

O Efeito do Anticonsumo e da Tendência à Inovação no Comportamento dos Consumidores de Sistemas de Compartilhamento Comercial

Autoria

Giovanna Polini Palú - gi.palu@hotmail.com
Outro (Graduação em Engenharia de Produção) - Outra (UNESP)

Hermes Moretti Ribeiro da Silva - hermes.silva@unesp.br
Prog de Pós-Grad em Admin/Esc Sup de Agricultura "Luiz de Queiroz" - PPGA/ESALQ - Universidade de São Paulo
Outro (Engenharia de Produção) - Outra (UNESP - FEB)

Eduardo Eugênio Spers - edespers@usp.br
Prog de Pós-Grad em Admin/Esc Sup de Agricultura "Luiz de Queiroz" - PPGA/ESALQ - Universidade de São Paulo
Outro - Outra

Agradecimentos

À Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Unesp

Resumo

O anticonsumo surge com o consumismo em ascensão na atualidade, como um ato de basta de alguns indivíduos. Logo, a economia compartilhada e os sistemas de compartilhamento comerciais (CSS), como Uber e Airbnb, se tornaram alternativas para as pessoas que almejam reduzir o seu consumo, já que estes entregam ao consumidor os benefícios de um produto, sem ter necessariamente a sua posse. O objetivo deste artigo foi analisar a influência do anticonsumo nos sistemas de compartilhamento comercial com moderação pela tendência à inovação. Para validar o modelo proposto foi aplicada uma survey online para 359 pessoas e usada a técnica de Modelagem de Equações Estruturais para as análises. Os resultados indicam que o anticonsumo e a atitude em relação ao CSS possuem essa relação maior para consumidores com uma maior tendência à inovação.