



**CENTRO UNIVERSITÁRIO UNICHRISTUS**  
**CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**HÁVILA MARIA DE OLIVEIRA SOARES**

**DETERMINANTES MACRO E MICROECONÔMICOS DA ECONOMIA  
COLABORATIVA**

**FORTALEZA**

**2023**

HÁVILA MARIA DE OLIVEIRA SOARES

DETERMINANTES MACRO E MICROECONÔMICOS DA ECONOMIA  
COLABORATIVA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)  
apresentado ao curso de Administração  
do Centro Universitário Unichristus, como  
requisito parcial para obtenção do título  
de bacharel em Administração.

Orientador(a): Dr. Felipe Gerhard.

FORTALEZA

2023

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Centro Universitário Christus - Unichristus  
Gerada automaticamente pelo Sistema de Elaboração de Ficha Catalográfica do  
Centro Universitário Christus - Unichristus, com dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S676d Soares, Hávila Maria de Oliveira.  
Determinantes macro e microeconômicos da economia  
colaborativa / Hávila Maria de Oliveira Soares. - 2023.  
17 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro  
Universitário Christus - Unichristus, Curso de Administração,  
Fortaleza, 2023.  
Orientação: Prof. Dr. Felipe Gerhard.

1. Economia colaborativa. 2. Determinantes macroeconômicos.  
3. Determinantes microeconômicos. 4. Comportamento do  
consumidor. I. Título.

CDD 658

HÁVILA MARIA DE OLIVEIRA SOARES

DETERMINANTES MACRO E MICROECONÔMICOS DA ECONOMIA  
COLABORATIVA

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)  
apresentado ao curso de Administração  
do Centro Universitário Christus, como  
requisito parcial para obtenção do título  
de bacharel em Administração.

Orientador(a): Dr. Felipe Gerhard.

Aprovada em: 28 / 06 / 2023

BANCA EXAMINADORA

Professor Dr. Felipe Gerhard  
Orientador(a)

Professor Dr. Elnivan Moreira de Souza  
Membro da Banca

Professor Dr. Felipe Roberto da Silva  
Membro da Banca

# DETERMINANTES MACRO E MICROECONÔMICOS DA ECONOMIA COLABORATIVA

## MACRO AND MICROECONOMIC DETERMINANTS OF THE COLLABORATIVE ECONOMY

Hávila Maria de Oliveira Soares<sup>1</sup>

Felipe Gerhard<sup>2</sup>

### RESUMO

O artigo visa analisar o impacto de aspectos macro e microeconômicos na adesão à economia colaborativa. Ele destaca a importância da economia colaborativa na formação do comportamento dos consumidores e conseqüentemente na geração de menos resíduos para o meio ambiente. O estudo utiliza dados secundários de bancos de dados contendo registros socioeconômicos e de comportamento do consumidor de países latino-americanos e europeus, construindo um modelo representativo da intenção de adotar a economia compartilhada. O artigo também define a economia colaborativa como um modelo de produção e consumo que envolve o compartilhamento de bens ou serviços entre membros de uma comunidade com interesses semelhantes, enfatizando os benefícios sociais e econômicos que traz.

**Palavras-chave:** Economia colaborativa. Determinantes macroeconômicos. Determinantes microeconômicos. Comportamento do consumidor.

### ABSTRACT

The article discusses the impact of macro and microeconomic determinants in order to analyze the adoption of the collaborative economy both in countries and in the developing world. He highlights the importance of the collaborative economy in shaping consumer behavior and consequently generating less waste for the environment. The study uses secondary data from databases containing socioeconomic and consumer behavior records from Latin American and European countries, building a representative model of the intention to adopt the sharing economy. The article also defines collaborative economy as a production and consumption model that involves sharing goods or services among members of a community with similar interests, emphasizing the social and psychological benefits it brings.

**Keywords:** Sharing Economy. Macroeconomic determinants. Microeconomic determinants. Collaborative economy. Consumer behavior.

---

<sup>1</sup> Graduanda em Administração pela Unichristus – [havila.oliveira@hotmail.com](mailto:havila.oliveira@hotmail.com).

<sup>2</sup> Professor de Graduação do curso de Administração da Unichristus, Doutor em Administração – [cooradmead@unichristus.edu.br](mailto:cooradmead@unichristus.edu.br).

## 1 INTRODUÇÃO

A economia colaborativa (EC) é um modelo de produção e consumo em que seus adeptos compartilham bens ou serviços (BELK, 2010; 2014; AKBAR; HOFFMANN, 2023). Em bastante ascensão ao longo dos últimos anos, as práticas compreendidas pela EC já se estendem por diversas áreas. A popularização da WEB 2.0 permitiu que a EC ficasse amplamente conhecida, principalmente após o *boom* da Appficação, como, por exemplo, as plataformas Uber, Netflix e Airbnb (BOTSMAN; ROGERS, 2011). A prática já está tão comum que existe até guarda-roupas compartilhados (GANSKI et al., 2020).

É notória a sua importância econômica, já que essa prática está moldando as formas de consumir das pessoas, ou seja, a EC gera impacto nos modelos de negócios, pois o consumidor encontra alternativas de estender a utilidade de um produto (MENEZES, 2015). Essa ação, conseqüentemente, reflete em toda a cadeia produtiva ao gerar menos resíduos para o meio ambiente, o que é positivo para as futuras gerações, além de ser uma excelente oportunidade para quem deseja empreender e que não tem muitos recursos para investir (MONT et al., 2020). É importante salientar que o foco da economia colaborativa não é apenas econômico, dando ênfase também às relações entre consumidores. Assim, há questões sociais envolvidas, pois o ato de conviver com outras pessoas que partilham dos mesmos ideais gera satisfação e felicidade para o grupo e cria vínculos.

