

ABDUZINDO AIRBNB E UBER PARA EXPLICAR/CONCEITUAR OS SEUS PROCESSOS INOVADORES

Prof. Dr. Marcelo T. Okano

Mestre em Administração, Doutorando em Administração na FGV/EAESP, Doutor em Engenharia de Produção, Pós-doutorado em Engenharia de Produção (SCM e TI) na FEG-UNESP e Pós-doutorado em Engenharia de Produção (Inovação e Empreendedorismo) na PPGEP-UNIP.

Resumo:

A idéia deste artigo surgiu durante as pesquisas sobre plataformas de negócios digitais, grande parte dos artigos era exemplificada com o Uber e AirBnB, dois fenômenos de popularidades nos aplicativos moveis em diversos países e pesquisados em diversas áreas do conhecimento. Isto despertou a curiosidade de querer saber como os pesquisadores estão classificando estes fenômenos e quais as áreas de estudo. O objetivo deste trabalho de pesquisa foi explicar/conceituar os novos conceitos que usam os aplicativos moveis como o Uber e AIRBnB com o objetivo de obter valores. Além do método abdutivo, foram utilizadas bibliometria, revisão sistemática e análise de conteúdo. Espera-se com o resultado desta revisão da literatura que outros trabalhos sobre os temas aqui pesquisados possam ser desenvolvidos.

Palavras-chaves: Uber, AirBnB, economia compartilhada, plataformas, negócios

Editor Geral

Prof. Dr. Mário Pereira Roque Filho

Organização e Gestão

Prof. Ms. Clayton Pedro Capellari

Correspondência

Alameda Nothmann, nº 598 Campos Elíseos, CEP 01216-000 São Paulo – SP, Brasil.
+55 (11) 3224.0889 ramal: 218
E-mail: f272dir@cps.sp.gov.br

Abstract:

The idea of this article arose during the research on digital business platforms, much of the articles were exemplified with Uber and AirBnB, two phenomena of popularities in mobile applications in several countries and researched in several areas of knowledge. This has raised the curiosity of wondering how researchers are classifying these phenomena and what areas of study. The objective of this research was to explain / conceptualize the new concepts that use mobile applications such as Uber and AIRBnB to obtain values. In addition to the abductive method, bibliometrics, systematic review and content analysis were used. It is expected with the result of this literature review that other works on the themes researched here can be developed.

Keywords: Uber, AirBnB, shared economy, platforms, business

Introdução

A ideia deste artigo surgiu durante as pesquisas sobre plataformas de negócios digitais, grande parte dos artigos era exemplificada com o Uber e AirBnB, dois fenômenos de popularidades nos aplicativos móveis em diversos países e pesquisados em diversas áreas do conhecimento. Isto despertou a curiosidade de querer saber como os pesquisadores estão classificando estes fenômenos e quais as áreas de estudo.

Numa primeira opinião elaborou-se a hipótese que a facilidade oferecida pelas tecnologias de dispositivos móveis como Uber e AirBnB despertam o interesse de obter maiores vantagens do que somente o financeiro.

Para viabilizarmos esta pesquisa, selecionou-se o método abdutivo. Peirce define este conceito abdutivo como “adoção controlada de uma crença, como consequência de outro conhecimento”. A inferência pode ser entendida como um processo que possibilita o surgimento de uma crença desenvolvida em uma dinâmica de aceitação de crenças tidas como verdadeiras, que de uma à outra compõem a formação do raciocínio (PEIRCE, 1975).

A abdução é considerada um processo, acima de tudo, criativo, por isso é o mais indicado para compreender uma situação ou problema, justamente em função do processo criativo intrínseco a esse tipo de raciocínio.

Além do método abduutivo, foram utilizadas bibliometria, revisão sistemática e análise de conteúdo.

O objetivo deste trabalho de pesquisa foi explicar/conceituar os novos conceitos que usam os aplicativos moveis como o Uber e AIRBnB com o objetivo de obter valores.

