadiah, I., "An Exploratory Study on Drivers and Deterrents of Collaborative Consumption", in *Travel, Information and Communication Technologies Tourism. S.*, 2015, pp- 817-830, obtido de <https://www.tussyadiah.com/ENTER2015-Tussyadiah.pdf>.
- Vaughan, R. & Daverio, R., *Assessing the size and presence of the collaborative economy in Europe*. European Union, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Brussels: Publications Office of the European Union, 2016, obtido de <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/2acb7619-b544-11e7-837e-01aa75ed71a1>.
- Vellodi, N., "Ratings Design and Barriers to Entry", *Working paper*, Department of Economics, Princeton University and Paris School of Economics (PSE), 2020, obtido de <https://ideas.repec.org/p/net/wpaper/18-13.html>.

Wallsten, S., *The Competitive Effects of the Sharing Economy: How is Uber Changing Taxis?*, New York Technology Policy Institute, 2015, obtido de [https://www.ftc.gov/system/files/documents/public\\_comments/2015/06/01912-96334.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_comments/2015/06/01912-96334.pdf).

Weber, T. A., "The Question of Ownership in a Sharing Economy", in *48<sup>th</sup> Hawaii International Conference on System Sciences*, Kauai, HI, 2015, doi: 10.1109/HICSS.2015.578.

Wirtz, J., So, F. K., Mody, M., Liu, S. & Chun, H., "Platforms in the peer-to-peer sharing economy", in *Journal of Service Management*, 30(4), 2019, pp. 452-483, doi: 10.1108/JOSM-11-2018-0369.

Wright, J., "One-sided Logic in Two-sided Markets", in *Review of Network Economics*, 3(1), 2004, pp. 44-64, doi: 10.2202/1446-9022.1042.

Yaraghi, N. & Ravi, S., *The Current and Future State of the Sharing Economy*, India: Brookings India IMPACT Series No. 032017, 2017, obtido de [https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy\\_032017final.pdf](https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/12/sharingeconomy_032017final.pdf).

Zervas, G., Proserpio, D. & Byers, J., "A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay is Above Average", in *Marketing Letters*, 32(1), 2021, 1-16, doi: 10.1007/s11002-020-09546-4.

\_\_\_\_\_, "The Rise of the Sharing Economy: Estimating the Impact of AirBnB on the Hotel Industry", in *Journal of marketing research*, 2017, 54(5), 687-705, doi: 10.1509/jmr.15.0204.