

**Título:** Análise bibliométrica das relações entre os conceitos de cocriação de valor e lógica dominante de serviço, em um ecossistema de assistência à saúde

## 1. INTRODUÇÃO

A partir da questão problema sobre como a produção científica relaciona os conceitos da lógica dominante de serviço e da cocriação de valor em um ecossistema de assistência à saúde, este artigo inicialmente apresenta cada um desses conceitos, depois discute a pesquisa bibliométrica que os relaciona.

A prestação de serviços na área da saúde existe desde os primórdios da humanidade. Sempre que se imagina um ser humano doente, é natural considerar que alguém cuida ou cuidou dele. Com a evolução da sociedade e a crescente profissionalização desses serviços, constata-se uma crescente associação entre os conceitos modernos da administração e esses serviços.

O primeiro conceito abordado é o da lógica dominante de serviço (*SDL - Service Dominant Logic*), desenvolvido por BALLANTYNE e AITKEN, (2007), que propuseram o compartilhamento de competências entre consumidores e prestadores do serviço, desenvolvendo o relacionamento por meio das interações sucessivas que ocorrem durante o período de produção e prestação do serviço.

Os autores entendem a SDL como uma lógica na qual os consumidores atuam como avaliadores, sendo importante então cocriar valor e repartir competências entre os grupos de consumidores, produtores e outros atores, aprimorando o relacionamento por meio das interações e da cocriação de valor (BALLANTYNE; AITKEN, 2007).

Desenvolvendo esse conceito, GUMMESSON e POLESE (2009) demonstraram que as pesquisas mais recentes apontam para uma abordagem de rede e sistemas na área do marketing e chamaram atenção para a mudança de papéis entre fornecedores e clientes, detectando que as abordagens relacionais e da SDL enfatizam o envolvimento e o papel interativo do cliente (GUMMESSON; POLESE, 2009).

Para os autores, a teoria da rede deve ser aplicada em todo o marketing. Os setores convencionais (manufatura, serviços, agricultura) miram os fornecedores, porém o marketing deve focar na centralidade do cliente. Concluindo, afirmam que bens e serviços só podem ser compreendidos e tratados em contexto unificado (GUMMESSON; POLESE, 2009).

Esse “contexto unificado”, citado por GUMMESSON e POLESE (2009) foi definido como “ambiente de experiência em rede” segundo PRAHALAD e RAMASWAMY (2003).

Os autores afirmam que, diferentemente das cadeias de suprimento, tradicionalmente centradas nas empresas, esse ambiente engloba relações não lineares entre todos os *stakeholders* (PRAHALAD e RAMASWAMY, 2003).

Dessa forma, surge um ambiente que proporciona a experiência de uma rede de conexões, viabilizando a cocriação de valor, levando cada cliente a uma interação própria, personalizada, onde cocria ativamente o valor (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2003).

Essa atuação em rede leva os atores envolvidos a cocriar valor (*VCC - Value cocreation*) (RANJAN; READ, 2016), porque trabalham juntos em toda a cadeia de produção, gestão, atuação e recepção dos serviços, cocriando uma nova realidade para o serviço prestado, percebido e realizado não mais como uma simples relação “prestador-cliente”, característica das relações mais tradicionais de marketing (GREENHALGH et al., 2016).

A VCC engloba dois conceitos fundamentais: o primeiro trata do fato de que o valor somente pode ser criado junto com o consumidor, a coprodução; e o segundo trata do fato que o valor é atributo de determinação do usuário em suas vivências de consumo e utilização, o “valor em uso” (RANJAN; READ, 2016).

De acordo com GUMMESSON e POLESE (2009) “os cuidados na área da saúde representam um ecossistema de serviços composto por múltiplos atores, que é muito mais complexo do que a consideração simplista que o modelo da relação médico/paciente traz implícito”. O conceito de “ecossistema de assistência à saúde” (HCE - *Health Care Ecosystem*) emerge como fruto do relacionamento estabelecido entre estes atores e serviços.

Segundo FROW; MCCOLL-KENNEDY e PAYNE (2016), o ecossistema de assistência à saúde é “composto por atores e seus respectivos recursos, interligados por proposições de valor em uma rede de relacionamentos, sendo um sistema dinâmico e em evolução, distinguindo-se da abordagem de “rede” mais estática, que enfatiza mais as empresas e os relacionamentos entre elas”.

Para os autores, um ecossistema de serviço reflete o foco na interação sistêmica de atores em um sistema inter-relacionado de prestação de serviços recíprocos, atraídos para compartilhar seus recursos, respondendo a propostas de valor que oferecem resultados potencialmente benéficos (FROW; MCCOLL-KENNEDY; PAYNE, 2016).

Relacionando esse conceito de HCE com VCC, os autores afirmam que os cuidados de saúde representam um importante cenário de serviço, onde é possível investigar como as práticas de cocriação moldam um ecossistema, pois nesse cenário há o reconhecimento de que atividades colaborativas entre diversos atores são importantes para obter resultados benéficos à saúde (FROW; MCCOLL-KENNEDY; PAYNE, 2016).

Dentro dessa concepção, cada vez mais os pacientes e todos os atores envolvidos são vistos como colaboradores ativos em uma gama de atividades colaborativas no desenho da assistência à saúde. Os benefícios dessa abordagem incluem melhores resultados de saúde e eficiência de custos (FROW; MCCOLL-KENNEDY; PAYNE, 2016).

Um exemplo de como essa abordagem em equipe promove uma ação mais eficiente e com melhores resultados, é a tomada de decisão compartilhada entre especialistas médicos, equipe de enfermagem, paciente e sua família e amigos, fontes importantes de aconselhamento e apoio, cujo envolvimento em um programa de assistência médica pode melhorar os resultados da saúde (FROW; MCCOLL-KENNEDY; PAYNE, 2016).

De acordo com DA SILVA; AVELAR e FARINA (2013), a experiência em rede, diferentemente das cadeias tradicionalmente direcionadas para as empresas, compreende toda uma gama de relações fluidas entre todos os *stakeholders* envolvidos no processo.

Segundo o autor, a rede de conexões torna possível um ambiente facilitador para experiência de cocriação de valor, levando cada cliente a uma interação particular, cocriada de modo ativo e personalizado pelo cliente (DA SILVA, A. S.; AVELAR, A. B. A.; FARINA, M. C., 2013)

Neste ponto, surge a questão problema deste trabalho: como esses conceitos interagem nos serviços prestados pela área da saúde e de que forma essa interação ocorre? ou seja: como se relacionam os conceitos de lógica dominante de serviço, cocriação de valor e ecossistema de assistência à saúde, com base na literatura acadêmica?

