



Universidade de Brasília (UnB)

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas (FACE)

Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA)

Curso de Doutorado Acadêmico

Tesis

**LA COPRODUCCIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS DIGITALES PARA LA
SOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO EN BRASIL Y COLOMBIA: Un análisis
respecto a la accesibilidad, evaluación e incentivos.**

**DIGITAL PUBLIC SERVICES COPRODUCTION FOR CONSUMER CONFLICT
RESOLUTION IN BRAZIL AND COLOMBIA: An analysis of accessibility, evaluation,
and incentives.**

**A COPRODUÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS DIGITAIS PARA A SOLUÇÃO DE
CONFLITOS DE CONSUMO NO BRASIL E NA COLÔMBIA: Uma análise sobre
acessibilidade, avaliação e incentivos.**

ANDREA JULIET CELIS LEÓN

Brasília – DF

2024



Universidade de Brasília (UnB)

Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas (FACE)

**LA COPRODUCCIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS DIGITALES PARA LA
SOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO EN BRASIL Y COLOMBIA: Un análisis
respecto a la accesibilidad, evaluación e incentivos.**

ANDREA JULIET CELIS LEÓN

Tesis sometida al Programa de Pós-Graduação em
Administração da Universidade de Brasília como
requisito parcial para a obtenção do grau de doutorado
em Administração.

Directora

Profª Drª JOSIVANIA SILVA FARIAS

Co-director

Prof. Dr. CLEIDSON NOGUEIRA DIAS

Jurado Examinador:

Profª Drª JOSIVANIA SILVA FARIAS

Presidente Orientadora (Universidade de Brasília – PPGA/UnB)

Profª. Drª. MARIA ELENA LEÓN OLAVE Examinadora Externa 1 (Programa de Pós-
Graduação em Administração da Universidade Federal de Sergipe)

Prof. Dr. CLEBERSON ELLER LOOSE Examinador Externo 2 (Programa de Maestría
Profesional em Administração – PROFIAP da Universidade Federal de Rondônia - UNIR)

Prof. Dr. CARLOS ROSANO PEÑA

Examinador Interno (Universidade de Brasília – PPGA/UnB)

Prof. Drª. SIEGRID GUILLAUMON DECHANDT

Examinador (Universidade de Brasília – PPGA/UnB) Miembro Suplente
Brasília – DF

2024

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer primeramente a Dios, por brindarme la oportunidad de llevar a cabo este estudio, reconozco que sin su guía y dirección, no habría sido posible alcanzar este logro. Especialmente quiero agradecerle a mis padres quienes me ofrecieron un invaluable respaldo durante el nacimiento de mis dos hijos, viajando desde Colombia para acompañarme en esos momentos, facilitándome la recuperación y brindándome el apoyo necesario para continuar con mis estudios. También les agradezco por sus oraciones y por levantarme en los momentos en que flaquearon mis fuerzas. A mi hermana, le agradezco profundamente por su dedicación y amor al cuidado de mis hijos, permitiéndome concentrar en la culminación de todas las disciplinas del doctorado.

Por otro lado, me gustaría resaltar que el apoyo constante de mi amado esposo fue fundamental para la realización de este proyecto. Siempre me alentó y ayudó en los momentos que lo necesitaba. Gracias a su colaboración y su apoyo en el cuidado de nuestros hijos, logramos superar juntos los desafíos de este estudio, manteniendo a nuestra familia como nuestro proyecto más importante. Asimismo, quiero expresar mi profundo agradecimiento a las plataformas Consumidor.gov.br y Sicfacilita por su generosidad al compartir sus experiencias y conocimientos. Su colaboración ha sido invaluable, contribuyendo de manera significativa a mejorar nuestra comprensión sobre las estrategias gubernamentales en la coproducción. La participación activa de ambas plataformas ha resultado esencial para llevar a cabo un análisis completo y enriquecedor.

Agradezco de manera especial a mi querida profesora Josivania, cuya orientación y ayuda hicieron que este proceso fuera más llevadero. Desde que ingresé a la UnB, ella se convirtió en una figura materna y una persona a la que admiro y respeto profundamente. También agradezco al profesor Cleidson por su orientación en la metodología de esta tesis y por llevar a cabo los propósitos planteados. Mi agradecimiento se extiende a la profesora Maria Elena por su contribución a este trabajo, así como a todos los profesores que forman parte del jurado, y a los compañeros que tuve el placer de conocer a lo largo de mi trayectoria académica, desde la maestría hasta el doctorado, en esta prestigiosa institución llamada UnB. Muchísimas gracias a todos por ser una parte esencial en mi desarrollo y crecimiento profesional.

RESUMEN

El gobierno debe asumir desafíos sociales y establecer un proceso de coproducción en el que la comunidad políticamente organizada delibera sobre sus necesidades y participa activamente en torno a problemas de interés público, de manera articulada a los gobiernos locales, y las entidades e instituciones involucradas. La participación de los ciudadanos en la coproducción se ha concebido como voluntaria y necesaria, pues es un factor clave en la prestación de servicios públicos e innovación. Debido a las fallas y conflictos que se presentan en la prestación de servicios se diseñan estrategias para recuperar estos servicios de manera que no afecte la reputación de la empresa, ni sus rendimientos económicos y una de las estrategias usadas recientemente en la recuperación del servicio, después que ocurre una falla, es la coproducción.

Por otro lado, el gobierno como plataforma disponibiliza herramientas que sirven de apoyo para la coproducción, las cuales comprenden: diseño de servicios, entrega y ejecución de servicios y servicio de monitoreo. Mediante el uso de tecnologías como las plataformas electrónicas gubernamentales se incentiva y se fortalece la coproducción, ya que estas plataformas digitales actúan como bienes comunes y son consideradas como espacios digitales en los que los ciudadanos y los agentes públicos interactúan y colaboran.

Por consiguiente, se estableció como objetivo general; Analizar la coproducción de servicios públicos digitales para solución de conflictos de consumo en Brasil y Colombia respecto a la frecuencia de coproducción a partir de la accesibilidad, evaluación e incentivos percibidos por el ciudadano y como específicos, 1) Describir la estructura de las plataformas digitales Brasileira y Colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo, siguiendo el manual de usuario; 2) Verificar la influencia de los factores motivadores (accesibilidad, evaluación e incentivos) de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción de servicios públicos digitales desde la perspectiva del ciudadano usuario; 3) Verificar los factores que intervienen (beneficios, barreras y efectos) desde la perspectiva de los gobiernos, en la coproducción de servicios públicos en las plataformas de Brasil y Colombia.; 4) Identificar las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos a partir de la visión de gestores de las plataformas investigadas en Brasil y Colombia. Esta investigación se clasifica como exploratoria y descriptiva. La construcción de objetivos comprendió dos fases en las cuales se desarrollaron 1) entrevistas para los agentes gubernamentales aplicando análisis de contenido y 2) cuestionarios para los usuarios de las plataformas utilizando análisis de QCA (*Qualitative Comparative Analysis*). Como resultado de la investigación, se logró identificar los incentivos que favorecen la coproducción desde las perspectivas tanto ciudadana como gubernamental. Además, se realizó una contribución teórica significativa al identificar estrategias, barreras, efectos e frecuencia de coproducción específicos para cada país. Así mismo, se presentan valiosas contribuciones gerenciales destinadas a cada plataforma, destacando estrategias efectivas a nivel tecnológico, de promoción, de incentivos y de calidad para fomentar la participación ciudadana. Finalmente, como contribución metodológica, se incorporó el uso del Análisis Cualitativo Comparativo (QCA) enriqueciendo así la investigación.

Palabras-clave: Coproducción, incentivos, servicios públicos, plataformas digitales, resolución de conflictos.

RESUMO

O governo deve assumir desafios sociais e estabelecer um processo de coprodução no qual a comunidade politicamente organizada delibera sobre suas necessidades e participa ativamente em torno de problemas de interesse público, de maneira articulada aos governos locais e às entidades e instituições envolvidas. A participação dos cidadãos na coprodução é concebida como voluntária e necessária, pois é um fator chave na prestação de serviços públicos e inovação. Devido às falhas e conflitos que ocorrem na prestação de serviços, estratégias são desenvolvidas para recuperar esses serviços de modo a não afetar a reputação da empresa nem seus rendimentos econômicos. Uma das estratégias recentemente utilizadas na recuperação do serviço, após uma falha, é a coprodução. Por outro lado, o governo, como plataforma, disponibiliza ferramentas que servem de suporte para a coprodução, compreendendo: design de serviços, entrega e execução de serviços e serviço de monitoramento. Através do uso de tecnologias como as plataformas eletrônicas governamentais, a coprodução é incentivada e fortalecida, já que essas plataformas digitais atuam como bens comuns e são consideradas espaços digitais nos quais os cidadãos e os agentes públicos interagem e colaboram. Portanto, o objetivo geral foi estabelecido como: Analisar a coprodução de serviços públicos digitais para a solução de conflitos de consumo no Brasil e na Colômbia em relação à frequência da coprodução a partir da acessibilidade, avaliação e incentivos percebidos pelo cidadão. E os objetivos específicos são: 1) Descrever a estrutura das plataformas digitais brasileira e colombiana, em relação à coprodução do serviço público de solução alternativa de conflito de consumo, seguindo o manual do usuário; 2) Verificar a influência dos fatores motivadores (acessibilidade, avaliação e incentivos) da Colômbia e do Brasil na frequência de coprodução de serviços públicos digitais, a partir da perspectiva do cidadão usuário; 3) Verificar os fatores que intervêm (benefícios, barreiras e efeitos) na coprodução de serviços públicos nas plataformas do Brasil e da Colômbia, do ponto de vista dos governos.; 4) Identificar as estratégias governamentais de incentivo e participação cidadã na coprodução de serviços públicos, a partir da visão dos gestores das plataformas investigadas no Brasil e na Colômbia. Esta pesquisa classifica-se como exploratória e descritiva. A construção dos objetivos compreendeu duas fases, nas quais foram desenvolvidas 1) entrevistas para os agentes governamentais, aplicando análise de conteúdo, e 2) questionários para os usuários das plataformas, utilizando a análise QCA (Qualitative Comparative Analysis). Como resultado da pesquisa, foi possível identificar os incentivos que favorecem a coprodução tanto do ponto de vista cidadão quanto governamental. Além disso, uma contribuição teórica significativa foi realizada ao identificar estratégias, barreiras, efeitos e frequência de coprodução específicos para cada país. Da mesma forma, são apresentadas valiosas contribuições gerenciais destinadas a cada plataforma, destacando estratégias eficazes nos níveis tecnológico, de promoção, de incentivo e de qualidade para incentivar a participação cidadã. Por fim, como contribuição metodológica, foi incorporado o uso da Análise Qualitativa Comparativa (QCA), enriquecendo assim a pesquisa.

Palavras-chave: Coprodução, incentivos, serviços públicos, plataformas digitais, resolução de conflitos.

ABSTRACT

The government must take on social challenges and establish a coproduction process in which the politically organized community deliberates on its needs and actively participates in addressing issues of public interest, in coordination with local governments and the entities and institutions involved. Citizen participation in coproduction is conceived as voluntary and necessary, as it is a key factor in the provision of public services and innovation. To address failures and conflicts in service delivery, strategies are designed to recover these services without affecting the company's reputation or economic performance, and one of the recently used strategies in service recovery after a failure is coproduction. On the other hand, the government, as a platform, provides tools to support coproduction, including service design, delivery and execution, and monitoring services. The use of technologies such as government electronic platforms encourages and strengthens coproduction, as these digital platforms act as common goods and are considered digital spaces where citizens and public agents interact and collaborate.

Therefore, the general objective was established to analyze the coproduction of digital public services for consumer conflict resolution in Brazil and Colombia, focusing on the intensity of coproduction based on accessibility, evaluation, and incentives perceived by citizens. The specific objectives are: 1) Describe the structure of the Brazilian and Colombian digital platforms in relation to the coproduction of the public service for alternative consumer conflict resolution, following the user manual; 2) Verify the influence of motivating factors (accessibility, evaluation, and incentives) from Colombia and Brazil on the intensity of coproduction of digital public services from the perspective of the citizen user; 3) Examine the factors involved (benefits, barriers, and effects) from the government's perspective in the coproduction of public services on the platforms of Brazil and Colombia.; 4) Identify government strategies for fostering citizen participation in the coproduction of public services based on the perspective of platform managers investigated in Brazil and Colombia. This research is classified as exploratory and descriptive. The construction of objectives comprised two phases in which 1) interviews were conducted with government agents applying content analysis and 2) questionnaires were administered to platform users using QCA (Qualitative Comparative Analysis). As a result of the research, it was possible to identify the incentives that promote coproduction from both the citizen and governmental perspectives. Additionally, a significant theoretical contribution was made by identifying specific coproduction strategies, barriers, effects, and intensity for each country. Similarly, valuable managerial contributions are presented for each platform, highlighting effective strategies at the technological, promotional, incentive, and quality levels to promote citizen engagement. Finally, as a methodological contribution, the use of Qualitative Comparative Analysis (QCA) was incorporated, enriching the research.

Keywords: Coproduction, incentives, public services, digital platforms, conflict resolution.

LISTA DE ILUSTRACIONES

Figura 1. Coproducción en red de solución alternativa de conflictos del consumo.	46
Figura 2. Búsqueda y selección de artículos	48
Figura 3. Clasificación de artículos por año.	49
Figura 4. Resumen de agendas desde 2011 a 2021	56
Figura 5. Modelo Teórico Conceptual.....	66
Figura 6. Etapas de la investigación	73

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Modelos de Administración Pública	12
Tabla 2. Categorías del espectro de prestación del servicio	22
Tabla 3. Niveles de Coproducción	23
Tabla 4. Fases del ciclo de servicio	26
Tabla 5. Agendas 2019 a 2021 y agendas propuestas en este ensayo.	57
Tabla 6. Interpretación de ecuaciones lógicas y resultados de análisis booleanos.....	71
Tabla 7. Operacionalización de Variables	78
Tabla 8. Resumen de métodos y técnicas de investigación.....	81
Tabla 9. Construcción del Objetivo 1	82
Tabla 10. Manuales de usuarios Consumidor.gov.br / Sicfacilita	84
Tabla 11. Proceso de radicación del reclamo	85
Tabla 12. Preguntas frecuentes Consumidor.gov.br/Sicfacilita	85
Tabla 13. Construcción del Objetivo 2.....	89
Tabla 14. Tabla de la verdad: Influencia de la variable Aaccessibilidad de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción con solución parsimoniosa.	90
Tabla 15. Resumen del resultado de la influencia de la accesibilidad del usuario de Brasil y Colombia en la coproducción	91
Tabla 16. Tabla de la verdad: Influencia de la variable Evaluación de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción con solución parsimoniosa.	92
Tabla 17. Resumen del resultado de la influencia de la evaluación del usuario de Brasil y Colombia en la coproducción	93
Tabla 18. Tabla de la verdad: Influencia de la variable Incentivos de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción con solución parsimoniosa	94
Tabla 19. Resumen del resultado de la influencia de los incentivos de Brasil y Colombia en la coproducción	95
Tabla 20. Tabla de la verdad: Explicación del resultado de éxito de AP, EU e IG en la coproducción en Colombia.....	99
Tabla 21. Tabla de la verdad: Explicación del resultado de éxito de AP, EU e IG en la coproducción en Colombia con solución parsimoniosa.	100
Tabla 22. Resumen del resultado de éxito de AP, EU e IG en Colombia	101
Tabla 23. Tabla de la verdad: Explicación del resultado de éxito de AP, EU e IG en la coproducción en Brasil	102
Tabla 24. Tabla de la verdad: Explicación del resultado de fracaso de AP, EU e IG en la coproducción en Brasil	103
Tabla 25. Resumen del resultado de fracaso de AP, EU e IG en Brasil.....	104
Tabla 26. Estrategias gubernamentales para motivar la coproducción ciudadana.	105
Tabla 27. Construcción del objetivo 3.....	107
Tabla 28. Barreras en la coproducción de servicios públicos.....	108
Tabla 29. Beneficios en la coproducción de servicios públicos	110
Tabla 30. Efectos para las empresas de una mayor participación ciudadana	112
Tabla 31. Construcción del objetivo 4.....	115
Tabla 32. Estrategias gubernamentales de calidad y eficacia en las plataformas.....	115
Tabla 33. Planes implementados para mejorar la calidad y la eficacia en la plataforma	117
Tabla 34. Estrategias para aumentar la participación ciudadana.....	119

Tabla 35. Estrategias gubernamentales por categorías.....	122
---	-----

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

AAP: Antigua Administración Pública

AP: Accesibilidad a la plataforma

APDR: *Analyze, Plan, Do, Review*

csQCA: *crisp-set qualitative comparative analysis*

EU: Evaluación del usuario

fsQCA: *fuzzy set*

GPS: Sistema de Posición Global

IG: Incentivos gubernamentales

MEPA: *Municipal eGov Platform Assessment Model*

mvQCA: *multi-value*

NGP: Nueva Gestión Pública

NPM: *New Public Management*

NPS: Nuevo Servicio Público

OPA: *Old Public Administration*

QCA: *Qualitative Comparative Analysis*

RESBRA: Respuestas en Brasil

RESCOL: Respuestas en Colombia

RESCOLBRAS: Respuestas Colombia y Brasil

SENACON: Secretaria Nacional do Consumidor

SIC: Superintendencia de Industria y Comercio

TICs: Tecnologías de Información y Comunicaciones

VD: variable dependiente

VI: variable independiente

TABLA DE CONTENIDO

1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Objetivos de la investigación	6
1.2.1 Objetivo General	6
1.2.2 Objetivos Específicos	7
1.3 Justificación	7
2 MARCO TEÓRICO	11
2.1 Servicios en los diferentes modelos de la administración pública	11
2.2 Conceptos de Coproducción	14
2.2.1 Coproducción de servicios públicos	17
2.2.2 Tipos de coproducción	21
2.2.3 Fases de la coproducción	26
2.3 Papel del gobierno en la coproducción	27
2.3.1 Participación del usuario en la coproducción	30
2.3.2 Cuando se da la coproducción entre el gobierno y el usuario	32
2.3.3 Recuperación de servicios	33
2.4. Factores que motivan a la coproducción	35
2.4.1 Estrategias gubernamentales que influyen al ciudadano en la coproducción	38
2.4.2 Incentivos del gobierno para la coproducción	40
2.5 Que dirección está tomando el tema Coproducción de servicios públicos en la literatura? Un análisis del periodo 2011-2021	47
2.6 Modelo teórico conceptual	59
2.6.1. Accesibilidad a plataformas digitales para la coproducción de servicios públicos (P1)	60
2.6.2. Evaluación del usuario respecto a las plataformas que fomentan la coproducción de servicios públicos (P2)	61
2.6.3. Incentivos gubernamentales para aumentar la coproducción de servicios públicos en las plataformas (P3)	64
3 MÉTODO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	68
3.1 Características metodológicas de la investigación	68
3.2 Procedimientos metodológicos de la etapa cualitativa con el método Análisis de Contenido	69

3.3 Procedimientos metodológicos con QCA	70
3.4 Caracterización del locus de la investigación	73
3.5 Procedimientos de recopilación de datos	74
3.5.1 Investigación documental	75
3.5.2 Entrevistas.....	75
3.5.3 Encuesta	76
3.6 Procedimientos de análisis de datos	79
4. RESULTADOS Y DISCUSIONES	82
4.1 Descripción de estructura de las plataformas digitales consumidor.gov.br y Sicfacilita	82
4.1.1 Manual del usuario de Consumidor.gov.br	83
4.1.2 Manual del usuario de Sicfacilita.....	83
4.2 Factores motivadores en la frecuencia de coproducción de servicios públicos.....	87
4.2.1 Análisis comparativo sobre la influencia de las variables independientes en la frecuencia de coproducción en Colombia y Brasil	90
4.2.2 Análisis sobre la influencia de las variables independientes en la frecuencia de coproducción en Colombia.	99
4.2.3 Análisis sobre la influencia de las variables independientes en la frecuencia de coproducción en Brasil.....	102
4.3 Factores que intervienen en la coproducción de servicios públicos desde la perspectiva de los gobiernos	107
4.4 Estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos	114
CONCLUSIONES	125
REFERENCIAS	129
APÉNDICES	148
Apéndice 1: Formulario de consentimiento informado - Español	148
Apéndice 1.1: Termo de Consentimento Livre y Esclarecido - Português	149
Apéndice 2: Guion de entrevista con agentes gubernamentales -Español	150
Apéndice 2.1: Roteiro de Entrevista Semiestruturada com Agentes Governamentais – Português.....	151
Apéndice 3: Encuesta con ciudadanos usuarios de las plataformas - Español	153
Apéndice 3.1: Questionário com cidadãos usuários da plataforma - Português.....	156
Apéndice 4: Tablas dicotomizadas	159

1 INTRODUCCIÓN

A finales del siglo XIX (Osborne, 2006) después de la segunda guerra mundial (1939-1945), surgió la Antigua Administración Pública (AAP) o *Old Public Administration* (OPA) (Meijer, 2016), también llamada Administración Pública (AP) o *Public Administration* (PA). En esa época era el estado el encargado de asumir todas las necesidades de los ciudadanos (Osborne, 2006), y fue criticado por no poder suplirlas ni atenderlas (Ostrom & Ostrom, 1971). Esta situación generó un nuevo tipo de relaciones entre el gobierno y los ciudadanos, (Osborne, 2006) una Nueva Gestión Pública (NGP) o *New Public Management* (NPM) fundamentada en la elección racional y las teorías de gestión pública (Osborne, 2006).

Sin embargo, debido a la existente discrepancia entre la Nueva gestión pública, y la Antigua Administración Pública (Osborne, Radnor, & Nasi, 2012), ya que fue criticado fuertemente su enfoque intra - gubernamental, (Meijer, 2016) nace la Nueva Gobernanza Pública (NGP) o *New Public Governance* (NPG), para atender las necesidades del siglo XXI. Desde esta nueva perspectiva, el ciudadano ahora es considerado como socio gubernamental (Meijer, 2016).

