



## **Ecossistema de serviço da economia compartilhada: Uma discussão teórica e aproximação entre a lógica dominante de serviço e a economia do compartilhamento**

### **Service ecosystem of the sharing economy: A theoretical discussion and approximation between the service-dominant logic and the sharing economy**

**Mikaela Daiane Prestes Floriano**

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS– Brasil

mikaelapfloriano@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6859-4405>

**Recebido:** 18 Fevereiro 2022

**Revisado:** 17 Maio 2022

**Aceito:** 21 Junho 2022

#### **Resumo**

**Objetivo:** Este estudo realiza uma reflexão teórica sobre a estrutura de ecossistemas de serviço da economia compartilhada e como o valor é cocriado através desse sistema. **Método/Abordagem:** A abordagem foi desenvolvida a partir de uma revisão da literatura sobre a lógica dominante de serviço e seus conceitos-chaves, tais como cocriação de valor e ecossistemas de serviço, e referente a Economia Compartilhada. **Resultados:** Os resultados sugerem que o ambiente dinâmico que configura a economia compartilhada pode ser compreendido a partir da visão de ecossistemas de serviço, observando-se seis atores que compõe tal estrutura sistemática e que estão interligados por fundamentos institucionais formais e informais que são compartilhados durante o processo de serviço.

**Contribuições:** Este ensaio tem como principal contribuição a construção de um modelo que permite a compreensão da dinâmica e das relações existentes no ecossistema de serviço de economias baseadas em plataformas, sendo tal estrutura discutida e analisada a partir dos níveis de agregação do ecossistema. Além disso, seis proposições foram delineadas e poderão oferecer embasamento para novos estudos empíricos.

**Palavras-chave:** LDS; ecossistema de serviço; criação de valor; compartilhamento.

#### **Abstract**

**Purpose:** This study conducts a theoretical reflection on the structure of sharing economy service ecosystems and how value is co-created through this system. **Method/Approach:** The approach was developed from a literature review on the service-dominant logic and its key concepts, such as value co-creation and service ecosystems, and related to the Sharing Economy. **Results:** The results suggest that the dynamic environment that configures the sharing economy can be understood from the perspective of service ecosystems, observing six actors that make up such a systematic structure and that are interconnected by formal and informal institutional foundations that are shared during the process of service. **Contributions:** This essay's main contribution is the construction of a model that allows the understanding of the dynamics and relationships existing in the service ecosystem of platform-based economies, and such structure is discussed and analyzed from the levels of aggregation of the ecosystem. In addition, six propositions were outlined and could provide a basis for new empirical studies.

**Keywords:** S-D logic; service ecosystems; value co-creation; sharing.

#### **1. Introdução**

As organizações se mostram cada vez mais orientadas para atividades que envolvam preceitos sustentáveis, seja em razão do crescimento das demandas de consumidores mais conscientes (Lacoste, 2016), ou em razão das pressões sociais que objetivam atenuar os graves problemas econômicos, sociais e ambientais enfrentados globalmente, que requerem da sociedade ações coordenadas e cocriadas que contribuam efetivamente para um desenvolvimento sustentável (George et al., 2016).

A sustentabilidade tem sido investigada em áreas como o marketing a partir de perspectivas associadas, principalmente, à produção, como características dos produtos e condições de produção, e à comercialização (práticas de marketing) de produtos verdes (Kelleci & Yildiz, 2021). Contudo, o desenvolvimento sustentável demonstra estar percorrendo uma transformação paradigmática, integrando diferentes campos e setores, evidenciando como a participação dos atores pode ser significativa a partir de ações colaborativas e integrativas das partes interessadas (Lacoste, 2016; Keays & Huemann, 2017), pois nenhum ator isolado parece possuir a capacidade de controlar todos os fatores envolvidos (Lacoste, 2016).

Consequentemente, buscando atender as necessidades dos consumidores e as expectativas do mercado, novas configurações de negócios baseadas em sistemas sustentáveis multistakeholders têm surgido. Nesse contexto, o conceito de economia compartilhada (EC) ganhou destaque nas agendas de pesquisas acadêmicas e de políticas públicas que visem atender as diversas questões de sustentabilidade (Eckhardt et al., 2019). A EC se refere a modelos de negócios em que os indivíduos possuem acesso temporário ou compartilham produtos e serviços ao invés de comprá-los, explorando o aumento do uso de bens através do compartilhamento e a otimização de recursos subutilizados na sociedade, por intermédio de plataformas habilitadas por tecnologia (Bardhi & Eckhardt, 2012; Eckhardt et al., 2019; Giacomo & Bleischwitz, 2020).

Considerando tais princípios, os modelos de compartilhamento apresentam diversas características baseadas em uma economia circular, que pressupõe um sistema regenerativo em que os desperdícios de recursos são minimizados, e o hiperconsumo é reduzido (Geissdoerfer et al., 2017). Destarte, a EC pode oferecer repostas às metas sustentáveis ao incorporar preceitos da economia circular, combinando as preocupações do ambiente com a otimização de recursos (Henry et al., 2021).

A EC é um termo guarda-chuva que integra diversas iniciativas, criando diferentes valores econômicos, ambientais e sociais (Acquier, Daudigeos & Pinkse, 2017). As características da EC demonstram que essa se trata de um processo complexo de mudança social, que alterou os regimes e os relacionamentos conhecidos da economia tradicional, ainda existindo, contudo, lacunas sobre como as relações na economia de partilha ocorrem e quais os seus impactos. Diante disso, a EC necessita ser investigada de forma holística (Giacomo & Bleischwitz, 2020).