Para verificar essas relações, o estudo bibliométrico surge como uma abordagem que congrega a publicação científica na área e possibilita analisar como se dá essa relação; é uma ferramenta que permite realizar o cruzamento de pesquisas e publicações, identificando palavras-chave e conceitos, autores e a rede de citações que referendam suas pesquisas.

O objetivo deste trabalho é analisar a relação entre os conceitos da lógica dominante de serviço e da cocriação de valor em um sistema de assistência à saúde com base na produção científica dos últimos 20 anos.

Ao buscar relacionar esses conceitos, este trabalho ressalta a importância do foco no bem-estar do cliente ser a base fundamental para toda a prestação de serviços na área da saúde, uma vez que o próprio cliente participa de todas as etapas desse processo, que tem

como objetivo a sua própria saúde e bem-estar, deixando de ser um simples receptor e passando a ser um elo fundamental de toda essa rede de valor cocriado.

Justifica-se este trabalho em função de que a participação do cliente na cocriação de valor na área da saúde tem adquirido muita importância na literatura acadêmica recente.

Um exemplo é o trabalho de SELLITO et al. (2011), que consideram que esse sistema de prestação de serviços, alicerçado em competências e independência atuando em complementaridade, gera um ambiente propício de atuação em conjunto dos diferentes atores, para melhorar o serviço oferecido, ou seja, a cocriação de valor (SELLITO, M. A. et al. 2011).

Também justifica este trabalho a pesquisa de DA SILVA, ANTÔNIO e CARVALHO (2017), que indicaram a escassez de estudos empíricos para compreender a cocriação de valor na área dos serviços da saúde, que é o objetivo desta pesquisa (DA SILVA, S. V.; ANTÔNIO, N.; CARVALHO, J. C. 2017).

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1. Ecossistema de assistência à saúde

Entre os trabalhos que fundamentam esta pesquisa, destaca-se o trabalho de Frow, Mccoll-Kennedy e Payne (2016), que desenvolveram o conceito de ecossistema de assistência à saúde (HCE) onde as práticas de cocriação se organizam em quatro níveis:

**Nível mega:** as práticas de cocriação envolvem agências governamentais, órgãos reguladores e de financiamento, que colaborativamente determinam aspectos da política de saúde.

**Nível macro:** autoridades estaduais de saúde que determinam a alocação de recursos, associações profissionais de médicos e enfermeiros e seguradoras de saúde;

**Nível meso:** hospitais, clínicas e agências locais de apoio à saúde;

**Nível micro:** médicos e pacientes trabalhando em conjunto com enfermeiros e profissionais de saúde aliados para projetar um pacote de cuidados de saúde em colaboração com a família, amigos e outros pacientes nessas questões.

Os atores podem acessar e compartilhar diferentes grupos de recursos em cada nível, porque estão vinculados por proposições de valor, oferecendo aos atores acesso a recursos que auxiliam no bem-estar de cada ecossistema relacionado. Esses diferentes contextos impactarão a natureza das proposições de valor oferecidas e o respectivo foco das práticas de cocriação nas quais os atores se envolvem (FROW; MCCOLL-KENNEDY; PAYNE, 2016).

Ampliado esse conceito, TRONVOLL (2017) enfatiza o papel-chave do ator, questionando o fato de que a maioria das descrições dos ecossistemas de serviços, que fornecem as bases para a cocriação de valor, focam mais na integração de recursos.

Ao destacar o ator como recurso fundamental para a cocriação de valor, TRONVOLL (2017) destaca os vários “domínios” ou “reinos”, que incluem os diferentes aspectos sociais dos ecossistemas de serviços.

Segundo o autor, arranjos institucionais, posições, modelos mentais, e práxis sociais constituem os diversos “domínios” de base que influenciam o ator em sua criação de valor. A interdependência entre esses domínios ocorre através da capacidade do ecossistema de definir como os recursos são compreendidos, avaliados e aplicados (TRONVOLL, 2017).

Dessa forma, os atores incorporados em um ecossistema de serviços guiam e são guiados pelas forças sociais, exercendo papel fundamental na dinâmica do ecossistema (TRONVOLL, 2017).

Complementando esse conceito, CIASULLO (2017) afirma que, em perspectiva ecossistêmica, a inovação dos serviços diz respeito à reconfiguração das estruturas institucionais, visando mudar regras, normas e valores nas raízes da integração de recursos.

“O conceito de ecossistema de serviços aplicado na área da saúde engloba o compartilhamento de recursos, a atuação em rede dos atores em todas as etapas e a reconfiguração das estruturas institucionais, para cocriar nova concepção de produção, gestão e usufruto desses serviços, onde o papel dos atores é fundamental, tanto como usuários quanto como cocriadores de todas as etapas” (CIASULLO, 2017)

## 2.2. Lógica dominante de serviço.

Conceituando a lógica dominante de serviço (SDL), VARGO e LUSCH (2004) afirmam que, a partir do momento em que bens e serviços estão em uso, são criticamente avaliados pelos consumidores, que lhes atribuem valor. Os autores ressaltam que o que os consumidores almejam são serviços, independentemente da situação, local e época, fato que transforma a compra de produtos em uma aplicação de serviços.

Em geral, de acordo com (BALLANTYNE; VAREY, 2006) a SDL tem o potencial de desviar a atenção estratégica do marketing de um foco voltado para o ponto de venda para um foco de relacionamento de serviço, ou seja; a lógica de tempo da troca de marketing se torna aberta, desde a interação do serviço de pré-venda até o valor-em-uso pós-venda, com a perspectiva de continuar, à medida que as relações evoluem.

Os autores afirmam que “as mercadorias se tornam valiosas para os clientes como aparelhos de serviço, atuando como engrenagens de distribuição, fato que determina que o valor do serviço seja atribuído no momento de sua utilização, como ‘valor em uso’ e concluem dizendo que “o cliente é o árbitro de qualquer valor derivado de sua experiência particular de ambos os tipos de interação de serviço” (BALLANTYNE; VAREY, 2006).

Dessa forma, segundo os autores, a SDL exige que os gestores estejam focalizados nos mecanismos de interação com os consumidores, acompanhando a produtividade e o poder que ela tem de gerar valor para a continuidade das atividades. Esta relação ocorre por interconexões sucessivas e não por negociações pontuais (BALLANTYNE; AITKEN, 2007).

Desenvolvendo esse conceito, GUMMESSON e POLESE (2009) tiveram o propósito de analisar a complexidade e o contexto nos sistemas de marketing, abraçando tanto o marketing B2B (“negócio-negócio”) quanto o B2C (negócio-consumidor), tendo como base a teoria da rede e como estudo de caso o programa de ciência de serviços da IBM, que analisa pesquisa e educação no desenvolvimento de sistemas de serviços mais funcionais, em cujo desenvolvimento a divisão convencional na comercialização de bens e serviços é dissolvida em favor da interação fornecedor-cliente (GUMMESSON; POLESE, 2009).

