

COOPERATIVISMO DE PLATAFORMA- UM MODELO DOS EMARKETPLACE OU UMA VISÃO EQUIVOCADA

Agostinho Augusto Figueira
professoragostinhofigueira@gmail.com
UNICSUL

Beatriz Monica Schuchmann
bia.schuchmann@gmail.com
SUMARÉ

Marcos Antonio de Lima
mlima51@gmail.com
SUMARÉ

Resumo: Esta foi uma pesquisa bibliográfica que buscou identificar as características do emarketplace, através de seus exemplos, em suas semelhanças e diferenças com o cooperativismo de plataforma. Emarketplace significa um shopping center virtual, representado por uma vitrine em formas de aplicativo da economia sob demanda, que unem ofertantes a consumidores todos em busca de retornos financeiros. As plataformas estão relacionadas ao consumo colaborativo da economia compartilhada onde a cooperação tem seu resultado pela construção coletiva de um objetivo. As cooperativas de plataformas se enquadram em alguns princípios nesse compartilhamento sob demanda plataforma de compartilhamento, mesmo considerando a geração desigual de resultados financeiros.

Palavras Chave: plataforma - cooperativismo - colaboração - compartilhamento -



INTRODUÇÃO

O ano de 2020 foi um ano desafiador. Vivenciamos a pandemia do COVID.19 que de acordo com informações da Organização Mundial de saúde no Mundo houveram 85.929.428 casos confirmados e 1.876.100 mortes.

Nesse cenário por indicações das autoridades de saúde o melhor remédio para evitar a propagação do vírus seria o confinamento e o afastamento social. Diversos países decretaram *lockdown*, que significa total confinamento, um isolamento que em geral impede o movimento de pessoas.

Em termos econômicos por causa da COVID houve um desaquecimento das economias em âmbito mundial, e nesse momento diversas pessoas perderam seus empregos, ou modificaram sua forma de trabalhar. Surge o fenômeno do *homeoffice*, trabalho a partir da casa, e isso mudou radicalmente a forma de consumo. As compras passaram a ser feitas com uso de tecnologia e da internet, isso causou um aumento significativamente no número de coisas que necessitam ser entregues e também modificou a forma que o comércio se comunica com o cliente. Em termos tecnológicos houve um desenvolvimento muito expressivo neste século XXI, que permitiu essa integração entre pessoas, plataformas e entregas.

O ano de 2021 não se apresenta significativamente diferente, então este estudo servirá para identificar o fenômeno relações de trabalho, cooperativismo de plataformas de forma a entender essa realidade.

Bom, o relato acima ocasiona curiosidade sobre como as pessoas mudam as relações de trabalho, e como a tecnologia se alinha a isso. Este trabalho pretende entender as características de cooperação e compartilhamento existentes nas plataformas digitais, para isso faz um trabalho bibliográfico sobre plataformas digitais, *Ecommerce* e *emarketplace*, definições sobre cooperação e colaboração com destaque especial ao cooperativismo de plataforma que discute exatamente as características deste momento econômico, ilustrados por exemplos se enquadram nessa realidade.

Nas próximas etapas apresenta uma revisão sobre o que os autores escrevem sobre plataforma; *ecommerce* e *emarketplace* (com exemplos Brasileiros); cooperativismo,

economia solidária, modelos de negócios, compartilhamento da plataforma e cooperativismo de plataforma. Na conclusão será possível o cruzamento entre as definições, destacando suas semelhanças, diferenças e análise de comportamento nesse momento específico.

REVISÃO TEÓRICA

MODELO DE NEGÓCIOS – TECNOLOGIA - PLATAFORMA

Um modelo de negócios significa a forma de fazer uma determinada atividade, ele se aplica quando existe um processo com a possibilidade de compartilhamento de informações, acarretando uma diminuição nos custos para o cliente (OSTERWALDER E PIGNEUR 2010).