Apesar de haver uma literatura extensa sobre os fatores associados à adesão à economia colaborativa (GUPTA et al., 2019), são reduzidos os estudos que incorporam a relação entre perspectivas macro e microeconômicas. Do mesmo modo, a maioria dos estudos acerca do engajamento do consumidor em práticas da economia compartilhada se concentra em países desenvolvidos (e.g., BARDHI; ECKHARDT, 2012; ECKHARDT; BARDHI, 2016; HAMARI; SJOKLINT; UKKONEN, 2016; PERREN; KOZINETS, 2018). Vale ressaltar que o contexto de países emergentes é marcado por uma grande desigualdade social, possibilitando que muitos consumidores não tenham acesso aos bens considerados básicos (MAYFOUR; HRUSCHKA, 2022). Destarte, a lacuna de pesquisa se estabelece sobre a constatação da ausência estudos que consideraram conjuntamente fatores associados a aspectos macro e microeconômicos (HAWLITSCHKE et al., 2016; SUN; KIM; LEE, 2018), contrastando contextos econômicos de países desenvolvidos e em desenvolvimento (GUPTA et al., 2019). Portanto, desenvolveu-se a seguinte problemática de pesquisa: qual o impacto de influências macro e microeconômicos sobre a adesão à economia colaborativa?

Guiando-se pela questão de pesquisa, este estudo busca analisar o impacto de aspectos macro e microeconômicos sobre a adesão à economia colaborativa. Para tal, serão analisados dados secundários das bases de dados Global Wealth Databook (2018), Sharing Economy Index (2018) e Market Potential Index (GLOBAL EDGE, 2018)., as quais contêm registros socioeconômicos e comportamento de consumo de habitantes de países latino-americanos e europeus. Assim, construiu-se um modelo representativo acerca da intenção de adoção da economia compartilhada. O entendimento sobre os fatores que influenciam os consumidores a adotarem a EC contribui para o debate deste fenômeno em diferentes contextos econômicos, além de iniciar uma nova temática de pesquisa neste campo.

## 2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

### 2.1 DEFINIÇÃO DE ECONOMIA COLABORATIVA

O modelo econômico desenvolvido através do compartilhamento de bens e serviços é denominado de Economia do Compartilhamento ou Economia Colaborativa (EC). Para que ele possa ocorrer, é preciso que membros de uma comunidade (seja consumidores ou fornecedores), com interesses similares, partilhem das mesmas intenções no que se refere à prática de compartilhamento (BELK, 2010; 2014). É importante salientar que, apesar de se embasar no compartilhamento e na reciprocidade, pode haver troca monetária nos modelos de negócio da Economia Colaborativa, ajudando na dinâmica de trocas de bens e serviços.

Dessa forma, a EC vem na contramão da economia tradicional já que nela o que mais fica evidenciado é o bem-estar comum da atual e das futuras gerações. Nesse modelo de economia, os agentes criam conexões para garantir um fluxo entre os que disponibilizam o recurso para os precisam usufruí-los. Com efeito, algo que é bastante valorizado nesse processo é a ausência de posse do bem (BELK, 2010).

Apesar do seu conceito trazer em sua essência a ideia de menor produção e estender a vida útil de bens, o setor movimentou em média US\$ 15 bilhões em 2017 e possui projeção para movimentar US\$ 335 bilhões até 2025 (PRICEWATERHOUSECOOPERS, 2017). O tema ainda precisa ser bastante explorado, mas é notória a relevância desse tipo de mercado e os benefícios que ele traz em forma de solução para a escassez de recursos e insumos para os mais diversos tipos de indústria.

Outro aspecto que chama a atenção para a EC é a necessidade das pessoas de manifestarem suas preocupações e reivindicações sociais por meio do consumo (ERTZ; DURIF; ARCAND, 2017). Como consequência, a EC pode gerar inúmeros benefícios, por exemplo, imaginemos uma pessoa aposentada que pode através do compartilhamento de algum bem ou serviço ter a oportunidade de ter uma renda extra e ainda assim preencher seu tempo de forma prazerosa. Outra percepção também seria a de que uma pessoa com poucos recursos, mas que pretende empreender, poderia contar com um capital coletivo para a abertura de um negócio compartilhado.

Observado isso, é notório que além dos aspectos econômicos, a EC tem um papel social muito forte, pois pode gerar bem-estar e felicidade para aqueles que a praticam. Do mesmo modo, possui um forte papel para a consolidação de um comportamento de consumo sustentável, o qual se caracteriza como um dos aspectos mais relevantes quando se pensa nesse tipo de consumo (BOTSMAN; ROGERS, 2011).

### 2.2 ASPECTOS MACROECONÔMICOS

A Economia Colaborativa tem se consolidado ao longo dos últimos anos como uma perspectiva mercadológica intensiva em uso de tecnologias. Não por acaso, a massificação de diversos modelos de negócios compreendidos pela EC pode ocorrer apenas após a expansão das tecnologias digitais, em especial a WEB 2.0 (BELK, 2010). Apesar de não se caracterizar como um fator suficiente para a adoção de bens e serviços compartilhados, uma vez que essas práticas também

estão associadas a aspectos sociais, culturais e econômicos, a tecnologia certamente é um dos fatores necessários à sua realização e massificação.