Os profissionais de marketing devem revisar a complexidade de situações específicas, observar sistematicamente fenômenos relacionais e o papel do cliente, prevendo oportunidades e evitando erros de planejamento (GUMMESSON; POLESE, 2009).

Dessa forma vem à tona uma lógica renovada de criação de serviços e atribuição de valor, onde o reducionismo, a fragmentação e a linearidade são desafiadas em favor de uma abordagem abrangente de rede, onde as lógicas “B2B” e “B2C” são tratadas como perspectivas de um contexto e não como categorias independentes, e o papel ampliado dos clientes nas redes de valor é reconhecido (GUMMESSON; POLESE, 2009).

As sínteses de BALLANTYNE e AITKEN (2007) e GUMMESSON e POLESE (2009) abrem caminho para a atuação em rede e a elaboração do conceito de cocriação de valor (VCC).

### 2.3. Cocriação de valor (VCC).

Ao analisar a diferenciação do o que é e o que não é cocriação, PRAHALAD e RAMASWAMY (2004), afirmam que a cocriação é:

“...criação conjunta de valor pela empresa e pelo cliente; fornecer condições para que o cliente adeque ao seu contexto a experiência do serviço e a coconstrua; conceituação e resolução de problemas; proporcionar ambiente experiencial (diálogo ativo de experiências personalizadas coconstruídas); variedade de experiências individualizadas para os consumidores; vivenciar o negócio da mesma forma com que os consumidores o fazem em tempo real; diálogo contínuo com os consumidores; inovar nos ambientes para fazer surgir novas experiências de cocriação” (PRAHALAD; RAMASWAMY, 2004, p.8, tab 1).

Ao levantar que o entendimento da VCC e da SDL evoluíram predominantemente após o trabalho de PRAHALAD e RAMASWAMY (2000) e têm sua enumeração mais recente nas definições de cocriação, RANJAN e READ (2016) concentraram sua revisão bibliográfica no entendimento contemporâneo da VCC.

Realizaram a revisão inicialmente a partir de dois critérios: a pertinência do trabalho de pesquisa ao conceito de cocriação e, em seguida, a comparação de cada estudo com estudos já selecionados, buscando contribuições que adicionassem ou diferissem dos elementos teóricos da cocriação já identificados. Na maior parte dos estudos encontraram a SDL como base explicativa do VCC, resultado, segundo os autores, consistente com pesquisas recentes no campo, como a de GRÖNROOS (2011), (RANJAN; READ, 2016).

A partir do foco na SDL, a pesquisa então identificou conceituações de VCC que abrangiam os esforços de temática cocriacionistas de empresas, funcionários, clientes, acionistas, agências governamentais e outras entidades, porém, mantendo a linha comum de que o valor é sempre determinado pelo beneficiário (RANJAN; READ, 2016).

Tendo compreendido a SDL como estrutura básica para a pesquisa em VCC, os autores examinaram os fundamentos teóricos da literatura. Encontraram os conceitos de coprodução e valor em uso como as duas principais dimensões da VCC, fato que os levou a expandir a pesquisa e incluir especificamente esses dois construtos (RANJAN; READ, 2016).

No raciocínio baseado na SDL, o fornecedor – seja de um produto ou de um serviço - oferece uma proposta de valor, o qual só se materializa junto ao cliente no processo de uso e de consumo (TROCOLLI, I. R., 2018).

O autor afirma que o valor é o resultado da cocriação, emergindo da interação entre estes sujeitos. O valor daquilo que se adquire -serviço “puro” ou produto- passa a ser definido e cocriado pelo adquirente, de forma conjunta com a empresa (TROCOLLI, I. R., 2018).

Dessa forma, a VCC remete ao valor criado conjuntamente entre fornecedor e cliente, dentro da SDL e a partir de ações de múltiplos atores, frequentemente desconhecidos entre si, que contribuem para o bem estar de todos (TROCOLLI, I. R., 2018).

Ou seja, o surgimento de valor se dá quando, partícipes nos processos pelos quais eles próprios influenciam nos bens e serviços adquiridos e consumidos, os clientes percebem e vivenciam experiências que se tornam a base da criação de um valor único para si, processo incorporado com emoções e contextos simbólicos e não utilitários (TROCOLLI, I. R., 2018).

SAHA; MANI e GOYAL (2020), ressaltam que o artigo seminal escrito por VARGO e LUSCH (2008), lançou as bases para o conceito de SDL, que essencialmente atribui todas as economias a serviços e, anteriormente, PRAHALAD e RAMASWAMY (2000, 2004) cunharam e popularizaram o termo 'cocriação', para avaliar a dinâmica do relacionamento entre empresas e consumidores (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

#### 2.4. Relações entre os conceitos de lógica dominante de serviço (SDL), cocriação de valor (VCC) e ecossistema de assistência à saúde (HCE)

Neste referencial teórico, verificou-se a SDL como o conceito que vai além da simples relação “cliente-prestador de serviços”, mudando o enfoque tradicional, voltado para a simples venda de um produto, para um enfoque no relacionamento de serviço, que se mantém à medida que as relações evoluem, onde o cliente é o árbitro e é quem determina o valor de um produto ou serviço ao utilizá-lo.

Essa compreensão surge do fato de que mesmo antes de projetar proposições de valor, é importante que as empresas compreendam adequadamente a percepção dos clientes sobre o que constitui “valioso” para eles (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

Os autores afirmam que apenas a partir da conceituação da cocriação de valor os profissionais de marketing começaram a perceber que não são os produtos tangíveis que são centrais para seus esforços de criação de valor, mas sim os serviços, processos e relacionamentos intangíveis (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

A análise que é desenvolvida nesta pesquisa encontra dessa forma respaldo nas afirmações de SAHA; MANI e GOYAL (2020), que demonstram que a lógica SDL foca em habilidades e conhecimentos (recursos operacionais) em vez de ativos tangíveis, como matérias-primas e máquinas (recursos de operandos), para criar vantagem competitiva.

A partir dessa lógica SDL, surge o conceito de cocriação, onde se propõe que as empresas não podem criar valor para os consumidores, a menos que eles próprios adotem ações participativas no processo de criação de valor (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

Na área da prestação de serviços na saúde, essa rede e as relações que a caracterizam se concretiza no lócus específico de um ecossistema de assistência à saúde, onde os atores cocriam valor à medida em que interagem em todas as etapas de elaboração, atuação, gestão e usufruto desse serviço.

Em seguida, será apresentada e discutida a revisão bibliométrica realizada e a metodologia empregada.

### 3. MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

#### 3.1. Bibliometria

A bibliometria caracteriza-se como uma metodologia que se utiliza de leis e princípios estatísticos com o objetivo de mapear a rede que envolve periódicos e autores (CAFÉ; BRÄSCHER, 2008).