Materiais e Métodos

O método abduutivo permitiu formular a hipótese inicial: A facilidade oferecida pelas tecnologias de dispositivos moveis como Uber e AirBnB despertam o interesse de obter maiores vantagens do que somente o financeiro, a partir de uma inferência do pesquisador. Para comprovarmos esta hipótese, a estratégia foi:

- ✓ Através da pesquisa bibliométrica selecionar os artigos que contenham AirBnB e Uber;
- ✓ Importar os artigos (resumos) para o Atlas.TI, realizar a análise de conteúdo e classificar as incidências das palavras;
- ✓ Analisar as palavras e eleger os principais temas;
- ✓ Realizar a revisão sistemática com os temas;
- ✓ Elaborar a redação da revisão da literatura.

Os diversos métodos utilizados estão ilustrado na Figura 01 e descritos a seguir:

I) Método abduutivo

De acordo com Leite (2016), o metodo abduutivo se desenvolverá pelo raciocínio que se inicia “com a análise dos dados e após o exame minucioso desses dados serão consideradas todas as explicações possíveis para os dados observados [...]” elaborando-se hipóteses explanatórias. A abdução é um processo de criar hipóteses explicativas para determinado fenômeno/situação. Posteriormente, no momento de colocar as hipóteses à prova, outros métodos científicos podem ser utilizados (PEIRCE, 1975).

II) Bibliometria

A bibliometria analisa a comunicação escrita, através da contagem de palavras. Atualmente está relacionada à contagem não apenas de elementos textuais presentes no suporte de papel, mas principalmente de informações extraídas de base de dados bibliográficos (AMARAL et al, 2004).

Tarapanoff et al. (1995) definem a bibliometria como o estudo de aspectos quantitativos da produção, distribuição e uso da informação registrada, a partir de modelos matemáticos, para o processo de tomada de decisão.

Foi realizada uma pesquisa bibliométrica, ou bibliometria, para uma análise quantitativa da comunicação escrita de artigos publicados em periódicos, anais, livros, etc.

O levantamento foi realizado na base de dados Scopus e Web of Science (WOS), no dia 05 de outubro de 2017. Utilizou-se como termo de busca “AIRBnB” and “UBER” no subcampo “Article title, Abstract, Keywords. Desta forma, foram pesquisados os documentos que contenham os termos “AIRBnB” e “UBER” no título, resumo e palavras-chaves.

Utilizou-se as ferramentas de análises das próprias bases de dados Web of Science (WOS) e SCOPUS, foram obtidos 75 artigos, sendo o universo da pesquisa.

III) Análise de conteúdo

Para Bardin (2011), o termo análise de conteúdo designa:

“um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens” (Bardin, 2011).

De posse dos 75 artigos encontrados, selecionamos os campos título, autor, resumo e fontes, pois desta forma todos os artigos encontrados contribuiriam para a base de dados da pesquisa e importamos para o Software Atlas.TI.

IV) Revisão sistemática

De acordo com Paré et al. (2015), as análises sistemáticas qualitativas tentam pesquisar, identificar, selecionar, avaliar e extrair dados de estudos empíricos quantitativos para responder às seguintes questões principais: (1) Qual é a direção do efeito? (2) Qual é o tamanho do efeito? (3) O efeito é consistente entre os estudos incluídos? (4) Qual é a força da evidência do efeito?

A fim de orientar o mapeamento da revisão sistemática da literatura desse artigo, levantou-se as questões de pesquisa que atuam como fator de inclusão e exclusão dos estudos encontrados. As questões de pesquisa que guiam esse trabalho são:

Quais são os termos encontrados que definem ou explicam os fenômenos AIR-BnB e Uber?

Posteriormente, definiu-se as bases de busca utilizados na pesquisa. Buscou-se incluir as principais fontes de trabalhos nas especialidades de ciência da computação e de saúde. As bases selecionadas foram Scopus e *Web of Science* (WOS).

Após a definição das bases onde são efetuadas as buscas, definiu-se os termos sinônimos para cada item das questões de pesquisa, além de agrupar os termos (“sharing economy”, “business platform” e “Digital business platform”. Posteriormente, foram definidos os termos de busca (termos concatenados com operadores booleanos): (“AirBnb” AND “Uber”) AND (“sharing economy” OR “business platform” OR “Digital business platform”).