No entanto, essa massificação pode não ter apresentado desenvolvimento similar entre países com contextos econômicos distintos. O acesso facilitado à tecnologia aliado à oferta de uma infraestrutura pública adequada podem ser fatores que influenciam positivamente a adesão à EC. Esses fatores beneficiariam a expansão dos negócios e o consumo de bem e serviços colaborativos em países com economias desenvolvidas, uma vez que os requisitos tecnológicos mínimos e os recursos sociais a serem compartilhados estariam garantidos.

Do mesmo modo, seria razoável aferir que a EC apresentaria uma maior consolidação em economias desenvolvidas, tendo em vista que a prática é mais utilizada por consumidores com um maior nível de consciência sobre a sustentabilidade (HAMARI; SJOKLINT; UKKONEN, 2016). A sustentabilidade é um fator recorrentemente associado à EC, uma vez que as práticas colaborativas ajudam a reduzir resíduos e desperdícios decorrentes do consumo individualizado. Similarmente, consumidores de países com economias mais maduras costumam apresentar maior tendência a um comportamento ecologicamente correto, demonstrando a compreensão de que as suas ações repercutem na sociedade.

Por outro lado, em países em desenvolvimento, é possível identificar desafios *sui generis*, condicionados a características próprias dos seus contextos socioeconômicos. De acordo com o levantamento da pesquisa realizada pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e o Serviço de Proteção ao Crédito (SPC, 2019), que ouviu cerca de 800 brasileiros em todos os seus Estados, 74% dos entrevistados já utilizaram algum tipo de serviço compartilhado e quase 90% dos entrevistados percebe o crescimento da EC, além de reconhecerem a grande importância da tecnologia aliada ao processo. Os serviços mais utilizados são o de caronas, aluguel de imóveis e locação de roupas. Apesar de 98% de o público analisado reconhecer a importância da EC, esta ainda enfrenta grandes barreiras, pois os consumidores demonstraram insegurança por medo de serem trapaceados, ausência de garantias nos casos de descumprimento, falta de informação e o medo de lidar com estranhos.

Com base nas acepções alçadas da literatura, é possível formular a hipótese de pesquisa H1 e suas componentes H1a e H1b.

**H1:** Aspectos macroeconômicos influenciam positivamente a adoção da economia compartilhada;

**H1a:** A capacidade de consumo influencia positivamente a adoção da economia compartilhada;

**H1b:** A infraestrutura comercial influencia positivamente a adoção da economia compartilhada.

## 2.3 ASPECTOS MICROECONÔMICOS

O bem-estar financeiro (BEF) é um dos domínios do bem-estar (CHATTERJEE; KUMAR; DAYMA, 2019) que aborda, dentre os vários aspectos da vida, a situação financeira das pessoas. O Consumer Financial Protection Bureau (CFPB) (2019, p. 18) trata o termo como “o estado no qual o indivíduo consegue cumprir totalmente suas obrigações financeiras, sentindo-se seguro e apto a realizar escolhas que permitam aproveitar a vida”. Desse modo, o BEF é ligado a



capacidade do indivíduo de realizar suas vontades ou desejos que exigem aporte de recursos financeiros.

Os serviços e os produtos de compartilhamento são, muitas vezes, oferecidos a valores inferiores em comparação ao da economia tradicional (LIANG; CHOI; JOPPE, 2018), o que proporciona, para alguns consumidores, a capacidade de ter acesso a experiências e produtos que normalmente não conseguiriam usufruir com sua renda. Assim, o acesso compartilhado de bens e serviços compartilhado aumenta bem-estar financeiro dos seus consumidores. O modelo de carona solidária, por exemplo, aumenta o BEF dos passageiros, pois oferece serviços de transportes mais baratos sem reduzir a qualidade da experiência da viagem (GENÇ, 2020).

Contudo, análogo ao discutido na satisfação com a vida, o estudo irá utilizar o BEF como preditora da economia compartilhada. Indivíduos que experimenta maior BEF acabam por consumir mais (BRÜGGEN et al., 2017), estes consumidores se sentem mais seguros e dispõem de maior liberdade financeira para realizar suas vontades de consumo e o fato dos serviços e produtos da economia compartilhadas serem de menor custo sem redução da qualidade atraem mais os consumidores que estão no estado ou momento de bem-estar financeiro. Diante do exposto, deduz-se que o bem-estar financeiro tem uma relação direta com o consumo da economia compartilhada. Definido a seguinte hipótese:

**H2:** O bem-estar financeiro (aspecto microeconômico) influencia positivamente a adoção da economia compartilhada.

É razoável supor que as variáveis macro e microeconômicas apresentem influências de ordem diferentes sobre a adoção da economia compartilhada. Isso porque cada variável atua em um nível distinto, indicando haver uma hierarquia de impacto entre elas. Dessa forma, modelos de regressão que mensurem o efeito de variáveis mediadoras são preferíveis, uma vez que ordenam de forma mais precisa a função de cada variável. Seguindo esse raciocínio, supõe-se que as variáveis macroeconômicas sejam antecessoras às microeconômicas, uma vez que se posicionam em um nível superior de impacto. Com base nessas acepções, erigimos a seguinte hipótese:

**H3:** Os aspectos macroeconômicos influenciam positivamente os aspectos microeconômicos;

*H3a:* A capacidade de consumo influencia positivamente o bem-estar financeiro;

*H1b:* A infraestrutura comercial influencia positivamente o bem-estar financeiro.