La Nueva Gobernanza Pública, discutida en la obra *The new public governance* (Osborne, 2006) es una apuesta por el futuro, el producto de un compromiso de renovación de los conceptos de administración y gestión pública, en el que están presentes los desafíos y retos a los que se enfrentan las administraciones con la sociedad. De ahí, que pueda pensarse en un modelo de gobierno que enfrente los desafíos sociales y establezca un proceso de coproducción, en el cual la comunidad participe activamente en torno a problemas de interés público, de manera articulada a los gobiernos locales, y a las entidades e instituciones involucradas, promoviendo así, el acercamiento entre proveedores, servicios y ciudadanos (Tombi, Salm & Menegasso, 2006). Andfossen (2020) defiende la coproducción como útil e innovadora para accionar los recursos en la interacción entre ciudadanos y empleados del sector público asistencial. Esta relación entre el gobierno y el ciudadano a través de la *New Public Governance*, que está marcando tendencias a nivel global, se caracteriza por mantener una relación estrecha y activa con el ciudadano con el objetivo de conocer sus percepciones y motivarlo a participar sobre temas de su interés, que serán implementados en los proyectos del gobierno. Al respecto, Zarina (2020) aborda la coproducción entre el gobierno y

estudiantes de computación y cocreación sobre el diseño de servicios y la participación ciudadana, consecuentemente.

Hoy en día se hace cada vez más importante que los ciudadanos participen en la toma de decisiones de los gobiernos, (Chatfield & Reddick 2017) puesto que fue comprobado que los procesos de interacción en redes entre la sociedad y el gobierno, generan mayor eficiencia y alcance en caso de catástrofe. Edelmann y Mergel (2021) sostienen que es necesaria la coproducción de servicios públicos, pues es un factor clave en la prestación de servicios públicos e innovación. La coproducción, ocupa parte central del discurso público, sobre gobernanza y profundización de la democracia en América Latina, aunque aún son escasos los estudios sobre coproducción.

El concepto coproducción se originó en la literatura de administración pública por iniciativa de Elinor Ostrom e investigadores asociados de la Universidad de Indiana sobre Teoría Política y Análisis de Políticas (Ostrom E., 1996; Correia, 2017; Brandsen & Honingh, 2016; Nabatchi, Sancino & Sicila, 2017; Silvestre, Catarino & Araujo, 2016). El concepto fue desarrollado tanto en coproducción de servicios (Osborne, Radnor & Strokosch, 2016, Pestoff, Osborne & Brandsen, 2006), como en coproducción de políticas (Brudney & England, 1983; Nyland, 1995) y es un tema atractivo para las investigaciones orientadas a la sociedad civil y para el estudio del estado (Valdivieso & Rangel, 2019) y según los autores Nabatchi et al. (2017), la coproducción volvió a ganar protagonismo en la investigación del siglo XXI.

Ostrom (1996) expresa que la participación de los ciudadanos en la coproducción se ha concebido como voluntaria. Del mismo modo, la coproducción es de cierta forma, natural para los estudiosos de la provisión de servicios, en vista de que no se puede hacer entrega de servicios sin que exista coproducción. Adicionalmente, la autora (1996) manifiesta que la participación de los ciudadanos en la coproducción es voluntaria y natural para los estudiosos de la provisión de servicios, ya que expresan que no se puede hacer entrega de servicios sin la coproducción. Ahora bien, existen algunas estrategias e incentivos por parte del gobierno para fomentar la coproducción o crear coproductores. Según Parés (2017), se pueden identificar cuatro estrategias en las que los gobiernos locales por su parte tratan de decidir la coproducción con la sociedad civil, dependiendo del rol que tomen (el rol promotor, rol activador, rol facilitador y rol relacional). Así pues, la coproducción usualmente ocurre

cuando cualquiera de las dos partes encuentra un problema a resolver y considera que la participación de la otra es indispensable y deseable. En situaciones en que se presentan las fallas en la prestación de servicios usualmente se activan las prácticas de coproducción.

Adicionalmente, algunos incentivos gubernamentales pueden ser encontrados en la literatura, según Soares y Farias (2018), los incentivos pueden variar de acuerdo con el tipo de coproducción que se quiera impulsar, la consolidación y promoción de espacios participativos, los subsidios y ayudas a aquellas familias que colaboraran, son considerados incentivos en la coproducción para mejorar el servicio público.

Además, Sharp (1978) identificó tres tipos de incentivos en la coproducción; i) incentivos materiales (dinero y bienes), ii) incentivos solidarios (socialización, diversión y sentido de pertenencia), iii) incentivos expresados (sentido de haber contribuido a una causa común) (Percy, 1984). Por otro lado Bovaird *et al.*, (2015), declaran que las características sociodemográficas, la apreciación que tienen los ciudadanos sobre la eficacia y la efectividad del gobierno son variables que están directamente relacionadas con la coproducción. Con todo, cuánto más los ciudadanos son informados y actualizados sobre las actividades de la agencia, más confían y la consideran transparente, incluso si la agencia tiene una participación más activa en las redes sociales, los usuarios se muestran más receptivos y desarrollan confianza (Arshad, & Khurram, 2020).

1.1 Planteamiento del problema

Casi 50 años han pasado desde la definición de coproducción en la administración pública por Elinor Ostrom e otros investigadores (Ostrom, 1996; Brandsen & Honingh, 2016; Nabatchi *et al.*, 2017; Silvestre *et al.*, 2016) y se han generado evoluciones del concepto a través de este tiempo. Por lo tanto, Nabatchi *et al.* (2017) proponen aclarar el concepto de coproducción de servicios públicos, para conocer los actores que están involucrados, su objeto, y cuáles son los resultados de este proceso. Adicionalmente, aún continúan sugerencias de agendas por parte de autores sobre la necesidad de conceptualización y ampliación del concepto de coproducción (Mok, 2019; Lu & Sidortsov 2019; Jukić *et al.*, 2019; Edelmann & Mergel 2021).

Ostrom (1996) ingresó en el léxico de la administración pública el término de coproducción a finales de los años setenta y principios de los ochenta del siglo XX con el fin

de ayudar a explicar el papel de los ciudadanos en la producción de servicios públicos, específicamente con el fin de describir una nueva definición de la participación directa del ciudadano en el proceso de prestación de servicios con agentes de servicio profesional.

Osborne y Strokosch (2013) destacan que, para una mejor comprensión de la coproducción y sus beneficios, es necesario distinguir las formas de participación ciudadana. Y para promover esta participación Borges y Farias (2020) señalan que se debe comprender los motivos, el perfil y la voluntad que tienen los brasileiros para coproducir e identificaron que existe una coproducción mayor en los servicios de salud, medio ambiente y seguridad, además, destacan que cuando mas seguro se siente el ciudadano hay menos disposición a coproducir y entre más saludable es el ciudadano, mayor disposición a coproducir.

Desde la perspectiva del ciudadano, Martins, Farias y Angelo Junior (2019) identificaron nueve acciones de estímulo gubernamentales a la coproducción de la seguridad pública: implementación de los consejos de seguridad comunitarios, promoción de mecanismos de participación, uso de la oficina del defensor del pueblo de los órganos de seguridad, solicitudes de asistencia de los ciudadanos, estímulo a la denuncia de delitos, programas sociales promovidos por agencias de seguridad, formación de grupos de interacción comunidad-policía, creación de una aplicación de mapeo de desorden público y suministro de información.

Además, los autores Ferreira y Farias (2019) verificaron la pertinencia e identificaron la influencia que tenían las motivaciones en la frecuencia para coproducir en *Hackathons* (reunión de hackers, para crear proyectos con soluciones digitales para los ciudadanos) y encontraron diversas variables importantes influyentes en la frecuencia de las participaciones que realizaban, como por ejemplo: la actitud; el reconocimiento; la diversión; el aprendizaje; las recompensas económicas, entre otras.

Por otro lado, Linders (2012) expresa que el gobierno como plataforma (gobierno al ciudadano), disponibiliza herramientas que sirven de apoyo para la coproducción, las cuales comprenden: diseño de servicios, entrega y ejecución de servicios y servicio de monitoreo. Mediante el uso de tecnologías como las plataformas electrónicas gubernamentales se incentiva y se fortalece la coproducción, ya que estas plataformas digitales actúan como bienes comunes y son consideradas como espacios digitales en los que los ciudadanos y los agentes públicos interactúan y colaboran. Como ejemplo, está la

plataforma www.consumidor.gov.br establecida como un servicio público gratuito por parte del estado Brasileiro, creada para la solución por internet de conflictos de consumo, permitiendo la comunicación directa entre las empresas y los consumidores de forma transparente y pública. Así mismo, se tiene la plataforma Sicfacilita.sic.gov.co en Colombia, cuyo objetivo es ofrecer una herramienta virtual facilitadora para que consumidores y proveedores alcancen acuerdos sobre reclamaciones relacionados con derechos del consumidor, con el fin de resolver problemas de consumo logrando una solución rápida y eficaz sin necesidad de acudir a las instancias judiciales.

Debido a las fallas y conflictos que se presentan en la prestación de servicios se diseñan estrategias para recuperar estos servicios de manera que no afecte la reputación de la empresa, ni sus rendimientos económicos y para Redck *et al.* (2019) una de las estrategias usadas recientemente en la recuperación del servicio, después que ocurre una falla, es la coproducción. Es decir, la coproducción de un servicio consiste en la participación del consumidor en la creación de una solución para la falla; que el consumidor (cliente / usuario) trabaje junto al proveedor del servicio para solucionar el problema.

Dado que este trabajo se centra en la coproducción de servicios públicos, se realizó un estudio comparativo entre las plataformas digitales de protección al consumidor y gubernamentales de Brasil y Colombia, analizando la coproducción de servicios públicos de solución de conflictos de consumo en los dos países respecto a la frecuencia de coproducción a partir de la accesibilidad, evaluación e incentivos percibidos por el ciudadano.

Las plataformas digitales Consumidor.gov.br de Brasil y Sicfacilita de Colombia fueron elegidas puesto que, comparten notables similitudes que reflejan su compromiso con la eficacia y la mejora continua en la prestación de servicios gubernamentales. Ambas iniciativas son ejemplos destacados de la adaptación de las tecnologías digitales para fortalecer la interacción entre ciudadanos y entidades gubernamentales. Las dos plataformas comparten el propósito fundamental de facilitar la comunicación y la resolución de conflictos entre los consumidores y las instituciones gubernamentales.

Tanto Consumidor.gov.br como Sicfacilita se erigen como intermediarios virtuales que promueven la transparencia y la prontitud en la atención de los ciudadanos, estableciendo un canal eficiente para la presentación de quejas y la búsqueda de soluciones. Además, buscan fomentar la coproducción de servicios mediante la participación activa de la

comunidad en la identificación de problemas y la propuesta de soluciones. Este enfoque colaborativo refleja el compromiso de ambas naciones en fortalecer la democracia participativa y construir un gobierno más receptivo a las necesidades de la sociedad. Asimismo, la implementación de tecnologías seguras y confiables es una prioridad compartida. Consumidor.gov.br y Sicfacilita han integrado medidas robustas de seguridad de la información para garantizar la privacidad de los usuarios y la integridad de los datos.

Como fue mencionado, un ejemplo es la plataforma www.consumidor.gov.br, que fue creada en junio de 2014, cuenta con 849 empresas participantes, resuelve el 80% de los casos y facilita la resolución de conflictos de los consumidores de una forma rápida y sin burocracia, sin la necesidad de acudir al poder judicial. *Consumidor.gov.br* está establecida como un servicio público, y se tuvo en cuenta como locus de estudio, dentro de la lista de países latinoamericanos con plataformas de protección al consumidor, para analizar el servicio público de solución alternativa de conflictos de los consumidores.

Las plataformas digitales investigadas en este estudio, son servicios prestados y mantenidos por el gobierno de cada país, ofrecen un ambiente favorable en el cual estos actores pueden solucionar sus conflictos de una forma más ágil menos costosa, y sin acudir al poder judicial (Schmidt-Kessen, Nogueira & Cantero, 2019), o en algunos casos, brindan la información y capacitación necesaria para informar adecuadamente al ciudadano, con el fin de que este pueda reclamar ante la empresa de forma eficiente y solucionar su conflicto.

Por consiguiente, nace la siguiente pregunta problema ¿En que grado la accesibilidad, evaluación e incentivos influyen en la frecuencia de coproducción del ciudadano en el servicio público digital para solución de conflictos de consumo en Brasil y Colombia?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General

Analizar la coproducción de servicios públicos digitales para solución de conflictos de consumo en Brasil y Colombia respecto a la frecuencia de coproducción a partir de la accesibilidad, evaluación e incentivos percibidos por el ciudadano.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Describir la estructura de las plataformas digitales Brasileira y Colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo, siguiendo el manual de usuario.
2. Verificar la influencia de los factores motivadores (accesibilidad, evaluación e incentivos) de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción de servicios públicos digitales desde la perspectiva del ciudadano usuario.
3. Verificar los factores intervinientes (beneficios, barreras y efectos) desde la perspectiva de los gobiernos, en la coproducción de servicios públicos en las plataformas de Brasil y Colombia.
4. Identificar las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos a partir de la visión de gestores de las plataformas investigadas en Brasil y Colombia.

1.3 Justificación

Aunque el término coproducción esté presente dentro de la administración pública, Salm y Menegasso (2009, p. 10) señalan que aún “no es lo suficientemente conocido”. En la coproducción ciudadana, los investigadores han podido identificar que los estudios empíricos sobre el tema, aún continuán siendo escasos (Mok, 2019) y continúa siendo necesario una conceptualización y ampliación del concepto (Lu & Sidortsov 2019; Jukić *et al.*, 2019; Edelmann & Mergel 2021). Además, aún hay poca claridad respecto al concepto de coproducción (Jukić *et al.*, 2019; Edelmann & Mergel 2021), y se pudo observar que son insuficientes o poco se discuten los estudios sobre los incentivos del gobierno para la coproducción.

Allen *et al.*, (2019), Holgersson y Karlsson (2014), McBride, Aavik, Toots, Kalvet y Krimmer (2019) y Scherer, Wimmer y Strykowski (2015) expresan que en la literatura no hay prueba empírica sobre la coproducción y la participación electrónica. De la misma forma

según Islam (2008), en las investigaciones empíricas aún se considera un tema inmaduro, respecto a la coproducción y la participación electrónica.

Por tal motivo, atendiendo a la necesidad, se considera oportuna una contribución académica, con la elaboración de este estudio, respecto al tema, concordando con los autores, ya que el tema de coproducción continúa siendo relevante y en los últimos años ha estado en la mira de la gestión pública, como referencia para la prestación de servicios a la comunidad (Weng & Zhang 2020).

Además, en áreas como la justicia y redes sociales, la coproducción de servicios públicos aún es poco estudiada (Gomes & Moura, 2018; Linders, 2012; Meijer, 2012; Salm & Menegasso, 2009; Voorberg, Bekkers & Tummers, 2015). Consecuentemente, Parrado, *et al.* (2013) abogaron por la necesidad de más estudios empíricos sobre la coproducción de servicios públicos.

Por tanto, la realización de esta investigación es importante tanto para el gobierno, como para la sociedad civil, debido a la insuficiente cantidad de estudios respecto al tema, como se ha mencionado y a la posibilidad de implementar estrategias gubernamentales efectivas y políticas públicas que contribuyan a la difusión de conocimiento y al aumento de coproductores comprometidos en la resolución de conflictos a través de plataformas digitales.

Como contribuciones empíricas, respecto a la relevancia del tema y de más investigaciones, Osborne, *et al.* (2012) manifiestan que la contribución de la coproducción de servicios públicos es la creación de valor público. Cluley y Radnor (2019) expresan que una forma de generar valor y contar con la participación del ciudadano como usuario, en la activación y valoración de la prestación de servicios públicos, es a través de la coproducción y creación. Pestoff (2006), declara que la coproducción lleva a la democratización de la distribución de los servicios de bienestar y, adicionalmente contribuye a la innovación de los servicios públicos (Pestoff, *et al.*, 2006). Los ciudadanos no solo deben ser considerados como clientes de los servicios, sino como actores fundamentales en su producción, lo que les posibilitaría su actuación como coproductores, es decir, podrían contribuir informando acerca de situaciones fuera de lo común en su localidad y colaborando con investigaciones de crímenes para la prevención del vandalismo (Pestoff, 2006).

Como contribución teórica, la identificación de estrategias, e incentivos gubernamentales para crear coproductores son esenciales, debido a las limitaciones

existentes dentro de la literatura (Nabatchi, *et al.* 2017; Verschuere, Brandsen & Pestoff, 2012), como por ejemplo, la falta de claridad en la definición y explicación del término y adicionalmente, la falta de reconocimiento por parte de los agentes públicos. Por esta razón, sería pertinente establecer las estrategias gubernamentales de incentivos para fomentar la coproducción de servicios públicos, a partir de los hallazgos identificados en los dos países elegidos para investigación en latinoamérica.

Chatfield y Reddick (2017) explican que anteriormente los ciudadanos no ocupaban un lugar primordial en el gobierno. Sin embargo, debido al origen de la coproducción ahora el ciudadano forma parte importante de las decisiones gubernamentales ya que se pudo comprobar que las redes de interacción con los ciudadanos proporcionaron mayor agilidad y alcance de las comunicaciones del gobierno en caso de desastre.

Thomsen y Jakobsen (2015) afirman que la coproducción ciudadana contribuye en la forma que mejora la prestación de servicios. Por tal motivo, el gobierno está acercando más al ciudadano para hacer más eficientes los procesos de coproducción. Soares y Farias (2018) encontraron que es imperante la provisión de información por parte del gobierno, para poder involucrar a la ciudadanía en los procesos de coproducción. Sin la divulgación adecuada y amplia de las políticas públicas sobre la coproducción, los usuarios no tienen acceso a estas posibilidades.

En la coproducción de servicios públicos es importante resaltar las iniciativas o estrategias gubernamentales para promover coproducción de servicios públicos (Jakobsen, 2013, Meijer, 2012; Thomsen, & Jakobsen, 2015; Voorberg, *et al.*, 2018) ya que, para que los ciudadanos se conviertan en coproductores de servicios públicos, deben estar no solamente motivados, sino, capacitados para hacerlo (Alford, 2002; 2009; Jakobsen, 2013; Van Eijk & Steen, 2015). Respecto a competencias, Dias y Farias (2021) expresan que la administración pública ha adoptado recursos TIC para brindar sus servicios en línea, fortaleciendo los autoservicios en plataformas digitales del gobierno. Sin embargo, declaran que la literatura se enfoca en las habilidades técnicas a través de *hardware* y *software*, y no en las competencias propias del ciudadano para coproducir en las plataformas.

Desde esta perspectiva, Jakobsen (2013) contempla que los gobiernos son los encargados de romper con las limitaciones y permitir que los ciudadanos menos favorecidos puedan participar de la coproducción y de esta forma contribuir a la equidad, además según

Hjortskov, Andersen y Jakobsen (2018) es la participación la que posibilita la capacitación ciudadana y aumenta el conocimiento acerca del gobierno.

Los gobiernos incentivan a la sociedad cada vez más para contribuir y alcanzar calidad de vida (Brudney & England, 1983), además los ciudadanos son considerados valiosos al participar en la prestación de servicios públicos (Osborne & Brown, 2011) al ser ejes fundamentales en la búsqueda de eficiencia y eficacia (Ostrom, 1996), disminución de costos y mayor satisfacción de las necesidades (Loeffler, Bovaird, & Ryzin, 2008).

Según Thomsen y Jakobsen (2015), las iniciativas gubernamentales aumentan la coproducción debido a que capacitan y motivan a los ciudadanos en la coproducción, por tanto, estas estrategias utilizadas por los gobiernos influirán en la participación de los ciudadanos en la coproducción de servicios públicos.

Voorberg, *et al.* (2015) concluyeron en su estudio que los responsables políticos contemplan la coproducción ciudadana como la piedra angular de la innovación social en el ámbito público, porque responde a las necesidades y retos que demanda la sociedad.

Ahora bien, el servicio público en esta investigación, es la solución alternativa de conflictos de consumo, que es prestado por los gobiernos en latinoamérica, a través de las plataformas digitales de protección al consumidor, generando una coproducción entre el gobierno, empresas y ciudadanos consumidores y facilitando el acceso a la justicia.

De esta forma, se hace necesario identificar que estrategias o incentivos utilizan los gobiernos, para motivar a los ciudadanos a coproducir y a participar en estas plataformas, y como estos usuarios las evalúan.

A continuación, se presentará el marco teórico, con los temas considerados relevantes en esta investigación.

2 MARCO TEÓRICO

Este capítulo trata de los principales conceptos contemplados en esta investigación empírica. Inicialmente, se presenta la definición de servicio públicos, coproducción de servicios públicos, posteriormente, el papel del gobierno en la coproducción y por último, los factores que motivan la coproducción.

2.1 Servicios en los diferentes modelos de la administración pública

“La administración pública contemporánea se articuló como consecuencia de un largo proceso político-constitucional que deviene de mediados del siglo pasado, en torno a un modelo organizativo jerárquico y una cultura profesional fundada en principios de racionalidad jurídica” (Boix, 1994, p. 21). Sin embargo, con la ampliación en el número y naturaleza de los cometidos encomendados al Estado, ha dado paso a la configuración de un nuevo modelo de administración pública el cual debe entenderse, ante todo, como una organización dirigida a la prestación de servicios públicos, en la que el usuario o sujeto receptor de estos servicios, generalmente el ciudadano, debía ser conceptualizado como cliente. “Este reconocimiento condujo a una nueva concepción de la gestión pública que, a su vez, conllevó cambios sustanciales tanto en la estructura organizativa de la administración como en su cultura interna. Esto es, las relaciones que se establecen entre empleados y el público” (Boix, 1994, p. 23).

En ese sentido, la definición actual de la administración pública, se evidencio en la nueva orientación de la actividad hacia el resultado, esto es, hacia el suministro de bienes y servicios, que a su vez puede ser medido y evaluado a través de la calidad de la prestación del servicio y la satisfacción del consumidor. Sobre esto, Villalba (1996) aduce como criterios de calidad para aplicar a la prestación de servicios, primero la regularidad y adecuación a la demanda, la capacidad del personal de prestar el servicio, la accesibilidad, facilidad de la comunicación, y conocimiento por el prestador de las expectativas del usuario. Segundo, la modificación de la percepción de los empleados de tal forma que puedan entenderse a sí mismos como parte de un proceso fructífero en el cual juega un rol tanto de responsable en la creación de servicios necesarios para el usuario como de productor del

servicio bien en coordinación con otras unidades; y tercero, el ajuste constante a las demandas variadas del cliente en concreto (Villalba, 1996).

De manera resumida, se presentan los dos modelos de Administración Pública a continuación en la Tabla 1, el modelo garantista, que se creó especialmente para la protección de los derechos individuales y el cambio de la labor en la administración de forma organizada, regular y previsible, sin embargo, debido a mudanzas intrínsecas y extrínsecas en la administración pública, surgió la necesidad de transformar la producción de servicios y por consiguiente, Boix (1994) propone modelo post – garantista con el objetivo de lograr una administración eficiente.