Após a utilização das strings de busca nas bases de publicações já descritas, alguns critérios foram utilizados para selecionar os artigos para essa revisão sistemática da literatura, tais critérios adotados foram:

- Artigos publicados em revistas ou conferências revisadas que respondam a questão de pesquisa;
- Estudos disponíveis para download nas bases de buscas definidas;
- Estudos duplicados;
- Artigos que não atendiam o escopo desse trabalho;
- Após a seleção dos artigos com os critérios já mencionados, todos os resumos foram enviados aos 3 autores desta revisão sistemática da literatura, a fim de que cada

um deles desse seu parecer final a respeito dos artigos, sendo esta a última fase de seleção.

Por fim, estudos que não respondem às questões de pesquisa e aquelas que não se encontravam disponíveis para download são excluídos da análise.

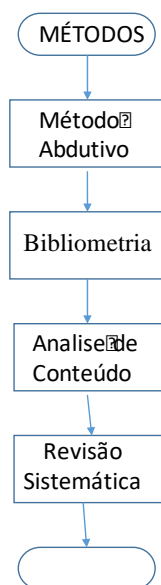


Figura 01 – Métodos

Fonte: Autor

Resultados

A bibliometria recuperou 75 artigos das bases WOS e Scopus, a incidência das palavras pode ser verificada na Figura 02 – nuvem de palavras.

Diversos autores procuraram definir o termo tanto na academia quanto nas empresas, a economia compartilhada é um novo modelo econômico além do paradigma da produção em massa e do consumo, isso significa que compartilhar coisas, em vez de possuí-las, está em uma tendência crescente como um novo paradigma do capitalismo e é um sistema econômico sustentável construído em torno da partilha de ativos privados (Zekanovic-Korona and Grzunov, 2014; Tae, 2016).

O conceito de compartilhamento refere-se a problemas econômicos e vai além de alugar bens a custos mais baixos, ou com gastos gerais transacionais mais baixos do que comprar ou alugar através de um provedor tradicional, incorpora o processo de distribuição de propriedade a outros por um período limitado de tempo sem obter direitos legais para essa propriedade e considera os efeitos dos fatores de benevolência dos clientes, como o reconhecimento de coisas, espaços, habilidades, tempo e terra confiáveis - tudo o que pode ser compartilhado e monetizado (Belk, 2007; Zervas, Proserpio & Byers, 2015; Gansky, 2010).

O conceito central de um sistema de compartilhamento colaborativo é que é simples obter o valor do potencial inexplorado que reside em bens e serviços que não são inteiramente explorados pelos seus proprietários (Tae, 2016)

A noção de uso temporário e compartilhamento de recursos atraiu consumidores através de conveniência e preços mais baixos, contrastando com o modelo de mercado de propriedade tradicional predominante, deu origem a uma cultura de "o que é meu é seu" e é a resposta à economia do legado, em que tendemos a depender de recursos de fora de nossas comunidades e onde o trabalho que fazemos e as compras que fazemos principalmente geram riqueza para as pessoas fora de nossas comunidades (Puschmann e Alt, 2016; Botsman e Rogers, 2011; Orsi, 2013).

Este sistema bastante novo baseia-se principalmente na tecnologia da informação (P2P) para capacitar indivíduos e outras organizações com fins lucrativos e sem fins lucrativos com maneiras de compartilhar o excesso de capacidade em bens, conhecimentos e serviços (Zekanovic-Korona and Grzunov, 2014).

Adotamos o conceito de Frenken et al. (2015) onde são consumidores concedendo acesso temporário a ativos físicos subutilizados ("capacidade ociosa") a outros consumidores, possivelmente por dinheiro. Os bens típicos que atualmente são compartilhados são carros e casas.

Plataformas de negócios

Estes novos modelos de negócios, de acordo com ITÄLÄ (2015), estão sendo considerados como plataforma de negócios (ou business platform, em inglês) ou ecossistemas. Para Venkatraman et al. (2014) definiram como plataformas de inovação empresarial digital.