Para Vukanovic (2016) o modelo de negócio e seu sucesso dependem das condições de mercado, da estratégia escolhida ao empreendimento, da política de preços, da forma de divisão de receita, da infraestrutura proposta, da tecnologia existente, do gerenciamento e da compatibilidade com variáveis externas como: cultura, oportunidade de mercado, legislação, existência de uma base possível de clientes, análise da concorrência e avanços tecnológicos.

A plataforma de negócio representa uma forma de modelo de negócios. Considerando que este modelo de negócios pode possuir diversos segmentos de clientes distintos. Uma plataforma tem dois ou mais segmentos de clientes, que interagem por intermédio desta realizando negócios. Um exemplo bem conhecido de uma plataforma de negócios para esclarecer o modelo são as empresas que fornecem conteúdo de filmes para espectadores, nela visualizamos diversos agentes via plataforma: a empresa de transmissão o comercial que oferece o conteúdo e propaganda a seus espectadores, os que fizeram o filme (MGM, Disney, Globo entre outros) e os espectadores ou clientes. (WAN et al., 2017).

De acordo com Itälä (2016), uma plataforma visa melhorar a eficiência do negócio, melhorando relação com o cliente, assegurando a competitividade do produto ou serviço. De acordo com o autor as plataformas podem fazer parte de um ecossistema onde estão inseridos: Desenvolvedores, conteúdos, lojas de aplicativos, celulares e os próprios clientes ou parceiros de negócios quando se trata de plataforma.

As plataformas de inovação digital podem estar relacionadas uma rede de empresas que se complementam que se reúnem na criação de novos modelos de negócios tendo como sua base a tecnologia de informação, estas plataformas digitais estão mudando a forma como produtos e



serviços são criados e oferecidos (VENKATRAMAN ET AL, 2014).

Itälä (2016), cita alguns exemplos ilustrativos para essas plataformas de inovação em negócios digitais com ideias de compartilhamento que se destaca pela propriedade da plataforma:

- AirBnB: A plataforma faz ligação entre pessoas dispostas a prover acomodações como um quarto, ou um apartamento a viajantes que necessitam de acomodações e estão dispostos a pagar por elas, em geral menos que em hotéis da região. Quais são os personagens diretos: A plataforma, o dono do local e o cliente;
- Uber: A plataforma conecta indivíduos que estão dispostos a oferecer um veículo de locomoção a pessoas que tem necessidade se locomover de um local a outro com comodidade privativa e preço inferior ao cobrado por taxistas. Quais são os personagens diretos: O motorista; a plataforma e o cliente.

Ambas as plataformas criam oportunidade de serviços adicionais. Vemos em cidades turísticas, onde existem unidades AirBnB que empresas de limpeza estão tendo um crescimento exponencial. No caso da Uber fica evidente o crescimento das empresas de locação de veículos e empresas de higienização (lava- carros) usando o motorista de Uber como publico alvo para suas promoções.

As plataformas digitais facilitam o acesso a produtos, serviços, trabalho e consumo. Repare que além de Airbnb e Uber, existem plataformas disponíveis muito conhecidas: entregas (Ifood, Ubereats, Rappi), de filmes (Netflix), músicas (Spotify, Deezer), livros (Kindle), entre outras.

Com o surgimento das plataformas digitais, coincide com o movimento do consumo colaborativo, este tem relação com consumo consciente, faz parte da economia compartilhada onde são adotando práticas colaborativas envolvendo uma ou mais pessoas ou organizações onde todos os envolvidos sejam beneficiados (FRENKEN & SCHOR, 2017).

Pessoas utilizam plataformas digitais, encontram uma forma alternativa de ocupação para obter renda, facilidade de participação ou consumo, preço e comodidade oferecida pelo modelo de negócio que considera uma economia colaborativa de consumo colaborativo. Essas características são evidenciadas, pois existe uma tendência natural à redução de custos, a diminuição do desperdício (consumo colaborativo) e valorização dos serviços e produtos regionais. As plataformas causam mudanças de comportamento das pessoas por meio do compartilhamento de informações.