A partir do método bibliométrico, estabeleceu-se o *framework* da pesquisa (Quadro1).

Quadro 1 – Framework de organização da pesquisa.

Etapas	Procedimentos	Descrição
Banco de dados	1- Campo de estudo	1.1 Escolha das Palavras-chave (relação entre os conceitos estudados)
		1.2 Escolha da base de dados
		1.3 Pesquisa dos artigos publicados sobre os conceitos-chave
Análise e Interpretação	2- Seleção e classificação dos dados de acordo com 5 critérios:	2.1 N° de artigos publicados / ano
		2.2 Palavras-chave
		2.3 Autores com maior número de artigos citados
		2.4 Países com maior número de artigos citados
		2.5 Análise da rede de cocitação
	3. Base intelectual	Discussão dos resultados

Fonte: Adaptado de Prado et al (2016)

De acordo com SAHA; MANI e GOYAL (2020), três técnicas centrais foram utilizadas para desenvolver o *framework*: A primeira é a análise de citações, que analisa diferentes aspectos de um campo de pesquisa baseada em unidades, como produtividade em termos de publicações por ano; autores eminentes; revistas influentes; instituições e países.

A segunda técnica é a análise de cocitação, que explica as estruturas de ligação dos trabalhos. Dois artigos são considerados fortemente cocitados se compartilharem grande número de referências citadas de maneira semelhante. A análise de cocitação permite o mapeamento de fluxos-chave de pesquisa pela identificação de grupos de fluxo, pertencentes ao conceito fornecido, organizados em *clusters*. Uma análise de conteúdo desses *clusters* ajuda na identificação dos principais fluxos de pesquisa (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

A técnica final adotada para este estudo é a co-ocorrência de palavras-chave dos autores. Essa técnica mede as palavras-chave que ocorrem com frequência abaixo do resumo e aquelas que aparecem nos mesmos artigos (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

A pesquisa foi desenvolvida na base de dados “Web of Science” da Editora “Thomson Reuters” escolhida por sua relevância como indexadora dos periódicos científicos de maior impacto acadêmico mundial (PRADO et al., 2016).

O Recorte temporal abrangeu o período de 2000 a 2020, em artigos publicados em periódicos revisados por pares.

Como equação de busca, utilizaram-se os termos: lógica dominante de serviço; cocriação de valor e ecossistema de assistência à saúde; redigidas no idioma inglês e organizadas por meio dos operadores booleanos OR e AND, resultando na seguinte equação: (*cocreation OR co-creation OR value cocreation OR value co-creation*) AND (*service dominant logic*) AND (*health OR healthcare*) AND (*ecosystem*) AND (*healthcare ecosystem*).

Em função dos resultados obtidos com essa equação de busca terem sido de apenas 06 artigos, com o primeiro registro do ano de 2016, fato que indica a existência de poucos trabalhos que relacionam todos esses conceitos e demonstra que assunto recente no mundo acadêmico, optou-se por realizar a pesquisa relacionando os conceitos em pares e efetuando o cruzamento de todos os conceitos por meio do software VosViewer, no subcapítulo final.

Dessa forma, foram relacionados os conceitos e se estruturou sua discussão em 2 partes: a primeira definindo os conceitos-chave e relacionando-os aos pares: subcapítulos 4.2: *Cocriação de valor*; 4.3: *Cocriação de valor e lógica dominante de serviço*; 4.4: *Cocriação de valor e cuidados na área da saúde*. 4.5: *Ecossistema de serviços e cuidados na saúde*.

Nesta primeira parte apenas serão analisados o número de artigos publicados nos últimos 20 anos e o número de publicações por ano, relacionando esses dados com pesquisas bibliométricas recentes que tratam desses mesmos temas. O objetivo é mostrar como cada conceito se posiciona na pesquisa científica e como se relaciona com os outros conceitos.

Na segunda parte, manteve-se o foco na questão-problema da pesquisa e foram relacionamos todos conceitos entre si, descrita no subcapítulo 5.1: *Relação entre cocriação de valor, lógica dominante de serviço e ecossistema de serviços na área da saúde*. Analisou-se a relação entre todos os conceitos, utilizando o software VosViewer e seguindo as etapas definidas no *framework* de pesquisa (3.1- Quadro1).

Foram analisados: títulos, resumos e palavras-chave, estabelecendo-se as relações entre esses conceitos, identificando: número de artigos publicados/ano; palavras-chave; autores de referência; países com maior número de artigos citados; relações de publicação entre esses países; redes de coautorias. Estes resultados foram comparados com os resultados de outras pesquisas bibliométricas recentes que estudaram os mesmos assuntos.

A seguir, são apresentados os resultados e a discussão elaborada sobre a pesquisa, sempre buscando responder à questão problema do trabalho: Como a pesquisa acadêmica dos últimos 20 anos relaciona os conceitos de lógica dominante de serviço e cocriação de valor em um ecossistema de assistência à saúde?

#### 4. RESULTADOS E DISCUSSÃO – 1ª parte

##### 4.1. Tendência crescente de artigos por ano

O primeiro resultado é do grande aumento de pesquisas sobre os temas a partir do ano de 2004, como um aumento em torno de 600 a mil artigos/ano, com pico de produções em 2019, fato que demonstra a atualidade e o interesse desta pesquisa.

##### 4.2. Cocriação de valor (VCC)

Ao pesquisar isoladamente os termos relacionados à Cocriação de valor (*co-creation OR cocreation OR value cocreation OR value co-creation*), na Web of Science, após filtragem para excluir artigos repetidos, foram encontrados 2.555 artigos, publicados nos últimos 20 anos, com 50.828 citações e registro de número em crescimento e constante desde o ano de 2004, com o maior número de publicações no ano de 2019, com 614 artigos.

Essa mesma tendência foi encontrada em pesquisa bibliométrica recente, de SAHA, MANI e GOYAL (2020), que analisaram as publicações sobre a cocriação de valor na base Web of Science desde 2004 (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

Como justificativa para selecionar 2004 como o ano inicial para este estudo, os autores afirmam que a cocriação se tornou uma terminologia popular no campo da administração e negócios somente após a publicação de dois artigos seminais: VARGO e LUSCH; PRAHALAD e RAMASWAMY (2004) (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

Os autores relacionaram, no campo de cocriação de valor, um total de 458 artigos de 156 periódicos, escritos por 1.037 autores afiliados a 571 instituições de 57 países, com um número total de referências citadas em 19.678. Identificaram três tendências na literatura sobre a cocriação de valor (item 6, p. 993) (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

A primeira tendência foi como a cocriação de valor pode ser utilizada para melhorar a qualidade dos serviços ao cliente, o que requer entender e responder às suas inúmeras expectativas, adequadamente avaliadas apenas quando as empresas envolvem os clientes em todo o processo. Esse ponto faz da cocriação de valor um paradigma significativo para garantir a participação e o envolvimento do cliente (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