Um modelo emergente é a plataforma de negócios, também chamado padrão de modelo de negócios de dois lados ou multilados (Osterwalder & Pigneur, 2010). Considerando que os modelos de negócios de um lado têm um ou vários segmentos de clientes, que são distintos um do outro, o modelo de negócios com plataforma tem dois ou vários segmentos de clientes, que interagem uns com os outros usando a plataforma de negócios. Um exemplo bem conhecido de uma plataforma de negócios é uma empresa de transmissão comercial, que oferece conteúdo e comerciais para seus espectadores (WAN et al., 2017).

Sakuda (2016) em sua Tese de doutorado conceitua que plataformas digitais são plataformas que utilizam meios digitais para se relacionar com os atores e tem duas funções desenvolvimento/operações e distribuição/consumo. Os componentes de uma plataforma são:

- (i) Os componentes comuns, incluindo software, hardware, serviços e a arquitetura de componentes;
- (ii) As regras empregadas pelos usuários na maioria de suas interações, incluindo as normas, protocolos, políticas e contratos.

As funções principais são:

- (i) Fornecedores de plataformas, mediadores das interações dos usuários da rede;
- (ii) Patrocinadores da plataforma, os detentores de tecnologia da plataforma que podem determinar quem pode participar em qual papel;
- (iii) Fornecedores de componentes da plataforma, que ofertam produtos e serviços.

Os ecossistemas de plataforma tiveram um impacto de longo alcance sobre as empresas nas últimas duas décadas. Posteriormente, as plataformas se tornam onipresentes em muitas indústrias, como smartphones e aplicativos, videoconsoles e vi-

deogames, e computadores pessoais e software. As plataformas permitem que as empresas criem novas interdependências que tornem a tarefa de projetar uma estratégia de plataforma bem-sucedida mais complexa. Uma estratégia baseada em plataforma tem potencial para aumentar a sustentabilidade competitiva de uma empresa (WAN et al., 2017).

Uma plataforma fornece a infra-estrutura e as regras para um mercado que reúne produtores e consumidores. Os jogadores no ecossistema preenchem quatro papéis principais, mas podem mudar rapidamente de um papel para outro. Compreender as relações dentro e fora do ecossistema é fundamental para a estratégia da plataforma. (Van Alstyne, Parker & Choudary, 2016).