Tabla 1. Modelos de Administración Pública

	Modelo garantista	Modelo “post - garantista”
Misión	Aplicación de la legislación vigente (seguridad jurídica)	Prestación de servicios (satisfacción del cliente)
Sujeto	“administrado”	“cliente”
Organización	Estructura jerárquica	Unidades de control Unidades de servicio (responsables ante el cliente)
Proceso interno	Procedimiento administrativo	Proceso de producción
Cultura de la organización	Predominio del concepto de control y autoridad Racionalidad instrumental Rígida división de tareas	Autoridad + Negociación + Control + a través de relaciones cuasicontractuales (intercambio) + deliberación Cultura dirigida a la resolución de problemas Evaluación continua de resultados y de procedimientos.

Fuente: Elaboración propia con base en Boix (1994). Hacia una Administración Pública eficaz: Modelo institucional y cultura profesional en la prestación de servicios públicos. Gestión y análisis de políticas públicas, (1).

Para el caso brasileiro Bier *et al.* (2010) afirman que en la década de 1980 la incapacidad del Estado para proporcionar bienes y servicios públicos necesarios para la población motivó el establecimiento de diversos programas y acciones reformistas marcados por la importación de ideas del sector privado a organizaciones públicas. Según Schommer (2003), durante este periodo la gestión pública brasileira vivió intensas transformaciones, producto del proceso de redemocratización del país, siendo una de estas la descentralización

de las relaciones previamente establecidas entre los diferentes niveles de gobierno, el Estado y la sociedad; dando paso a la participación de nuevos actores en la formulación, implementación y control de políticas públicas (Bier *et al.*, 2010; Schommer, 2003).

En este contexto de reforma (Nabatchi, *et al.*, 2017) ingresó el término de coproducción acuñado por Elinor Ostrom para explicar el papel de los ciudadanos en la producción de servicios públicos (Brudney & England, 1983, p.59).

Esto, en el marco de un periodo de recortes fiscales, reconstrucción del servicio intergubernamental de Estados Unidos, implementación de un enfoque de productividad operativa y desprofesionalización de las burocracias que empezó a florecer alrededor del mundo bajo la bandera de la *New Public Management* (NPM) tal como se mencionó previamente (Nabatchi, *et al.*, 2017; Hood, 1995; Pollitt, 1990; Stewart, 1993).

Sin embargo, el esplendor de este enfoque apenas logró llegar hasta la década de 1990, y solo resurgió entrados los años 2000 cuando de manera amplia fue reconocida la naturaleza cada vez más sectorial de la gobernanza en la administración pública (también apodada como “nueva gobernanza”), pues esta reconocía las complejas relaciones entre actores y organizaciones en lo público, privado y sectores no gubernamentales, enfatizando un modelo “pluralista de servicio público basado en relaciones interorganizacionales, redes, asociaciones de colaboración, y otras formas de político multi actor de toma de decisiones y acción pública” (Nabatchi, *et al.*, 2017, p.767).

Sumado a esto, la crisis financiera mundial que golpeó a naciones de todo el mundo entre 2007 y 2008, y el declive progresivo del sentido *moi commun* de la ciudadanía, acrecentó en los académicos y profesionales la necesidad de buscar un nuevo mecanismo de prestación de servicios públicos que revitalizará el papel de la ciudadanía en las comunidades, más allá del simple votante y cliente (Levine & Glenn, 1984; Nabatchi, *et al.* 2017).

Allen, Taminda, Bickerton y Cho (2019) señalan, que en la literatura se sabe poco sobre los impactos que tiene la coproducción ciudadana, a través de la tecnología para mejorar la prestación de servicios. Sin embargo, la inclusión digital o adopción de tecnologías por parte de gobierno, podría representar más oportunidades para que las personas coproduzcan, pues, según Chatfield y Reddick (2018a) y Chatfield y Reddick (2018b), la coproducción a

través de las TIC, se ha vuelto una forma más práctica de participación, debido a su rapidez y fácil acceso para comunicarse con el gobierno.

La naturaleza instantánea que tiene la tecnología, ha permitido una comunicación directa entre el gobierno y los ciudadanos a través de plataformas, dispositivos móviles, etc. rompiendo las barreras tradicionales (Carlisle & Patton, 2013). Para Arshad y Khurram (2020) es vital que los gobiernos implementen y adapten estrategias con los recursos disponibles. De esta forma, se puede conducir a la mejora en la prestación de servicios públicos, que respondan a las necesidades y problemas de la comunidad.

La adopción de TIC por parte del gobierno, puede ser beneficiosa dado que, de acuerdo con Allen, Tamindael, Bickerton y Cho (2019), ciudadanos con habilidades tecnológicas estarían interesados en coproducir y colaborar, por medio de plataformas digitales, aplicaciones móviles, redes sociales, entre otras, con el objetivo de ser partícipe de los cambios generados en la prestación de servicios (Bonson et al., Akbar, 2015; Lee & Porumbescu, 2019). En consecuencia, para mejorar la prestación de servicios, los gobiernos se preocupan por entender a los ciudadanos y de esta forma, proporcionar calidad de vida y sustentabilidad, al tiempo que, cumplen con sus objetivos de gobierno (Allen, Tamindael, Bickerton & Cho, 2019).

2.2 Conceptos de Coproducción

Para Nabatchi *et al.* (2017), la definición de coproducción debe realizarse basado en el quién y en el qué, propio del desglose del concepto. El lado "co-" de la coproducción involucró dos conjuntos de actores: Productores regulares (es decir, gobierno - profesionales) y productores ciudadanos o coproductores (es decir, civiles que participan voluntariamente como individuos o en grupos) (Ostrom, 1996; Parks *et al.*, 1981), mientras el lado de producción se centró inicialmente en la prestación de servicios. “No obstante, la aplicación indiferenciada del término a todo el ciclo de servicios públicos, así como a áreas que generalmente no están relacionadas con este, complejizó el rango de actividades a las que se aplicaba, obligando a que el concepto fuera refinado y explicado claramente” (Nabatchi *et al.*, 2017, p. 768).

De allí que, a través de un muestreo, (Nabatchi *et al.*, 2017) evidenciaran la multiplicidad de conceptos que rondan derredor el término de coproducción y de qué manera,

este se ha transformado con el pasar del tiempo. Así, para Whitaker (1980, p. 242) existen “tres tipos generales de actividades que constituyen la coproducción: (1) ciudadanos que solicitan asistencia de agentes públicos; (2) ciudadanos que prestan asistencia a agentes públicos; y (3) ciudadanos y agentes que interactúan para ajustar las expectativas y acciones de servicio de los demás”. Sobre esto, Brudney y England (1983) y Bier *et.al.* (2010, p.59) se refieren a la coproducción como “una combinación crítica de actividades proporcionadas por agentes y ciudadanos que proporcionan servicios públicos”.

Por su parte, Levine y Glenn (1984, p. 181) definen el termino como “la provisión conjunta de servicios públicos por parte de agencias públicas y consumidores de servicios”. Mientras que Ostrom (1996, p. 1073) lo define como “el proceso a través del cual los insumos utilizados para proporcionar un bien o servicio son aportados por individuos que no están 'en' la misma organización”. Peng y Keane (2019) definen la coproducción como diferentes tipos de producción colaborativa. Tambovtsev V.L., Rozhdestvenskaya I.A. (2023) se enfocan en el concepto de coproducción, el cual potencia la participación de los ciudadanos tanto en la toma de decisiones como en su implementación.

Por otro lado, Lember, Brandsen y Tönurist (2019) aclaran que la coproducción y la co-creación, llevan a los ciudadanos a realizar contribuciones directamente dentro de la organización, además de involucrar una participación ciudadana activa en la composición de los servicios. Adicionalmente, la coproducción, se enfoca en la contribución directa realizada por los ciudadanos en el proceso de producción y es asociada generalmente a los servicios que ellos reciben a lo largo de la activación del ciclo de producción (Lember, Brandsen & Tönurist 2019). Williams *et al.* (2020) declaran que la coproducción implica el conjunto de talentos y habilidades de todos los participantes y requiere el apoyo al trato igualitario, para sacarles el mejor provecho.

Para Joshi y Moore (2004, p. 40) “la coproducción institucionalizada es la provisión de servicios públicos (ampliamente definidos, para incluir la regulación) a través de un programa regular a largo plazo sustentado en una relación entre agencias estatales y grupos organizados de ciudadanos, donde ambos hacen contribuciones sustanciales de recursos”. De manera análoga, Bovaird (2007, p. 847) complementa esta definición considerando la coproducción como “la prestación de servicios a través de relaciones regulares a largo plazo entre proveedores de servicios profesionalizados (en cualquier sector) y usuarios de servicios

u otros miembros de la comunidad, donde todas las partes hacen contribuciones sustanciales de recursos”

Pestoff (2009, p. 197) afirma que “la coproducción proporciona un modelo para la combinación de los agentes del servicio público y los ciudadanos que contribuyen a la prestación de un servicio público” y Alford (1998, p. 128) concibe la coproducción como “la participación de ciudadanos, clientes, consumidores, voluntarios y / u organizaciones comunitarias en la producción de servicios públicos, así como en el consumo o de otra manera beneficiarse de ellos”.

Weng y Zhang (2020) sostienen que la coproducción comprende la participación de los usuarios, ya sea de manera voluntaria o no, en todo el proceso de la prestación de servicios públicos. Adicionalmente, la participación ciudadana contribuye con calidad en el servicio comunitario y disminuye los gastos públicos al contar con los recursos que ofrecen los propios ciudadanos, como el tiempo y su conocimiento (Weng & Zhang, 2020). Originalmente la coproducción se desarrolló como medio alternativo, para mejorar la prestación de servicios públicos, con la primicia de aumentar la calidad en los servicios ofrecidos a la comunidad (Weng & Zhang, 2020). Por otro lado, Gazley *et al.* (2020) manifiestan que el concepto de coproducción, es fruto de las fallas o fracasos del gobierno, a pesar de no estar de forma evidente y clara dentro de la literatura.

Para Boyle y Harris (2009, p. 11) “la coproducción significa brindar servicios públicos en una relación igualitaria y recíproca entre profesionales, personas que utilizan los servicios, sus familias y sus vecinos”. No obstante, Alford (2009, p. 23) considera que “la coproducción es cualquier comportamiento activo de cualquier persona ajena a la agencia gubernamental que: es conjunta con la producción de la agencia o es independiente de ello, pero impulsado por alguna acción de la agencia; es al menos parcialmente voluntario; y crea intencionalmente valor privado y / o público, en la forma de productos o resultados”.

Brandsen y Honingh (2016, p. 431) entienden “la coproducción como una relación entre un empleado remunerado de una organización y (grupos de) ciudadanos individuales que requiere un contacto directo y activo al trabajo de la organización”. Al respecto, Surva, Tõnurist y Lember (2016, p. 1031) encuentran en la coproducción “una manera de involucrar a los ciudadanos como co-diseñadores y co-implementadores de servicios que generalmente son prestados por organizaciones públicas”. Y Gouveia, A., Júnior, Bezerra, J. C. V., &

Cavalcante, C. E. (2023) refieren que la coproducción beneficia a la administración pública al establecer una conexión entre la participación ciudadana y la generación de servicios públicos.

Por su parte, Bovaird y Loeffler (2016, p. 1006) afirman que la coproducción es “servicios públicos y ciudadanos que hacen un mejor uso de los activos y recursos de cada uno para lograr mejores resultados o mejorar eficiencia”. Mientras Alonso *et al.*, (2019, p. 2) precisan la participación ciudadana en la producción de servicios como “contribuciones directas y activas de los ciudadanos al trabajo de las organizaciones públicas, teniendo como objetivo ayudar a los gobiernos a abordar los desafíos sociales que ahora enfrentan”.

Campanale, Mauro y Sancino (2020) adoptan la definición de coproducción dada por Nabatchi et al. (2017, p. 769), en la que expresan que es "un concepto general que captura una amplia variedad de actividades que pueden ocurrir en cualquier fase del ciclo de servicio público y en el que los actores estatales y laicos trabajan juntos para producir beneficios". Además de las fases del ciclo del servicio público, la coproducción puede manifestarse en diferentes niveles; individual, grupal y colectivo, que dependen de las personas implicadas (Campanale, Mauro, & Sancino, 2020). Conjuntamente en su estudio (Campanale, Mauro, & Sancino, 2020), enfatizan que la coproducción está fundamentada en dos aspectos: i) responsabilidad y respaldo en los proyectos de coproducción y ii) información útil y fácil para todos los involucrados e interesados.

2.2.1 Coproducción de servicios públicos

En una sociedad que día por día aumenta a un ritmo mayor las demandas sociales y exige a los gobiernos responder ante dichas peticiones, sobrepasando muchas veces su capacidad de contestación refiere inmediatamente un fenómeno que vale la pena reflexionar especialmente cuando este involucra una activa participación ciudadana en las decisiones que afectan directamente la vida de la comunidad, evocando premisas como el bien común, la solidaridad y el compromiso cívico (Tombi *et al.*, 2006).

El gobierno debe asumir desafíos sociales y establecer un proceso de coproducción, un proceso en el que la comunidad políticamente organizada delibera sobre sus necesidades y participa activamente en torno a problemas de interés público, de manera articulada a los

gobiernos locales, y las entidades e instituciones involucradas. Promoviendo así, el acercamiento entre proveedores de servicios, servicios y ciudadanos (Tombi *et al.*, 2006).

No obstante, De Abreu Ronconi, Debetir y de Mattia (2011) sostienen que la coproducción del bien público entendido como: “la producción conjunta (sociedad, estado e industria) de cierto bien o servicio de interés público” compuesto por “la descentralización e interacción entre el Estado y la sociedad civil en un proceso de resignificación de la esfera pública” (De Abreu Ronconi *et al.*, 2011, p.46) es un concepto desarrollado a finales de los setenta en un contexto de reclamación de apertura de nuevos espacios a la sociedad civil dentro del Estado, así como de cuestionamientos de la ciudadanía sobre el papel gubernamental en la gestión pública y la concepción de lo público como sinónimo de propiedad estatal (Ronconi, 2003; De Abreu Ronconi, *et al.*, 2011).

Esta postura demandante coloca sobre la mesa el debate sobre la razón por la cual la sociedad civil se involucra en procesos que en principio le corresponden a la arquitectura estatal. En ese sentido, Verschuere *et al.* (2012) retoman algunos presupuestos que explican dichas posturas. Así, desde el razonamiento económico, la teoría de elección pública afirma que las personas son multiplicadoras de beneficios que solo coproducirán si superan los costos, estando estos beneficios relacionados con las llamadas recompensas externas (Alford, 2009), es decir, las personas coproducen a cambio de un beneficio que debe compensar tiempo y esfuerzo, el cual puede ser monetario (un cupón a cambio de dinero) o no monetario (por ejemplo vecindarios seguros mediante la incorporación al frente de vigilancia o vías en buen estado a cambio de ser miembro de la cuadrilla de construcción) (Alford, 2009). “No obstante, otra postura reconoce que las personas también pueden estar impulsadas por valores como el altruismo o la sociedad” (Verschuere, *et al.*, 2012, pp.1086-1087).

Sobre esto, Alonso *et al.* (2019) señalan tres tipos de incentivos que influyen en la coproducción ciudadana. “El primero es el incentivo material (dinero, cupones, etc.), el segundo es el incentivo solidario (pertenencia a un grupo) y el tercero, el incentivo intangible (recompensas intrínsecas o satisfacción con buena acción moral)” (Alford 2002, 2009; Sharp 1984; Van Eijk & Steen 2014, 2016; Alonso *et al.*, 2019, p.1623). Para los autores, más allá de los incentivos materiales, el deseo de pertenecer a un grupo puede resultar en un sentido de satisfacción asociado con incentivos solidarios como servir al interés de una comunidad

de personas o en un sentido más amplio contribuyendo al bienestar común (Perry & Hondghem, 2008; Clohesy, 2000; Alonso *et al.*, 2019, p.1623).

Así mismo, “el valor de la autoeficacia definida como el grado en que ellos [los ciudadanos] sienten que pueden marcar la diferencia al influir en el servicio” (Bandura, 1997; Parrado *et al.*, 2013; Alford & Yates, 2016, p. 162) pues para la sociedad civil constituye un motivador intrínseco que favorece el comportamiento de la coproducción ya que refleja tanto la voluntad como la capacidad de tener un impacto en los resultados del servicio público (Alford & Yates, 2016).

Adicional a esto, Alonso *et al.* (2019) traen a colación posturas que relacionan “el género, la edad, la educación y la división urbano / rural; como agentes determinantes en la motivación de la ciudadanía” (Alonso *et al.* 2019, p. 1624). En ese orden de ideas, mediante estudios empíricos proponen primero que, las mujeres participan probabilísticamente hablando más que los hombres (Christensen & Lægreid, 2005; Alonso *et al.*, 2019), y “expresan una preferencia más fuerte por el medio ambiente” (Zelezny, Chua y Aldrich 2000; Alonso *et al.*, 2019, p. 1624), segundo, que desde el punto de vista de actividades cívicas existe mayor probabilidad de contar con la participación de personas mayores (Putnam, 2000; Alonso *et al.*, 2019), tercero, que dependiendo del nivel de educación y conocimiento sobre el medio ambiente, las personas tienen mayor conciencia y preocupación en la participación de la protección del medio ambiente y finalmente que los residentes rurales colocan mayor prioridad en la voluntad de coproducir que aquellos que habitan en divisiones urbanas (Alonso *et al.*, 2019).

Lo dicho hasta aquí refiere la coproducción desde la visión individual de los sujetos sociales, sin embargo, posturas como la de Voorberg *et al.* (2015) y Alonso *et al.* (2019, p.1625) “insisten en la importancia de los diferentes niveles de gobierno, esto es, que el resultado de los procesos en las organizaciones públicas depende de la operación en los diferentes niveles caracterizado por las individualidades, la organización y el contexto; y es explicada a través de tres factores organizacionales, “i) compatibilidad de las organizaciones públicas con la participación ciudadana, ii) actitud de los funcionarios públicos hacia la participación ciudadana y iii) la cultura administrativa” (Voorberg *et al.*, 2015, p.1342, Alonso *et al.*, 2019, p.1625).

En ese sentido, la compatibilidad se refiere a la participación ciudadana por presencia de estructuras organizadas (Voorberg *et al.*, 2015), entre ellas, el exponer ideas y experiencias conducen al desarrollo de la interacción de diferentes redes y valores de la vida pública esto a cargo de las diferentes organizaciones sean comunitarias, voluntarias o sin ánimo de lucro (Andrews & Brewer, 2010). Por su parte, la voluntad para que los servidores públicos y los políticos colaboren con los ciudadanos puede ser aconsejada a través de sus funcionarios potenciando la coproducción. “Finalmente, la cultura administrativa influye en la coproducción dependiendo del nivel de tradicionalidad; y en ese sentido de oponerse al riesgo de compartir con partes interesadas no gubernamentales como civiles, actores de la sociedad o privados” (Alonso *et al.* 2019, p.1625). Esto es determinante para desarrollar estructuras que ayudan a favorecer los servicios públicos de coproducción (Voorberg *et al.*, 2015; Alonso *et al.*, 2019).

La participación de los ciudadanos en la coproducción según Alonso *et al.* (2019) está relacionada a la baja cantidad y calidad de los servicios públicos prestados por los gobiernos siendo este otro factor para explicar el comportamiento de la coproducción y su voluntad de coproducir (Alford & Yates 2016). Lo anterior podría llevar a una mayor participación en las actividades de coproducción, aunque Van Ryzin (2007) menciona que los malos servicios podrían vulnerar la confianza de los ciudadanos.

Cosimato, Faggini y Prete (2020) anuncian que los compromisos de los ciudadanos con su comunidad y con la coproducción de servicios, que involucran la participación, la capacidad de compartir elementos personales y trocar recursos, son fundamentales para la sustentabilidad de la felicidad individual y colectiva. Además deben incorporarse estrategias de gobernanza, con el proposito de incluir a la sociedad en la generación de conocimiento (Osborne, 2018) y la sustentabilidad de la felicidad.

De manera análoga, Van Eijk y Steen (2016) en su estudio de cuatro casos de coproducción en los Países Bajos y Bélgica, evidencian los motivos por los cuales algunos ciudadanos están dispuestos a participar activamente en la coproducción de servicios públicos y otros no. Esto, puede verse como una escalera de decisiones teniendo en cuenta: i) la prominencia, ii) las consideraciones sobre el esfuerzo necesario para comprometerse, y iii) los resultados.

De acuerdo a lo anterior, como el primer paso en la “escalera de decisiones”, la prominencia es entendida como la percepción de los ciudadanos a la importancia de un problema, y las opiniones al respecto. Esto quiere decir que, para considerar la inversión de un esfuerzo, debe ser crucial pensar en su participación, “permitiendo entender la perdurabilidad del interés en las formas de coproducción, dependiendo de la percepción de cómo afecta el servicio a sí mismo, a su familia o amigos” (Pestoff, 2012; Van Eijk y Steen 2016, p.30).

El segundo paso de la escalera implica tener en cuenta las consideraciones sobre el esfuerzo necesario para comprometerse, esto es, sopesar los pros y contras, proponiendo cuatro en específico: facilidad entendida como “creencias sobre la propia competencia para comprender y participar activamente en política”, eficacia interna asociada a los “sentimientos de competencia personal de los ciudadanos para comprender y participar efectivamente en la prestación del servicio”; eficacia externa entendida como “la capacidad de respuesta de las autoridades gubernamentales e instituciones a las demandas de los ciudadanos” y la confianza como la afectación o no del juicio sobre la calidad de la burocracia (Craig *et al.*, 1990, p. 290; Ariely, 2013, p. 752; Van Eijk & Steen., 2016, p. 31) y los resultados, entendidos bajo al ciclo de retroalimentación hacen referencia a la evaluación de las acciones adelantadas durante el proceso de coproducción por parte de individuos, con el fin de lograr determinar los niveles de compromiso. Stougaard (2020) relata que la coproducción de servicios públicos, significa la producción de bienestar con la sociedad y no solamente para la sociedad, del mismo modo, los ciudadanos en momentos de incertidumbre, son percibidos como un talento útil del sector público, para la producción de bienestar. También recalca, que la coproducción requiere de una relación a largo plazo entre los actores involucrados en la coproducción (Stougaard, 2020).