O ambiente dinâmico que constitui a economia compartilhada se assemelha ao que é compreendido como ecossistemas de serviço, que são definidos como “sistemas de autoajuste relativamente autocontidos de recursos integrando atores conectados por lógicas institucionais compartilhadas e criação mútua de valor por meio de troca de serviço” (Akaka, Vargo & Lusch, 2012, p. 15). O termo “ecossistemas de serviço” demonstra a necessidade de estudo dos diferentes atores em ambientes de negócios envolvidos no processo de criação de valor, delineando um sistema completo ao invés de possuir como foco os papéis individuais de cada um desses atores (Vargo & Lusch, 2011:2016).

Dentre as abordagens utilizadas para depreender esse processo sistêmico, a lógica dominante de serviço (LDS), desenvolvida a partir do estudo seminal de Vargo e Lusch (2004), apresentou-se como uma estrutura metateórica capaz de investigar a cocriação de valor em contextos de interações dinâmicas e adaptativas entre vários atores. A LDS tem como premissa a alteração de uma visão orientada aos produtos e ofertas tangíveis para uma perspectiva com foco no serviço, propondo uma narrativa baseada na interação de recursos de diferentes atores que resultam na cocriação de valor (Vargo & Lusch, 2004). Nessa perspectiva, as empresas são percebidas enquanto redes de relacionamento que trabalham de forma colaborativa. Logo, justificando uma visão de multistakeholder (Vargo & Lusch, 2016) e viabilizando uma abordagem sistêmica para o estudo da cocriação de valor dentro e entre múltiplos sistemas de serviço (Akaka, Koskela-Huotari & Vargo, 2019).

Considerando os aspectos apresentados, a LDS pode facilitar a análise da estrutura sistemática dos serviços baseados na EC, que parecem originar um modelo de ecossistema ao empregar as plataformas tecnológicas para orquestrar o processo de cocriação de valor entre os demais atores envolvidos, que trocam recursos para criar valor de uso e contexto social (Breibach & Brodie, 2017), configurando relações sistemáticas dentro de uma economia que ainda está em seus estágios iniciais.

Embora já se saibam importantes aspectos em relação aos modelos de negócios da EC, questões sobre qual a sua configuração enquanto um ecossistema, como se dá a interação entre os diferentes atores envolvidos e como o valor é cocriado nesse ecossistema ainda não estão claramente explicitadas, o que representa uma possibilidade para o desenvolvimento deste ensaio. Acredita-se que analisar a estrutura desse ecossistema permitirá entender os benefícios esperados pelos atores envolvidos, propiciando melhores oportunidades para a criação de valor a partir do equilíbrio entre os interesses de todas as partes. Ademais, pretende-se analisar a criação de valor em serviço considerando a natureza não linear da cocriação de valor, que requer a compreensão de como várias entidades se envolvem simultaneamente para a construção de benefícios coletivos. Assim, este estudo busca compreender: Qual a estrutura de ecossistemas de serviço da economia compartilhada e como o valor é cocriado através desse sistema?

Na sequência, são apresentados a revisão da literatura, o *framework* e as proposições de pesquisa oriundas do arcabouço teórico.

## **2. Cocriação de valor, lógica dominante de serviço e ecossistemas de serviço**

A cocriação de valor ganhou popularidade no âmbito gerencial no início dos anos 2000 (Prahalad & Ramaswamy, 2000) e é compreendida como um novo paradigma ao permitir a criação de valor através da dinâmica das relações entre organizações e consumidores. A importância do valor do cliente e o processo de cocriação mostrou-se crescente, principalmente, a partir da difusão das perspectivas da Lógica Dominante de Serviço – LDS, teoria proposta por Vargo e Lusch (2004) que reuniu importantes discussões teóricas das áreas de marketing e gestão para a constituição de uma estrutura mais ampla para estudos sobre cocriação de valor e serviço.

A LDS alterou a tradicional visão baseada em mercadorias da disciplina de marketing, centrada nos bens ou unidades físicas de produção, para o entendimento de que o serviço - aplicação de habilidades, conhecimentos e competências para o benefício de outras pessoas (Vargo & Lusch, 2017) - incorporam a base de todas as trocas econômicas (Vargo & Lusch, 2004). Nesse sentido, a LDS se refere a uma visão processual, que pressupõe que a troca nos diferentes tipos de economia pode ser melhor compreendida se considerada a transferência de serviço por serviço. Assim, o serviço torna-se uma forma de interpretar o intercâmbio entre diferentes setores e contextos (Vargo, Koskela-Houtari & Vink, 2020).

O fluxo de pesquisa sobre a LDS também buscou esclarecer o propósito da troca a partir dessa nova abordagem. Conforme Vargo, Koskela-Houtari e Vink (2020), na lógica de serviço o objetivo da troca não se refere aos mecanismos de transferência de produtos ou objetos, mas sim na partilha de conhecimentos e habilidades (*recursos operant*) aplicada a outros atores para dar suporte ao que eles estão buscando realizar, culminando na criação recíproca de valor entre os envolvidos. Esse processo de colaboração e troca entre os atores é denominado pela LDS como cocriação de valor (Lusch & Vargo, 2006; Vargo, Koskela-Houtari & Vink, 2020).

Buscando fornecer um quadro teórico sobre esta nova lógica, Vargo e Lusch (2004) propuseram premissas fundamentais (FPs), que foram ampliadas após novas discussões, revisões e refinamentos (Lusch & Vargo, 2006; Vargo & Lusch, 2008). Considerando o desenvolvimento da LDS através de estudos teóricos e empíricos, o que inicialmente fora observado enquanto uma proposta filosófica de serviço, teve sua estrutura teórica atingida, tornando as suas premissas fundamentais representadas por cinco axiomas que oferecem as definições centrais da LDS (Vargo & Lusch, 2016). O resumo dos cinco axiomas da LDS e as premissas fundamentais ligadas a eles são expostos na Figura 1.

**Figura 1 – Axiomas e as premissas fundamentais da LDS**



Fonte: Vargo e Lusch (2018, p. 16).