Na segunda tendência, constatou-se a existência de uma lógica em evolução na cocriação e valorização das marcas, apoiando a lógica SDL do marketing para aprimorar seu entendimento, afirmando que é durante processo de cocriação que o significado de “marca” se traduz na experiência percebida pelos consumidores (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

Como última tendência, encontraram a cocriação de valor para marketing de serviços por meio da adoção da lógica dominante de serviço. Sendo esse um ponto central de convergência com esta pesquisa aqui apresentada (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

Na visão dos clientes, a lógica dominante de serviço se refere a como os consumidores criam valor para si mesmos. Na visão dos fornecedores, refere-se ao ajuste das estratégias e táticas de negócios e marketing ancoradas nos requisitos dos serviços prestados. Abordagem que desafia o marketing tradicional e apresenta a cocriação de valor como paradigma que recolhe a lógica SDL da ciência de serviço (SAHA; MANI; GOYAL, 2020).

A importância de relacionar a pesquisa de SAHA, MANI E GOYAL (2020) com este trabalho reside no fato de que, tanto os autores seminais pesquisados por eles, quanto os conceitos desenvolvidos suportam a linha desenvolvida como referencial teórico: de que a lógica dominante de serviço foi o ponto de partida para a elaboração do conceito de cocriação de valor, que ampliou a ideia original focada em serviços, para a criação conjunta de valor entre todos os atores envolvidos nesse sistema.



#### 4.3. Cocriação de valor e lógica dominante de serviço

Ao associar os termos de cocriação de valor e lógica dominante de serviço por meio da equação de busca: (*cocreation OR co-creation OR value cocreation OR value co-creation*) AND (*service dominant logic*), foram encontrados 840 artigos e 25.642 citações, identificando a mesma tendência crescente de citações por ano, notadamente a partir do ano de 2004, com mais de mil artigos publicados por ano a partir de 2013, ocorrência também citada por (PINTO, C. L., VIEIRA, K. C., & VEIGA, 2019).

Em pesquisa bibliométrica, buscaram responder à questão: como se configura o campo de estudos da lógica dominante de serviço? justificando sua pesquisa na constatação de que os estudos sobre lógica dominada pelo serviço pautam-se no fato de que o marketing era envolvido pela lógica baseada em produto, deixando para segundo plano preocupações com a prestação de serviços envolvida na venda (PINTO, C. L., VIEIRA, K. C., & VEIGA, 2019)

Para responder à questão, PINTO, VIEIRA e VEIGA (2019) realizaram pesquisa em 650 artigos, selecionados na base de dados “Web of Science”. Os resultados evidenciaram que as publicações apresentaram tendência de crescimento regular a partir do ano de 2013, mesma tendência que encontrada em SAHA; MANI e GOYAL (2020) e nesta pesquisa.

Também constataram que os primeiros artigos indexados na Web of Science contendo o termo “service dominant logic” datam de 2007, porém ressaltam o artigo seminal sobre esta temática foi publicado em 2004 e escrito por Vargo e Lusch, que, segundo os autores, não se encontra publicado na Web of Science.

Em contraponto ao trabalho de Pinto, Vieira e Veiga (2019), esta pesquisa detectou o trabalho indexado na Web Of Science: “*Involving a new dominant logic for marketing*” publicado no Journal of Marketing (vol 68; ed. 1), jan 2004.

Ao analisar os autores mais produtivos PINTO, VIEIRA e VEIGA (2019) assinalam VARGO como o autor que mais se destaca na quantidade de publicações indexadas na Web of Science, um total 31 desde 2007, tendo ainda 1.593 citações para o seu artigo “*Service dominant logic: continuing the evolution*”, publicado em 2008, em coautoria com Lusch. Para comparar, o 2º artigo mais citado encontrado pelos autores foi o de Payne et. al. “*Managing the cocreation of value*”, publicado também em 2008, com 861 citações.

#### 4.4. Cocriação de valor, saúde e cuidados na saúde.

Ao relacionar os termos cocriação de valor, saúde e cuidados na saúde, (*cocreation OR co-creation OR value cocreation OR value co-creation*) AND (*health OR health care*), foram encontrados 258 artigos com 3.359 citações, identificando a mesma tendência crescente de citações por ano a partir de 2004, com mais de mil artigos por ano a partir de 2013.

Utilizando os principais procedimentos do método bibliométrico (análise de desempenho, análise de colaboração científica e mapeamento científico), FUSCO; MARSILIO e GUGLIELMETTI (2020), realizaram pesquisa na Web of Science, com o objetivo de verificar a relação entre a cocriação e políticas de saúde.

Encontraram que as dez principais referências citadas foram obras seminais sobre coprodução na área de serviços públicos e que apenas duas se referem especificamente ao setor saúde, resultados que indicam que as pesquisas nessa área parecem mais voltadas para o estudo teórico sobre o tema, com menos artigos sobre experiências práticas, o que pode ser explicado pelo fato de o tema ser recente (FUSCO; MARSILIO; GUGLIELMETTI, 2020).

Para esta pesquisa, a importância do trabalho de FUSCO; MARSILIO e GUGLIELMETTI (2020) é salientar o fato deste tema (cocriação de valor e saúde) ser recente na literatura, daí a necessidade de pesquisas sobre a relação entre esses conceitos, desenvolvida neste trabalho.

#### 4.5. Ecosistema de serviços e cuidados na saúde

Ao se pesquisar o termo isolado “ecossistema de assistência à saúde” (*healthcare ecosystem*), na Web Of Science, foram encontrados apenas 32 resultados, com recorte temporal registrado desde o ano de 2013 até os dias atuais, fato que indica que o termo “health care ecosystem” é bastante recente na pesquisa acadêmica. Destaque para o trabalho de Frow; Mccoll-Kennedy e Payne (2016), que definiram e conceituaram o termo, sendo o artigo mais citado nessa base de dados (83 citações).

Ao se associar os termos “ecossistema”, “assistência à saúde” e “ecossistema de assistência à saúde (*health OR healthcare*) AND (*ecosystem*) AND (*healthcare ecosystem*)”, na Web of Science, foram encontrados 633 artigos como 11.919 citações, identificando a mesma tendência crescente de citações por ano encontrada nos outros conceitos.