2.2.2 Tipos de coproducción

Para poder comprender el espectro de variabilidad teórica que ronda la literatura sobre la coproducción, Linders (2012, pp. 446-447) a través de una revisión de producción académica sobre otros dominios relevantes identificados, “consolida dos variables: a) definición del espectro de relación gobierno-ciudadano y b) definición del espectro de prestación del servicio público-asociaciones de las cuales resultan tres categorías: i)

abastecimiento de ciudadanos (ciudadanos al gobierno), ii) el gobierno como plataforma (gobierno al ciudadano) y iii) hágalo usted mismo (ciudadano- ciudadano)”. Estas categorías en el marco de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TICs) como herramienta de apoyo a la coproducción, son entendidas de la siguiente manera en la Tabla 2.

Tabla 2. Categorías del espectro de prestación del servicio

Categoría	Subcategorías
Abastecimiento de ciudadanos	1. Diseño de servicios: consulta e ideación A través de iniciativas de “participación electrónica y reglamentación electrónica” los gobiernos han recurrido a la consulta ciudadana en línea, pues a través de esta tienen la oportunidad de recopilar aportes del público y permitir a los participantes ver, apoyar, construir y colaborar en un proceso mucho más interactivo.
	2. Entrega y ejecución de servicios: crowdsourcing y co-entrega La adopción institucional de plataformas de interacción en línea de gobierno-ciudadano abre un nuevo y poderoso mecanismo de resolución de problemas que invita a los ciudadanos comunes a usar sus habilidades y experiencia para contribuir en la resolución de problemas y desafíos que enfrenta el gobierno.
	3. Servicio de monitoreo: informes ciudadanos. El internet representa un nuevo y poderoso canal para mejorar la conciencia situacional del gobierno al permitir a los ciudadanos compartir sus conocimientos de manera eficiente y conveniente. Así, además de facilitar una lógica de colaboración profunda entre ciudadanos y gobierno, revolucionan la forma en que los ciudadanos interactúan desprovistos de miedo y en el anonimato con las autoridades, a la hora de realizar denuncias.
El gobierno como plataforma	1. Diseño de servicios: informar y empujar La consolidación de la información digitalizada y las bases de datos conectadas a la web, permiten al gobierno entregar información personalizada a la ciudadanía, notificando a los usuarios de manera particular sobre riesgos de salud relevantes, gobierno útil, programas para los que califican y estado de la seguridad en los vecindarios.
	2. Entrega y ejecución de servicios: incrustación de ecosistemas El internet permite que el gobierno se convierta en “una parte más fuerte del ecosistema social” y en ese sentido, pueda crear un ambiente propicio para la producción privada entre pares y personal integrado. Los ejemplos incluyen abrir un Sistema de Posición Global (GPS) de uso comercial y privado en el cual se puedan compartir datos de manera masiva.
	3. Servicio de monitoreo: Gobierno Abierto Avances en la gestión, difusión y análisis de datos, han equipado a los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil con la capacidad de filtrar grandes cantidades de datos gubernamentales, permitiendo consolidar un nivel de gobierno abierto y transparente a través del cual las agencias del Estado ponen sus conjuntos de datos a disposición del escrutinio público.

Categoría	Subcategorías
Hágalo usted mismo	1. Diseño de servicios: autoorganización Las redes sociales y las plataformas de colaboración en línea permiten la comunicación comunitaria y la consolidación de vínculos para autoorganizarse de manera fácil y efectiva. Estos avances tecnológicos han reducido la dependencia de los ciudadanos a las instituciones, partidos políticos, grupos de interés, medios de comunicación, etc., desplazando las lógicas de liderazgos centralizados y minimizando las jerarquías propias de los modelos burocráticos tradicionales.
	2. Ejecución y entrega de servicios: autoservicio Estas plataformas ofrecen nuevos canales para coordinar la acción colectiva basada en una comunidad apropiada de las Tecnologías de la Información, reemplazando al gobierno como intermediario, y facilitando la asistencia directa de ciudadano a ciudadano, ante la incapacidad del Estado de proporcionar determinadas demandas.
	3. Servicios de monitoreo: auto monitoreo El análisis de datos y la conectividad móvil equipan a los ciudadanos con los medios para proporcionar comentarios sobre la calidad de los servicios ofrecidos en un tiempo real. Así, la literatura sobre gobernanza en la era digital afirma que los gobiernos adoptarán estrategias de evaluación similares dirigidas a la ciudadanía, a través de las cuales no solo podrán realizar ejercicios de evaluación sino también de censura al gobierno, y medios de comunicación.

Fuente: Elaboración propia con base en Linders, D. (2012, pp. 446-454).

De manera análoga, Nabatchi *et al.* (2017) tras encontrar en su estudio, una multitud de diferencias entre las definiciones que consigna la literatura académica sobre coproducción, propusieron identificar tres niveles de coproducción, distinguiendo el número y tipo de actores en ambos lados del término coproducción, para luego fusionar los niveles y fases, creando una tipología “3x4”. En esta se retoman los tres grandes tipos de co-productividad que proponen Brudney y England (1983), esto es, individuales, grupales y colectivas, identificando en cada nivel el papel de los actores (ciudadanos, cliente, clientes) y el tipo de beneficios producidos (personales o sociales) proporcionando algunos ejemplos al respecto, como se verá en la Tabla 3.

Tabla 3. Niveles de Coproducción

Nivel de coproducción	Rol de los actores	Tipo de beneficios	Ejemplos
Individual	Cliente	Beneficios personales	Un maestro trabaja con un estudiante en sesiones individuales para establecer objetivos de aprendizaje personales y objetivos (por ejemplo, Wybron & Paget, 2016) Un médico y un paciente trabajan juntos para desarrollar un plan de tratamiento personal (p. ej., Realpe & Wallace, 2010)

Nivel de coproducción	Rol de los actores	Tipo de beneficios	Ejemplos
Grupo	Clientes		Un actor paga para dejar la basura en un basurero municipal (por ejemplo, Alford, 2009)
		Beneficios personales	Uno o más administradores escolares trabajan con padres de niños autistas para mejorar la educación. (p. ej., Sicilia <i>et al.</i> , 2016)
		Beneficios sociales	Los proveedores de salud mental trabajan con pacientes que comparten diagnósticos similares para mejorar los servicios (por ejemplo, (Penny, Slay & Stephens, 2012).
Colectivo	Ciudadanos		Representantes del departamento de transporte regional trabajan con personas discapacitadas para comprender sus necesidades de transporte público (por ejemplo, Copestake <i>et al.</i> , 2014)
			Los funcionarios municipales trabajan con los miembros de la comunidad para identificar las prioridades presupuestarias (p. ej., Bovaird, 2007; Barbera, Sicilia y Steccolini, 2016)
		Beneficios sociales	Un consejo municipal trabaja con los residentes de la comunidad para garantizar un enfoque coherente para gestión ambiental (p. ej., Congress, 2013)
			Un gobierno de la ciudad trabaja con los residentes para desarrollar planes de salud en áreas contaminadas (por ejemplo, Van Damme, Caluwaerts & Brans, 2016)

Fuente: Elaboración propia con base en Nabatchi, Sancino y Sicilia (2017).

La tipología esta de Nabatchi, Sancino y Sicilia (2017) resulta de gran importancia puesto que permite proporcionar claridad terminológica al reconocer la coproducción como un concepto general ofreciendo un vocabulario para definir y describir sus variaciones; siendo de ayuda para los académicos a la hora de describir el mismo en un futuro, evitando la confusión y ambigüedad del pasado. “En ese sentido, resulta positivo para el escenario de la investigación pues al distinguir sus variaciones facilitará los procesos asociados con la explicación y análisis comparativo. Finalmente proporciona una base para el desarrollo de un marco de evaluación en su aplicación, en un esfuerzo por involucrar de mejor manera a los ciudadanos y mejorar los servicios públicos” (Nabatchi *et al.*, 2017, p.773).

En el caso de la educación, Pestoff (2006) señala que hay cuatro formas de coproducción: i) la política, en la que el usuario tiene la capacidad de pensar y decidir, 2)

pedagógica, el usuario ayuda a educar al estudiante, 3) financiero, donación de fondos y 4) social, presencia de la familia en eventos escolares.

Es deber del gobierno garantizar que esas formas de coproducción sean efectivas y significativas, esto va de la mano de la participación de la familia en tres niveles. El primero, en el que la familia solo recibe información, el segundo en el que participa de consejos deliberativos y el tercero, mediante su presencia en el aula. Estas acciones pueden estar direccionadas bajo guías institucionales que respondan a políticas estatales de participación. Las políticas son las herramientas y estrategias más directas para incentivar la coproducción.

Entre otros tipos de coproducción, existe la coproducción en redes, Newig *et al.* (2010) declaran que redes son definidas como forma alternativa a la jerarquía, ya que, aunque presentan más flexibilidad, también cuentan con un nivel de estabilidad. Además, las uniones en redes comprenden relaciones de autoridad, de intercambio y coaliciones que están fundamentadas en intereses comunes, dentro de una estructura con múltiples unidades, siendo lazos de red multidimensionales (O'Toole, 1997). Ahora bien, la participación en redes, aumenta cuando existe cooperación entre las partes interesadas para lograr los objetivos (Fleishman, 2009).

Entre los valores presentados en la literatura de redes, Poocharoen y Ting (2015) encuentran tres. En primer lugar, la confianza, debido a que es más factible que las personas cooperen en un ambiente en el cual se sientan tranquilos y se fomente la confianza, además de facilitar la coordinación y aceptación de funciones (Bryson, Crosby & Stone, 2006). En segundo lugar, el compromiso, ya que, asume un importante lugar en la colaboración en redes, incluso cuando esta es obligatoria (Ansell & Gash, 2007). Finalmente, la comprensión, con el objeto de prevenir problemas en la comunicación, sobre todo cuando existen problemas políticos complejos y diferencias entre las percepciones de actores para identificar las causas del problema (Ansell & Gash, 2007).

Dentro de las estructuras de redes, se evidencia compromiso en relación a los objetivos en un nivel multi - organizacional, y la disposición de recursos es incierta y vasta, además de involucrar múltiples agencias y organizaciones McGuire (2006). Las redes a comparación con las coaliciones tienen una vida útil y más larga, ya que no se desintegran cuando es resuelto el problema, sino que estos problemas son abordados a largo plazo o redefinidos en la medida en que la red va evolucionando McGuire (2006). Existen algunos

argumentos que señalan que las redes interorganizacionales son diferentes a los mercados y sistemas jerárquicos (Powell, 1990).

La coproducción ciudadana como otro tipo de coproducción, hace referencia a los ciudadanos que participan de forma voluntaria en la producción de servicios públicos y que al mismo tiempo, son los consumidores de estos servicios (Mok, 2019), además, para que los servicios públicos sean más eficientes, se requiere de la colaboración del ciudadano y gobierno en la producción de estos, en otras palabras, se necesita la coproducción. Nesti (2017) reveló que la optimización en la prestación y calidad de los servicios dependen de una coproducción entre los ciudadanos y el gobierno.

2.2.3 Fases de la coproducción

Nabatchi, *et al.* (2017, pp. 773-774) “especifican cuatro fases del ciclo de servicio y su naturaleza temporal, señalando la sincronía o asincronía de las actividades” ver Tabla 4.

Tabla 4. Fases del ciclo de servicio

Fases	Descripción:
<i>Co-commissioning</i>	las actividades utilizadas prospectivamente para decidir o priorizar los servicios públicos, usuarios y resultados necesarios.
<i>Co-design</i>	las actividades utilizadas para crear, planificar, u organizar servicios públicos, prospectivos o recurrentes.
<i>Co-delivery</i>	actividades utilizadas para proporcionar o mejorar la prestación de servicios concurrentes
<i>Co-assessment</i>	actividades utilizadas para evaluar retrospectivamente la calidad del servicio público.

Fuente: elaboración propia con base en Nabatchi, T., Sancino, A., & Sicilia, M. (2017, pp. 766-776).

Este proyecto de investigación se centrará en las fases *Co-delivery* y *Co-assessment*, citadas por Nabatchi *et al.* (2017) ya que el objetivo es que a través de la plataforma Consumidor.gov.br, el gobierno facilita un ambiente propicio para que se pueda dar la recuperación de servicios, y adicionalmente el gobierno clasifica las empresas de acuerdo a como solucionaron o no el conflicto, o si recuperaron o no el servicio, facilitando así la interacción entre cliente y empresa y proporcionando un ambiente favorable, tanto para el ciudadano como para la empresa en la solución alternativa de conflictos de los consumidores.

2.3 Papel del gobierno en la coproducción

En términos generales, la coproducción permite que la administración pública establezca un contacto directo con los usuarios de los servicios públicos. Es por eso que su papel no debe ser únicamente el de imponer ciertas metodologías y agendas, sino que junto a la ciudadanía construye una serie de actividades que les permiten entregar eficazmente los servicios. Si bien, las organizaciones públicas deben seguir un modelo de valor público, los comisionados (profesionales públicos) pueden ir más allá de los procesos tradicionales de consulta y participación para que efectivamente se desarrollen las fases de la coproducción, entre esas la *co-commissioning* (Loeffler & Bovaird, 2019).

El gobierno, debe garantizar una participación efectiva lo que implica entender que las contribuciones que pueden hacer los ciudadanos no son algo para adherir simplemente en las demandas de los servicios públicos, sino que es algo obligatorio que debe tener presente la administración pública (Loeffler & Bovaird, 2019).

Adicionalmente, es importante identificar los tipos de actores involucrados en la coproducción, según el Laboratorio de Innovación Pública (LIP, 2017), existen dos, por un lado, están los actores institucionales (agentes) y por el otro, los usuarios. Los agentes institucionales se dividen, a su vez, en cuatro (4) categorías: i) Funcionarios presenciales, aquellos con interacción directa con los usuarios, ya sea de forma presencial o remota (páginas web, call centers), ii) Funcionarios de procesos internos, los que desarrollan tareas de segundo plano y no interactúan con los usuarios, iii) Tomadores de decisiones, son internos o externos a la institución específica, se asocian con una dirección alta para tomar la decisión de la prestación de un servicio público particular. En la categorización se incluye una cuarta categoría que son los proveedores de bienes y servicios a la institución - sin embargo, estos son agentes externos que suministran recursos, información, materiales a la institución prestadora del servicio público y no hacen parte del gobierno.

A nivel institucional el gobierno es el encargado de generar los espacios y crear las rutas necesarias para incorporar la participación de los usuarios, de los ciudadanos. Sin embargo, es pertinente mencionar el nivel individual y personal de los profesionales públicos a los que se les encarga dicha labor. La coproducción afecta directamente el entorno de trabajo de los servidores profesionales públicos pues requiere que estos compartan su poder, sus tareas y responsabilidades con los ciudadanos/usuarios (Van Eijk, Steen & Torenvlied,

2019). Es poco el énfasis que se le ha dado a la percepción que tienen los profesionales públicos sobre los procesos de coproducción, siendo estos uno de los principales actores. Por ello, es importante que los funcionarios presenciales, según la clasificación del LIP (2017), demuestren sinceridad hacia los usuarios para establecer confianza y credibilidad en el proceso de coproducción.

El nivel de compromiso de los funcionarios del gobierno es clave para que los resultados sean exitosos y satisfactorios. Es por eso que Van Eijk *et al.*, (2019) analizan el compromiso, a la luz de la percepción de su autonomía, apoyo organizacional y la percepción sobre los trámites que tienen los profesionales públicos en un contexto de actividades de coproducción. El compromiso puede ser estimulado por incentivos, como contratos.

El desempeño de los agentes institucionales gubernamentales debe ser óptimo para garantizar una experiencia productiva. Es por eso que estos deben estar dispuestos a escuchar las ideas y quejas de los clientes y a compartir activamente información (Van Eijk *et al.*, 2019). Lo anterior se logra cuando hay una voluntad activa y no un simple requisito legal. El compromiso de los profesionales se da no sólo por el entorno de trabajo, sino por el diseño específico de los proyectos de coproducción, es por eso que las organizaciones deben a través de sus estructuras, procedimientos y cultura apoyar a los profesionales reconociendo la importancia que tiene la participación personal en la coproducción (Van Eijk *et al.*, 2019).

La participación del gobierno en la coproducción debe ser informada. Esto quiere decir, que antes de iniciar el proceso, la entidad estatal involucrada debe garantizar una preparación. Para el Departamento Administrativo de la Función Pública (2019) de Colombia, en su *Guía sobre cómo implementar acciones en la gestión pública con la participación de la ciudadanía*, es importante hacer una caracterización de los grupos de valor en la que se debe reconocer quiénes van a ser los futuros participantes del proceso de co-creación o de coproducción. Por eso, se deben identificar y establecer las características, necesidades, intereses, expectativas, dificultades y potencialidades de los grupos con los que se va a trabajar.

Al generar un diagnóstico previo sobre cuáles derechos se deben garantizar, el tipo de problemas que se quieren solucionar y la información que se debe suministrar, es primordial que se haga desde el estado. Esto para aclarar objetivos concretos a alcanzar, incluyendo beneficiarios directos e indirectos de los servicios que están en interés. Asimismo,

desde el gobierno se debe crear el equipo de trabajo que incluya a las comunidades interesadas y que se brinde una capacitación que ofrezca los conocimientos necesarios sobre el proceso (Departamento Administrativo de la Función Pública, 2019).

Desde la perspectiva de la asesoría tradicional, el sector público se ha centrado en los riesgos de la organización de comisión y por eso siempre apuntan a minimizarlos. Pero desde una perspectiva de coproducción es importante que estos exploren también los riesgos para los usuarios del servicio y para la comunidad. Deben analizar si los ciudadanos están dispuestos a aceptar algunos riesgos como intercambio para alcanzar mejores resultados. Un análisis coproducido de los riesgos implica análisis, de los beneficios y desventajas y como se pueden apropiar de estos para que haya resiliencia (Loeffler & Bovaird, 2019).

En ocasiones, el gobierno debe tomar decisiones complejas sobre a quiénes involucrar. En la segunda fase, la fase *co-design* (co-diseño) los agentes institucionales del gobierno colaboran con los ciudadanos en niveles micro y macro dependiendo de la tarea planeada. El nivel macro se refiere a *co-planear* una nueva visión para el servicio en general. El nivel micro consiste en especificar un documento de licitación o un contrato con un proveedor del servicio. Esta fase involucra decisiones macro con más importancia política (Loeffler & Bovaird, 2019).

Son los funcionarios del gobierno quienes deben decidir sobre a quiénes involucran para tomar las decisiones, muchas veces están presionados para involucrar la mayor cantidad posible de personas, pero esto puede representar riesgos para el valor público pues hay personas que según la denominación de Loeffler y Bovaird (2019) les importa, pero no saben. Sus posturas pueden ser fuera de línea y los funcionarios no pueden permitir que ellos sean los que dicten las soluciones. Hay otro grupo de los que ‘saben, pero no les interesa’ a estos es importante involucrarlos en la *co-commissioning*.

Los agentes gubernamentales finalmente deben decidir en estos casos o al menos que aseguren un lugar para aquellos que saben y son los más importantes para las decisiones de *commissioning*. Este rol político debe balancear la efectividad de la coproducción, privilegiando a aquellos que saben y tienen interés, en contra de los principios de buena gobernanza en los que la ciudadanía involucrada debe tener la misma igualdad.

El rol que desempeña el gobierno no debe ser visto solo en un nivel externo. Esto es, en el que se le da prevalencia al tipo de relaciones que se establecen con los usuarios.

Desde las mismas estructuras del gobierno se debe tener en cuenta la motivación que generan con sus propios funcionarios y es por eso que el nivel interno también es importante en la coproducción.

2.3.1 Participación del usuario en la coproducción

Cuando se habla de coproducción, inevitablemente se debe incluir al ciudadano, al usuario de los servicios públicos en el proceso. La inclusión de estos actores es fundamental, así como la caracterización de su participación. Loeffler y Bovaird (2019) plantean una serie de tareas que involucran a los ciudadanos en cada una de las fases de la coproducción. Esto lo hacen en el marco del ciclo de comisionar (*commissioning cycle*). La secuencia por sus siglas en inglés es APDR (*Analyze, Plan, Do, Review*).

La fase núcleo es el Analizar (*Analyze*). En esta no solo los usuarios y las comunidades locales ayudan a los agentes institucionales del gobierno a identificar las necesidades. También desde una perspectiva de coproducción, es necesario analizar los bienes individuales y colectivos con los usuarios y las comunidades. Esto es, mapear los bienes locales en coproducción para saber lo que la comunidad ya está haciendo y lo que puede estar dispuesta a hacer en el futuro. Esto implica un diálogo completamente nuevo con los usuarios del servicio y las comunidades sobre sus habilidades (Loeffler & Bovaird, 2019).

Cuando los ciudadanos participan de esta fase, estos ayudan a señalar qué recursos propios cuentan y que pueden disponer de estos para contribuir. Además, pueden señalar nuevas oportunidades para los usuarios del servicio y las comunidades.

En la Planificación (*Plan*), los ciudadanos deben co-decidir los resultados prioritarios y los servicios. Al tiempo que acuerdan con los proveedores los criterios específicos de los contratos, las políticas de precios, el financiamiento que pueden brindar. En el Hacer (*Do*), hacen un monitoreo conjunto sobre los servicios en casa, en este punto los ciudadanos están verdaderamente involucrados pues son ellos mismos los que usan el servicio en su cotidianidad. Por tanto, pueden determinar si los proveedores están cumpliendo, esto es exitoso cuando hay un contacto regular de monitoreo con reuniones entre comisionados y proveedores (Loeffler & Bovaird, 2019).

La última parte del ciclo hace referencia a la revisión (*Review*), de las estrategias de los agentes institucionales del gobierno. Es revisar lo alcanzado más allá de hacerlo actividad

por actividad (*co-assessment* de servicios públicos y resultados). Mirar si la estrategia ha mejorado la calidad de vida. También es una coevaluación por medio de encuestas de satisfacción a los ciudadanos. Incluso los ciudadanos pueden participar en una investigación coproducida de las actividades en las que se espera que hayan contribuido, pueden recolectar datos e interpretar evidencia recogida, según los planteamientos de Durose *et al.* (2017).

Jo y Nabatchi (2020) dividen la participación pública en dos categorías: (1) participación indirecta; en la cuál los ciudadanos seleccionan a sus representantes, a través del voto y (2) participación directa; siendo esta una forma más próxima y rápida en las decisiones político-administrativas y está ligada generalmente con la defensa de valores democráticos. Además, dentro de la administración pública (Jo & Nabatchi 2020) la participación pública directa, cuenta con más relevancia, comparada con la participación indirecta (Fung, 2006).