Como consequência, hipnotiza-se a seguinte relação teórica:

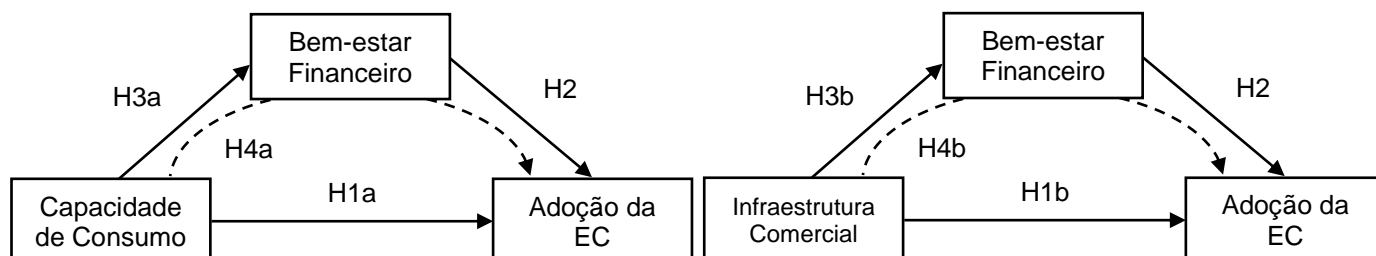
**H4:** Os aspectos microeconômicos se caracterizam como variável mediadora da relação entre aspectos macroeconômico e a adoção da economia compartilhada;

*H4a:* O bem-estar financeiro se caracteriza como variável mediadora da relação entre a capacidade de consumo e a adoção da economia compartilhada;

*H4b:* O bem-estar financeiro se caracteriza como variável mediadora da relação entre a infraestrutura comercial e a adoção da economia compartilhada.

A Figura 1, a seguir, apresenta os modelos de mediação e as hipóteses de pesquisa a serem testadas no estudo.

**Figura 1 – Modelos de mediação e hipóteses de pesquisa**



Fonte: Elaboração própria.

### 3 METODOLOGIA

Esta investigação se baseia em uma pesquisa de fins descritivos, de natureza quantitativa, realizada mediante um estudo de corte transversal único (VERGARA, 2016). Para coleta dos dados, foram utilizadas variáveis e construtos provenientes das bases de dados Global Wealth Databook (2018), Sharing Economy Index (2018) e Market Potential Index (GLOBAL EDGE, 2018). Essas bases de dados são compostas por questões que abordam os temas de economia, política, crenças, pandemia, valores individuais e sociais, cuja confiabilidade de suas escalas tem sido atestada em estudos anteriores (e.g., OCDE, 2017).

Para análise das hipóteses de pesquisa, foram utilizadas 10 variáveis provenientes da base de dados Market Potential Index (GLOBAL EDGE, 2018) – Infraestrutura Comercial e Capacidade de Consumo –, uma da Global Wealth Databook (2018) – Renda Per Capita por Adulto –, e uma proveniente da Sharing Economy Index (2018) – Índice de Economia Compartilhada (ver Tabela 1). Por fim, as variáveis socioeconômicas classe social, idade, escolaridade e gênero foram levantadas. Todas as variáveis foram padronizadas para que pudessem variar em uma mesma escala de medida. Quanto às medidas dos construtos utilizados, para melhor compreensão do processo metodológico, elas podem ser visualizadas na Tabela 1.

**Tabela 1 – Construtos e variáveis da pesquisa**

Construto	COD	Variáveis	Base de Dados
Bem-Estar Financeiro	BEF	Renda per capita por Adulto	Global Wealth Databook (2018)
Capacidade de Consumo	CC	Despesas do consumidor Parcela de Renda da Classe Média Renda disponível mediana por família	Market Potential Index (GLOBAL EDGE, 2018)
Infraestrutura Comercial	IC	Conectividade Assinantes de celulares Assinaturas de banda larga fixa Velocidade de Internet de Banda Larga Fixa Índice de Desempenho Logístico Densidade de Estrada Pavimentada População por ponto de venda	Market Potential Index (GLOBAL EDGE, 2018)

Adoção da Economia Compartilhada	AEC	Índice de Economia Compartilhada	Sharing Economy Index (2018)
----------------------------------	-----	----------------------------------	------------------------------

Fonte: Global Wealth Databook (2018), Market Potential Index (GLOBAL EDGE, 2018) e Sharing Economy Index (2018).

Embora a Global Wealth Databook (2018) traga dados sobre a renda per capita dos indivíduos, as informações contidas em todas as bases de dados sintetizam informações dos países pesquisados. Com efeito, as análises e os resultados finais alcançados também são trabalhados a nível país. Os dados das três bases de dados correspondem ao ano de 2018. A razão pela definição do ano de 2018 como corte transversal da pesquisa se justifica por representar o período mais atual de atualização das três bases de dados. Com intuito de se obter uma amostra adequada, análises preliminares dos dados foram realizadas. Os casos omissos e os *outliers* (superiores a 3,5 desvios padrões em módulo) foram retirados da amostra. Ao todo, foram analisados dados de 97 países, dos quais seis foram retirados por se qualificarem como *outliers*.