ECOMMERCE – EMARKETPLACE

O avanço da tecnologia, da internet e seu uso, determinou um crescimento exponencial das negociações comerciais realizadas virtualmente. Para Fuoco (2003), o conceito do comércio eletrônico ou *ecommerce*, são representados pelas negociações e transações financeiras realizadas por meios eletrônicos. Albertin (2010) afirma que: “Comércio eletrônico é a realização de toda a cadeia de valor dos processos de negócio num ambiente eletrônico, por meio da aplicação intensa das tecnologias de comunicação e de informação, atendendo aos objetivos de negócio”. O comércio eletrônico, *ecommerce*, acontece pela disponibilização de um produto para venda, através de imagens apresentada de forma a tirar dúvidas do consumidor, por meio de uma loja virtual.

O *ecommerce* apresenta algumas vantagens para o lojista e para o consumidor, pois nesse tipo de comércio não existe limite de horário, a plataforma está constantemente online e permite atender consumidores de diversas cidades em um país ou até no mundo. De acordo com Nery (2013), o *ecommerce* também tem seus pontos negativos como a falta de contato direto entre vendedor e comprador podendo levar a fraude em alguns casos, gerando desconfiança de potenciais compradores leigos e com medo de utilizar a internet como meio de compra, inseguros para passar informações pessoais.

Importante salientar que com a pandemia do Coronavirus ou Covid-19, houve uma mudança no comportamento de compra do brasileiro e o comércio eletrônico teve resultados em vendas que somente aconteceria em 2025 afirma André Dias, coordenador do Comitê de Métricas da camara-e.net e diretor-executivo do Compre & Confie (MARCIEL, 2020).

Marketplace ou *emarketplace* na era do *ecommerce* pode ser definido com um site ou aplicativo de compra e venda a partir de diferentes fornecedores, representando por *Shopping center* de ofertas. Quem opera o aplicativo ou site não possui, por exemplo, controle de estoque dos vendedores, apenas apresentar o estoque apresentado pelo vendedor e serve apenas como facilitador das transações (KESTENBAUM, 2017).

O fenômeno *emarketplace* também é estudado por HONG e CHO (2011), que afirmam que estas plataformas servem para estimular a competitividade das lojas virtuais, é uma fonte de renda importante para os vendedores em suas transações **online**, dado que as plataformas



possuem credibilidade dos compradores aumentando não somente a confiança dos compradores como também a intenção de compra.

Fundamental para o objetivo deste artigo é relatar alguns sites e suas características.

Existem também plataformas de *emarketplace* focadas na economia de compartilhamento de serviços, que juntas que oferece determinado serviço e quem deseja compra-lo. Entre elas: UBER oferece serviços de locomoção que agrega o prestador de serviços e o cliente; AIRBNB junta proprietários de imóveis disponíveis a locação com pessoas interessadas na locação; GETNINJA conecta profissionais dos mais variados segmentos, desde professores particulares, pintores, faxineiras a com pessoas que buscam por eles; Cornershop, a empresa pertence UBER, entrou em operação em janeiro de 2020, teve um crescimento exponencial por ser um agregador de compras de supermercados, reúne pessoas dispostas a coletar e entregar produtos com clientes que desejam recebe-los; Ifood- Rappy- Uber eats- empresas conectam bares, restaurantes a afins com clientes que desejam seus produtos intermediados por prestadores autônomos cadastrados de serviços remunerados para tal.

DEFINIÇÃO DE CARACTERÍSTICA:

COOPERAÇÃO, COOPERATIVISMO, COLABORAÇÃO E COMPARTILHAMENTO

Cooperação significa atuar juntamente, o termo pode estar associado ao auxílio mútuo para um fim comum. Se o termo cooperação fosse analisado em termos sociológicos seria uma forma de integração social que constitui a ação na qual pessoas se unem formal ou informalmente para conseguir o mesmo objetivo (PINHO, 1966).

Com base na cooperação surge o cooperativismo, uma economia solidária, uma forma de produção, consumo e distribuição de riqueza que valoriza o ser humano e não o capital. Baseia-se em associações e tem objetivos em produção, consumo e comercialização de bens e serviços. A economia solidária surge pelos trabalhadores como uma resposta à exploração capitalista, representa um processo de democratização econômica, uma alternativa para as relações de trabalho assalariado (SINGER, 2002).