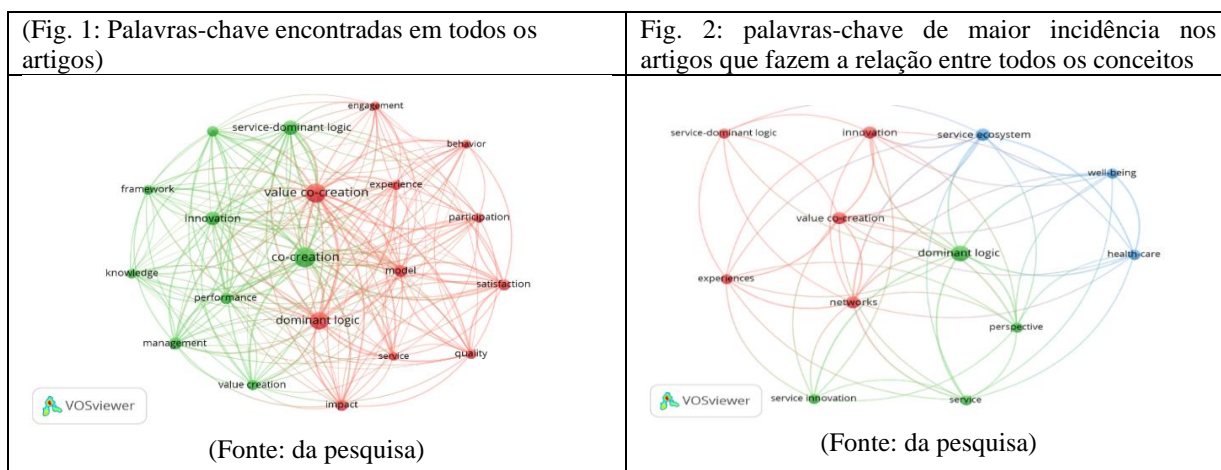
### 5. RESULTADOS E DISCUSSÃO – 2ª parte: Relação entre cocriação de valor, Lógica dominante de serviço e ecossistema de serviços na área da saúde

#### 5.1. Palavras-chave encontradas em todos os artigos, relacionadas com os 6 artigos que fazem a relação entre todos os conceitos

Ao se levantar as palavras-chave com maior incidência em todos os artigos, encontramos os termos “*value co-creation*” e “*dominant Logic*” (cluster vermelho), se relacionando fortemente com os termos “*service dominant logic*”, “*co-creation*” e “*value cocreation*” (cluster verde). Resultados coerentes com as palavras-chave utilizadas na pesquisa (Fig. 1).

Quando foram levantadas as palavras-chave de maior incidência nos 6 artigos que fazem a relação entre todos os conceitos, encontrou-se o termo “dominant logic” (cluster verde) como ponto de intersecção, tanto para termos ligados à “value-cocreation” (cluster vermelho) quanto para termos ligados à saúde (cluster azul): “service ecosystem”, “well-being” e “health care”.

Esse resultado confirma o que já foi discutido na fundamentação teórica desse trabalho, onde se apresentou a relação entre os conceitos da cocriação de valor e da lógica dominante de serviço como referenciais teóricos que realizam a conexão com os conceitos relacionados com a prestação de serviços na área da saúde.



## 5.2. Autores e países com maior número de citações

Ao se levantar os autores mais importantes, foram utilizados os filtros de no máximo cinco autores por documento e no mínimo de 100 citações por autor. Foram encontrados vários autores seminais já reconhecidos na área, também encontrados nas pesquisas bibliográficas citadas como referência desse trabalho (Fig. 3)

No cluster azul, como referência para todas as áreas, foram encontrados STEPHEN VARGO, bem próximo a ROBERT F. LUSCH, autores seminais que introduziram o termo “*service dominant logic*” e aparecem em todas as pesquisas bibliométricas sobre esse tema.

Em termos de comparação, em nossa pesquisa foram encontradas 5.421 citações para o trabalho seminal de VARGO e LUSCH “*Envolving a new dominant logic for marketing*” (2004), número bem distante do segundo trabalho mais citado, de PAYNE, FROW e STORBACKA “*Managing the co-creation of value*”, com 1.348 citações; isso além de vários outros trabalhos desses mesmos autores, que estão na lista dos mais citados (fig. 3)

Esse resultado está de acordo com a pesquisa de PINTO, VIEIRA E VEIGA (2019), que aponta VARGO como o autor seminal de maior referência para esse campo.

No cluster verde (fig. 3), destaque para KARPEN e STORBACKA, autores que publicam em parceria com os autores supracitados e representam a escola escandinava de administração, com forte tradição nesse campo.

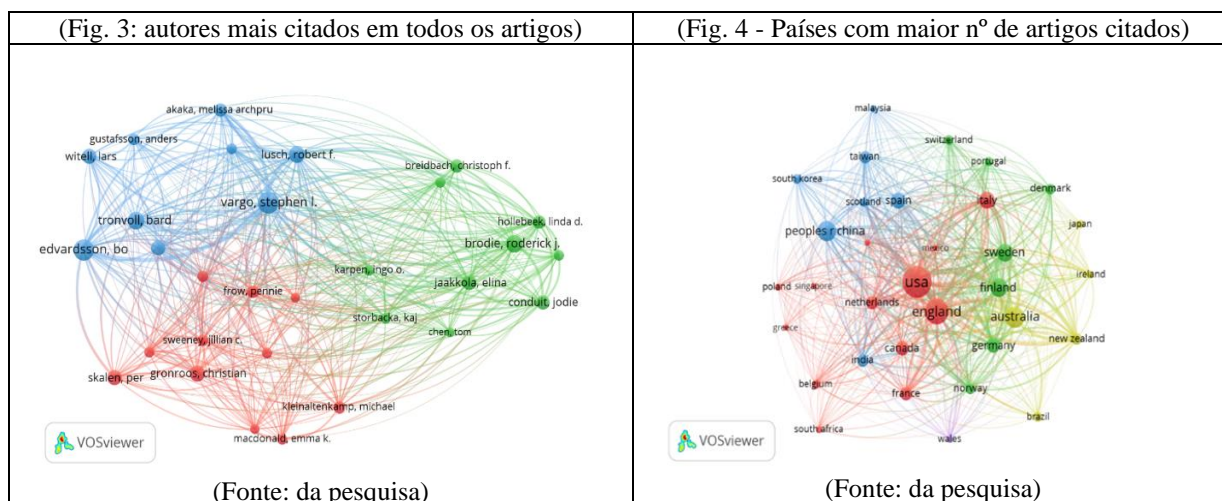
No cluster vermelho (fig.3), destaque para PENNIE FROW e CHRISTIAN GRONROOS, importantes porque fazem relação entre os conceitos de cocriação de valor, lógica dominante de serviço e ecossistema de serviços, escopo desta pesquisa.

Em relação aos países com maior número de artigos citados (Fig. 4), destacam-se os Estados Unidos e a Inglaterra (cluster vermelho), agregando países de idioma inglês. No cluster azul, em destaque a República Popular da China, que agrega os países orientais; vale notar a forte relação da França e da Espanha com esses países.

