



Serviços contínuos em uso compartilhado e a lealdade do consumidor: bibliometria e proposta de definição

Ongoing services in shared-use and consumer loyalty: bibliometrics and definition proposal

CHRISTIAN GOMES E SOUZA MUNAIER

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE - USP

JOSE AFONSO MAZZON

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE - USP

Nota de esclarecimento:

Comunicamos que devido à pandemia do Coronavírus (COVID 19), o IX SINGEP e a 9ª Conferência Internacional do CIK (CYRUS Institute of Knowledge) foram realizados de forma remota, nos dias **20, 21 e 22 de outubro de 2021**.

Serviços contínuos em uso compartilhado e a lealdade do consumidor: bibliometria e proposta de definição

Objetivo do estudo

Busca-se propor a definição de um construto e responder 5 perguntas sobre a produção atual da pesquisa sobre a lealdade nos serviços, a cocriação de valor e a relação triádica e cogenética (self-outro-cultura), e as oportunidades de avanço neste campo de pesquisa.

Relevância/originalidade

Esta é a primeira análise bibliométrica sobre lealdade do consumidor na cocriação de valor em serviços em uso compartilhado trazendo a relação triádica self-outros e quais as contribuições possíveis da proposta de relação cogenética "self-outro-cultura" para a pesquisa de lealdade dos consumidores.

Metodologia/abordagem

Trata-se de uma análise bibliométrica (n=443), com análise de citações, análise de co-citação, análise de co-ocorrência, usando o repositório Web of Science e os softwares VOSviewer e Sci-MAT durante o segundo trimestre de 2021.

Principais resultados

As pesquisas no campo pesquisado avançaram perifericamente quando se trata das relações triádicas self-outros. A tendência das pesquisas está na hospitalidade, nos eventos de cocriação e interação com a marca, nas comunidades virtuais e nas relações dos consumidores com os vendedores.

Contribuições teóricas/metodológicas

O presente estudo traz uma proposta de definição para os “serviços contínuos em uso compartilhado” seguindo os preceitos defendidos por Suddaby (2010), propondo a adição das relações triádicas cogenéticas como um avanço para a literatura de lealdade do consumidor em serviços.

Contribuições sociais/para a gestão

O presente estudo aponta algumas escalas já validadas como ponto de partida para as análises quantitativas para se mensurar os serviços contínuos em uso compartilhado (Gallarza et al., 2017; Klaus & Maklan, 2012), para, a partir delas, avançar nas estratégias de gestão.

Palavras-chave: Serviços contínuos, Lógica S-D, Lealdade, Teoria das trocas sociais, Relações triádicas

Ongoing services in shared-use and consumer loyalty: bibliometrics and definition proposal

Study purpose

To propose the definition of a construct and answer 5 questions about the current research production on loyalty in services, value co-creation and the triadic and cogenetic relationship (self-other-culture), and opportunities for advancement in this research field.

Relevance / originality

This is the first bibliometric analysis on consumer loyalty in the value co-creation in shared-use services bringing the triadic self-others relationship and what are the possible contributions of the cogenetic relationship proposal "self-other-culture" to the consumer loyalty research.

Methodology / approach

This is a bibliometric analysis (n=443), with citation analysis, co-citation analysis, co-occurrence analysis, using the Web of Science repository and VOSviewer and Sci-MAT software during the second quarter 2021.

Main results

Researches in the researched field had advanced peripherally when it comes to triadic self-other relationships. The research trend is in hospitality, co-creation events, and brand interaction in virtual communities and consumers' relationships with sellers.

Theoretical / methodological contributions

This study proposes a definition for "ongoing services in shared-use" following the precepts defended by Suddaby (2010), proposing the addition of cogenetic triadic relationships to advance the literature on consumer loyalty in services.

Social / management contributions

The present study points to some scales that have already been validated as a starting point for quantitative analyses to measure continuous services in shared-use, based on them, to advance in strategies for management.

Keywords: Ongoing services, S-D Logic, Loyalty, Social exchange theory, Triadic relationships