Para descobrir o impacto das variáveis independentes sobre a dependente, bem como testar as hipóteses emersas da literatura, duas técnicas foram utilizadas. Primeiramente, a técnica de correção linear foi realizada entre todas as variáveis do estudo. A técnica busca analisar o grau de relação entre duas variáveis, indicando se as variações presentes em uma série amostral estão associadas às variações presentes em outra série (HAIR et al, 2009). Ato contínuo, foram testados modelos de mediação por meio do *plugin* Process (HAYES, 2022), operacionalizado pelo *software* Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versão 26.0. O modelo de mediação (modelo 4) foi utilizado organizando-se as variáveis de acordo com as especificidades retratadas na Figura 1. A análise de mediação é utilizada para se identificar efeitos diferenciados de variáveis dentro de um mesmo modelo, com variáveis caracterizando-se como independentes, mediadoras ou dependentes (HAYES, 2022). Dentre os diferentes modelos que relacionam variáveis disponibilizadas pelo Process, o modelo de mediação se qualifica como apropriado por estabelecer funções distintas às variáveis macro e microeconômicas.

## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 4.1 DESCRIÇÃO DA AMOSTRA

Após a consolidação das três bases de dados utilizadas no estudo, foi obtido um número amostral total de 97 países. Realizados os procedimentos de retirada de *outliers*, a amostra final contou com dados representativos de 91 países. A estatística descritiva das variáveis de pesquisa é apresentada na Tabela 1, a seguir.

**Tabela 1 – Estatística descritiva das variáveis de pesquisa**

Variáveis	n	Média	Desvio Padrão	Quartil	
Bem-Estar Financeiro	91	91,37	130,16	25%	0,50
				50%	1,40
				75%	6,90
Capacidade de Consumo	90	59,19	14,21	25%	49,75
				50%	58,00
				75%	70,25

				25%	35,00
Infraestrutura Comercial	91	42,99	12,90	50%	43,00
				75%	50,00
Adoção da Economia Compartilhada	91	6,05	9,46	25%	9,07
				50%	27,97
				75%	161,06

Fonte: Elaboração própria.

Os dados revelam que as variáveis Bem-Estar Financeiro e Adoção da Economia Compartilhada possuem distribuições com alta variação, uma vez que ambas possuem um desvio padrão superior ao valor da média. Por outro lado, as variáveis Capacidade de Consumo e Infraestrutura Econômica possuem distribuições com menores variações, o que fica explícito ao se comparar o valor do desvio padrão às médias de cada distribuição.

#### 4.2 ANÁLISE DAS HIPÓTESES DE PESQUISA

Analisadas as estatísticas descritivas da amostra, foram realizados os procedimentos inferenciais para teste das hipóteses de pesquisa. Como protocolo inicial para verificação das hipóteses H1 (H1a e H1b) H2 e H3 (H3a e H3b), foram realizadas correlações lineares entre as variáveis do estudo. A Tabela 2, a seguir, sintetiza os resultados da análise.

**Tabela 2 – Correlação linear entre as variáveis do estudo**

		AEC	BEF	CC	IC
<b>AEC</b>	Correlação de Pearson	1			
	Sig. (2 extremidades)				
	N	91			
<b>BEF</b>	Correlação de Pearson	0,502***	1		
	Sig. (2 extremidades)	0,000			
	N	91	91		
<b>CC</b>	Correlação de Pearson	0,337***	0,332***	1	
	Sig. (2 extremidades)	0,001	0,001		
	N	90	90	90	
<b>IC</b>	Correlação de Pearson	0,340***	0,341***	0,654***	1
	Sig. (2 extremidades)	0,001	0,001	0,000	
	N	91	91	90	91

\*\*\* A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Fonte: Elaboração própria.

A tabela revela uma relação significativa (inferior a 0,01) entre todas as variáveis do estudo. A maior interação apresentada pela Adoção à Economia do Compartilhamento ocorreu com a variável Bem-Estar Financeiro ( $\beta = 0,502$ ). A relação com as variáveis Capacidade de Consumo ( $\beta = 0,337$ ) e Infraestrutura Comercial ( $\beta = 0,340$ ) alcançou valores semelhantes. Os resultados dão indícios da comprovação das hipóteses H1, H2 e H3. No entanto, as variáveis foram associadas aos pares, averiguando-se relações individuais umas com as outras. Para a análise dos modelos consolidados, conforme Figura 1, foram realizadas regressões por

meio do *software* Process, utilizando-se o modelo de mediação nº 4. Os resultados dos dois modelos testados podem ser visualizados na Tabela 3, a seguir.

**Tabela 3 – Análises de mediação**

Variável Independente	Bem-Estar Financeiro		Adoção da Economia Compartilhada		Efeito Mediado		R <sup>2</sup>
	$\beta$	$p$	$\beta$	$p$	$\beta$	$p$	
Capacidade de Consumo	3,3055***	0,0014	0,2223**	0,0120*	0,1214*	0,0560	0,3018
Infraestrutura Comercial	3,4414***	0,0009	0,2497***	0,0010	0,1403**	0,0493	0,2846