No cluster verde (Fig. 4) foram encontrados os países do norte da Europa e Alemanha; e, por último, no cluster amarelo, localizam-se os países mais próximos ao continente Australiano; importante destacar a presença do Brasil, relacionado no cluster amarelo, relacionado com a Austrália e também com a Noruega (cluster verde).

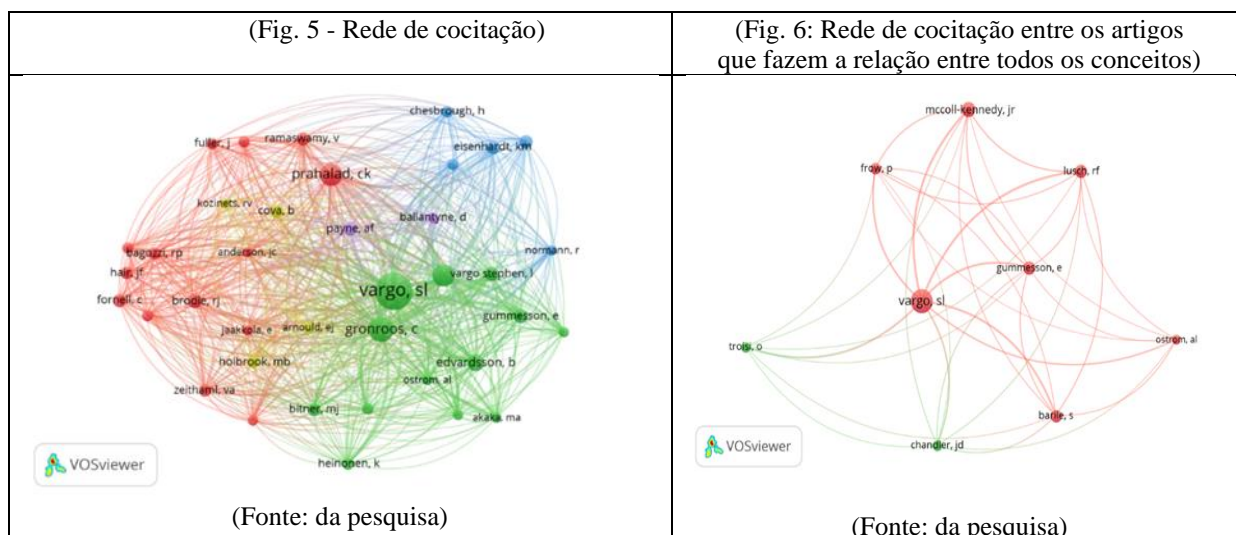
Ao que tudo indica, os países em geral tendem a se agrupar em clusters por idiomas de origem e proximidade para publicar e citar os trabalhos, porém a rede de cocitações entre os autores estabelece pontos de contato entre os autores e conceitos estudados.

Esta relação indica que, antes de definir o escopo de uma pesquisa nessa área, são necessários estudos bibliométricos que verifiquem quais os conceitos que proporcionam conectar os autores e temas pesquisados, e quais os autores-chave para essas conexões.



### 5.3. Análise da rede de cocitação

Ao se analisar a rede de cocitação, foi estabelecido um número mínimo de 300 cocitações por autor, em função do grande número de trabalhos analisados (Fig. 5)



Foram encontrados os autores seminais já consagrados, destacando VARGO e GRONROOS (cluster verde); e PRAHALAD e RAMASWAMY, (cluster vermelho); Também destaca-se PAYNE e BALLANTYNE (cluster roxo) realizando intersecção entre os clusters verde e vermelho, fato que confirma que PAYNE e BALLANTYNE buscaram como referência esses autores seminais (Fig. 5).

Ao se analisar a rede de cocitação entre os artigos que fazem a relação entre todos os conceitos (Fig. 6), filtrando-se por um número mínimo de cinco citações por autor, encontrou-se novamente VARGO, com 29 citações, MCCOLL-KENNEDY, com 12 citações; LUSCH e GUMMESSON, com 9 citações cada, seguidos por BARILE, com 8 citações e FROW, com 7 citações; CHANDLER e TROISI, com 6 citações; e OSTROM, com 5 citações.

Três trabalhos, OSTROM (cluster vermelho) e CHANDLER e TROISI (cluster verde), foram descartados, por não se enquadrarem no objetivo da pesquisa, motivo pelo qual, dos nove autores encontrados na rede de cocitação, foram selecionados seis artigos (Fig.6).

O trabalho de ANDERSON e OSTROM (2015) (Fig.6) foi descartado em função de tratar de outro assunto, realizando pesquisa sobre serviços transformadores (TSR), relacionando-se com o nosso tema apenas pela citação dos autores LUSCH, GUMMESSON e BARILE e pelos termos cociação e ecossistemas (ANDERSON; OSTROM, 2015).

O trabalho de CHANDLER e LUSCH (2015) (Fig.6) também foi descartado em função de não relacionar todos os termos da nossa pesquisa, focando apenas sobre o papel que as proposições de valor e engajamento desempenham nos sistemas de serviços e relacionando-se com o tema deste trabalho mais em função do autor LUSCH, coautor de muitos trabalhos seminais com VARGO e GUMMESSON (CHANDLER; LUSCH, 2015).

O trabalho de TROISI (Fig.6). também foi descartado por se referir apenas à relação entre SDL, TICs e turismo, sem ligação direta com o tema deste trabalho, apenas citando os autores de referência, principalmente Vargo (TROISI, O.; GRIMALDI, M.; MONDA, 2019).

Os autores MCCOLL-KENNEDY e FROW (itens 2.1 e 2.2), GUMMESON (item 2.3), VARGO e LUSCH (item 2.3), citados no referencial teórico, estão relacionados com os artigos de BARILE e OSTROM (cluster vermelho), relacionados diretamente aos autores já

citados; e também CHANDLER e TROISI (cluster verde), relacionados aos autores do cluster vermelho, principalmente por meio do autor seminal VARGO (fig. 6)

Identificando as principais dimensões de capacitação e os fatores estratégicos para fomentar a cocriação de valor e a inovação sustentável nos ecossistemas de serviços, BARILE et al. (2020), objetivaram explorar como a integração de recursos e conhecimentos, por meio de interações mediadas por tecnologia, pode levar ao surgimento de novidades (produtos, serviços, processos, práticas sociais e ambientais) (BARILE et al., 2020)

O estudo buscou introduzir uma estrutura para descrever os principais fatores para o surgimento da cocriação e inovação de valor nos contextos já estabelecidos de intercâmbio de ecossistemas de serviços (micro, meso, macro e mega) (BARILE et al., 2020).

A adoção de uma visão de sistemas sobre a cocriação de valor, de acordo com os autores, pode propor alguns avanços na pesquisa de serviços existentes, propondo a análise das implicações gerenciais e sociais da lógica dominante de serviço por meio da perspectiva dos ecossistemas de serviços (BARILE et al., 2020).