As discussões acerca da LDS evoluíram, destacando como a cocriação de valor acontece dentro e entre vários atores (Vargo & Lusch, 2008). Logo, compreende-se que a cocriação de valor ocorre em redes, em que um ator necessita, em partes, de recursos provenientes de outros atores (Vargo & Lusch, 2011), o que, por sua vez, origina um processo dinâmico, em que cada integração de recursos poderá alterar a natureza da rede (Chandler & Vargo, 2011). Vargo, Koskela-Houtari e Vink (2020), resgatam que uma visão trivial de redes não seria capaz de explicar totalmente esses processos interacionais, demandando uma orientação de sistemas mais dinâmica e holística da cocriação de valor por meio da troca.

Além disso, o desenvolvimento dessa perspectiva teórica evidenciou a importância das instituições - o conjunto de regras e normas, formalizadas ou não, que determinam o comportamento, crenças, símbolos, significados e modelos cognitivos que regulam ações sociais (North, 1991) - como coordenadoras dos sistemas de cocriação de valor (Vargo, Koskela-Houtari & Vink, 2020). As instituições configuram parte de arranjos mais abrangentes, que são utilizados para determinar o

regimento do sistema de serviço, permitindo identificar a forma como ocorre a integração de recursos e como o valor é cocriado (Vargo & Lusch, 2016), sendo consideradas como conceito-chave para o entendimento dos ecossistemas de serviço.

Na LDS os ecossistemas de serviço são definidos como “sistemas de autoajuste relativamente autocontidos de recursos integrando atores conectados por lógicas institucionais compartilhadas e criação mútua de valor por meio de troca de serviço” (Akaka, Vargo & Lusch, 2012, p. 15). Assim, nos ecossistemas orientados e coordenados por instituições, a cocriação de valor é motivada pela capacidade dos atores de acessar, adaptar e integrar recursos a partir de influências do contexto social (Akaka, Vargo & Lusch, 2012).

Ao ter diversos atores envolvidos no processo de troca, os ecossistemas de serviço possuem natureza dinâmica, podendo se redesenhar simultaneamente e, por essa razão, apresentam contexto multiníveis de agregação, que são integrados e que necessitam de análise do processo de cocriação de valor tanto de forma individual como conjunta (Chandler & Vargo, 2011). O nível de agregação micro (díade) representa a troca direta de serviço entre dois atores, em que ambos trocam como forma de cocriar valor. O contexto meso (tríade), corresponde a cocriação de valor através de troca indireta entre dois atores para um terceiro. Finalmente, o nível macro, trata da sinergia entre todos os atores envolvidos nas trocas simultâneas diretas e indiretas, formando as redes complexas que são determinadas como camada de meta-contexto. Na camada de meta-contexto, quando as redes complexas empregam recursos efetivamente, acabam por originar um ecossistema de serviço (Chandler & Vargo, 2011).

Os ecossistemas de serviço podem ser observados como uma perspectiva que permite a análise ampla e aprofundada das relações entre atores de sistemas de serviço complexos e contrários aos entendimentos tradicionais sobre os relacionamentos entre empresas e seus clientes. Os ecossistemas apoiam mudanças do mercado por modelos de negócios e economias que possuem características como a colaboração e que rompem as estruturas baseadas em relacionamentos diádicos entre clientes e provedores de serviço (Vargo et al., 2017)

Dessarte, os serviços de EC correspondem a um tipo de modelo de negócio que alterou as interações empresa-cliente, estando orientado para a colaboração e para novas maneiras de cocriar valor (Sands et al., 2020). Assim sendo, o conceito de ecossistemas de serviço proposto pela LDS, contribui para o entendimento mais profundo da EC (Buhalis, Andreu & Gnoth, 2020), uma vez que permite a análise da cocriação de valor a partir dos diferentes atores envolvidos, dos seus recursos empregados e dos arranjos do contexto social (Breibach & Brodie, 2017). Mais considerações acerca da EC são apresentadas a seguir.

### **3. Economia Compartilhada (EC)**

A economia compartilhada popularizou-se a partir dos avanços da tecnologia e das plataformas digitais, que promoveram alterações nas relações entre os indivíduos e nas trocas econômicas. Lim (2020) esclarece que a EC não se refere a um conceito novo, mas que avançou ao longo das mudanças no pensamento de marketing e das mutações da sociedade. A EC baseia-se nos princípios de *compartilhamento*, que cria e regula laços sociais contribuindo para as atividades de produção e consumo, e *economia*, concernente a um ecossistema de entidades que se envolvem em atividade econômica por meio de trocas de marketing (Lim, 2020).

Desse modo, a EC é conceituada como “um sistema socioeconômico escalável que emprega plataformas habilitadas por tecnologia para fornecer aos usuários acesso temporário a recursos tangíveis e intangíveis que podem ser *crowdsourced*” (Eckhardt et al., 2019, p. 7), compreendendo-se, também, como um mercado que consiste em entidades, como organizações e consumidores, que delineiam de maneira inovadora e sustentável as trocas de produtos e recursos que são produzidos e consumidos através do compartilhamento (Belk, 2014; Hamari, Sjöklint & Ukkonen, 2016; Lim, 2020). A multiplicidade de atores envolvidos e as trocas realizadas nesse modelo, fazem com que autores como Lamberton e Rose (2012) qualifiquem a economia compartilhada como um “sistema”.

Os negócios baseados na economia de partilha permitem que os consumidores possam compartilhar o acesso a bens e serviços subutilizados com outras pessoas, seja em razão de benefícios monetários ou não. Contudo, é reconhecido pela literatura de gestão que as principais tipologias de negócios da EC envolvem, principalmente, o acesso a ativos com motivação econômica (Lamberton & Rose, 2012; Eckhardt & Bardhi, 2016) em vez de compartilhamento com motivações sociais (Belk, 2010), conforme inicialmente foi suposto.