Dentro de la participación pública directa, Jo y Nabatchi (2020) consideran tres formas diferentes en las cuales los ciudadanos pueden participar, (1) reuniones públicas, donde se informa a la sociedad respecto a temas de importancia pública y estos actúan como espectadores; (2) grupos focales, los participantes pueden aprender, comunicar, e identificar sus preferencias sobre determinado tema; y (3) jurados ciudadanos, en la que aparte de aprender, comunicar e identificar sus preferencias, los participantes entran en un acuerdo mutuo mediante la agregación intensiva y deliberación de la negociación, utilizando los 5 modos de participación. Se considera que los jurados ciudadanos son la forma de participación directa de mayor influencia y más intensiva, además declaran que cada proceso genera efectos diferentes y positivos dentro de la participación directa (Jo & Nabatchi, 2020).

Allen *et al.* (2019) verificaron que la productividad de la prestación de servicios puede incrementarse, por medio de la participación electrónica de los ciudadanos en la coproducción, ya que cuando el gobierno se abre y permite que los ciudadanos participen, trae como consecuencia un mejor ejercicio del sector público, como por ejemplo, reducir la utilización ineficiente de los recursos.

Zheng (2017) denota que la participación ciudadana por medio de las TIC, contribuye a la mejora en la prestación de servicios por parte del gobierno. Además, para Allen *et al.* (2019), cuando el gobierno propicia una participación ciudadana, se hace un mejor uso de los recursos públicos, mejorando la ejecución y práctica del sector público.

Entre otros factores que pueden influenciar la coproducción Bovaird *et al.* (2015) señala: las condiciones (la percepción del ciudadano sobre la existencia de un problema), desempeño público (cuando los ciudadanos saben que el sector público aborda el problema), iniciativas de participación pública (para abordar el problema o mejorar el servicio), autoeficacia (el ciudadano marcando la diferencia al involucrarse en la mejora de un problema) y características personales (género, edad, origen, nivel educativo).

2.3.2 Cuando se da la coproducción entre el gobierno y el usuario

Según Parés (2017), se pueden identificar cuatro estrategias en las que los gobiernos locales por su parte tratan de decidir la coproducción con la sociedad civil, dependiendo del rol que tomen. **Rol promotor**, sucede cuando el gobierno toma un rol de liderazgo y busca a la sociedad civil para el uso de prácticas de coproducción, pues entiende que esto puede ayudar a mejorar una política pública mediante un mejor diagnóstico o una mejor implementación.

Rol activador, implica también que el gobierno tome la iniciativa, pero de una manera indirecta, pues actúa para articular una red de actores para que trabajen en condiciones de igualdad y horizontalidad. Previamente, el gobierno ya ha identificado qué cuestión quiere reforzar y encontrar soluciones de forma conjunta, activando a la sociedad civil. **Rol facilitador**, consiste en que esta vez la sociedad civil se moviliza, toma la iniciativa y el gobierno ofrece los recursos que dispone y su capacidad normativa. Y el **rol relacional** sucede cuando existe una problemática y tanto el gobierno como la sociedad civil toman la iniciativa para abordar la cuestión (Parés, 2017).

La coproducción usualmente ocurre cuando cualquiera de las dos partes encuentra un problema a resolver y considera que la participación de la otra es indispensable y deseable. En situaciones como las fallas de servicios usualmente se activan.

Los gobiernos hoy en día (Lopes & Farias, 2020), se han alineado con los ideales de Nuevo Servicio Público (NPS) y Nueva Gobernanza Pública (NGP), con el fin de identificar problemas y poner en práctica políticas públicas, con la ayuda de la ciudadanía (Denhardt y Denhardt, 2015; Osborne, 2006). En la innovación del sector público, la participación es una estrategia clave, que debe ser ejercida por los encargados de las políticas públicas, para

establecer los ideales de gobernanza que pueden favorecer este proceso (Lopes & Farias 2020).

2.3.3 Recuperación de servicios

Las fallas en la prestación de servicios son comunes pues estos no están exentos de errores humanos, incluso de factores externos, por este motivo se diseñan estrategias para mitigar las consecuencias negativas de la falla en los servicios, esto para evitar que la no resolución de estos problemas conlleve, por ejemplo, a la mala reputación de la empresa prestadora del servicio, a la renuencia de perder usuarios o clientes, a pérdidas en ventas. La recuperación de los servicios son aquellas estrategias que usan las empresas en respuesta a una falla en el servicio (Hart *et al.*, 1990; Redck *et al.*, 2019).

Para Redck *et al.* (2019), una estrategia usada recientemente en la recuperación del servicio después de una falla es la coproducción. En el estudio que realizan, analizan los efectos de la coproducción como respuesta a la recuperación del servicio luego de dos tipos de falla, las cuales las clasifica como fallas de integridad y fallas de competencia. Esto implica establecer una relación causal entre el tipo de falla y sus efectos en la coproducción para la recuperación del servicio. De esta manera, se entiende que la coproducción de un servicio consiste en la participación del consumidor en la creación de una solución para la falla, que el consumidor (cliente / usuario) trabaje junto al proveedor del servicio, para solucionar el problema. La participación se debe dar a través del intercambio de ideas y decisiones sobre cómo se debe recuperar el servicio (Redck *et al.*, 2019).

Es importante explicar el tipo de fallas que hacen necesaria la recuperación del servicio. Según la tipología de Redck *et al.* (2019), las fallas por integridad existen cuando el consumidor percibe que la empresa no se adhiere a un conjunto de principios éticos o aceptables. Mientras que las fallas por competencia se refieren a la falta de habilidades y conocimientos que hace que una parte no pueda cumplir con un acuerdo, ni preste el servicio como se espera, en óptimas condiciones. Esta diferenciación se hace, ya que el origen de la falla de servicio puede alterar las consecuencias y el comportamiento del consumidor, como su intención de retorno a usar el servicio.

Los efectos positivos que tiene la coproducción dependen del tipo de falla (Redck *et al.*, 2019), pues las personas tienden a valorar más la integridad a diferencia de la

competencia. Lo anterior significa que toleran más las fallas de competencia y que después de una falla de integridad el usuario puede estar menos interesado en coproducir. Es de anotar que, si la falla es por integridad, incluso cuando el cliente logre una recuperación satisfactoria del servicio nada impide que no se vuelva a cometer la misma falla a propósito. Por otro lado, si la falla es de competencia esta no se caracteriza por algo que se hace a propósito. Por tal motivo, cuando hay fallas de integridad los consumidores tienden a enojarse e incluso a buscar retaliaciones y no están dispuestos a negociar con la parte culpable de la falla. Esa falla es vista como algo que se podría haber evitado si la empresa actuara más éticamente, no hay mucha voluntad para coproducir, contrariamente cuando ocurren las fallas por competencia, que son vistas como una oportunidad para la coproducción y aumento de habilidades y conocimiento de ambas partes (Redck *et al.*, 2019).

Otra forma de abordar la recuperación de servicios es por el tipo de recuperación. Dong *et al.* (2016) realizaron una clasificación en la que se hace énfasis en el actor encargado de la recuperación. De esta forma, la recuperación puede ser clasificada en tres tipos: i) *firm recovery*, ii) *joint recovery* y iii) *customer recovery*. La primera, se refiere a que el proveedor del servicio es quien rectifica el problema, la segunda a que tanto el proveedor como el cliente solucionan el problema juntos y la tercera es cuando el cliente resuelve el problema solo, esto basados en la información de Meuter y Bitner (1998) y de Dong *et al.* (2016).

En términos generales, se afirma que la segunda forma de recuperación (*joint recovery*), la recuperación conjunta, es la más efectiva, pues según el estudio, genera resultados favorables de servicio de satisfacción (Dong *et al.*, 2016). Esta es una estrategia gana-gana pues el cliente, de cierta forma es empoderado, se siente responsable de los resultados de recuperación, hace parte del proceso de diseño y producción de la solución, generando un nuevo conocimiento para futuras ocasiones. Este tipo de recuperación tiene una mayor probabilidad de que en un futuro exista la intención de generar procesos de coproducción. A diferencia de los otros tipos de recuperación en el que la carga y la responsabilidad la lleva un solo agente, ya sea el prestador del servicio o el usuario.

Otros factores que se deben tener en cuenta, cuando se analizan los tipos de recuperación, son aquellos que aumentan o disminuyen la probabilidad de que en un futuro se propenda a la coproducción, siendo esta un proceso deseable en contextos donde han ocurrido fallas de servicios. Estos factores son los limitantes que pueden restringir la

recuperación como lo es la presión del tiempo, la autoeficacia percibida por el usuario y la atribución de la falla (Dong *et al.*, 2016). En la mayoría de los casos donde están presentes estos elementos, la tendencia de solución es la recuperación conjunta, pues esta permite que se comparta los riesgos, evitando así que se pierda tiempo, como sí pasa cuando solo un agente está encargado de la recuperación.

En términos generales, una de las opciones más recomendadas para una recuperación de servicios efectiva es la coproducción, la cual y en concordancia con lo planteado por los autores anteriormente, produce una sensación de mayor satisfacción en los usuarios. Esto se da ya que, al involucrar directamente al usuario afectado, existe una doble vía de aprendizaje, en el que se otorga poder y se consolida al ciudadano.

2.4. Factores que motivan a la coproducción

Según Alford (2009), la coproducción tiene la ventaja de que potencialmente se puede aplicar en cualquier tipo de actividad pública. Sin embargo, se considera pertinente identificar cuáles son esos contextos para verificar y sacarle el mejor provecho. La experiencia en los países europeos tiene una larga trayectoria, mientras que, en Brasil, como parte del proceso histórico de la formación de Estado moderno, la participación con la coproducción de servicios públicos no es a menudo la práctica observada (Borges, 2017).

Estudios como el de Borges y Farias (2020) y Martins *et al.* (2019) permiten analizar las experiencias propias de Brasil, puesto que lo hacen dentro de un marco conceptual y metodológico que apunta a entender los factores que influyen en los ciudadanos para coproducir servicios, en áreas de seguridad pública, salud y medio ambiente en el Distrito Federal de Brasil (Borges & Farias, 2020).

Según la tipología propuesta por Sharp (1978) hay 3 factores que sirven de motivación para la coproducción. Estos son: i) incentivos materiales (dinero y bienes), ii) incentivos solidarios (socialización, diversión y sentido de pertenencia), iii) incentivos expresados (sentido de haber contribuido a una causa común). Es importante diferenciar entre los actores, pues los anteriores incentivos involucran a los ciudadanos y a los voluntarios, que, por sus valores altruistas, ofrecen insumos de trabajo para coproducir. Es por eso que las motivaciones varían. Para el voluntario los incentivos solidarios y los incentivos expresados son principales factores de motivación. Mientras que, para los ciudadanos, los

incentivos materiales también son eficaces en la realización de tareas sencillas (Borges & Farias, 2017). En actividades complejas, los ciudadanos estarían motivados a coproducir debido a las recompensas intrínsecas, incluyendo los valores públicos y su capacidad de actuar.

La satisfacción como factor de motivación varía en su nivel de influencia, ya que en ocasiones es posible pensar que la insatisfacción motiva un comportamiento coproductivo, con el ejemplo de los ciudadanos que vigilan las casas del barrio porque creen que la policía no lo hace satisfactoriamente, pero esta correlación no es lineal. En el estudio de Borges y Farias (2017) se encontró que los ciudadanos colaboran más a menudo en servicios de salud, que en medio ambiente y en seguridad. El perfil de estas personas, según los resultados de la investigación, incluye una población de mayor edad (40 años), femenina, con un nivel educativo más avanzado. Estos son los coproductores más frecuentes.

En contraste, resultados expuestos por Loeffler *et al.* (2008) indican que la coproducción en Europa es más frecuente en los servicios ambientales, luego en la salud y la seguridad. Incluso, los ciudadanos contribuyen con más regularidad en actividades que no requieren mucho esfuerzo o contacto con otros proveedores, vecinos, agentes locales; resultado que también fue encontrado en Europa.

Los factores que podrían influir en el nivel de coproducción son la satisfacción con los servicios públicos, el sentido de la eficacia percibida cuando un ciudadano coproduce, el tiempo de trabajo voluntario y la sensación de seguridad, percepción del medio ambiente y de salud. Con base en la investigación de Borges y Farias (2017) es dependiendo del tipo de servicio que existen motivaciones de diversas índoles que tienen más peso sobre las otras. El factor de la satisfacción no influye como motivación para coproducir acciones medioambientales, sino su sentido de conciencia con el medio ambiente. Sin embargo, cuanto mayor es la sensación de seguridad, menor es la coproducción y cuanto menor es la sensación de seguridad, mayor es la coproducción.

En cuanto a la salud, se encontró que los ciudadanos más saludables son los que más contribuyen en la coproducción de servicios de salud. En términos generales, los factores que motivan la coproducción no siempre son los mismos pues, cuando aumenta la seguridad de la comunidad, sus habitantes se sienten seguros y participan menos en actividades de

protección de la comunidad. Sin embargo, ocurre lo contrario en la salud: cuanto más saludable se considere un ciudadano, mayor será la coproducción (Borges & Farias, 2017).

Martins *et al.* (2019) proponen que los usuarios pueden contribuir individualmente, en grupos o colectivamente. Incluso en el desarrollo de la motivación hay factores económicos, psicológicos y sociales que hacen que los individuos participen en las actividades de coproducción. La participación no se da de la misma forma, pues los usuarios tienen una variedad de actividades de las cuales pueden elegir en el ciclo del servicio. Por esta razón, un factor que puede motivar su participación, es la adecuada información que se le brinde sobre las formas en que lo puede hacer.

Stougaard (2020) encontró que la confianza en sus variadas expresiones resultó ser de gran importancia para entender los factores que llevan a que posibles coproductores quieran involucrarse y participar en una relación de coproducción. Informaciones similares han sido presentadas, por Fledderus y Honingh (2016), Strokosch y Osborne (2016) y Vanleene *et al.* (2019), afirmando que una relación fundamentada en la confianza, produce efectos positivos en la coproducción.

Otro factor que influye es la movilización colectiva, en el caso de coproducción en acciones de seguridad pública. Es más probable que aumente la participación cuando se establecen grupos de interacción de residentes y vecinos en la resolución de las demandas. Para Martins *et al.* (2019) hay siete (7) aspectos que motivarían la coproducción en temas relacionados con la seguridad pública:

- 1) Interacción con el proveedor: esto incluye una comunicación eficiente con órganos de seguridad, que exista un estímulo gubernamental, que haya confianza en los órganos de seguridad, así como una proximidad.
- 2) Nivel de satisfacción con la seguridad: cuando existe insatisfacción con la seguridad pública se tiende a coproducir.
- 3) Autodefensa: cuando se ve que la coproducción puede ampliar las alternativas de autodefensa del ciudadano, como el uso de armas de fuego u otros objetos.
- 4) Tiempo: cuando hay más tiempo disponible, es posible adquirir un compromiso más alto.
- 5) Recursos financieros: aquellos que puede invertir en la autoprotección contribuyen de manera más activa en la coproducción de seguridad.

- 6) Formas de participación: conocimiento sobre las formas, posibilidades y espacios de participación, mediante la divulgación de la información.
- 7) Movilización colectiva: cuando el esfuerzo es realizado por otros ciudadanos que buscan crear grupos para colaborar con la seguridad.

La identificación de los tipos de coproducción, así como los niveles de coproducción hace que unos factores pesen más que otros. La ponderación de motivaciones depende de si se quiere fomentar una coproducción individual, grupal o colectiva. Las iniciativas de estímulo se encuentran tanto en la misma comunidad, cuando los voluntarios y los mismos usuarios buscan formas de mejorar los servicios públicos con los que pueden tener problemas.

Otras iniciativas de estímulo pueden ser externas, como lo son las acciones que promueven los gobiernos cuando necesitan crear escenarios favorables a la coproducción, por esta razón el contacto con los usuarios es importante.

2.4.1 Estrategias gubernamentales que influyen al ciudadano en la coproducción

Debido a las variadas necesidades de los servicios públicos, existen diferentes tipos de coproducción. Por lo cual, deben ser implementadas estrategias e incentivos por parte del gobierno para motivar la coproducción. En un estudio de Bovaird et al. (2015) se realizó una investigación en Europa sobre la coproducción de servicios, más específicamente con ciudadanos de Alemania, Reino Unido, Francia, República Checa y Dinamarca y se identificaron algunas variables relacionadas directamente con la colaboración de ciudadanos en los servicios públicos, estas son: variables sociodemográficas (edad, género, nivel educativo, profesión, tipo de residencia: urbana o rural); eficacia percibida (en qué medida los ciudadanos creen que su trabajo contribuye a la calidad del servicio); y la apreciación que tienen los ciudadanos sobre la efectividad del gobierno. Además, se enfatizó que el ciudadano contribuye en la coproducción independientemente de terceros y que es más propenso a colaborar con los servicios públicos, a pesar de ello, aún no se identificaron factores motivadores al hacerlo.

Las relaciones entre el gobierno y el usuario del servicio se pueden clasificar en tres dimensiones, que guían el grado de participación e iniciativa que debe generar el gobierno

cuando se busca la coproducción. Según la clasificación de Linders (2012) se puede asociar poder y responsabilidad de cada parte en tres casos:

- 1) Cuando los ciudadanos son fuente de ayuda al gobierno para que sea más responsable y eficaz, *citizensourcing*. La responsabilidad principal recae en el gobierno, pero los ciudadanos son los que influyen en la prestación de servicios.
- 2) El gobierno como una plataforma (*govern as a platform*) está enfocado principalmente en los servicios de tecnología que están a disposición del público, lo que aumenta la productividad y mejora las decisiones de los ciudadanos.
- 3) El gobierno de ‘hágalo usted mismo’ (*do it yourself*), en el que los ciudadanos se organizan y desarrollan actividades que pueden reemplazar la acción del gobierno, como una unión informal y proactiva.

En esos tipos de relación, el gobierno tiene la responsabilidad principalmente en las primeras dos de proveer la información suficiente y de abrir los espacios. Ahora bien, teniendo en cuenta los siete aspectos mencionados anteriormente Martins *et al.* (2019), el papel del gobierno es fundamental en el primero (interacción con el proveedor) y en el sexto (formas de participación). Los órganos de seguridad deben establecer una comunicación eficiente para generar un vínculo de confianza y proximidad con la comunidad, es deber del gobierno promover que esto suceda. De igual manera ocurre la divulgación de información sobre las posibilidades de participación.

La diferenciación de estrategias o incentivos de acuerdo al tipo de servicio público y de coproducción que se quiere generar debe tener una fuerte investigación empírica, contrastando casos de otros países.

En la revisión legislativa que llevaron a cabo Soares y Farias (2018), se reafirma que debe haber una interacción entre la familia y la escuela en diferentes grados de intensidad, pero este marco legal no es fuerte a nivel federal pues deja en manos de los estados y municipios la evolución de la regulación sobre los procesos de coproducción. En estos documentos analizados por los autores, también están establecidos incentivos para la coproducción como transferencias de recursos, programas de acercamiento de las familias a los espacios de la escuela como el “Programa Escuela Abierta”.

Las acciones más mencionadas y exitosas que pueden fomentar los gobiernos son el diálogo con las partes interesadas en el servicio público, este diálogo debe ser guiado en torno al papel de la familia en la crianza de los niños, para continuar con el ejemplo de la educación pública. Son los profesionales de la educación los que diariamente deben poner en práctica esos acercamientos con las familias, para transmitir el compromiso a la transformación de la educación. Esto ya son acciones complementarias que dependen de los administradores de las escuelas y de los mismos profesores, para cumplir así con los objetivos de las políticas que promueven el derecho a la participación de la familia en la educación.

Para facilitar la comprensión del papel del Estado, este debe tener en cuenta varios aspectos. Por un lado, una gestión democrática de la participación en las decisiones, así como la orientación que pueden brindar a los miembros de la familia. La responsabilidad del Estado en el primer caso es alta, mientras que en la segunda situación existe una interacción simple y poco profunda (Soares & Farias, 2018), el esfuerzo que debe hacer el gobierno no debe ser menor cuando se necesita que la coproducción sea llevada a cabo con transparencia y que tenga como consecuencia resultados positivos. Por lo tanto, el seguimiento a cualquier actividad creada debe ser riguroso y continuo. Actividades que contribuyen a la coproducción es la orientación a los miembros de la familia en temas de educación, la gestión democrática y la consulta de la opinión de la familia como una evaluación de la escuela y una autoevaluación de la familia.

Lo anterior puede ser trasladado a diferentes campos públicos, por ejemplo, a la seguridad pública, a la salud, el medio ambiente, y pueden ser considerados como mecanismos formales para fomentar la coproducción. Sin embargo, no se pueden olvidar otros tipos de recursos que también pueden ser incentivados por el gobierno y son las estrategias informales como el diálogo entre empleados de la escuela y la familia, el reconocimiento de los logros de los estudiantes, integración con la comunidad (eventos como fiestas, bazares, talleres), suministro de información (mediante llamadas, conferencias), presentación de mecanismos legales (Soares & Farias, 2018).

2.4.2 Incentivos del gobierno para la coproducción

La coproducción como parte de los asuntos públicos se ha estudiado desde la década de 1970, siempre enfocada en la importancia del usuario, el tipo de cooperación y el tipo de

servicio (Soares & Farias, 2018). Los instrumentos de política son una de las herramientas fundamentales que generan incentivos para la coproducción. El papel del gobierno debe ser responsable en la medida de evitar una postura autoritaria que impida la coproducción. En el caso de la investigación de Ostrom (1996) se realizaron estudios sobre las acciones gubernamentales relacionadas con el servicio público y la coproducción. En Brasil, Soares y Farias (2018), encontraron que es imperante la provisión de información por parte del gobierno, para poder involucrar a la ciudadanía en los procesos de coproducción, sin la divulgación adecuada y amplia de las políticas públicas sobre la coproducción, los usuarios no tienen acceso a estas posibilidades.

Asimismo, el ejemplo que dan los autores Soares y Farias (2018) de una investigación de Bovaird *et al.* (2015) sobre los factores relacionados con la coproducción en Inglaterra y Gales, concluye que la provisión de información aumenta la propensión a coproducir colectivamente. Cabe anotar que, en cualquier caso, de promoción de la coproducción, es indispensable una investigación empírica que reúna la experiencia de varios países y tenga en cuenta el mismo servicio.