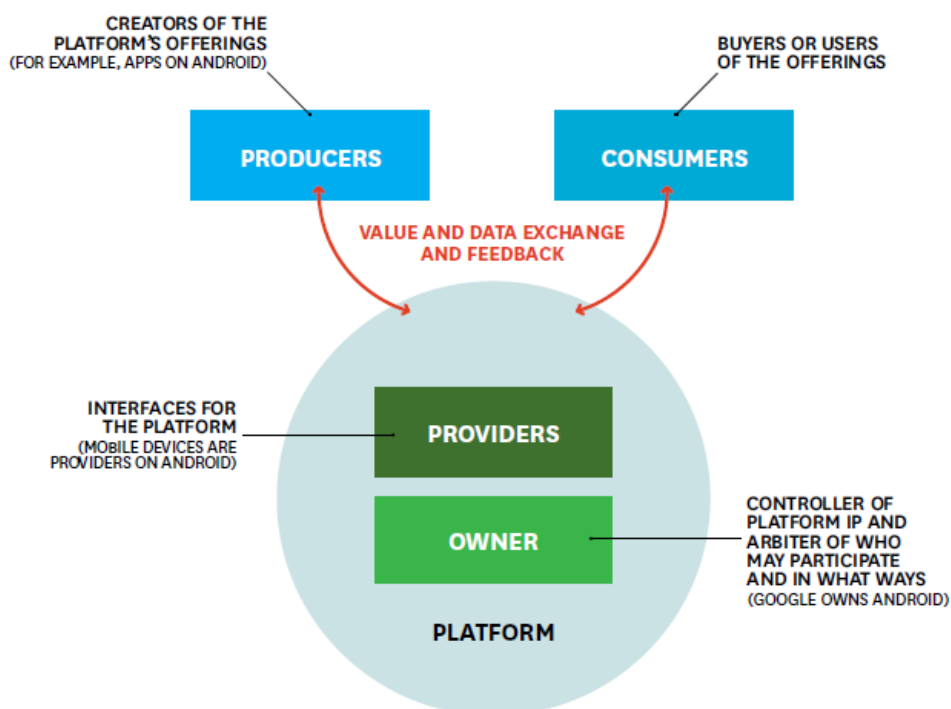


Figura 03 - OS participantes EM UM ECOSSISTEMA DE PLATAFORMA

Fonte: Van Alstyne, Parker & Choudary, 2016

Plataformas de Negócios Digitais

A transformação digital está mudando profundamente as formas em que o valor é criado e como o valor é capturado. Novas empresas com modelos de negócios no-

vos e inovadores nascem. As empresas existentes precisam repensar seus modelos de negócios quando se transformam na era digital (ITÄLÄ, 2015).

Já a transformação digital de negócios (digitalização de negócios) refere-se à incorporação de tecnologias avançadas como a nuvem, sistemas móveis, Internet de Coisas (IOT), bigdata e inteligência artificial (AI) em produtos, serviços e modelos de negócios. Isso pode melhorar a competitividade do produto, reforçar as relações com os clientes ou melhorar a eficiência do negócio em uma escala diferente das formas convencionais de melhoria (YOSHIDA, 2017).

Na literatura de modelos de negócios, um modelo emergente é a plataforma de negócios (ou business platform, em inglês), considerando que os modelos de negócios de um lado têm um ou vários segmentos de clientes, que são distintos um do outro, o modelo de negócios com plataforma tem dois ou vários segmentos de clientes, que interagem uns com os outros usando a plataforma de negócios (ITÄLÄ, 2015). Podemos destacar como exemplos deste tipo de modelo de negócios o Facebook e a Google.

Outro tipo de modelo é denominado ecossistema, que compara as redes comerciais emergentes com os ecossistemas biológicos. De acordo com ITÄLÄ (2015), esta combinação de um fabricante de dispositivo, provedor de sistema operacional, loja, provedor de aplicativos e provedor de conteúdo é chamado de um ecossistema, neste exemplo, um ecossistema de smartphone, figura 04. Todos os membros do ecossistema se beneficiam mutuamente e, claro, o cliente beneficia mais. E, claro, os clientes pertencem ao ecossistema.

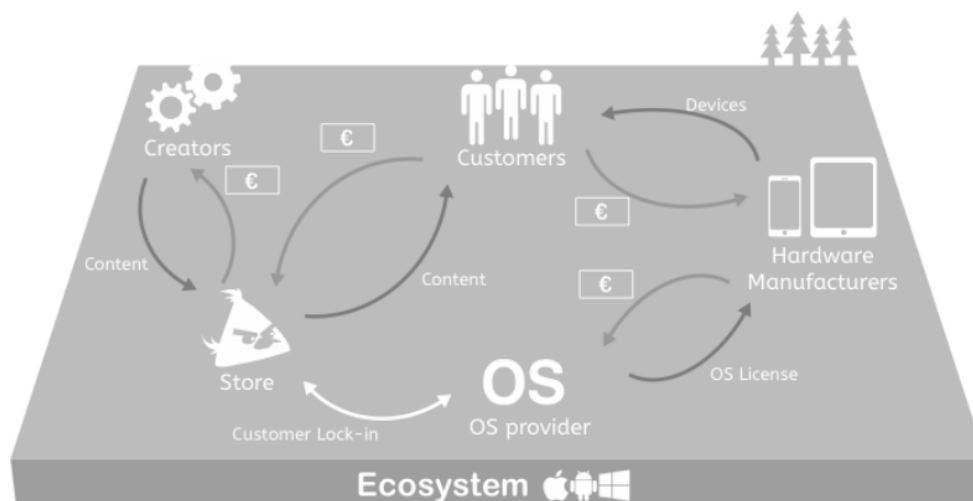


Figura 04 – Exemplo de ecossistema

Fonte: ITÄLÄ (2015).