Esse mercado se encontra em evidente crescimento, possibilitando aos diferentes atores que colaborativamente possam inovar, criar valor e se envolver em práticas sustentáveis a partir de ativos físicos, digitais e intangíveis (Botsman & Rogers, 2010). Ademais, a EC tem como características responsáveis por seu sucesso o baixo impacto ambiental, considerando a redução de recursos

subutilizados e as formas de produção e consumo mais sustentáveis, os benefícios econômicos que oferecem aos provedores e aos consumidores, os benefícios sociais, como a interação e bem-estar social, e a contribuição para geração de inovação e criação de valor (Lim, 2020).

O crescimento exponencial da EC gerou discussões acerca de sua abrangência, tornando necessário o posicionamento dos pesquisadores acerca de qual(is) perspectiva(s) da EC os avanços teóricos e empíricos irão corresponder. Nesse sentido, Acquier, Daudigeos e Pinkse (2017) elucidam que a EC se refere a uma construção guarda-chuva baseada em três núcleos fundamentais: economia de acesso, economia de plataforma e economia baseada na comunidade. No Quadro 1, as definições de cada núcleo são apresentadas.

**Quadro 1 – Núcleos da economia compartilhada**

1. Economia de Acesso	Compartilhamento de ativos (bens subdivididos); <b>Promessas econômicas e sociais:</b> acesso mais abrangente e inclusivo; <b>Promessa ambiental:</b> otimização de recursos.
2. Economia de Plataforma	Intermédio de trocas descentralizadas entre pares através de plataformas digitais; <b>Promessas econômicas e sociais:</b> Acesso mais amplo e seguro, oportunidades econômicas individuais; <b>Promessa ambiental:</b> otimização de recursos.
3. Economia baseada em comunidade	Coordenação através de formas de interação não contratual, não hierárquica ou não monetizada; <b>Promessas econômicas e sociais:</b> Inclusão e vínculo social coletivo.

Fonte: Adaptado de Acquier, Daudigeos e Pinkse (2017).

Considerando a notoriedade dos modelos de economia de plataforma e suas potenciais contribuições para a diminuição de impactos ambientais decorrentes do hiperconsumo, este ensaio tem como foco os modelos de negócios baseados na economia de plataforma. Este núcleo representa efetivamente os ecossistemas de serviço da EC, uma vez que apresentam fortes efeitos de rede e o valor é desenvolvido a partir das interações e do número de atores envolvidos nas trocas (Acquier, Daudigeos & Pinkse, 2017).

Ao contrário da economia tradicional, na EC baseada em plataformas, as interações são consideradas como trocas triádicas, envolvendo diferentes atores para a troca de ativos e criação de valor. Assim, tem-se um *provedor de plataforma*, que irá facilitar a troca, um *consumidor* que pretende acessar temporariamente um produto ou serviço, e o *provedor de serviços*, que concede o acesso aos ativos desejados pelos consumidores (Benoit et al., 2017). Nesses modelos, as plataformas se tornam essenciais, pois através delas ocorrem as intermediações entre os provedores e os consumidores. Logo, considera-se que as plataformas alteram os sistemas de troca criando valor com os demais atores envolvidos ao facilitarem as transações entre os pares, culminando na cocriação de valor (Acquier, Daudigeos & Pinkse, 2017).

Os modelos baseados no conceito de compartilhamento têm como característica uma visão orientada pela colaboração e relações entre os atores para a construção de seus objetivos (Heo, 2016). Nessa perspectiva, recentemente, a EC passou a ser considerada como um ecossistema ao “incorporar vários “organismos” interconectados que coexistem e interagem em um ambiente dinâmico” (Leung, XueWen, 2019, p. 50) para a criação de valor coletivo. Com base nas discussões apresentadas, a seguir, discute-se a estrutura de um ecossistema de EC.

#### 4. Economia compartilhada e ecossistemas de serviço: *framework* de pesquisa

A percepção da EC como um ecossistema de serviço é recente no meio acadêmico. Dessa forma, a estrutura desses ecossistemas e as relações entre os atores envolvidos são observadas de forma incipiente, visto que ainda se tratam de conceitos que se encontram em estágios iniciais (Leung, XueWen, 2019). Assim, através da revisão da literatura, foram explorados estudos que pudessem oferecer uma visão estrutural sobre os ecossistemas de serviço da EC e, consequentemente, da cocriação de valor nesse contexto. Três modelos atenderam ao objetivo proposto, e são explorados a seguir.

Breidbach e Brodie (2017) propuseram uma teoria de médio porte para explicar o contexto particular da cocriação de valor na EC, seguindo os níveis de agregação da LDS. Nesse modelo, são considerados como atores em destaque o *provedor* e a *plataforma de serviço*, o *provedor de serviço* e o *consumidor*. Esse modelo esclarece como o valor é cocriado entre os três atores mais proeminentes de um sistema de serviços de EC, não esclarecendo de maneira aprofundada outros pares que podem estar direta e indiretamente associados.

Verificando-se que os negócios da EC operam de forma multifacetadas, a inserção de participantes adicionais se mostra essencial. Nessa perspectiva, Buhalis, Andreu e Gnoth (2020) propuseram uma estrutura de ecossistema da EC de acomodação, considerando os princípios da LDS e

da Pesquisa de Serviços Transformativos. Os autores consideraram como partes do ecossistema os *provedores de serviço, os consumidores, os moradores locais e os concorrentes*.

Cabe destacar, que o modelo proposto por Buhalis, Andreu e Gnoth (2020) compreende a cocriação de valor, principalmente, sob uma perspectiva de bem-estar psicológico e social, sinalizando a importância de diversos atores na análise de ecossistemas da EC. No entanto, ainda sendo necessário investigar um modelo mais abrangente sobre os caminhos potenciais para a cocriação na EC. Dessarte, Leung, Xue e Wen (2019) apresentaram uma estrutura de ecossistema de EC contemplando as propostas de Breidbach e Brodie (2017) e Buhalis, Andreu e Gnoth (2020) e incorporando dois atores que anteriormente não haviam sido discutidos em profundidade. No Quadro 2 é feito o comparativo entre os três modelos.