Vamos verificar o contexto histórico, de onde surgiu o conceito de cooperativa.

Um exemplo bastante comum cooperação é ratificado na comunidade das formigas, estas exibem características de cooperação, de ajuda mútua, e elas colocam a sobrevivência do formigueiro acima da sua própria sobrevivência. Elas trabalham juntas, carregam objetos que

superam seu peso e tamanho para o formigueiro e são solidárias entre si. Sendo assim, a sobrevivência do formigueiro é acontece por causa da cooperação.

Historicamente o cooperativismo apareceu em conjunto com capitalismo industrial, como uma sugestão para superação dos problemas ocasionados pela exploração capitalista e se espalhou pelo mundo atuando em todos os setores da economia. No início do século XVIII teve início a Revolução Industrial na Inglaterra, isso ocasionou êxodo rural, o deslocamento de pessoas para as cidades, em busca de emprego nas fábricas. Com a inexistência de uma legislação trabalhista, os trabalhadores sofriam grande exploração, suas condições de trabalho e vida eram péssimas. Filósofos passaram a questionar o sistema e passara a buscar formas alternativas de organização da produção, do consumo e de como obter crédito. Uma solução possível foi a construção de organizações que os próprios trabalhadores pudessem administrar sua força de trabalho e o capital, isto é cooperativas (HUGON 2009).

A primeira cooperativa foi criada com base nesses pensadores, ela data do ano de 1844 na Inglaterra, fundada por 28 tecelões a Sociedade dos Probos Pioneiros de Rochdale.

Um dos princípios das cooperativas é o objetivo de melhorar a situação econômica de seus componentes. Nelas existem algumas formas de compor esse trabalho. O trabalho por cooperação e ou o trabalho por colaboração. Alguns autores não diferenciam esses termos e o consideram sinônimos outros o consideram complementares.

Para Hiltz (1998), a cooperação e colaboração são semelhantes e não acreditam que se obtenha algum benefício ao distinguir esses termos, por isto, os consideram sinônimos.

Já Barros (2001), crê que os termos colaboração e cooperação se distinguem porem não se separam por completo. Para o autor a colaboração são pessoas trabalhando de forma conjunta, onde cada participante realiza uma parte da tarefa e o trabalho concluído é a soma dos trabalhos individuais. Já a cooperação vem do trabalho em equipe, um processo contínuo, onde todos os membros do grupo trabalham para a construção conjunta de um resultado de forma coletiva e acrescenta que o resultado visa alcançar um objetivo comum. Sendo assim, a colaboração está incluída na cooperação por meio da contribuição com o objetivo.

O compartilhamento não é um conceito novo, porem a economia compartilhada representa está baseado no uso compartilhado de recursos físicos, humanos, ou intelectuais. Exemplo desse tipo de economia tem aos montes, quando se refere a físicos temos Airbnb no compartilhamento de imóveis, ou a Weshare no uso de escritórios e salas de reuniões. Pensando em recursos

humanos no Waze, um aplicativo de localização que dados e alertas de tráfego compartilhados pelos usuários em tempo real, para sugerir os melhores trajetos. No caso de recursos intelectuais pode-se indicar o IdeianoAr um software de serviços que ajuda empreendedores na criação de uma plataforma de *marketplace*.

COOPERATIVISMO DE PLATAFORMA

Trebor Scholz (2016), escritor e professor, escreve um livro intitulado cooperativismo de plataforma, nele ele questiona o modelo de propriedade para a Internet. A economia de compartilhamento são ideias geniais impulsionadas pelos departamentos de marketing das organizações capitalistas que são responsáveis pelo desenvolvimento dessas plataformas, no entanto as plataformas de cooperativismo são de propriedade coletiva, que pertencem às pessoas que o valor nessas plataformas. Vamos estudar melhor o cooperativismo de plataforma.

