

Mensurando o Protagonismo: o Self Acional e a Lealdade do Consumidor de serviços contínuos em uso compartilhado

Autoria

Christian Gomes e Souza Munaier - munaier@usp.br

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab – PPGA/FEA / USP - Universidade de São Paulo

José Afonso Mazzon - jamazzon@usp.br

Prog de Pós-Grad em Admin/Faculdade de Economia, Admin e Contab – PPGA/FEA / USP - Universidade de São Paulo

Resumo

Este artigo propõe um framework integrativo do ecossistema de serviços contínuos em uso compartilhado (SCUC). Busca-se identificar a importância de três elementos para a lealdade do consumidor: 1) os elementos tangíveis; 2) os serviços propriamente ditos; 3) as dimensões das relações humanas desenvolvidas nesse ecossistema e seu impacto para a motivação do usuário (self acional) em cocriar suas experiências e valor no uso desses serviços. Sendo uma pesquisa de natureza quantitativa (survey, n=233), identificou-se que a qualidade percebida é impactada tanto pelos elementos tangíveis quanto pelos serviços propriamente ditos. Além disso, o indivíduo se sente mais acional a cocriar suas experiências e valores nos SCUC a depender de sua percepção de acolhimento e sensação de merecimento, e ambos, qualidade percebida e self acional, impactam a lealdade do consumidor. Este artigo avança ao introduzir as relações triádicas cogenéticas no campo de pesquisa do marketing de serviços dentro da lógica serviço-dominante, sob a lente teórica das trocas sociais (SET), identificando que, mais do que abrir espaço para a cocriação, é importante que o ecossistema seja um ambiente ideal para o self acional do consumidor, motivando-o a cocriar.