**Quadro 2 – Comparativo dos modelos de ecossistema de economia compartilhada**

<b>Autores</b>	<b>Atores</b>	<b>Nível micro</b>	<b>Nível meso</b>	<b>Nível macro</b>
Breidbach e Brodie (2017)	Provedor de serviço, plataforma de engajamento e consumidor	A proposta de valor feita pelo provedor de serviço é aceita pelo consumidor, ambos integram seus recursos para a geração de valor em uso.	As plataformas são facilitadoras e dão suporte estrutural para as trocas e integração de recurso dos atores. Essas funções são realizadas a partir dos arranjos institucionais.	Esse nível representa a união entre todos os atores e as trocas simultâneas diretas e indiretas que realizam, formando uma rede complexa.
Leung, Xue e Wen (2019)	Plataforma, provedor de serviço, governo, comunidade, parceiro e concorrente	Consiste em provedores e consumidores, as atividades e integrações entre as quais constituem o produto principal e/ou experiência chave da economia compartilhada.	As plataformas são agentes intermediários entre provedores e consumidores, e têm por objetivo o desenvolvimento de seus modelos de negócios. Os provedores utilizam a EC como opção de trabalho, enquanto os consumidores a acessam para satisfazer necessidades de consumo.	Os atores envolvidos influenciam e são influenciados pela parte interna do sistema. Os parceiros e concorrentes se adaptam a nova economia por meio da colaboração. Na última camada, tem-se a comunidade mundial, que formam as normas sociais do ecossistema.
Buhalis, Andreu e Gnoth (2020)	Provedor de serviço, consumidores, comunidade e concorrentes	Os recursos e a postura do consumidor sobre os fatores culturais e socioeconômicos influenciam a qualidade de vida dos moradores locais.	Os níveis meso e macro se fundem, sendo compostos pelas plataformas de compartilhamento e sistemas complementares, também se observando a presença de políticas governamentais que realizem ações de agregação de valor para os serviços de EC e que contribuam para a cocriação de valor nas relações do nível micro.	

Fonte: Autores (2021).

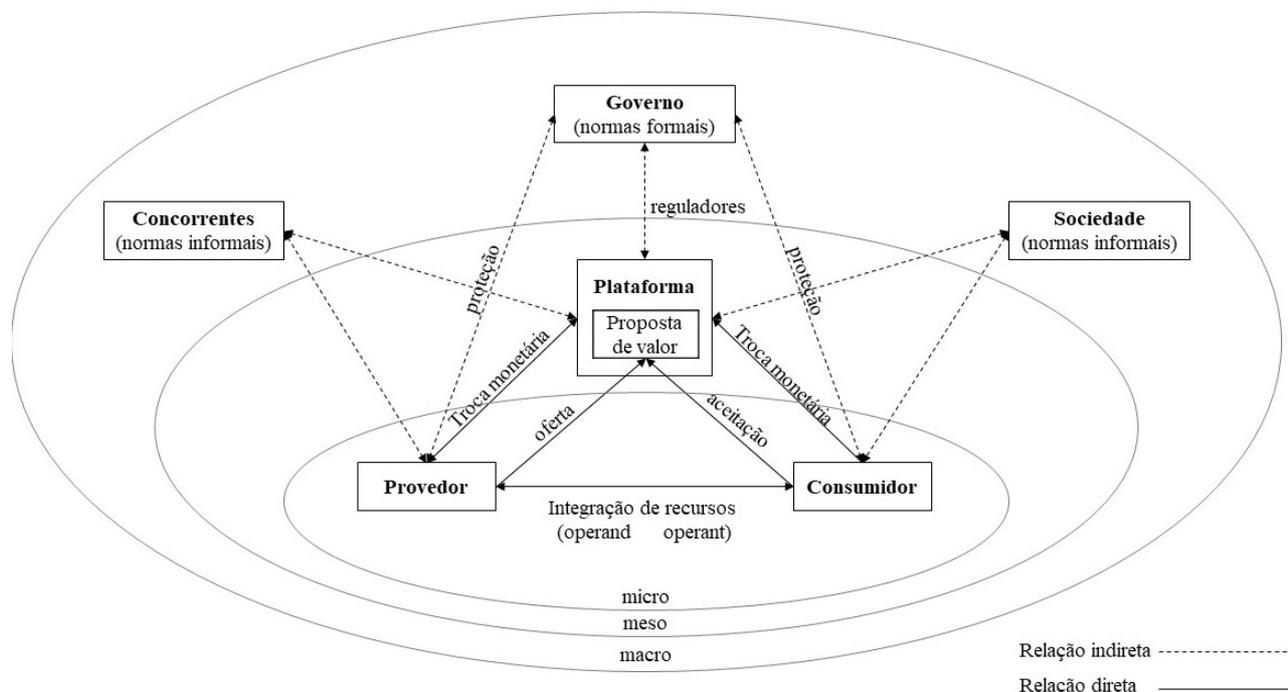
Com base na lente teórica da LDS e sua perspectiva acerca dos ecossistemas de serviço e dos modelos provenientes da revisão da literatura, este ensaio propõe um *framework* conceitual (Figura 2) e proposições para evidenciar a estrutura de ecossistemas de serviço de economia compartilhada e como o valor é cocriado nesse contexto. O modelo está baseado nos atores e nas relações propostas nos estudos anteriores, mas com adaptações e inserções de novas relações.