Scholz (2016), acredita que o conceito de cooperativismo de plataforma está dividido em três partes:

- O conceito está baseado na cópia de tecnologia. Os indivíduos ou organizações recebem a tecnologia, aderindo a valores aparentemente democráticos, buscando desestabilizar o sistema econômico de posse de meios de produção para compartilhamento sob demanda, sendo assim o cooperativismo de plataforma propõe uma mudança estrutural, uma mudança de propriedade.
- O tratamento de solidariedade que é abordado pelo cooperativismo de plataforma representado pela força de trabalho difundida e muitas vezes sem identificação. As Plataformas podem pertencer a sindicatos, a outras formas de cooperativas a indústrias setoriais ou multissetoriais.
- A base do cooperativismo de plataforma é a inovação e a eficiência, que busca o benefício de todos, e não apenas o lucro de alguns.

Trebor Scholz (2016), ainda propõe uma tipologia de cooperativismo de plataformas, algumas com exemplos reais outras ainda sem exemplificação real.

- Intermediação de trabalho online de propriedade cooperativa: Na Alemanha, existe um aplicativo de mercado online de propriedade dos usuários, A Fairmondo, uma alternativa cooperativa à Amazon. No Brasil um exemplo é a Vubem criado pela



CooperDinâmica que nasceu da insatisfação dos motoristas com as taxas cobradas pela Uber.

- Plataformas cooperativas controladas por cidades: Em São Paulo – Brasil A prefeitura criou o SPTaxi um **aplicativo** para solicitar corridas de forma fácil e segura.
- Plataformas de trabalho mantidas por sindicatos: No Brasil mais especificamente na região do triângulo Mineiro A plataforma Apporteira vinculada a um grupo de sindicatos rurais operação na solicitação de Notas Fiscais e Guias de Transporte Animal (GTA) e cotação de preços para associados aos sindicatos filiados.
- A plataforma como protocolo: significa interações de ponta a ponta facilitadas por protocolos que permitem interações ponta a ponta. No Brasil existe o Cataki, um aplicativo de reciclagem cuja proposta é aproximar geradores e catadores de resíduos, aumentando reciclagem e renda, o aplicativo não cobra taxa e a negociação fica por conta dos interessados.
- Plataformas de propriedade dos produtores e dos usuários , chamado por Scholz(2016), de “produsuários”: A Stocksy10 é uma cooperativa de fotógrafos para a formação de bancos de fotografias, na venda o fotógrafo recebem 50% de comissão e divisão dos lucros ao final do ano.
- Cooperativas de dentro: seria uma cooperativa formada por membro dentro da economia de compartilhamento, como se os motorista de Uber se reunissem para criar seu próprio aplicativo.

Scholz (2016), propõe os princípios do cooperativismo de plataforma, ao questionar a proposta de valor das plataformas, em ambiente sem fins lucrativos como cooperativas ainda falta e em ambiente empresarial, que buscam lucro, é encontrada com frequência. Ele ainda acrescenta que a plataforma deve contar com ideias da população envolvida na atividade. O autor espera que a descrição desses princípios do cooperativismo de plataformas ajude a debater valores, por isso propõe 10 princípios básicos para o cooperativismo de plataforma.

1. Propriedade: Plataformas cooperativas são de propriedade coletiva, possuídas pelas pessoas que geram valor nelas, e pode mudar o modo pela qual as pessoas comuns refletem sobre suas relações na Internet. A economia do compartilhamento deveria rejeitar a propriedade.
2. Pagamentos decentes e seguridade de renda: em 2018 o aumento do preço dos combustíveis e a alta tarifa cobrada pela Uber sobre o valor das corridas fizeram um grupo de Maringá a criar um aplicativo local de transporte, que busca tarifas de corridas mais baixas para os usuários e ganhos maiores para motoristas.
3. Transparência e portabilidade de dados: todos os dados financeiros, orçamentários,



sobre os custos, resultados e informações sobre os consumidores da cooperativa sejam