A relação da pesquisa de BARILE et al. (2020) com este trabalho ocorre quando os autores propõem a análise das implicações gerenciais e sociais da lógica dominante de serviço por meio da perspectiva dos ecossistemas de serviço, que faz parte do nosso objetivo.

Verificou-se que a relação entre autores seminais para esses conceitos ocorre por meio da rede de cocitações estabelecida, autores como Vargo, Lusch, Payne, Frow, Gronroos, McColl-Kennedy, Gummesson, Prahalad, Ramaswamy, Ballantyne e Storbacka, entre outros. A rede de cocitações detectada permitiu fazer a relação entre os conceitos (Fig. 6).

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi analisar a relação entre os conceitos da lógica dominante de serviço e da cocriação de valor em um sistema de assistência à saúde com base na produção científica dos últimos 20 anos.

Em resposta à questão problema, constatou-se em primeiro lugar a grande quantidade de artigos publicados com essa temática nos anos recentes e uma tendência crescente e significativa do número de publicações por ano, fato que demonstra a atualidade, interesse e pertinência do tema estabelecido neste trabalho.

Como segunda constatação, verificou-se que existe toda uma rede de citações e cocitações entre os autores seminais e todos os que desenvolvem pesquisas a respeito dos conceitos, porém esse fato ocorre em relações isoladas entre dois desses conceitos por vez, enquanto ainda são poucos os artigos que relacionam todos os conceitos entre si.

Também se identificou que os autores em geral tendem a se agrupar por idiomas de origem e países próximos para publicar e citar os trabalhos.

A terceira constatação é a relação entre os autores seminais para os conceitos de cocriação de valor e lógica dominante de serviço e suas intersecções com o conceito de ecossistema de serviços, identificável por meio da rede de cocitações estabelecida.

Essa rede de cocitações detectada permitiu fazer a relação entre os conceitos com os quais esses autores trabalham e, desta forma, atender ao objetivo deste trabalho, concluindo que, na bibliografia pesquisada, existe relação entre os conceitos de lógica dominante de serviço e cocriação de valor em um ecossistema de assistência à saúde.

Como limitações, destaca-se a utilização de uma única base de dados para realização da pesquisa. Dessa forma, pesquisas futuras devem ter foco em outras bases de dados de trabalhos científicos e devem também explorar as práticas de cocriação no contexto da assistência à saúde, como estudos de caso, além de pesquisas longitudinais com abordagem centrada no usuário, conforme ressaltam FROW; MCCOLL-KENNEDY e PAYNE (2016) (Tabela 2, itens f; h).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, L.; OSTROM, A. L. Transformative service research: Advancing our knowledge about service and well-being. **Journal of Service Research**, v. 18, n. 3, 2015.
- BALLANTYNE, D.; AITKEN, R. Branding in B2B markets: Insights from the service-dominant logic of marketing. **J. Business and Industrial Marketing**, v. 22, n. 6, 2007.
- BALLANTYNE, D.; VAREY, R. J. Creating value-in-use through marketing interaction: The exchange logic of relating, communicating and knowing. **Marketing Theory**, v. 6, n. 3, 2006.
- BARILE, S. et al. Technology, value cocreation and innovation in service ecosystems: Toward sustainable co-innovation. **Sustainability**, v. 12, n. 7, 1 abr. 2020.
- CAFÉ, L. M. A.; BRÄSCHER, M. Organização da informação e bibliometria. **Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 13, n. 1, 16 maio 2008.
- CHANDLER, J. D.; LUSCH, R. F. Service Systems: A broadened framework and research agenda on value propositions, engagement, and service experience. **Journal of Service Research**, v. 18, n. 1, p. 6–22, 19 fev. 2015.
- CIASULLO, M. Service innovations in the healthcare service ecosystem: A case study. **Systems**, v. 5, n. 2, p. 37, 2017.
- DA SILVA, S. V.; ATÔNIO, N.; CARVALHO, J. C. Analysis of the service dominant logic network, authors, and articles. **Service Industries Journal**, v. 37, n. 2, p. 125–152, 2017.
- DA SILVA, A. S.; AVELAR, A. B. A.; FARINA, M. C. Transferência de responsabilidade de pacientes: Uma aplicação da análise de redes sociais. **Revista de Gestão em Sistemas de Saúde**, v. 02, n. 02, p. 103–123, 2013.
- FROW, P.; MCCOLL-KENNEDY, J. R.; PAYNE, A. Co-creation practices: Their role in shaping a health care ecosystem. **Industrial Marketing Management**, v. 56, p. 24–39, 2016.
- GREENHALGH, T. et al. Achieving research impact through cocreation in community-based health services: Literature review and case study. **Milbank Quarterly**, v. 94, n. 2, 2016.
- GRÖNNROOS, C. Value co-creation in service logic: A critical analysis. **Marketing Theory**, v. 11, n. 3, p. 279–301, 3 set. 2011.
- GUMMESSON, E.; POLESE, F. B2B is not an island! **Journal of Business and Industrial Marketing**, v. 24, n. 5, p. 337–350, 2009.
- PINTO, C. L., VIEIRA, K. C., & VEIGA, R. T. O campo de estudos em lógica dominada pelo serviço: Uma análise bibliométrica. **Revista FSA**, v. 16, n. n4, p. 20–36, 2019.
- PRADO, J. W. et al. Multivariate analysis of credit risk and bankruptcy research data: a bibliometric study involving different knowledge fields (1968–2014). **Scientometrics**, v. 106, n. 3, p. 1007–1029, 2016.
- RANJAN, K. R.; READ, S. Value co-creation: concept and measurement. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 44, n. 3, p. 290–315, 2016.
- SAHA, V.; MANI, V.; GOYAL, P. Emerging trends in the literature of value co-creation: a bibliometric analysis. **Benchmarking**, v. 27, n. 3, p. 981–1002, 2020.
- SELLITTO, M. A., et al. Cocriação de valor na área da saúde: uma análise de serviços na relação médico-hospital. **Dados**, 2011.
- TROCOLLI, I. R., ET AL. Como anda a pesquisa brasileira sobre a cocriação de valor? **Revista Diálogos Interdisciplinares**, v. 7, n. 3, p. 90–108, 2018.
- TROISI, O.; GRIMALDI, M.; MONDA, A. Managing smart service ecosystems through technology: How ICT enable value co-creation. **Tourism Analysis**, 24, p. 377–93, 2019.
- TRONVOLL, B. The Actor: The key determinant in service ecosystems. **Systems**, v. 5, n. 2, p. 38, 2017.
- VARGO, S. L.; LUSCH, R. F. Evolving to a new dominant logic for marketing. **Journal of Marketing**, v. 68, n. 1, p. 1–17, 2004.