En el caso de países como Bélgica, Bulgaria, Inglaterra, Francia, Alemania, Italia, España y Suiza, un estudio de Pestoff (2006), con respecto a la coproducción de educación, el incentivo para que las familias participen es uno de los principales retos de las organizaciones públicas y privadas. Por ello, los profesionales deben estar abiertos al proceso.

Los incentivos pueden variar de acuerdo con el tipo de coproducción que se quiera impulsar. En temas de seguridad, por ejemplo, en 1980 en Estados Unidos se empezaron a redirigir las actividades de la policía para que esta estuviera orientada a la comunidad. Se implementan algunas acciones como la creación de vínculos con los diversos actores sociales para poder aproximarse a la comunidad. Las visitas frecuentes a las familias, conversar con los ciudadanos acerca de los problemas de seguridad locales, la creación de grupos de vigilancia, son acciones que respecto a la seguridad involucra la coproducción informal (Martins *et al.*, 2019).

En el caso de la educación, según la investigación de Soares y Farias (2018), existe en Brasil un vasto aparato legislativo que fomenta la coproducción y proporciona beneficios a los miembros de la familia que apoyen a los estudiantes. Existen programas de subsidio

familiar, sanciones para los que no colaboran, creación de entornos de participación como los consejos escolares y las reuniones de padres. Las escuelas al mismo tiempo fomentan la generación de procesos de acercamiento entre el entorno familiar y escolar a través de eventos.

Otras experiencias en la que se incentiva a fortalecer la coproducción son mediante el uso de tecnologías como las plataformas electrónicas gubernamentales. Las plataformas digitales actúan como bienes comunes y son consideradas como espacios digitales en los que los ciudadanos y los agentes públicos interactúan y colaboran (Rotta *et al.*, 2019).

Con la nueva ola tecnológica, el gobierno tiene nuevas formas de presentar su gestión y, por su puesto, en su manejo integral de incluir la participación de la ciudadanía. Las plataformas de gobierno electrónico proveen servicios, información, acceso e interacción con los ciudadanos, abren canales para la comprensión de sus necesidades, incrementan la transparencia. Pueden ser consideradas herramientas que promueven el intercambio de conocimiento (Rotta *et al.*, 2019). Lo anterior puede dar resultados respecto al nivel de madurez que las plataformas presenten, es decir, cuán básica o avanzada es la plataforma. *Municipal eGov Platform Assessment Model* (MEPA) es un modelo para evaluar las plataformas de gobierno electrónico como bienes comunes digitales (Ribeiro, 2019).

Este tipo de herramientas ayudan a controlar la gestión del trabajo realizado por dichas plataformas. El nivel de madurez se mide de uno (1) a cinco (5), el primer nivel establece que el portal ofrece acceso a información y servicios simples; el segundo nivel permite transacciones en línea; el tercer nivel permite el acceso a diferentes sitios y servicios con solo una autenticación; el cuarto admite la interoperabilidad entre sistemas del gobierno y finalmente el quinto permite la personalización de los servicios ofrecidos a los usuarios (Rotta *et al.*, 2019).

Los ciudadanos deben estar en la capacidad de participar en la creación, desarrollo y evolución de los servicios promovidos por la administración pública y para eso los canales de comunicación e interacción deben ser brindados por el gobierno de manera efectiva. En estas plataformas deben estar habilitadas ciertas funciones como la posibilidad de comentar, hacer una petición, evaluar, votar por el nivel de satisfacción de los servicios públicos, así como de la efectividad de la plataforma electrónica.

La experiencia en Brasil muestra que en las 903 municipalidades evaluadas a través de MEPA, la mayoría de estas tienen plataformas digitales inmaduras y subdesarrolladas, las pocas en las que existen altos grados de madurez son las ciudades con mayor presupuesto y que están ubicadas en las zonas más desarrolladas de Brasil (Rotta *et al.*, 2019). La inversión monetaria en ese tipo de estrategias es primordial para poner en marcha procesos de coproducción. Las plataformas de gobierno electrónico si bien son una herramienta útil que funciona como incentivo para acercar el gobierno al ciudadano, estas deben desarrollar mecanismos efectivos para la resolución de conflictos, adoptar la coproducción y la participación ciudadana como principios guías.

Adicionalmente, Brasil tiene la plataforma digital www.consumidor.gov.br establecida como un servicio público gratuito por parte del estado, creada para la solución de conflictos de consumo por internet, permitiendo la comunicación directa entre las empresas y los consumidores de forma transparente y pública. Otra de sus finalidades es presentar los datos e informaciones respectivos de las reclamaciones y proporcionar información primordial para el diseño e implementación de políticas públicas referentes a la protección del consumidor, incitando la competitividad del mercado, en el sentido de mejorar los productos y servicios ofrecidos a los clientes.

Por otro lado, es común encontrar barreras a nivel cultural que previenen el desarrollo de la coproducción y es por este motivo que el gobierno debe tratar de romperlas. Según Bovaird y Loeffler (2012) las barreras a la coproducción pueden ser por falta de financiamiento (cuando no hay indicadores de desempeño fijos); por dificultades en generar evidencia de valor para las personas, los profesionales, los financiadores pues los efectos de la coproducción regularmente son a largo plazo y son complejos de medir; por la necesidad de desarrollar habilidades profesionales poco comunes en el trabajo con la ciudadanía; por los riesgos de aversión, ya que los políticos y miembros del mismo gobierno consideran la coproducción como algo impredecible y prefieren mantener el modelo de usuarios pasivos; finalmente barreras políticas y profesionales sobre la pérdida de status y control de las organizaciones sociales.

El gobierno del Reino Unido propuso una serie de iniciativas para atacar con cada una de esas barreras denominando el enfoque como iniciativas ‘Gran Sociedad’. Respecto a la primera barrera sobre financiamiento algunas acciones fueron la transición de los fondos

a organizaciones del tercer sector, solicitar a la misma comunidad una parte del presupuesto. Asimismo, generaron estrategias para alentar a los trabajadores del sector público para formar empresas y consultorías sobre la coproducción.

La creación de proyectos como ‘Tú decides’ (*You Decide!*) en Londres en el que se promovieron ocho eventos durante cuatro meses y donde 815 habitantes asignaron casi 2.4 millones de libras del presupuesto del consejo para servicios corrientes, son ejemplos de copriorización. Lo importante de este caso, fueron los ejercicios participativos, pues en cada evento se les informaban a los asistentes los servicios que ofrecían, ellos tenían la posibilidad de deliberar con los demás miembros de la comunidad y decidir qué servicios compraban (Bovaird & Loeffler, 2012).

En el anterior caso, se abrieron los espacios necesarios por iniciativa gubernamental. Los eventos que son coordinados desde el Estado contaban con un sistema de opciones que incluía a la comunidad local para tomar las decisiones junto con ella sobre la asignación del presupuesto.

La coproducción puede ser motivada en niveles macro desde el gobierno nacional, como desde un aspecto local, otro ejemplo de esto ocurrió en 2002, cuando el distrito londinense de Lambeth tenía uno de los niveles más altos, en de la tasa “embarazo-adolescentes” de Reino Unido. Un grupo de personas jóvenes miembros del Consejo de Juventud decidieron que querían hacer algo al respecto y mejorar la educación sexual en las escuelas, pues estaban seguros de que su mensaje sería fácilmente escuchado entre sus compañeros. Por eso, durante ocho años 250 personas entre 14-19 años fueron entrenadas como educadores pares, para que después difundiesen temas de educación sexual, violencia doméstica y asuntos con lesbianas, gays, bisexuales y transgéneros. Alrededor de 100 talleres se llevan a cabo anualmente en los colegios en días como los ‘días de la salud’ (Bovaird & Loeffler, 2012).

Los resultados indicaron que desde el 2003 la tasa de embarazo adolescente disminuyó en un 23% por lo que se asumió que el programa hizo una contribución significativa. El programa es financiado por el Consejo en temas de personal, materiales de entrenamiento, publicidad y pago a los educadores. Evidentemente, es una escala local y se puede afirmar que las iniciativas no siempre deben tener un origen centralizado. En este caso la administración del distrito apoya la iniciativa de un grupo de ciudadanos.

La coproducción y los incentivos que desde el gobierno se promueven deben tener una propuesta clara. Esto implica una buena recolección de datos antes de iniciar el proceso. Desde el gobierno se debe entender que existen factores positivos como negativos. Los positivos se refieren a la consolidación y promoción de espacios participativos, que como en el caso de Reino Unido demuestren una verdadera intención de colaboración desde el gobierno, así como los incentivos brasileiros en los programas de educación con los subsidios y ayudas a aquellas familias que colaboraran y se involucraran en la coproducción para mejorar el servicio público.

Algunos factores negativos, pueden ser las sanciones legales, pues los marcos normativos que promueven la coproducción en ocasiones incluyen penalidades por no participar o colaborar en los proyectos. Estos no necesariamente son más eficaces, pues la participación no sería genuina. Por tal razón, el esfuerzo desde el gobierno tiene que ser integral, honesto, estructurado y transparente, con el fin de atraer una participación significativa.

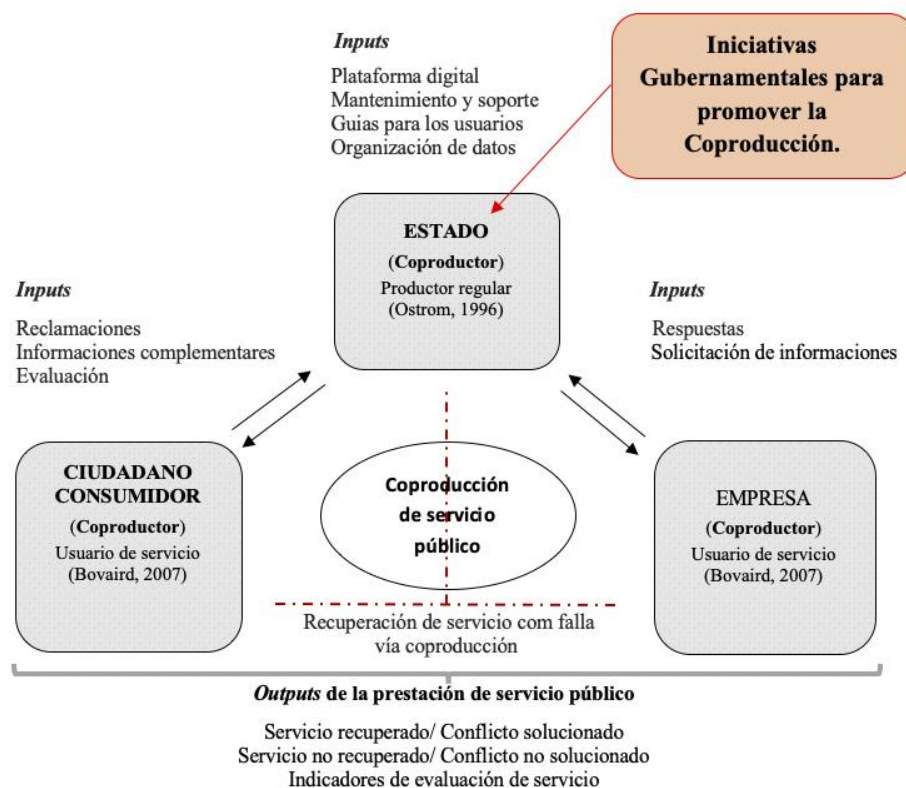
Esta investigación se enfoca en la relación entre el gobierno y la sociedad con la coproducción del servicio público, que se denominará solución alternativa de demandas de consumo, el cuál es un mecanismo extrajudicial, por el cuál se puede acceder a la justicia, contando con la participación del gobierno. Adicionalmente, este servicio es ofrecido por las plataformas digitales latinoamericanas de protección al consumidor, para facilitar la comunicación directa entre las empresas y los consumidores, con el objetivo de solucionar sus conflictos.

La Figura 1 es resultado de un esfuerzo de reflexión teórica, desarrollada dentro del grupo de investigación *LinseLab*, del PPGA/UnB, haciendo parte de un macro proyecto, el cuál generará 2 trabajos empíricos. Esta investigación exploró el tema señalado en el color rosado (Iniciativas del gobierno para promover la coproducción) que es el producto de esta investigación. En la Figura 1 se puede observar cómo el gobierno, ciudadanos y empresas coproducen en forma de red, de manera conjunta.

También se observan cada una de las contribuciones de los actores (estado, ciudadanos y empresas). El gobierno, según Ostrom (1996), es el coproductor del servicio público. De esta forma, contribuye con la provisión de la plataforma digital, su mantenimiento, guías para usuarios y organización de datos que son suministrados por los

ciudadanos y las empresas. Seguidamente, el gobierno ofrece un ambiente propicio para la solución de conflictos entre los ciudadanos y empresas.

Figura 1. Coproducción en red de solución alternativa de conflictos del consumo.



Fuente: Elaboración propia 2024

Los ciudadanos representados como coproductores y usuarios del servicio, según (Bovaird, 2007), contribuyen realizando reclamaciones en la plataforma digital del consumidor acerca de las empresas con las cuales tuvieron fallas en el servicio y a su vez emiten una evaluación de ellas con el objetivo de recuperar el servicio a través de una coproducción, tal y como lo expresa (Redck, 2019). Adicionalmente, las empresas registradas en la plataformas (Bovaird, 2007), de forma voluntaria, realizan su contribución en la medida en que responden las reclamaciones y quejas de los ciudadanos y solicitan información adicional.

Estas contribuciones de producción de un servicio público de solución alternativa de conflictos de consumo, a su vez, se relacionan con la de recuperación de servicios, ya que,

al recuperarse un servicio, el conflicto se soluciona. No obstante, si el conflicto no es solucionado a través de la interacción entre empresa y ciudadano mediante las plataformas digitales, el consumidor puede aceptar la derrota o apelar al poder judicial. Esta recuperación de los servicios es usada como estrategia por las empresas en respuesta a una falla en el servicio (Hart et al., 1990; Redck et al., 2019) la cual beneficia al ciudadano cuando su servicio es recuperado, y a la empresa al conservar los clientes y mantener una buena imagen.

2.5 Que dirección está tomando el tema Coproducción de servicios públicos en la literatura? Un análisis del periodo 2011-2021

En esta sección se presentará el contenido del ensayo teórico, titulado: “Que dirección está tomando el tema Coproducción de servicios públicos en la literatura? Un análisis del periodo 2011-2021”. Este apartado tiene como propósito exponer las informaciones generadas a partir del ensayo, documento requerido para el doctorado. A continuación, se presentará el resumen, método, agendas de investigación divididas en tres fases, resumen de las agendas 2019 a 2021 con las agendas propuestas de este ensayo y por último, las conclusiones.

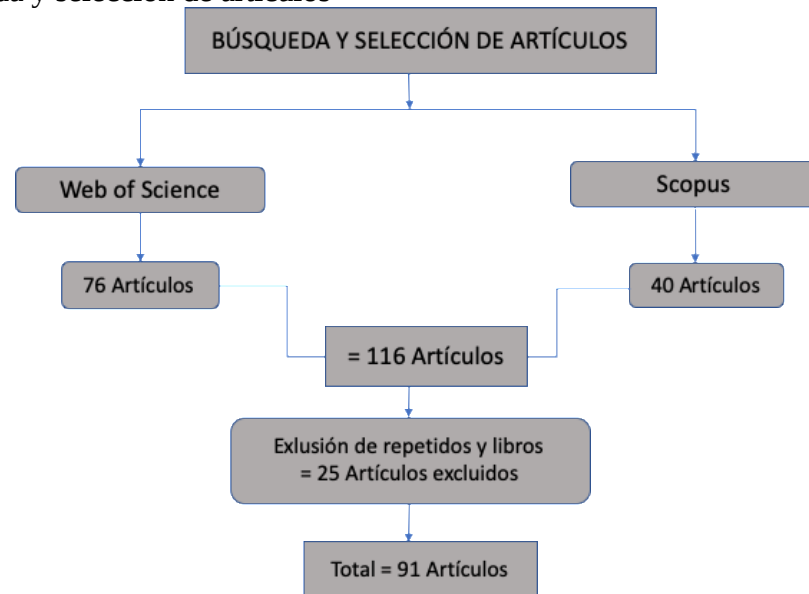
Este ensayo tuvo como objeto investigar, mediante una revisión sistemática de la literatura, las agendas que proponen estudios futuros sobre la coproducción de servicios públicos, para conocer la dirección que está tomando el tema de coproducción en la literatura, desde el 2011 hasta 2021. Este ensayo fue constituido a partir del análisis de 91 artículos disponibles en las bases de datos *Scopus* y *Web of Science*. Se consideraron en el análisis todas las contribuciones científicas del tipo “artículo” sin distinción entre estudios teóricos y empíricos, a través de una consulta en la plataforma CAFE del portal de la Capes. Los principales temas objeto de estudios futuros abordados en las agendas, están relacionados con: conceptualización y desarrollo de la coproducción de servicios públicos, coproducción ciudadana, papel e incentivos del gobierno en la coproducción, surgimiento de la innovación en la coproducción de servicios públicos y enfoques metodológicos. Esta revisión permitió observar los temas discutidos y las agendas propuestas para estudios futuros, de tal manera que posibilitó la identificación y proposición de agendas de investigación centradas en el estudio de los incentivos gubernamentales en la coproducción de servicios públicos y la identificación de los factores que motivan a los ciudadanos a coproducir.

Respecto al **método** adoptado, este ensayo se construyó con base en una revisión sistemática de la literatura. Se consideraron en el análisis todas las contribuciones científicas, del tipo “artículo” publicadas desde 2011 a 2021, sobre coproducción de servicios públicos. No se realizó distinción entre estudios teóricos y empíricos. Todos los que contribuían con el tema, fueron escogidos.

Se realizó una consulta en la plataforma CAFE del portal Capes Periódicos, sobre coproducción de servicios públicos en los títulos de los artículos, resúmenes y palabras clave. Se optó por elegir Web of Science, debido a que cuentan con 33000 revistas y Scopus, con 24000 publicaciones, ofreciendo una amplia gama de datos. Al investigar en estas dos bases de datos, aumentó el número de artículos encontrados respecto al tema. Así mismo, se eliminaron aquellos repetidos y los que no estaban acorde con las palabras clave de búsqueda.

Las palabras clave utilizadas en las dos bases fueron: *Co-production, co-production driver, co-production engagement, public service, factor and co-production, Incentive govern o incentive y citizen*. Esta búsqueda se finalizó en junio de 2021. Conforme a la Figura 2, la muestra en Web of Science arrojó un resultado de 76 artículos y en Scopus se obtuvieron 40 artículos, para un total de 116 artículos. Después de la exclusión de aquellos documentos repetidos y libros, totalizaron 91 artículos. En la Figura 2 se describe cómo se realizó la búsqueda en las bases de datos.

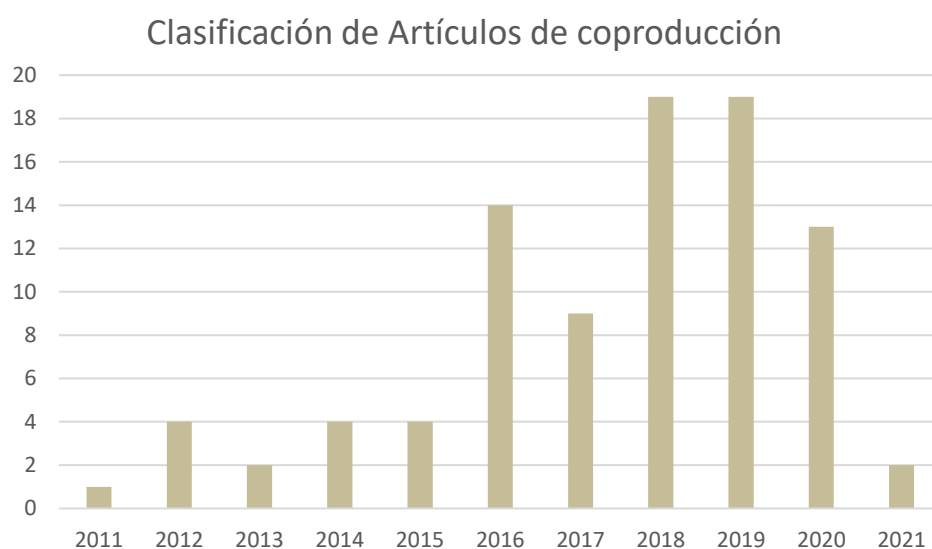
Figura 2. Búsqueda y selección de artículos



Fuente: Elaboración propia (2024)

Adicionalmente, se clasificaron los artículos sobre coproducción por año. En la Figura 3 se observan las producciones de artículos desde el 2011 hasta 2021. Es pertinente mencionar que en los años 2018 y 2019 hubo una mayor producción de artículos científicos sobre coproducción, pues en ambos años produjeron 19 artículos. Además, cabe resaltar que la información fue recolectada hasta junio de 2021, lo que justifica una menor producción en este año.

Figura 3. Clasificación de artículos por año.



Fuente: Elaboración propia (2024)

Seguidamente, se extrajeron las agendas de cada uno de los artículos, con sus respectivos autores y se elaboró un mapa mental con la herramienta *Simplemind* (Figura 4). A continuación, se presentarán las agendas encontradas en la literatura de los artículos analizados divididas en tres fases.

FASE 1 Autores y Agendas y 2011-2015 DESARROLLO DE COPRODUCCIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA

En esta primera fase, se expondrán las agendas encontradas en los artículos desde el 2011 hasta el 2015. Respecto a conceptualización y desarrollo de la coproducción, Parrado *et al.* (2013) sugieren estudios para mejorar la comprensión de la coproducción de servicios públicos por parte del usuario y la comunidad para armonizar mejor las percepciones de los

funcionarios del sector público con la realidad. Radnor *et al.* (2014) también señalan la importancia de realizar un desarrollo teórico de la comprensión del término coproducción, pero en una lógica empresarial y explorar el potencial, las contingencias y las limitaciones de esta nueva comprensión. Voorberg, Bekkers y Tummers (2015) declaran la necesidad de especificar y aclarar conceptualmente el tipo de co-creación y coproducción estudiada, además de investigar el papel de los ciudadanos como co-diseñadores o co-iniciadores. Por otro lado, Mori *et al.* (2015) declaran la necesidad de aclarar el co-diseño, la coproducción y la co-difusión, pues los consideran equívocos conceptualmente por ser términos nuevos en ese momento. Por otro lado, Verschuere, Brandsen y Pestoff (2012) abogan por continuar realizando estudios empíricos sobre la calidad de los servicios públicos y reducción de costos y mayores beneficios para los involucrados.