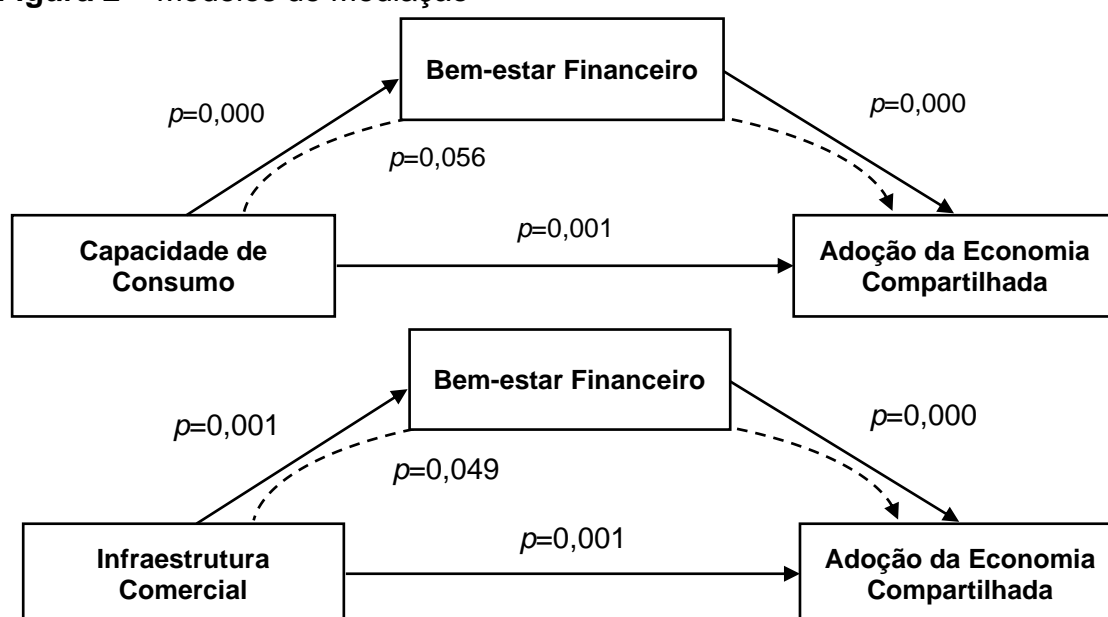
\* Significante a 0,1; \*\* Significante a 0,05; \*\*\* Significante a 0,01.

Fonte: Elaboração própria.

Como demonstra a tabela, as relações entre as variáveis independentes, a variável mediadora e a variável dependente apresentaram significância nos dois modelos de mediação. Com efeito, é possível indicar que a Capacidade de Consumo impacta positivamente o Bem-Estar Financeiro dos indivíduos e a Adoção da Economia Compartilhada. Ao se analisar a relação de mediação, observa-se que há uma mediação completa, uma vez que ao incluir a variável Bem-Estar Financeiro no modelo a relação entre a Capacidade de Consumo e a Adoção da Economia Compartilhada deixa de ser significativa a 0,05. Do mesmo modo, a Infraestrutura Comercial apresentou um efeito positivo tanto sobre o Bem-Estar Financeiro quanto sobre a Adoção da Economia Compartilhada. A mediação exercida pelo Bem-Estar Financeiro se caracteriza como parcial, uma vez que a relação resultante entre a Infraestrutura Comercial e a Adoção da Economia Compartilhada ainda permaneceu significativa a 0,05. Em ambos os modelos a relação entre o Bem-Estar Financeiro e a Adoção da Economia Compartilhada foi positiva e significativa.

A Figura 2, a seguir, apresenta uma representação de ambos os modelos de mediação com as relações teóricas estabelecidas com base na literatura.

**Figura 2 – Modelos de Mediação**



Fonte: Elaboração própria.

Os resultados obtidos no teste dos modelos de mensuração indicam que as hipóteses H1, H2, H3 e H4 foram corroboradas. A Tabela 4, a seguir, sintetiza as informações dos testes de hipótese, discriminando os resultados dos métodos estatísticos utilizados no estudo.

**Tabela 4 – Resultados dos testes de hipótese**

Hipótese	Relação	Correlação Linear (Sig.)	Modelo de Regressão (Sig.)	Resultado
H1a	CC → AEC	0,001	0,001	Confirmada
H1b	IC → AEC	0,001	0,001	Confirmada
H2	BEF → AEC	0,000	0,000   0,000	Confirmada
H3a	CC → BEF	0,000	0,000	Confirmada
H3b	IC → BEF	0,001	0,001	Confirmada
H4a	CC → BEF → AEC	-	c/ mediação: 0,001 s/ mediação: 0,056	Confirmada
H4b	IC → BEF → AEC	-	c/ mediação: 0,001 s/ mediação: 0,049	Confirmada

Fonte: Elaboração própria.

## 5 DISCUSSÕES

Os resultados obtidos dos testes estatísticos demonstraram que todas as hipóteses de pesquisa foram corroboradas, confirmado as acepções teóricas emergidas da literatura. No que concerne à hipótese H1a, confirmou-se o impacto positivo da Capacidade de Consumo sobre a Adoção da Economia Compartilhada (AEC). Essa relação era prevista pelos resultados anteriores apontados pela literatura, a qual indicava haver uma maior predisposição de consumidores de países com mercados mais maduros a práticas colaborativas. Isso se deve, provavelmente, à necessidade da economia colaborativa exigir um maior grau de desenvolvimento tecnológico para ocorrer, o que fica claro com o uso intensivo de plataformas digitais dentre os modelos de negócios colaborativos (BELK, 2010).

As análises da hipótese H2 demonstraram que a relação conceitual previamente estabelecida foi confirmada, uma vez que os seus resultados foram significantes, demonstrando que o Bem-Estar Financeiro (BEF) exerce influência sobre a AEC. Esse resultado já era esperado, pois o corpo de pesquisas sobre a economia colaborativa se concentra em contextos econômicos mais abastados, indicando haver uma relação entre as variáveis poder de compra e saúde financeira da população com as práticas colaborativas. A prática se dá com maior frequência em países desenvolvidos, o que fica implícita uma influência entre o bem-estar financeiro e o crescimento desse modelo econômico (CFPB, 2019).