Venkatraman et al. (2014) definiram como plataformas de inovação empresarial digital como "ações de uma rede de empresas com competências complementares para co-inovar novos modelos de negócios que são intrinsecamente baseados em funcionalidades de informação e tecnologia".

Em primeiro lugar, conceitualizaram a inovação como plataforma além do enquadramento convencional da inovação como processo. As plataformas de inovação permitem inovações de modelos de negócios impulsionadas e suportadas pela tecnologia da informação.

Em segundo lugar, as inovações digitais não são criadas por empresas autônomas, mas por uma rede de empresas em um ecossistema de negócios que agrupe suas habilidades complementares. Conseqüentemente, o Android ou o iOS não são inovações digitais do Google e da Apple, respectivamente. São ecossistemas comerciais envolvendo hardware, aplicações e serviços complementares orquestrados pelo Google e pela Apple e envolvendo várias empresas que competem e cooperam em redes dinâmicas (IANSITI e LEVIEN ,2004).

As plataformas de negócios digitais estão mudando a forma como produtos e serviços são criados e oferecidos. Eles estão ameaçando empresas estabelecidas dentro de muitas indústrias, vide figura 05 (ITÄLÄ, 2015).

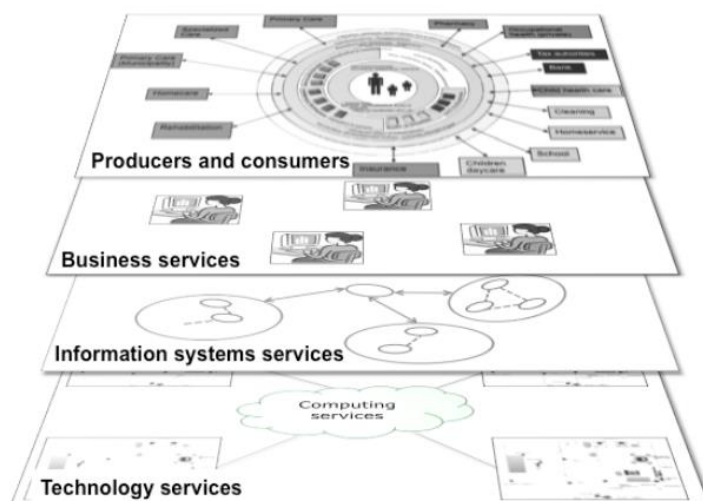


Figura 05 - Plataformas de negócios em camadas

Fonte: Itälä (2015)

Itälä (2015) ilustrou com os seguintes eventos:

AirBnB é uma plataforma que liga essas pessoas comuns que estão dispostas a fornecer um quarto e aqueles viajantes que precisam de uma acomodação barata.

Uber é uma plataforma que conecta pessoas comuns que estão dispostas a oferecer uma unidade de táxi e clientes que precisam de um lugar para outro. Curiosamente, nem a AirBnB nem a Uber possuem seus quartos ou carros; eles apenas conectam os proprietários e usuários em uma interação.

Tanto a AirBnB quanto a Uber também criam confiança nos dois lados: os compradores do serviço podem escrever avaliações de sua experiência, e os prestadores de serviços podem escrever comentários de seus clientes.

Conclusão

A novidade dos temas permite esta miscelânea de definições entre as diversas áreas do conhecimento, os três tópicos pesquisados foram os mais citados nas pesquisas, mas existem outros que também foram relacionados como marketplace e modelo de negócios que merecem um maior detalhamento teórico.

Pudemos comprovar que o uso das plataformas digitais/computacionais contribuem para que o serviço seja acessível e esteja disponível para uma quantidade maior de usuários, bem como possibilita certos controles e processos que não seriam possíveis de forma manual. Definir o que são cada um destes se torna trabalhoso pois envolve uma série de processos e serviços de diversas áreas e que alguns são inovadores e não estão claramente descritos ou conceituados.

Estes serviços de plataformas de negócios digitais, plataformas de negócios ou economia compartilhada, tem uma grande adesão devido a facilidade de uso e a qualidade dos serviços oferecidos, identificou-se nos textos a presença clara do conceito de valor ofertado, que induz o conceito de criação de valor.