- disponibilizado aos cooperados.
4. Boa atmosfera de trabalho: Reconhecimento por trabalho ou serviços efetuados; comunicação interna eficaz relatando iniciativas e acontecimentos; repasse da remuneração conforme combinado entre os membros; e se necessário desvinculação de um membro este deve obter uma explicação do ocorrido.
 5. Trabalho desenvolvido conjuntamente com as partes envolvidas: O desenvolvimento da plataforma deve envolver trabalhadores desde o início da programação e durante o uso da mesma.
 6. Constituída de forma legal: As cooperativas no Brasil estão reguladas pela Lei 5.764 de 16 de dezembro de 1971, em seu conceito, a cooperativa é uma associação de, no mínimo, 20 (vinte) pessoas com interesses comuns, administradas por um estatuto que determina as regras de organização e funcionamento.
 7. Proteções trabalhistas portáteis e benefícios: No Brasil a previdência social garante proteção trabalhista portáteis em qualquer forma de trabalho que continue contribuindo com esta.
 8. Sistema de identificação, reputação independente e proteção sobre comportamento arbitrário: O trabalhador deve poder ter posse de seu desempenho dentro do cooperativismo de plataforma e carregar este em seu currículo profissional a plataformas mantem seu sistema com uso privado.
 9. Rejeição de vigilância excessiva do ambiente de trabalho: Um motorista Uber inicia seu período de trabalho ao ficar online no Uber Driver e aguarda por solicitações de viagens, o aplicativo mantém vigilância sobre o motorista baseado na coleta de dados, em seus movimentos e em seu comportamento (horas de trabalho – avaliação dos passageiros).
 10. O direito de se desconectar: Deve existir uma fronteira clara entre vida pessoal e profissional. Plataformas cooperativas precisam deixar evidenciada a necessidade de descanso e até proibir o trabalho sem limites.

CONCLUSÃO

Nesse espaço a busca é de interligação dos conceitos disponibilizados na revisão teórica, anexado com um parecer sobre essa interligação.

Na pesquisa sobre características de *emarketplace* definido por Kestenbaum (2017), como site ou aplicativo de compra e venda, nota-se um modelo de negocio sob demanda ou procura, quantidades que os consumidores desejam adquirir de um produto ou serviço a um determinado preço, possível pelo tecnológico que muda o comportamento do consumidor. As plataformas



colocam vendedor, pessoas jurídicas ou físicas responsável pela oferta, em contato com o possível consumidor. Empresa ou pessoas ofertam a clientes potenciais que querem comprar, fenômeno conhecido por uberização das relações de trabalho, termo vindo popularização da UBER e outros aplicativos usados para contratação de serviços.

Frenken & Schor (2017), relacionam as plataformas ao consumo colaborativo incluso na economia compartilhada. Hiltz (1998), coloca a colaboração em conjunto com a cooperação e Barros (2001), define a cooperação como resultada da construção coletiva de um objetivo. Pode-se então vincular as plataformas a cooperação e a economia de compartilhamento de recursos que visam unir em uma plataforma oferta e procura de bens ou serviços, com objetivos comuns de aumentar resultados financeiros para todos os envolvidos, lucratividade da plataforma, serviço e renda para o ofertante e finalmente economia para o consumidor.

Scholz (2016), estuda o fenômeno das plataformas, de forma a questionar a divisão dos rendimentos, pelo modelo capitalista de plataformas colaborativa, pela propriedade da internet e destaca o cooperativismo de plataforma como modelo. O autor destaca a copia de tecnologia e o compartilhamento sob demanda, que representam uma força de trabalho sem identidade, com base no cooperativismo, na inovação e a eficiência, que busca o benefício de todos. As características das

plataformas capitalistas e da cooperativa de plataforma tem muitos pontos em comum, existe uma polêmica focada na existência de subordinação, porém o prestador de serviço em geral é nominado como parceiros autônomos, em busca de resultados comuns, representados por ganhos financeiros.

Se existem esforços distintos, tanto em investimento de capital físico, humano ou intelectual, porque a remuneração deste capital tem que ser equitativa? Scholz (2016), em seus princípios do cooperativismo de plataformas destaca a propriedade das plataformas pelas pessoas que geram valor nelas, e isso claramente não acontece nas plataformas de compartilhamento; uma renda decente, mas se o ofertante não acredita que a renda corresponde ao seu valor porque aceita então parece que o valor é correto, o mesmo conceito está vinculado à atmosfera no trabalho; já quanto à definição de cooperativa como no mínimo, 20 (vinte) pessoas com interesses comuns, não me parece estar fora das plataformas digitais que tem participantes com objetivos comuns.