No ecossistema da EC, o *nível de micro* contexto está baseado na relação diádica entre os provedores de serviço e os consumidores, que integram recursos *operant* e *operand* para a criação de valor. No contexto da EC, é proposto que as relações de troca no nível micro acontecem em diferentes momentos. Primeiramente, são realizadas as trocas de informações através de plataformas de engajamento, nas quais são verificadas as condições de ambas as partes, que poderão ser ajustadas para atender as necessidades dos atores. Posteriormente, ocorre a troca de recursos entre os atores econômicos, isto é, a concretização do serviço em si.

Nesse sentido, após a adaptação dos serviços para atendimento das necessidades dos consumidores e do prestador e da efetivação do serviço, é possível considerar que o valor no nível micro foi cocriado. O prestador de serviço é satisfeito pela oportunidade de criação de receita (valor econômico, geração de renda extra) e pela flexibilidade de trabalho (ajuste de volume, tempo e local), e o consumidor acessa o ativo de seu interesse (transporte, moradia, experiência) (Breidbach & Brodie, 2017), alcançando valores utilitários, à medida que o serviço adquirido satisfaz as suas necessidades a preços reduzidos, valores hedônicos, dada a possibilidade de interações sociais que podem ocorrer

entre os envolvidos na EC, e valores ambientais, uma vez que a EC representa uma possibilidade de consumo de recursos de maneira sustentável (Hamari, Sjöklint & Ukkonen, 2016). Portanto, ao considerar que os dois atores podem usufruir dos benefícios de acesso, de economia de recursos financeiros e de tempo, elementos característicos do compartilhamento (Belk, 2007), entende-se que o valor foi cocriado a partir dessa relação diádica.

**Figura 2 – Framework teórico**



#### 4.1. Proposições

Com base nisso, formula-se a seguinte proposição:

**Proposição 1:** Considerando que os serviços da EC são ajustados às demandas das partes interessadas, a proposição de valor é feita de forma compartilhada, adaptando-se às necessidades dos consumidores e dos prestadores. No nível de micro contexto, o valor é cocriado à medida que os atores envolvidos usufruem mutuamente de benefícios de acesso, econômicos e ambientais.

A plataforma de engajamento é inserida no *nível meso* como um agente intermediário. Esse nível é composto pelas relações entre a tríade provedor de serviço-provedor de plataforma-consumidor. As plataformas servem como mediadoras da relação entre consumidor-provedor de serviço, e representam tanto o artefato tecnológico (site/aplicativo) quanto a organização que administra o modelo de negócio. Os consumidores acessam as plataformas para contratar um serviço e realizar trocas com os provedores, através do artefato tecnológico é feita a aceitação da proposta de valor e a troca monetária. Já o provedor utiliza a plataforma para oferecer seus recursos e realiza trocas monetárias com a plataforma. Logo, a plataforma oferece infraestrutura e tecnologia para a realização de trocas de recursos, e, por se referir a um negócio, seu benefício esperado concerne no desenvolvimento de seu modelo de negócio (Leung, Xue & Wen, 2019).

Cabe destacar que a estrutura desse nível é flexível, uma vez que a EC tem como característica a possibilidade dos atores de assumirem múltiplas funções (Eckhardt et al., 2019). Assim, é importante considerar que as relações entre essa tríade não devem ser observadas de forma estática, sendo que um consumidor pode se tornar provedor de serviço ao oferecer o compartilhamento de recursos ociosos e fazer suas ofertas a partir das plataformas, assim como um provedor pode se tornar um consumidor do modelo de negócio. Logo, os denominados prosumers passam a assumir diferentes papéis dentro do negócio de EC (Eckhardt et al., 2019). Sobre isso, Breidbach e Brodie (2017), consideram que no ecossistema de EC a entrada e saída de atores são irrestritas.

Conforme Lan et al. (2017), a cocriação de valor na EC, quando comparada com modelos de negócios tradicionais, é mais onipresente e fundamental, visto que no contexto de compartilhamento o engajamento e o senso de reciprocidade e de pertencimento dos atores envolvidos é essencial para a

promoção e crescimento de tal mercado, bem como para que a manutenção da participação ativa ocorra e para que um efeito de rede possa ser de fato alcançado.

Considerando tais perspectivas, sugere-se que:

**Proposição 2:** Os atores do nível meso são a estrutura básica da EC e, por isso, representam os elementos focais do ecossistema de serviço. Outrossim, esses atores podem assumir múltiplas funções. Logo, considera-se que ecossistemas de EC apresentam flexibilidade estrutural.

**Proposição 3:** No nível meso, os consumidores também podem ser prestadores (prosumers), o que torna a cocriação de valor mais onipresente e essencial no ecossistema de EC.

No *macro contexto*, é possível observar relações diretas e indiretas entre os atores. O governo apresenta responsabilidade regulatória acerca dos modelos de negócio de EC e de supervisionamento das operações e trocas econômicas (Leung, Xue & Wen, 2019). Por sua vez, como uma nova forma econômica, a EC demanda do governo atualizações em políticas e regulamentações que atendam os seus modelos de negócio e, em alguns casos, apoio em relação à infraestrutura (ex. ciclovias, locais históricos). Nesse cenário, a regulação das atividades dos modelos de EC pelo governo oferece proteção aos consumidores e provedores ao assegurarem que normas formais sejam seguidas, representando uma relação indireta entre esses atores.

A relação entre as plataformas, o provedor de serviço e os concorrentes é observada por duas perspectivas. Os modelos da EC são considerados como uma concorrência desleal aos modelos tradicionais, que precisam se adaptar aos novos conceitos e as inovações propostas pela EC. Ainda, ao não possuírem regulações concretas, os negócios da EC podem usufruir de benefícios que não estão válidos para modelos tradicionais. Contudo, o crescimento do consumo de serviços da EC pode representar a maior atratividade do setor e culminar no aumento da demanda de serviços similares que podem ser oferecidos pelas empresas concorrentes (Buhalis, Andreu & Gnoth, 2020). Ademais, ainda seguindo as premissas dos autores, em certos modelos de negócio, os concorrentes podem valer de serviços complementares que inteirem a experiência oferecida pelos provedores aos seus consumidores, gerando influência indireta para que os prestadores forneçam serviços melhores e completos.