Sobre coproducción ciudadana, Olivier de Sardan (2011) considera que es necesario estudiar las circunstancias que provocan una responsabilidad generalizada en los usuarios y fundamentada en una forma de conciencia cívica compartida entre los proveedores. Verschuere, Brandsen y Pestoff (2012) sugieren la realización de estudios empíricos para poner a prueba la generación de capital social, nuevas relaciones y comportamientos cooperativos. Por otro lado, Klein Jr *et al.* (2012) manifiestan la necesidad de establecer y verificar la correlación entre la participación en coproducción y la calidad de los servicios producidos. Bovaird *et al.* (2015) proponen investigar las razones por las cuáles las personas participan en coproducción colectiva y Voorberg, Bekkers y Tummers (2015) sugieren abordar explícitamente el papel del ciudadano como co-diseñadores o co-iniciadores.

Padley (2013) propone expandir la discusión y trabajar de manera significativa con individuos, grupos y comunidades a través de las redes de colaboración existentes para repensar radicalmente lo que significa hacer políticas. Lloyd (2014) apunta la necesidad de generar más investigación que contribuya a la mejora de la comprensión académica, comprensión de los responsables políticos de la dinámica y de los diversos efectos de los procesos de gobernanza participativa. Adicionalmente, se encontraron agendas con enfoques metodológicos. Verschuere, Brandsen y Pestoff (2012) exponen la necesidad de generar más producciones empíricas y comparativas sobre coproducción; Voorberg, Bekkers, y Tummers (2015) recomiendan más estudios comparativos entre casos de diferentes países con enfoques

cuantitativos, y Mouraviev y Kakabadse (2015) se interesan por la realización de estudios con muestras grandes con análisis cuantitativos.

En esta fase (2011-2015), se encontró interés especial en continuar profundizando sobre el desarrollo, comprensión, ampliación conceptual de la coproducción, así como también se encontraron sugerencias de estudios para conocer el papel de los ciudadanos y sus motivos para participar en la coproducción.

FASE 2: autores y agendas 2016-2018 ACLARACIÓN CONCEPTUAL Y EVALUACIÓN DE POLITICAS DE COPRODUCCIÓN E INCENTIVOS.

En esta segunda fase, se presentarán las agendas encontradas en los artículos desde el 2016 hasta el 2018.

La conceptualización del término coproducción continúa siendo objeto de estudio. van Kleef y van Eijk (2016) resaltan la importancia de diferenciar o conceptualizar lo que es y lo que no es coproducción. También sugieren investigar cómo las estrategias de afrontamiento de los productores habituales y coproductores difieren en los tipos de coproducción y en que medida los coproductores asignan valor a la contribución del productor.

Bovaird *et al.* (2016) invitan a explorar las relaciones de causa y efecto en la coproducción y sus correlatos, investigar las reacciones del personal del servicio público sobre los niveles de coproducción y las barreras presentadas en su área de servicio. Sorrentino, Sicilia y Howlett (2018) sugieren que en investigaciones futuras se identifiquen las dimensiones necesarias para evaluar el desempeño de la coproducción y, adicionalmente, que se aclaren los factores que optimizan la coproducción. Mees *et al.* (2018) requieren identificar diversos tipos de coproducción, su impacto y estrategias. Nesti (2018) sugiere examinar las características, beneficios y limitaciones de la coproducción, y Moon (2018) recomienda el estudio del éxito de la coproducción y sus procesos. Por otro lado, Lindsay *et al.* (2018) recomiendan estudios que confirmen el valor añadido potencial de la coproducción como modelo de prestación de servicios, y Silvestre, Catarino y Araújo (2016) piden estudios que continúen analizando la coproducción como mejora en la provisión de servicios, pero centrada en la teoría de los servicios propuesta por Osborne en el año 2013.

Por otra parte, Thijssen y van Dooren (2016) proponen que se hagan investigaciones que comprendan el comportamiento ciudadano a través de los vecindarios de la ciudad;

Bovaird *et al.* (2016) se interesan en conocer los motivos de las personas que emprenden la coproducción colectiva y Van Eijk y Steen (2016) recomiendan investigar los impactos de estas motivaciones en la colaboración entre ciudadanos y profesionales. Chaebo y Medeiros (2017) sugieren estudios sobre la participación de usuarios en los consejos y las diferentes interacciones entre usuarios y profesionales en coproducción. Consecuentemente, van Eijk (2018) destaca la importancia de realizar más investigaciones sobre la colaboración entre ciudadanos y profesionales en la coproducción.

El papel del gobierno también es objeto de estudio. Alford y Yates (2016) direccionan su agenda hacia estudiar la relación entre coproducción y confianza en el gobierno; Mees, Crabbé y Driessen (2017) recomiendan la evaluación de políticas en la coproducción; van Eijk, Steen y Verschuere (2017) proponen que se estudie el diseño cuidadoso de las políticas de coproducción teniendo en cuenta los incentivos; Leleux y Webster (2018) piden más trabajos empíricos sobre la eficacia de la gobernanza inteligente; Sorrentino, Sicilia y Howlett (2018) demandan investigaciones sobre estrategias para evaluar políticas de coproducción y Mukherjee y Mukherjee (2018) recomiendan estudios sobre lo que se necesita para diseñar políticas participativas en múltiples niveles de gobernanza.

Sobre incentivos a la coproducción de servicios, van Eijk, Steen y Verschuere (2017) expresan que se necesita un diseño cuidadoso de las políticas de coproducción, para que incluya los diferentes tipos de incentivos entre los ciudadanos. Por su parte, Soares y Farias (2018) solicitan una mayor comprensión sobre la efectividad de los incentivos a la coproducción. Por otro lado, la coproducción de servicios públicos también ha innovado en la forma de se prestar servicios. Osborne, Radnor y Strokosch (2016) expresan la necesidad de estudios que aborden los servicios públicos digitales; Gallouj *et al.* (2018) señalan la importancia de más estudios comparando la innovación social con la innovación de servicios, y Webster y Leleux (2018) proponen examinar los problemas éticos y de privacidad relacionados con prácticas de ciudades inteligentes y aclarar que tecnologías funcionan mejor en cada contexto.

Referente al enfoque metodológico, Van Eijk y Steen (2016) manifiestan la pertinencia de las investigaciones cuantitativas y cualitativas que fortalezcan y desarrollen el modelo teórico de coproducción, mientras que Alford y Yates (2016) expresan la importancia de realizar estudios cualitativos para proporcionar explicaciones más matizadas de los datos

sobre procesos de producción en la coproducción. Ya Mees, Crabbé y Driessen (2017), y Chaebo y Medeiros (2017) sugieren que en la coproducción hacen falta estudios comparativos. Nastiti *et al.* (2017) recomiendan realizar múltiples comparaciones de casos de todas las coproducciones privadas y ciudadanas.

En este periodo de 2016-2018, como fue observado, algunos estudios persistieron en la necesidad de aclaración conceptual; otros, en la identificación de los motivos que influyen en la participación ciudadana y en la evaluación de políticas en la coproducción e inclusión de incentivos.

FASE 3: Autores y Agendas 2019-2021 AMPLIACIÓN CONCEPTUAL, INNOVACIÓN Y FACTORES QUE MOTIVAN LA COPRODUCCIÓN.

En este apartado se presentará la agenda más reciente encontrada sobre coproducción de servicios públicos. Respecto al desarrollo de la coproducción, Jukić *et al.* (2019) declaran que en el campo de la innovación colaborativa aún persiste la falta de claridad conceptual, principalmente en los términos co-creación y coproducción.

Eriksson (2019) direcciona su interés a la realización de estudios que investiguen cuál es el impacto que tiene el contexto social en la interacción entre el usuario y el personal del servicio, y Cervera y Parra (2019) se inquietan por conocer cuáles herramientas de coproducción se pueden estar pasando por alto porque no están documentadas.

Alonso *et al.* (2019) recomiendan identificar los factores que influyen en la coproducción, verificar si los factores a nivel individual y organizacional difieren para la educación, la salud u otros aspectos de la coproducción y conocer las correlaciones entre la coproducción de los ciudadanos en múltiples áreas de servicios y políticas.

Jaspers y Steen (2019) proponen analizar los efectos de la coproducción y la capacidad de los coproductores para co-crear resultados sostenibles; y Lember, Brandsen y Tõnurist (2019) recomiendan comprender los efectos potenciales y las variables subyacentes en la coproducción y las oportunidades de coproducción y co-creación. Por otro lado, Loeffler y Bovaird (2019) sugieren investigar los "lados oscuros de la coproducción" en la que los principios de gobernanza no son observados; Rodrigues *et al.* (2020) desean conocer la eficiencia del *Simulador de Direção Veicular*, que es utilizado para el proceso de calificación del conductor y otros fenómenos de la coproducción de servicios públicos electrónicos. Cepiku *et al.* (2020) expresan que sería de mucha utilidad investigar el

desarrollo de la coproducción a gran escala y otras iniciativas de colaboración; y, finalmente, Edelmann y Mergel (2021) formulan que a pesar de la extensa literatura, aún es necesario aclarar el concepto e implementación de la coproducción.

En cuanto a coproducción ciudadana, Flemig y Osborne (2019) mencionan que aún existen brechas en cuanto al aprovechamiento de la coproducción voluntaria e involuntaria especialmente en grupos vulnerables. Borges Júnior y Farias (2020) formulan que se deben comprender los motivos, perfil y voluntad que tienen los brasileños para coproducir y Brix, Krogstrup y Mortensen (2020) mencionan que los recursos y la capacidad de los ciudadanos para coproducir varía de una persona a otra. Además destacan la importancia de estudiar la inclusión de familiares en la coproducción, en caso de no poder participar activamente por sí mismos.

Zarina (2020) manifiestan que se necesitan estudios más amplios para investigar coproducción con estudiantes universitarios en campos como: la informática, el diseño, la comunicación, las ciencias cognitivas y la psicología. Radl-Karimi *et al.* (2020) expresan que sería útil explorar los procesos de coproducción con inmigrantes y profesionales de la salud en diferentes contextos geográficos. Edelmann y Mergel (2021) refieren la importancia de investigaciones que examinen como los usuarios evalúan su participación y competencias para coproducir.

Byung-Kwon (2019) demuestra interés sobre redescubrir el estatus de verdadera 'política de innovación' y Whicher y Crick (2019) recomiendan una evaluación independiente más detallada sobre laboratorios de políticas para conocer su éxito o fracaso y, además, destacan que sería valioso evidenciar la efectividad de los diversos modelos financieros y de gobernanza. Por su parte, Williams *et al.* (2020) expresan la necesidad de explicar el fracaso de la academia para promover el potencial igualitario y utilitario de la investigación coproducida. Annala (2021) enfatiza la importancia de crear análisis significativos sobre los fracasos de técnicas gubernamentales, la naturaleza de la resistencia cotidiana y las "contraconductas" y cambios en la economía política.

Respecto al surgimiento de la innovación en la coproducción, Falco y Kleinhans (2019) observan que la coproducción facilitada por Internet aún no se ha estudiado de forma sistemática, y Lember, Brandsen y Tõnurist (2019) expresan su interés en conocer el impacto y las lógicas en la adopción de tecnologías digitales en la coproducción. Así mismo, Dudau,

Glennon y Verschuere (2019) sugieren estudiar el valor de la innovación tecnológica para el codiseño y la coproducción de servicios. Así mismo, Teixeira, Rêgo y Silva Filho, (2020) recomiendan investigación sobre innovación y coproducción enfocada en estudios de expansión, evaluación y perfeccionamiento del campo y, por último, Edelmann y Mergel (2021) declaran que otras investigaciones podrían examinar como la coproducción impulsa los servicios digitales.

Acerca del enfoque metodológico en los estudios futuros, Jukić *et al.* (2019) apuntan que deberían incrementar la cantidad de estudios cuantitativos y con evaluaciones comparativas; Lember, Brandsen y Tönurist (2019) expresan la necesidad de estudios más comparativos y explicativos para los estudios de caso. Por su parte, Svidronova, Meričková y Nemec (2019) abogan por análisis comparativos entre diferentes sectores / países y Steiner y Teasdale (2019) expresan que diferentes enfoques metodológicos, como, por ejemplo, estudios etnográficos y cuantitativos serían enriquecedores para capturar aspectos multidimensionales.

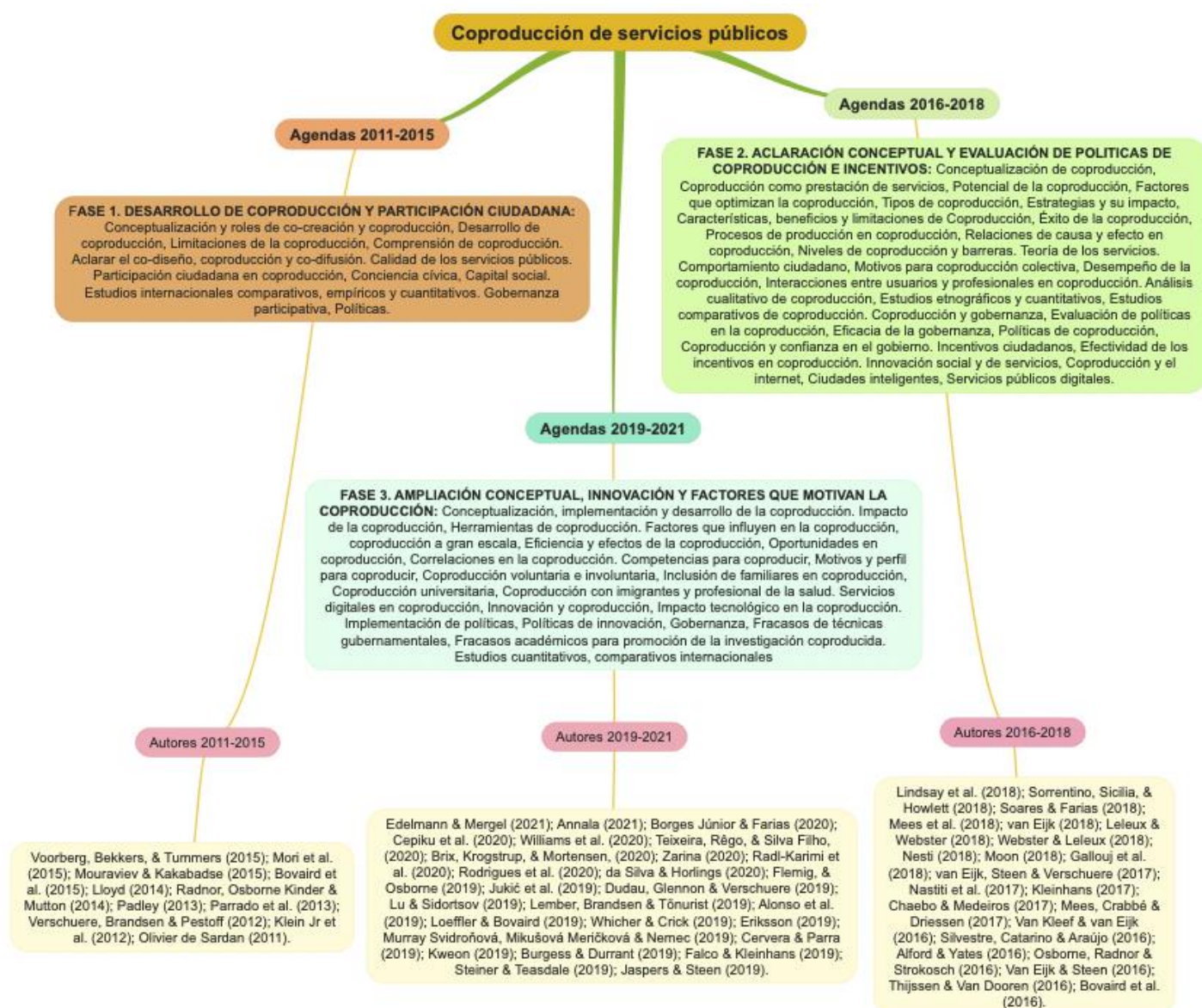
En esta última fase de agendas de 2019 a 2021, se pudo observar que la dirección tomada en los estudios está dirigida hacia la innovación colaborativa y de tecnologías digitales en la coproducción. Así mismo, continua el interés en la identificación de factores que influyen en la coproducción, además, hay gran atención en incrementar estudios comparativos sobre coproducción.

Por consiguiente, con el objetivo de resumir las sugerencias de estudios mencionadas, se presentará el mapa que condensa las agendas encontradas y sus respectivos autores, desde 2011 hasta 2021, sobre la Coproducción de Servicios públicos. Este mapa se presenta en la Figura 4, en la página siguiente.

Este mapa (Figura 4) muestra las agendas sugeridas para ser estudiadas en investigaciones futuras, puesto que aún no hay suficiente información sobre coproducción de servicios públicos. Mediante el desarrollo de este análisis de agendas, se observó que, entre los temas a estudiar, aún existe la necesidad de: aclarar el concepto de coproducción (Jukić *et al.*, 2019; Edelmann & Mergel, 2021), identificar las competencias (Edelmann & Mergel, 2021) o motivos (Borges Júnior & Farias, 2020) que llevan al ciudadano a coproducir, estudiar la efectividad de los incentivos en la coproducción (van Eijk, Steen & Verschuere, 2017; Soares & Farias, 2018); analizar el fracaso de las técnicas gubernamentales, debido a

que los actores gubernamentales le dan más importancia a lo que no hacen las comunidades, dejando en segundo plano su esfuerzo por coproducir (Annala, 2021); conocer el impacto de las tecnologías digitales en la coproducción, puesto que podría modificar tanto el papel del gobierno, como el de los ciudadanos en la gobernanza pública (Lember, Brandsen & Tõnurist, 2019).

Figura 4. Resumen de agendas desde 2011 a 2021



Fuente: Elaboración propia (2024)

RESUMEN DE LAS AGENDAS 2019 A 2021 Y AGENDAS PROPUESTAS PARA LOS AVANCES A PARTIR DE ESTE ENSAYO

A continuación, en la Tabla 5 se presentarán las agendas de 2019 a 2021 encontradas en los artículos discutidos en la sección anterior y, adicionalmente, las agendas propuestas en este ensayo resaltadas en rojo, que servirán de fundamentación para cuestiones y/o proposiciones de una tesis.

Este ensayo tuvo como objeto investigar, mediante una revisión sistemática de la literatura, las agendas que proponen estudios futuros sobre la coproducción de servicios públicos, existentes desde el año 2011 hasta 2021. En la Tabla 5 se condensan las agendas más recientes de 2019 a 2021 encontradas y las agendas propuestas en este ensayo teórico resaltadas en rosado.

Tabla 5. Agendas 2019 a 2021 y agendas propuestas en este ensayo.

time	AGENDA 2019-2021	Agendas Propuestas en este ensayo
CONCEPTUALIZACIÓN Y DESARROLLO DE LA COPRODUCCIÓN:	Conceptualización, implementación y desarrollo de la coproducción (Lu & Sidortsov, 2019) Falta de claridad conceptual de co-creación y coproducción (Jukić <i>et al.</i>, 2019). Impacto de la coproducción, (Eriksson, 2019). Identificación de Herramientas de coproducción no documentadas (Cervera & Parra, 2019). Factores que influyen en la coproducción y Correlaciones en la coproducción (Alonso <i>et al.</i>, 2019). Efectos de la coproducción, (Jaspers & Steen, 2019) y Oportunidades en coproducción y co-creación (Lember, Brandsen & Tönurist, 2019). Investigar los "lados oscuros de la coproducción" (Loeffler & Bovaird, 2019). Eficiencia del SDV (Simulador de Dirección Vehicular) y otros fenomenos de coproducción (Rodrigues <i>et al.</i>, 2020). El desarrollo de coproducción a gran escala (Cepiku <i>et al.</i>, 2020). Aclarar el concepto (Edelmann & Mergel, 2021).	*Identificar los incentivos gubernamentales para crear coproductores y mejorar la calidad de los servicios públicos.
PAPEL DEL GOBIERNO EN LA COPRODUCCIÓN	Coproducción en la implementación de políticas, participación comunitaria y esfuerzos voluntarios (Lu & Sidortsov, 2019). Redescubrir el estatus de Políticas de innovación (Byung-Kwon, 2019). Efectividad de Gobernanza (Whicher & Crick, 2019). Fracasos academicos para promoción de la investigación coproducida (Williams <i>et al.</i>, 2020). Fracasos de técnicas gubernamentales (Annala, 2021).	
COPRODUCCIÓN CIUDADANA:	Coproducción voluntaria e involuntaria (Flemig, & Osborne, 2019). Motivos y perfil para coproducir (Borges Júnior & Farias, 2020). Inclusión familiar en coproducción (Brix, Krogstrup, & Mortensen, 2020). Coproducción universitaria (Zarina, 2020). Coproducción con inmigrantes y profesional de la salud (Radl-Karimi <i>et al.</i>, 2020). Usuarios evaluando su participación y competencias para coproducir (Edelmann & Mergel, 2021).	*Identificar los factores que incentivan o motivan a los ciudadanos en su frecuencia para coproducir.
	Coproducción facilitada por el internet (Falco & Kleinhans, 2019).	

time	AGENDA 2019-2021	Agendas Propuestas en este ensayo
SURGIMIENTO DE LA INNOVACIÓN EN LA COPRODUCCIÓN	Impacto de las tecnologías digitales en la coproducción (Lember, Brandsen & Tönurist, 2019). Innovación y coproducción (Dudau, Glennon & Verschuere 2019; Teixeira, Rêgo, & Silva Filho, 2020). Coproducción y los Servicios digitales (Edelmann & Mergel, 2021).	
ENFOQUE METODOLÓGICO:	Estudios cuantitativos y comparativos (Jukić <i>et al.</i> , 2019). Análisis comparativos (Lember, Brandsen & Tönurist, 2019). Análisis comparativos internacionales (Murray Svidroňová, Mikušová Meričková & Nemec, 2019). Diferentes enfoques metodológicos (Steiner & Teasdale, 2019).	*Incrementar la cantidad de estudios comparativos internacionales en coproducción para tener un análisis más amplio de coproducción en diferentes contextos.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Así pues, como se observa en la Tabla 5, columna tres llamada “Agendas Propuestas en este ensayo”, el objetivo que se pretende ampliar en la tesis de la autora de este ensayo, es decir, su agenda, será identificar **que tipo incentivos gubernamentales influyen a los ciudadanos en su frecuencia para coproducir servicios públicos e identificar los factores que incentivan o motivan a los ciudadanos a coproducir con el gobierno y cuál es su evaluación acerca de los incentivos, a través de un estudio comparativo internacional, buscando obtener un análisis más amplio de coproducción en diferentes contextos.**

En la coproducción de servicios públicos es importante resaltar las iniciativas o estrategias gubernamentales para promover coproducción de servicios públicos (Jakobsen, 2013, Meijer, 2012; Thomsen & Jakobsen, 2015; Voorberg *et al.*, 2018), puesto que, para que los ciudadanos se conviertan en coproductores de servicios públicos, deben estar no solamente motivados, sino, capacitados para hacerlo (Alford, 2002; 2009; Jakobsen, 2013; Van Eijk & Steen, 2015).