A terceira hipótese H3 também confirmada, comprovando a influência dos aspectos macro sobre os microeconômicos. Os resultados demonstram que há um impacto diretamente proporcional entre dos aspectos macroeconômicos sobre os aspectos microeconômicos. Essa relação confirma uma acepção presumível quanto ao impacto de variáveis econômicas de âmbito global ou nacional sobre aspectos econômicos individuais. O bem-estar financeiro, portanto, é influenciado não apenas por variáveis subjetivas, mas também pelo contexto econômico no qual o indivíduo está inserido.

A análise dos modelos de mediação proporcionou o teste das hipóteses H4a e H4b. A elaboração dos modelos teve como objetivo identificar se as variáveis

macro e microeconômicas cumprem funções causais diferentes, ocupando funções específicas na influência sobre a AEC. De acordo com os resultados, foi possível aferir que as variáveis macroeconômicas impactam tanto sobre as variáveis microeconômicas quanto sobre AEC, indicando que se caracterizam como uma antecessora de ambas as variáveis. Por outro lado, as variáveis microeconômicas cumprem função de mediação da relação entre as variáveis microeconômicas e a AEC. Ou seja, elas ajudam na explicação dessa relação ao passo que também impactam sobre a AEC.

Ainda sobre a relação entre as variáveis macroeconômicas, microeconômicas e a AEC, outro aspecto importante pode ser ressaltado. Tendo em vista que, nas sociedades atuais, há uma tendência de autoexpressão por meio do consumo, no qual pessoas revelam seus desejos através da aquisição e uso de bens e serviços, entende-se que a EC pode ser um facilitador desse processo. Isso ocorre porque a EC permite o acesso a produtos e serviços por um menor custo. No entanto, exige-se que o mercado possua maturidade suficiente para proporcionar as interações exigidas pela EC. Embora haja uma tendência que cada vez mais consumidores sejam atraídos para a EC (BOTSMAN; ROGERS, 2011), principalmente aqueles com menores índices BEF, a estrutura mercadológica deve ser capaz de promover as práticas colaborativas, realizadas com uso intensivo de tecnologias como plataformas digitais e inteligência artificial (BELK, 2010).

## **6 CONCLUSÃO**

Com o propósito de analisar a influência de aspectos macro e microeconômicos na adesão da economia colaborativa, é possível observar que a pesquisa obteve êxito. O estudo quantitativo realizado demonstrou a relevância de determinantes macro e microeconômicas para a decisão do consumidor em aderir à economia colaborativa. Esse é um modelo econômico em ascensão que envolve o compartilhamento de bens e serviços entre seus participantes. A prática da economia colaborativa tem impactos econômicos, sociais e ambientais positivos, como a ampliação da utilidade de produtos (ao permitir que bens ociosos sejam utilizados por outros consumidores), a redução de resíduos e o estabelecimento de relações sociais.

Os aspectos macroeconômicos considerados na pesquisa incluem a Capacidade de Consumo e a Infraestrutura Comercial. Ambas influenciam positivamente a adoção da economia colaborativa. Os aspectos microeconômicos também impactam positivamente o âmbito microeconômico, representado pelo Bem-Estar Financeiro dos indivíduos. Por sua vez, o Bem-Estar Financeiro também impacta positivamente a adoção da economia colaborativa. O estudo utiliza dados secundários de bases de dados socioeconômicos e comportamentais de habitantes de países representantes de todos os continentes para se construir um modelo representativo da intenção de adoção da economia compartilhada.

Esses achados também representam contribuições não apenas para a área da economia colaborativa, mas também de comportamento do consumidor em geral. Entender os fatores subjacentes à aquisição de produtos ou serviços é um aspecto importante para se traçar estratégias de marketing para o alcance do público-alvo. No entanto, ressalta-se que aspectos macro e microeconômicos devem ser relevados conjuntamente para permitir que os consumidores possam acessar adequadamente modelos colaborativos. Não prescinde que sejam atendidas necessidades mercadológicas consideradas básicas no cenário econômico atual,

como conectividade, estrutura tecnológica e garantia do poder de compra do consumidor. Em suma, o artigo conclui que tanto os fatores macroeconômicos quanto os microeconômicos têm influência na adoção da economia colaborativa, e entender esses fatores é importante para compreender o fenômeno em diferentes contextos econômicos e iniciar novas pesquisas nessa área.

Do mesmo modo, é possível destacar que os consumidores com alta propensão ao consumo colaborativo valorizam aspectos pró-sociais e questões socioambientais. A ampliação da economia colaborativa pode possibilitar que esses aspectos sejam extrapolados para outros contextos de consumo, garantindo que possam ser alcançados patamares mais elevados de sustentabilidade.

O estudo apresenta limitações que devem ser ressaltadas. As variáveis utilizadas para representar os aspectos macro e microeconômicas foram determinadas utilizando-se como critério a adequação conceitual das variáveis disponíveis nas bases de dados analisadas. O levantamento de outras bases de dados e a análise conjunta de outras variáveis pode trazer contribuições adicionais para a temática. Do mesmo modo, ressalta-se que não foram realizadas análises comparativas entre países com aspectos socioeconômicos distintos. Pesquisas futuras podem realizar análises de agrupamento e comparação entre países conforme características particulares, como índice de desenvolvimento econômico, bloco econômico, abertura econômica etc.