A sociedade representa parte dos arranjos institucionais, que são vistos como recursos *operant* que impactam outros recursos e influenciam a cocriação de valor a partir de normas e crenças. A comunidade influencia na adoção de novas tecnologias e inovações, uma vez que determinam quais os mecanismos necessários para aumentar a qualidade de vida geral. Por sua vez, os consumidores de EC oferecem externalidades socioculturais, ambientais e econômicas (Leung, Xue & Wen, 2019) que podem gerar efeitos positivos e negativos para a comunidade. Assim, os consumidores necessitam apresentar comportamentos adequados durante o processo de compartilhamento de espaços públicos e privados (Buhalis, Andreu & Gnoth, 2020). Até certo ponto, os provedores de serviços e de plataforma se tornam coreguladores das ações dos contratantes de seus serviços. Logo, formulam-se as seguintes proposições:

**Proposição 4.** O governo, em seus diferentes níveis, representa as normas formais dos arranjos institucionais presentes no ecossistema da EC (a), enquanto os concorrentes e a sociedade determinam as normas informais que influenciam a adoção de tecnologia e inovações (b).

**Proposição 5.** Os provedores e as plataformas compreendem vias institucionais que favorecem ou restringem transações. Por isso, esses atores constituem uma via regulatória que atua no controle e coordenação das trocas no ecossistema da EC.

**Proposição 6.** Os atores do ecossistema da EC estão interligados por fundamentos institucionais compartilhados, formais e informais, que, quando seguidas, resultam em ecossistemas sustentáveis.

As proposições, desenvolvidas a partir da revisão da teoria, apresentam as características estruturais de ecossistemas de serviço da EC, estabelecendo os atores envolvidos e a forma com que os seus recursos são transferidos para a cocriação de valor coletiva.

## 5. Considerações finais

Ao finalizar este ensaio, por meio do framework e das proposições teóricas apresentadas, considera-se que a problemática delineada foi atendida e sugere-se a realização de investigações que possam validar empiricamente a estrutura proposta em diferentes modelos de negócio da Economia

Compartilhada. Ademais, com base no arcabouço teórico, destacam-se como atores do ecossistema da Economia Compartilhada: os *consumidores*, os *provedores de serviço*, a *plataforma de engajamento*, o *governo* em seus diferentes níveis, os *concorrentes* e a *sociedade*. Como característica principais, considera-se que os ecossistemas da Economia Compartilhada são colaborativos, flexíveis, orientados pela demanda, possuem atores independentes e são essencialmente mediados pela tecnologia.

A EC se popularizou nos últimos anos, representando um modelo de negócio inovador e com potencial de ainda maior crescimento, o que torna necessária a compreensão de sua evolução. Nesse sentido, o presente estudo contribuiu para a construção de um *framework* teórico para auxiliar no entendimento da EC enquanto um ecossistema que opera, tem relações e atores com papéis distintos aos variados modelos tradicionais, e que, ainda, pode apresentar mutações ao longo do tempo a partir da inserção de novos relacionamentos e lógicas institucionais.

Por conseguinte, a partir dos apontamentos da literatura de EC e LDS e das discussões realizadas, é possível considerar que sob uma perspectiva ecossistêmica o nível *micro* é composto e tem seu processo de cocriação de valor a partir das ações e interações dos atores “consumidor” e “provedor de serviço”, que interagem por intermédio da plataforma digital e sob os preceitos regulamentados pela sua empresa organizadora, caracterizando o nível *meso* de agregação. Finalmente, as relações estabelecidas e a dinâmica de troca entre os atores dos dois primeiros níveis são orientadas por uma lógica institucional presente no nível *macro*.

Os diferentes níveis de agregação discutidos (micro, meso e macro), as características principais e as relações estabelecidas dentro desses sistemas oportunizam a realização de uma série de pesquisas empíricas, de abordagem qualitativa e quantitativa, que permitam verificar a evolução dos sistemas e das trocas de recursos entre todos os atores envolvidos. Faz-se necessário considerar que redes e sistemas, bem como a tecnologia envolvida na Economia Compartilhada, tratam-se de estruturas dinâmicas e que se encontram em evolução constante, fatores que determinam a necessidade de estudos sobre as mudanças contínuas do ecossistema da EC.

Além disso, com base na estrutura ecossistêmica da economia compartilhada exposta por este estudo, é interessante que estudos futuros averiguem como os interesses de todos os atores envolvidos podem ser atendidos com base nas relações subjacentes. Diversas investigações têm sido realizadas a fim de compreender a relação direta entre consumidores-provedores e consumidores-plataformas de engajamento, não se verificando a mesma quantidade de pesquisas que buscam identificar como outros atores têm suas demandas satisfeitas e qual o impacto das decisões e interações entre a estrutura básica do ecossistema da EC em atores como concorrentes, sociedade em geral e governo. Acredita-se que essas possíveis descobertas trarão importantes implicações para o desenvolvimento sustentável da economia compartilhada.

Como contribuições gerenciais, as relações verificadas e a identificação da influência de atores sociais no relacionamento consumidor-plataforma de serviço-provedor, possibilitam aos gestores dessas plataformas reconhecer a estrutura dinâmica em que seus negócios estão inseridos, de modo que a evolução constante das normas formais e informais, das tecnologias e das demandas de sua própria clientela sejam consideradas para que adaptações às possíveis mudanças no ecossistema ocorram em tempo e para que esse modelo de negócio possa garantir sua sobrevivência futura.

