

**EFEITOS DA FAMILIARIDADE E DO RISCO PERCEBIDO NA RELAÇÃO ENTRE
CONFIANÇA NA PLATAFORMA E INTENÇÃO DE USO EM SERVIÇOS DE ECONOMIA
COMPARTILHADA**

NATÁLIA PAVANELO PIVETTA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

FLAVIA LUCIANE SCHERER

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

MAÍRA NUNES PIVETA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

SORAYA DE SOUZA SOARES

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

VINICIUS COSTA DA SILVA ZONATTO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA (UFSM)

EFEITOS DA FAMILIARIDADE E DO RISCO PERCEBIDO NA RELAÇÃO ENTRE CONFIANÇA NA PLATAFORMA E INTENÇÃO DE USO EM SERVIÇOS DE ECONOMIA COMPARTILHADA

Introdução

A economia compartilhada é um fenômeno singular que representa uma nova forma de consumo. Considerando a sua dinâmica particular, muitos autores têm destacado a confiança como um aspecto fundamental para esse tipo de negócio, que pode impulsionar o envolvimento dos indivíduos nas transações. Ao mesmo tempo que existe o uso cada vez maior das plataformas, os pares desses negócios podem enfrentar diversos riscos, o que representa um empecilho à sua participação. Para tanto, a construção de confiança e a familiaridade são essenciais para mitigar o risco percebido e fomentar a intenção de uso.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Diante da importância e dinâmica particular existente nos negócios compartilhados, este estudo teve como objetivo investigar os efeitos da familiaridade e do risco percebido na relação entre confiança na plataforma e intenção de uso em serviços de economia compartilhada.

Fundamentação Teórica

A confiança é um aspecto crucial nas plataformas de economia compartilhada, pois ajuda a mitigar riscos, além de estar relacionada à familiaridade. Estudos indicam que a familiaridade contribui para a construção de confiança, já que quando os consumidores estão mais familiarizados tendem a desenvolver um nível maior de confiança, o que facilita a sua intenção. Em contrapartida, o risco percebido pode ser considerado um impeditivo para a confiança e intenção, já que quando os consumidores percebem um alto nível de risco, eles são menos propensos a utilizar os serviços compartilhados.

Metodologia

A pesquisa se trata de um levantamento do tipo survey junto a 898 brasileiros acima de 18 anos que já ouviram falar sobre economia compartilhada. Os dados coletados foram analisados por meio de modelagem de equações estruturais.

Análise dos Resultados

Os resultados revelaram que a confiança na plataforma influencia positivamente a intenção de uso, tanto diretamente quanto por meio da influência mediadora da familiaridade e do risco percebido. Além disso, a familiaridade com a plataforma também foi identificada como um fator positivo para a intenção de uso, enquanto o risco percebido apresentou uma relação negativa com a intenção de uso.

Conclusão

Os achados destacam a importância de construir confiança e familiaridade para fomentar o engajamento dos usuários com os serviços de economia compartilhada, ao mesmo tempo em que ressaltam o impacto adverso do risco percebido sobre a intenção de uso.

Referências Bibliográficas

Mao, Z. E., Jones, M. F., Li, M., Wei, W., & Lyu, J. (2020). Sleeping in a stranger's home: A trust formation model for Airbnb. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 67-76. Möhlmann, M. (2021). Unjustified trust beliefs: Trust conflation on sharing economy platforms. *Research Policy*,

50(3), 104173. Yang, S.-B., Lee, K., Lee, H., & Koo, C. (2019). In Airbnb we trust: Understanding consumers' trust-attachment building mechanisms in the sharing economy. *International Journal of Hospitality Management*, 81, 1-10.