## REFERÊNCIAS

AKBAR, P.; MAI, R.; HOFFMANN, S. When do materialistic consumers join commercial sharing systems. **Journal of Business Research**, United States, v. 69, n. 10, p. 4215-4224, 2016.

BARDHI, F.; ECKHARDT, G. M. Access-based consumption: The case of car sharing. **Journal of Consumer Research**, United States, v. 39, n. 4, p.881-898, 2012.

BELK, R. Sharing. **Journal of Consumer Research**, United States, v. 36, n. 5, p. 715-734, 2010.

BELK, R. You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. **Journal of Business Research**, United States, v. 67, n. 8, p. 1595-1600, 2014.

BOTSMAN, R.; ROGERS, R. **What's Mine Is Yours: How Collaborative Consumption Is Changing the Way We Live**. London: Collins, 2011.

BRÜGGEN, E. C. et al. Financial well-being: A conceptualization and research agenda. **Journal of Business Research**, United States, v. 79, 228-237, 2017.

CHATTERJEE, D.; KUMAR, M.; DAYMA, K. K. Income security, social comparisons and materialism: Determinants of subjective financial well-being among Indian adults. **International Journal of Bank Marketing**, United Kingdom, v. 37, n. 4, p. 1041-1061, 2019.



CONSUMER FINANCIAL PROTECTION BUREAU (CFPB). **Financial well-being by state**. Washington: US Government, 2019.

ECKHARDT, G. M.; BARDHI, F. The relationship between access practices and economic systems. **Journal of the Association for Consumer Research**, United States, v. 1, n. 2, p. 210-225, 2016.

ERTZ, M.; DURIF, F.; ARCAND, M. An analysis of the origins of collaborative consumption and its implications for marketing. **Academy of Marketing Studies Journal**, United States, v. 21, n. 1, 2017.

EUROBAROMETER. **Public opinion in the European Union**. 2020. Disponível em: <https://europa.eu/eurobarometer/screen/home>. Acesso em: 11 mar. 2023.

GANSKI, U. et al. Development of a methodology for managing of service packages supply differentiation in the modern tourist market. **Business: Theory and Practice**, Lithuania, v. 21, n. 2, p. 477-482, 2020.

GENÇ, R. Study on carpooling applications: the development of sharing economy in the age of internet. **International Journal of Business and Globalisation**, United Kingdom, v. 24, n. 3, p. 347-354, 2020.

GLOBAL EDGE. **Market Potential Index**. 2020. Disponível em: <https://globaledge.msu.edu/mpi/data/2022>. Acesso em: 11 mar. 2023.

GUPTA, M. et al. The effects of national cultural values on individuals' intention to participate in peer-to-peer sharing economy. **Journal of Business Research**, United States, v. 97, p. 20-29, 2019.

HAIR, J. et al. **Análise multivariada de dados**. São Paulo: Bookman, 2009.

HAMARI, J.; SJÖKLINT, M.; UKKONEN, A. The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, United Kingdom, v. 67, n. 9, 2047-2059, 2016.

HAWLITSCHKE, F., et al. Trust in the sharing economy: An experimental framework. **Die Unternehmung**, Germany, v. 70, n. 1, p. 26-44, 2016.

HAYES, A. F. **Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis**. 3ª Ed. New York: Guilford Press, 2022.

KAUFMANN, A.; TÖDTLING, F. Science–industry interaction in the process of innovation: the importance of boundary-crossing between systems. **Research policy**, Netherlands, v. 30, n. 5, p. 791-804, 2001.

LATINOBARÓMETRO. **Opinión Pública Latinoamericana**. 2020. Disponível em: <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp>. Acesso em: 11 mar. 2023.

LIANG, L.; CHOI, H.; JOPPE, M. (2018). Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivity. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, United States, v. 35, n. 1, p. 73-89, 2018.

MAYFOUR, K.; HRUSCHKA, D. Assessing comparative asset-based measures of material wealth as predictors of physical growth and mortality. **SSM-population health**, United Kingdom, v. 17, p. 101065, 2022.

MENEZES, U. Consumo colaborativo: relação entre confiança e cooperação. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, Brasil, v. 5, n. 2, p. 195-111, 2015.

MONT, O. et al. A decade of the sharing economy: Concepts, users, business and governance perspectives. **Journal of Cleaner Production**, United Kingdom, v. 269, p. 122215, 2020.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). 2017. **OECD Guidelines on Measuring Trust**. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1787/9789264278219-en>>. Acesso em: 23 mar. 2023.

PERREN, R.; KOZINETS, R. V. Lateral exchange markets: How social platforms operate in a networked economy. **Journal of Marketing**, United States, v. 82, n. 1, p. 20-36, 2018.

PRICEWATERHOUSECOOPERS. **Share Economy**. The new business model. 2017. Disponível em: <https://www.pwc.de/de>. Acesso em: 15 mar. 2023.

SERVIÇO DE PROTEÇÃO AO CRÉDITO (SPC). **Oito a cada dez brasileiros estão dispostos a adotar mais práticas de consumo colaborativo**. Disponível em: <https://www.spcbrasil.org.br/wpimprensa>. Acesso em: 25 mar. 2023.

SUNG, E.; KIM, H.; LEE, D. Why do people consume and provide sharing economy accommodation? A sustainability perspective. **Sustainability**, Switzerland, v. 10, n. 6, p. 1 -72, 2018.