Muitas são as características de todas as plataformas digitais que se assemelham as características do cooperativismo de plataforma. Muito ainda pode ser feito para um sistema de distribuição de renda mais justo, que representa uma distribuição de resultados entre os participantes. Sindicatos representantes de classes podem intervir nesse processo. Mas claramente os *emarketplace* representam um cooperativismo de plataforma, mesmo que com algumas deficiências, como a arbitrariedade da retirada dos membros, e pressão para continuar trabalhando e o acesso às informações de despenho, porém isso não pode descaracterizar as plataformas.

Outro ponto de vista sobre as cooperativas de plataforma podem ser apresentadas pela teoria das redes de negócios, segundo Gummesson (2002), essas redes apresentam as redes de trabalho são utilizadas para atingir resultados por meio de colaboração. Mas este aspecto poderá ser desenvolvido melhor em um próximo estudo.

REFERENCIAL:



ALBERTIN, A. L. Comércio eletrônico: modelo, aspectos e contribuição da sua aplicação. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2004.

BARROS, L. A. Suporte a ambientes distribuídos para aprendizagem cooperativa. Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRGS), Rio de Janeiro, 2001. (Tese de Doutorado).

FRENKEN, C. & SCHOR, J. Putting the sharing economy into perspective. Environmental Innovation and Societal Transitions, 23, June, 3-10. 2017. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2210422417300114> visualizado em 12/01/2021

FUOCO, T. Guia valor econômico de comércio eletrônico. São Paulo: Globo, 2003.
HILTZ, R. S; Collaborative learning in asynchronous learning networks, building learning communities. 1998. Disponível em:

http://eies.njit.edu/~hiltz/collaborative_learning_in_asynch.htm. Visualizado em 11/01/2021

GUMMESSON, E., Total Relationship Marketing. Second Edition ed. Oxford: Butterworth-Heinemann; 2002.

HONG, Ilyoo B.; CHO, Hwihyung. The impact of consumer trust on attitudinal loyalty and purchase intentions in B2C e-marketplaces: Intermediary trust vs. seller trust.

International Journal of Information Management, v. 31, n. 5, p. 469-479, 2011.

HUGON, Paul. História das doutrinas econômicas. São Paulo: Atlas, 2009.

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

JOHNSON, D., & JOHNSON, J. (2001). Cooperative learning. Retrieved on November 15, 2002. Disponível em: <http://www.clcrc.com/pages/cl.html>.

KESTENBAUM, R. What Are Online Marketplaces And What Is Their Future?, 2017; Disponível em:

MACIEL, Rui ; <https://canaltech.com.br/e-commerce/vendas-via-e-commerce-dobram-em-junho-no-brasil-169241/>; 03 de Agosto de 2020, visualizado 18/01/2021 NERY, Matheus de Camargo Del. Utilização da Ferramenta E-commerce nas Pequenas e Médias Empresas: Esamc, 2013. Disponível em: . Acesso em 14/09/2015.

PINHO, D. B. A doutrina cooperativa nos regimes capitalista e socialista. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 1966.

ROBICHEZ, Juliette ; Sopram novos ventos de revolta contra o Uber;

<https://outraspalavras.net/tecnologiaemdisputa/sopram-novos-ventos-de-revolta-contr-o-uber/> publicado 28/03/2020; visualizado em 14/01/2021

SCHOLZ, Trebor. Cooperativismo de plataforma: contestando a economia do compartilhamento corporativa. Comentário de tradução de Rafael Zanatta, Editor Fundação Rosa Luxemburgo, SP, 2016

SINGER, Paul. Introdução à economia solidária. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA
XIX SEGeT

Realização:



FACULDADES
DOM BOSCO



SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA
XIX SEGeT

Realização:



FACULDADES
DOM BOSCO



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.