Espera-se com o resultado desta revisão da literatura que outros trabalhos sobre os temas aqui pesquisados possam ser desenvolvidos.

Referências

Allenm, D. & Berg, C. The sharing economy: How over-regulation could destroy ... Retrieved April 20, 2015, from <https://ipa.org.au/publications/2312/the-sharing-economy-how-over-regulation-could-destroy-an-economic-revolution>. 2014

AMARAL, Roniberto M. et al. Uma visão da produção científica nos Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção através da Bibliometria. 2004. Artigo. XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção. Florianópolis, SC

Bardin, L. Análise de conteúdo. São Paulo. 70 Edições. 2011

Belk, R. Why not share rather than own?. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 611, 126-140. 2007

Böckmann M. The Shared Economy: It is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy[J]. University of Twente, Faculty of Management and Governance, 2013.

Business Platforms. FUJITSU Sci. Tech. J, v. 53, n. 1, p. 67-70, 2017.

CHEW, Eng K. Digital Organizations of the Future. in Transition, p. 13, 2015.

Frenken, K., Meelen, T., Arets, M., Van de Glind, P. Smarter Regulation for the Sharing Economy. The Guardian. 2015

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

IANSITI and LEVIEN, 2004. M. Iansiti, R. Levien Strategy as ecology, Harvard Business Review, Recuperado de (2004) <https://hbr.org/2004/03/strategy-as-ecology/ar/1>

ITÄLÄ, Timo. Digital Business and Platforms. in Transition, p. 50. 2016.

L. Zekanovic-Korona and J. Grzunov, "Evaluation of shared digital economy adoption: Case of Airbnb," 2014 37th International Convention on Information and Communication Technology, Electronics and Microelectronics (MIPRO), Opatija, 2014, pp. 1574-1579.

LEITE, Francisco. Raciocínio e procedimentos da Grounded Theory Construtivista. Questões Transversais-Revista de Epistemologias da Comunicação, v. 3, n. 6, 2016.

Orsi, J. The Sharing Economy Just Got Real - Shareable. Retrieved October 17, 2017, from <http://www.shareable.net/blog/the-sharingeconomy-just-got-real>. 2013.

PEIRCE, Charles Sanders. Semiótica e filosofia. São Paulo: Cultrix, Editora Universidade de São Paulo, 1975.

SAKUDA, L. O. Plataformas como novo tipo de governança de cadeias globais de valor: estudo na indústria de jogos digitais. Doctoral Thesis, Escola Politécnica, University of São Paulo, São Paulo. doi:10.11606/T.3.2016.tde-18082016-132259. Retrieved 2017-10-15, from www.teses.usp.br. 2016

Tae Hyup Roh, The Sharing Economy: Business Cases of Social Enterprises Using Collaborative Networks, In Procedia Computer Science, Volume 91, Pages 502-511, 2016

TARAPANOFF, K.; MIRANDA, D. M.; ARÁUJO JÚNIOR, R. H. Técnicas para tomada de decisão nos sistemas de informação. Brasília: Thesaurus, p.86, 1995.

Van Alstyne, M. W., Parker, G. G., & Choudary, S. P. Pipelines, platforms, and the new rules of strategy. Harvard Business Review, 94(4), 54-62. 2016

VENKATRAMAN, N. Venkat et al. Theorizing digital business innovation: platforms and capabilities in ecosystems. 2014.

WAN, X.; CENAMOR, J.; PARKER, G.; VAN ALSTYNE, M. Unraveling Platform Strategies: A Review from an Organizational Ambidexterity Perspective. Sustainability 2017, 9, 734.

Xuemei Wu, Qiang Zhi, Impact of Shared Economy on Urban Sustainability: From the Perspective of Social, Economic, and Environmental Sustainability, In Energy Procedia, Volume 104, 2016, Pages 191-196

YOSHIDA, Kiminori. Development and Promotion of Application Technologies for Digital

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. (2015). A First Look at Online Reputation on Airbnb, Where Every Stay is Above Average. Where Every Stay is Above Average (January 23, 2015).