Além do mais, fica evidente para as organizações e prestadores de serviço a importância dos consumidores como atores ativos dos serviços da EC. A fidelização e a qualidade dos relacionamentos entre os atores envolvidos se tornam ainda mais essenciais. É necessário compreender que os clientes atuam ativamente nesse modelo, o desenvolvimento de capacidades relacionais poderá gerar interações colaborativas e garantir a inclusão posterior desses atores em outros papéis dentro do ecossistema. Por exemplo, os consumidores que reconhecem a qualidade da organização e de seus serviços, poderão incluir seus ativos ociosos em trocas econômicas mediadas pelas plataformas de EC, enquanto provedores que atuam nesses negócios poderão se tornar consumidores dos serviços ofertados.

## Referências

- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting & Social Change*, 125, 1-10.
- Akaka, M. A., Koskela-Huotari, K., & Vargo, S. L. (2019). Further advancing service science with service-dominant logic: Service ecosystems, institutions, and their implications for innovation. In *Handbook of Service Science, Volume II* (pp. 641-659). Springer, Cham.
- Akaka, M. A., Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2012). An exploration of networks in value cocreation: A service-ecosystems view. In *Special issue—Toward a better understanding of the role of value in markets and marketing*. Emerald Group Publishing Limited.

- Bardhi, F., & Eckhardt, G. M. (2012). Access-based consumption: The case of car sharing. *Journal of consumer research*, 39(4), 881-898.
- Belk, R. (2007). Why not share rather than own?. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611(1), 126-140.
- Belk, R. (2010). Sharing. *Journal of consumer research*, 36(5), 715-734.
- Belk, R. (2014). You are what you can access: Sharing and collaborative consumption online. *Journal of business research*, 67(8), 1595-1600.
- Benoit, S. et al. (2017). A triadic framework for collaborative consumption (CC): Motives, activities and resources & capabilities of actors. *Journal of Business Research*, 79, 219-227.
- Botsman, R., & Rogers, R. (2010). Beyond zipcar: Collaborative consumption. *Harvard business review*, 88(10), 30.
- Breidbach, C. F., & Brodie, R. J. (2017). Engagement platforms in the sharing economy: conceptual foundations and research directions. *Journal of Service Theory and Practice*.
- Buhalis, D., Andreu, L., & Gnoth, J. (2020). The dark side of the sharing economy: Balancing value co-creation and value co-destruction. *Psychology & Marketing*, 37(5), 689-704.
- Chandler, J. D., & Vargo, S. L. (2011). Contextualization and value-in-context: How context frames exchange. *Marketing theory*, 11(1), 35-49.
- Eckhardt, G. M. et al. (2019). Marketing in the sharing economy. *Journal of Marketing*, 83(5), 5-27.
- Eckhardt, G. M., & Bardhi, F. (2016). The relationship between access practices and economic systems. *Journal of the Association for Consumer Research*, 1(2), 210-225.
- Geissdoerfer, M. et al. (2017). The Circular Economy—A new sustainability paradigm? *Journal of cleaner production*, 143, 757-768.
- George, G. et al. (2016). Understanding and tackling societal grand challenges through management research. *Academy of Management Journal*, 59(6), 1880-1895.
- Giacomo, M. R., & Bleischwitz, R. (2020). Business models for environmental sustainability: Contemporary shortcomings and some perspectives. *Business Strategy and the Environment*, 29(8), 3352-3369.
- Gummesson, E. (2004). From one-to-one to many-to-many marketing. In *Service Excellence in Management: Interdisciplinary Contributions, Proceedings from the QUIS 9 Symposium, Karlstad University Karlstad, Sweden* (pp. 16-25).
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.
- Henry, M. et al. (2021). The battle of the buzzwords: A comparative review of the circular economy and the sharing economy concepts. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 38, 1-21.
- Heo, Y. (2016). Sharing economy and prospects in tourism research. *Annals of tourism Research*, 58, 166-170.
- Keays, L. A., & Huemann, M. (2017). Project benefits co-creation: Shaping sustainable development benefits. *International Journal of Project Management*, 35(6), 1196-1212.
- Kelleci, A., & Yıldız, O. (2021). A guiding framework for levels of sustainability in marketing. *Sustainability*, 13(4), 1644.
- Lacoste, S. (2016). Sustainable value co-creation in business networks. *Industrial Marketing Management*, 52, 151-162.
- Lamberton, C. P., & Rose, R. L. (2012). When is ours better than mine? A framework for understanding and altering participation in commercial sharing systems. *Journal of marketing*, 76(4), 109-125.
- Lan, J., Ma, Y., Zhu, D., Mangalagiu, D., & Thornton, T. F. (2017). Enabling value co-creation in the sharing economy: The case of mobike. *Sustainability*, 9(9), 1504.
- Leung, X. Y., Xue, L., & Wen, H. (2019). Framing the sharing economy: Toward a sustainable ecosystem. *Tourism Management*, 71, 44-53.
- Lim, W. M. (2020). The sharing economy: A marketing perspective. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 28(3), 4-13.
- North, D. C. (1991). Institutions. *Journal of economic perspectives*, 5(1), 97-112.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2000). Co-opting customer competence. *Harvard business review*, 78(1), 79-90.
- Sands, S., et al. (2020). Who shares? Profiling consumers in the sharing economy. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 28(3), 22-33.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of marketing*, 68(1), 1-17.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of marketing Science*, 36(1), 1-10.

- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2011). It's all B2B... and beyond: Toward a systems perspective of the market. *Industrial marketing management*, 40(2), 181-187.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2016). Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic. *Journal of the Academy of marketing Science*, 44(1), 5-23.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2017). Service-dominant logic 2025. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 46-67.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2018). An Overview of Service-Dominant Logic. In: Vargo, S. L. & Lusch, R. F. *The Sage Handbook of Service-Dominant Logic*. Sage Publications, cap. 1.
- Vargo, S. L., Koskela-Huotari, K., & Vink, J. (2020). Service-dominant logic: foundations and applications. *The Routledge handbook of service research insights and ideas*, 3-23.