Anteriormente, se mostró en las agendas de los artículos analizados que aún hay poca claridad respecto al concepto de coproducción (Jukić *et al.*, 2019; Edelmann & Mergel 2021), además se pudo observar que son insuficientes o poco se discuten los estudios sobre los incentivos del gobierno para la coproducción y, así mismo, son escasas las agendas apuntando hacia este tema. Solo en el año 2017 los autores van Eijk, Steen y Verschuere y en el 2018 los autores Soares y Farias, sugirieron estudiar la diversidad de incentivos y la efectividad de acciones para incentivar la coproducción y Martins, Farias y Junior (2019) identificaron las diferentes formas en que los ciudadanos se involucran en la coproducción de seguridad pública. Se considera que los incentivos gubernamentales para crear coproductores forman parte fundamental en la coproducción de servicios públicos. Además, el gobierno se ha acercado a los ciudadanos a través de la tecnología,

facilitando la comunicación y ofreciendo plataformas digitales que permiten la participación ciudadana y el trabajo conjunto con el gobierno para mejorar la calidad en la prestación de servicios públicos.

Como conclusiones del ensayo, a pesar de ser un tema que se ha venido estudiando desde 1976, a partir de esfuerzos iniciales de Elinor Ostrom, se descubrió que aún continua vigente en la literatura como se observó en las agendas expuestas hasta 2021 y existe interés por ampliar y aclarar el concepto de coproducción, conocer sus efectos, comprender que es necesario concebir para el desarrollo de competencias ciudadanas para la coproducción, analizar su implementación, identificar los factores que motivan a los ciudadanos a coproducir, aumentar los estudios comparativos internacionales para analizar varias perspectivas, etc.

El objetivo del mapa mental (Figura 4) elaborado en este ensayo, permitió conocer la dirección de las agendas de investigaciones en coproducción de servicios públicos y la identificación de segmentos en los que estas se encuentran. Por ejemplo, cada una de las agendas estaban direccionadas hacia varios intereses. Conceptualización y desarrollo de la coproducción, coproducción ciudadana, papel del gobierno en la coproducción, innovación en coproducción y, también, algunos estudios demandan enfoques metodológicos en los que aún se necesita trabajar, como es el caso de estudios comparativos a nivel internacional y mixtos.

Sin embargo, se considera pertinente la ampliación de estudios direccionados a conocer cuales son los incentivos que aplica el gobierno para motivar a la sociedad a coproducir conjuntamente, tomando en cuenta que los incentivos son parte fundamental en los procesos de coproducción.

Por fin, se considera que las agendas propuestas en estos artículos son de suma importancia para el desarrollo de la coproducción de servicios públicos, cabiendo resaltar que el estudio de los incentivos del gobierno y su efectividad en los ciudadanos, contribuirán de forma positiva en el surgimiento de nuevos coproductores, incrementando así la participación ciudadana e, consecuentemente, mejorando la calidad en la prestación de servicios públicos.

2.6 Modelo teórico conceptual

El modelo teórico de este proyecto tiene como variable dependiente (VD) la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo. Esta variable es propuesta debido a la importancia que tiene las motivaciones o factores que

influyen en la cantidad de participaciones que realizan los usuarios en las plataformas para coproducir. En su estudio los autores Ferreira y Farias (2019) corroboraron su pertinencia e identificaron la influencia que tenían las motivaciones en el número de participaciones o frecuencia para coproducir en *Hackathons* y encontraron diversas variables importantes que influían en la cantidad de participaciones que realizaban, como por ejemplo: la actitud; el reconocimiento; la diversión; el aprendizaje; las recompensas económicas, entre otras.

Así mismo, se identificaron tres grandes constructos que corresponden a las tres variables independientes: (1) P1. Accesibilidad a la plataforma digitales para la coproducción de servicios públicos; (2) P2. Evaluación del usuario respecto a las plataformas que fomentan la coproducción de servicios públicos; (3) P3. Incentivos gubernamentales para aumentar la coproducción de servicios públicos en las plataformas y estos constructos a su vez están conformados por diferentes variables e proposiciones que serán presentados con más detalle a continuación.

2.6.1. Accesibilidad a plataformas digitales para la coproducción de servicios públicos (P1).

La proposición número 1 está relacionado con las siguientes variables: Facilidad para acceder a la plataforma y Provisión de información en las plataformas, que serán discutidas con sus respectivos autores a continuación.

2.6.1.1. *Facilidad para acceder a la plataforma*

Rotta et al., (2019) expresan que las plataformas digitales son una de las maneras en que se incentiva la coproducción puesto que, son herramientas en espacios digitales que existen para gestionar el trabajo entre ciudadanos y agentes públicos, con el fin de comprender sus necesidades y aumentar la transparencia. Adicionalmente, estas herramientas controlan la gestión del trabajo y su nivel de madurez es medido por 5 niveles, el primer nivel para medir su madurez es facilitar el acceso a la información y a los servicios que ofrecen con el fin de que sea simple para el usuario; seguido por la autorización de servicios en línea; acceso a diferentes sitios y servicios; interoperabilidad entre sistemas del gobierno y la personalización de servicios para los usuarios. Así mismo, los autores Chatfield y Reddick (2018a) y Chatfield y Reddick (2018b), declaran que la coproducción a través de las TIC, se ha convertido en una forma más práctica de participación, ya que entre sus características principales está la rapidez y fácil acceso para comunicarse o interactuar directamente con el gobierno.

Por consiguiente y basado en los autores Rotta et al., (2019); Chatfield y Reddick (2018a) y Chatfield y Reddick (2018b) se plantea la siguiente proposición:

P1.1. La facilidad de navegación en cada plataforma influye en la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.1.3. Provisión de información en las plataformas

Soares y Farias (2018) encontraron que en Brasil es de suma importancia la provisión de información por parte del gobierno para poder hacer partícipes a los ciudadanos en los procesos de coproducción, debido a que sin publicación adecuada de las políticas públicas sobre la coproducción, los usuarios no tendrían acceso a estas posibilidades de coproducción de servicios públicos.

Además, en una investigación realizada por Bovaird et al. (2015) en la cual estudian los factores asociados con la coproducción en Inglaterra y Gales, identificaron que la provisión de información es una variable que está directamente relacionada por que aumenta la propensión a coproducir colectivamente.

De esta forma y según los autores Soares y Farias (2018) y Bovaird et al. (2015) se establece la siguiente proposición:

P1.2. La provisión de información influye en la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.2. Evaluación del usuario respecto a las plataformas que fomentan la coproducción de servicios públicos (P2).

El construto número 2 está relacionado con las siguientes variables: Promoción de las plataformas por los gobiernos; Confianza en el gobierno; Satisfacción del usuario sobre las plataformas y Disminución de costos y tiempo y contacto directo, las cuales serán presentadas con sus autores.

2.6.2.1. Promoción de las plataformas por los gobiernos

Los autores Soares y Farias (2018) también destacan la importancia no solo de proveer la información necesaria por parte del gobierno sino, de promover o promocionar a través de una divulgación amplia y adecuada las políticas públicas sobre la coproducción, para que los ciudadanos tengan acceso a estas posibilidades y coproduzcan.

De este modo, fundamentados en Soares y Farias (2019), se aborda la siguiente proposición:

P2.1. La promoción de plataformas por parte del gobierno, aumenta la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.2.2. Confianza en el gobierno

Stougaard (2020) expresa que la variable confianza en sus diversas manifestaciones resultó ser de suma importancia como factor clave para incentivar a los ciudadanos a ser parte de una relación de coproducción.

De la misma manera, Fledderus y Honingh (2016), Strokosch y Osborne (2016) y Vanleene et al. (2019) confirman la declaración de Stougaard (2020) exponiendo que cuando una relación está fundamentada en la confianza fructifica dando resultados positivos en la coproducción.

Con base en los autores Stougaard (2020); Fledderus y Honingh (2016); Strokosch y Osborne (2016); y Vanleene et al. (2019) se postula la siguiente proposición:

P2.2. La confianza del usuario en el gobierno influencia la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.2.3. Satisfacción del usuario sobre las plataformas

Bovaird (2007) expone que la evaluación realizada por el ciudadano sobre las reclamaciones realizadas en plataformas digitales relacionadas a las fallas que pudieron presentarse en la prestación de un servicio y con el objetivo de recuperarlo, es una forma mediante la cual los ciudadanos contribuyen en estas plataformas digitales, tal y como lo afirma Redck (2019).

Por otro lado, las empresas ya registradas voluntariamente en las plataformas digitales también realizan su contribución en la medida que van respondiendo a las reclamaciones de los ciudadanos y solicitando las informaciones adicionales respectivas (Bovaird, 2007).

En consecuencia, basados en los autores Bovaird (2007) y Redck (2019) se formula la siguiente proposición:

P2.3. La solución o no del conflicto de consumo influencia en la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.2.4. *Reducción de costos y tiempo*

Schmidt-Kessen, Nogueira & Cantero (2019) manifiestan que las plataformas digitales son servicios ofrecidos por cada país a través de los cuales se proporciona un ambiente favorable entre los actores para solucionar sus conflictos de forma más ágil y menos costosas sin recurrir al poder judicial, puesto que en algunas ocasiones puede llevar mucho tiempo y traer algunos costos etc. en algunos casos el ciudadano recibe la información necesaria y es capacitado para reclamar a la empresa y poder solucionar su conflicto de la forma más eficiente posible.

De igual forma, Osborne y Brown (2011) consideran que los ciudadanos son valiosos en la participación de la prestación de servicios públicos, debido a que son fundamentales para la consecución de eficiencia, eficacia (Ostrom, 1996) y la disminución de costos y satisfacción de sus necesidades (Loeffler, Bovaird, & Ryzin, 2008).

Por esta razón, fundamentados en los autores Schmidt-Kessen, Nogueira y Cantero, (2019); Loeffler, Bovaird, y Ryzin (2008); Osborne y Brown (2011) y Ostrom (1996) se sugiere la siguiente proposición:

P2.4. La disminución de costos y tiempo, influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.2.4. *Contacto directo*

La coproducción se enfoca en la contribución directa realizada por los ciudadanos en el proceso de producción y es asociada generalmente a los servicios que ellos reciben a lo largo de la activación del ciclo de producción (Lember, Brandsen & Tõnurist 2019). Asimismo, Alonso *et al.*, (2019, p. 2) precisan la participación ciudadana en la producción de servicios como “contribuciones directas y activas de los ciudadanos al trabajo de las organizaciones públicas, teniendo como objetivo ayudar a los gobiernos a abordar los desafíos sociales que ahora enfrentan”.

Por esta razón, fundamentados en los autores Lember, Brandsen & Tõnurist (2019) y Alonso *et al.*, (2019) se sugiere la siguiente proposición:

P2.5 El contacto directo entre el proveedor del servicio y el consumidor, influye la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.3. Incentivos gubernamentales para aumentar la coproducción de servicios públicos en las plataformas (P3).

Finalmente, el constructo número 3 agrupa las variables: incentivo material, incentivo solidario e incentivo intangible y actualización de datos en las plataformas, expuestas a continuación con los autores correspondientes.

2.6.3.1. Incentivo material, solidario e intangible

Respecto a los incentivos que llevan a los ciudadanos a la coproducción de servicios públicos, Alonso et al., 2019, p.1623 mencionan tres tipos de incentivos que influyen en la coproducción ciudadana “El primero es el incentivo material (dinero, cupones, etc.), el segundo es el incentivo solidario (pertenencia a un grupo) y el tercero, el incentivo intangible (recompensas intrínsecas o satisfacción con buena acción moral)” con los cuales los autores Alford (2002), (2009); Sharp (1978) y Van Eijk y Steen (2014), (2016); Bovaird et al., (2015); Kessen, Nogueira y Gamito, 2020 y Soares y Farias (2018) también concordan.

De esta manera, según los autores Alonso et al., (2019); Alford (2002), (2009); Sharp (1978) y Van Eijk y Steen (2014), (2016); Bovaird et al., (2015); Kessen, Nogueira y Gamito, 2020 y Soares y Farias (2018) es creada la siguiente proposición:

P3.1. Los incentivos materiales, solidarios e intangibles influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.3.2. Actualización de datos en las plataformas

Bovaird (2007) refiere que las empresas que son registradas en las plataformas de forma voluntaria están realizando una contribución conforme van respondiendo a las reclamaciones de los usuarios y pidiéndoles informaciones adicionales para darle continuidad a los procesos. Es decir, a medida que avanza el proceso y las empresas interactúan con los ciudadanos van actualizando y retroalimentando la plataforma con la solución o no del conflicto y la evaluación que los ciudadanos realizan respecto al servicio ofrecido en las plataformas.

De igual manera, conforme el autor Bovaird (2007) se expone la siguiente proposición:

P3.2. Las actualizaciones hechas por los gobiernos en sus plataformas de solución de conflictos influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.3.3. Resolución de conflictos

Schmidt-Kessen, Nogueira & Cantero, (2019), afirman que las plataformas digitales son servicios prestados y mantenidos por el gobierno de cada país, ofrecen un ambiente favorable en

el cual estos actores pueden solucionar sus conflictos de una forma más ágil menos costosa, y sin acudir al poder judicial, trayendo una mayor satisfacción de las necesidades (Loeffler, Bovaird, & Ryzin, 2008).

Por consiguiente, y conforme con los autores Schmidt-Kessen, Nogueira & Cantero, (2019) y Loeffler, Bovaird, & Ryzin, (2008), se plantea la siguiente proposición:

P3.3. La resolución de conflictos influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas.

2.6.3.4. Indicadores generados por las plataformas

La coproducción, se enfoca en la contribución directa realizada por los ciudadanos en el proceso de producción y es asociada generalmente a los servicios que ellos reciben a lo largo de la activación del ciclo de producción (Lember, Brandsen & Tönurist 2019). Además, los ciudadanos al igual que las empresas contribuyen evaluando los servicios y estos a su vez se convierten en indicadores cruciales para su mejoramiento continuo. La participación de los ciudadanos contribuye a la calidad del servicio y disminuye los gastos públicos, dado que los ciudadanos colocan a disposición su tiempo y conocimiento (Weng & Zhang, 2020).

De acuerdo con los autores, Lember, Brandsen & Tönurist (2019) y Weng & Zhang, (2020), se presenta la siguiente proposición:

P3.4 Indicadores generados influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.3.5. Sugerencias o recomendaciones de familiares o amigos

Bovaird (2007) expone que la evaluación que realiza el ciudadano sobre las reclamaciones en plataformas digitales relacionadas a las fallas que pudieron presentarse en la prestación de un servicio y con el objetivo de recuperarlo, es una forma mediante la cual los ciudadanos contribuyen en estas plataformas digitales, tal y como lo afirma Redck (2019). Además, cabe mencionar que la recomendación que este haga a partir de su evaluación, es un factor clave a la hora de recomendarla o sugerirla.

En conformidad con los autores Bovaird (2007) y Redck (2019), se postula la siguiente proposición:

P3.5 Sugerencias de familiares o amigos influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

2.6.3.6. Divulgación

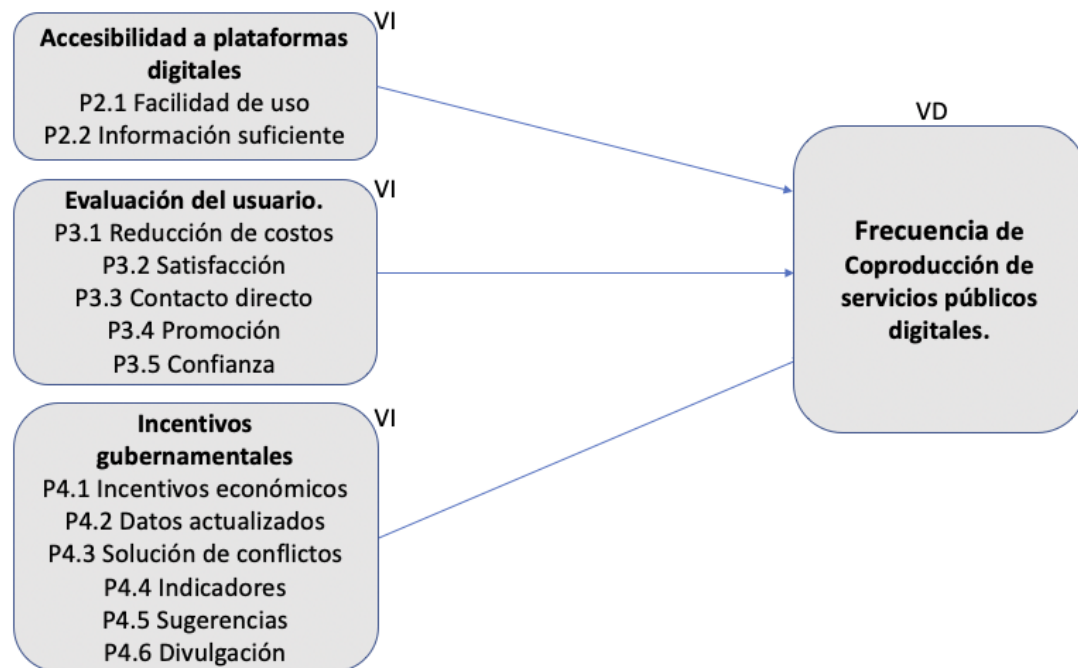
Según los autores, Jakobsen, (2013), Meijer, (2012); Thomsen & Jakobsen, (2015); Voorberg *et al.*, (2018); Soares y Farias (2018), la divulgación o provisión de información sobre las estrategias gubernamentales que promueven la coproducción desde la política pública, son esenciales e importantes para que los usuarios tengan acceso a estas posibilidades.

Por este motivo y en conformidad con los autores Jakobsen, (2013), Meijer, (2012); Thomsen & Jakobsen, (2015); Voorberg *et al.*, (2018); Soares y Farias (2018) se indica la siguiente proposición

P3.6 La Divulgación que tiene la plataforma influencia la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen para la solución de conflictos de consumo.

Figura 5. Modelo Teórico Conceptual

Factores Motivadores de la Coproducción



Fuente: Elaboración propia (2024)

En la Figura 5 podrán observar el modelo teórico conceptual expuesto con la variable dependiente (VD), sus constructos de variables (VI) y proposiciones. En resumen, el propósito del modelo teórico conceptual en esta investigación es discernir la influencia que ejercen las variables

independientes (accesibilidad, evaluación e incentivos) sobre la variable dependiente (frecuencia de coproducción de servicios públicos digitales) en las plataformas Consumidor.gov.br en Brasil y Sicfacilita en Colombia.

3 MÉTODO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo se presentan los métodos y procedimientos utilizados en el cumplimiento de los objetivos en cada una de las fases de esta investigación.

3.1 Características metodológicas de la investigación

Se utilizó el método de Análisis de Contenido (Bardin, 1977) y el método *Qualitative Comparative Analysis* (QCA) propuesto por Ragin (1987), específicamente el abordage del *crisp-set* QCA (csQCA).

Los tipos de investigación, según la taxonomía presentada por Vergara (2016), califica la investigación desde dos aspectos: en términos de fines y medios.

En cuanto a los fines de esta investigación, de acuerdo con Vergara (2016), se clasifica como exploratoria y descriptiva. Se considera exploratoria debido a su capacidad para identificar factores e incentivos que influyen en la frecuencia de la coproducción de servicios públicos, área donde hay poco conocimiento sistematizado. Además, se categoriza como descriptiva, ya que busca detallar las percepciones y expectativas tanto de ciudadanos como de gestores con respecto a los procesos de coproducción en plataformas digitales.

En lo que respecta a los medios para la recopilación de datos, se han clasificado en varias categorías (Vergara, 2016): estudio de campo, documental, bibliográfica y estudio de caso. Se considera un estudio de campo, ya que se utilizó la investigación empírica en el lugar donde ocurre el fenómeno estudiado en esta tesis, con recolección de datos primarios, llevada a cabo en dos plataformas en Brasil y Colombia incluyendo entrevistas y encuestas para obtener información directa de los participantes. Asimismo, se considera un estudio documental, porque se utilizó material interno de organismos y personas públicos y privados, como registros, boletines, informes, folletos, manuales de funcionamiento y términos y condiciones, entre otros. Adicionalmente, se califica como un estudio bibliográfico, ya que utilizó información contenida en revistas científicas, publicaciones técnicas y académicas incorporando un análisis sistemático de 91 artículos sobre coproducción, los cuales proporcionaron un enfoque exhaustivo sobre la evolución y dirección del tema. Además, se consideró un estudio de caso, por que estudió en profundidad y detalle, dos plataformas digitales de servicios públicos para la resolución de conflictos de consumidores, un

caso en Brasil y otro en Colombia, identificando las percepciones ciudadanas en torno a los factores que los motivan a coproducir.

Por tanto, esta investigación tuvo como objetivo analizar las estrategias gubernamentales y su evaluación, por parte de los ciudadanos, para incentivar la coproducción de servicios públicos, dedicadas a la solución de los conflictos de consumo, por medio de las plataformas digitales de Brasil y Colombia. Además, se pretendió: describir la estructura de las plataformas digitales brasilera y colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo, siguiendo el manual de usuario; verificar la influencia de los factores motivadores (accesibilidad, evaluación e incentivos) de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción de servicios públicos digitales desde la perspectiva del ciudadano usuario (utilizando QCA); verificar los factores que intervienen (beneficios, barreras y efectos) desde la perspectiva de los gobiernos, en la coproducción de servicios públicos en las plataformas de Brasil y Colombia. Y por último, identificar las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos a partir de la vision de gestores de estas plataformas investigadas.

En cuanto al abordaje metodológico de la investigación, este estudio adoptó un enfoque multimétodos, de abordaje cualitativo. El análisis de contenido se llevó a cabo mediante entrevistas con los gestores de las dos plataformas digitales, mientras que el análisis cualitativo comparativo (QCA) se basó en encuestas dirigidas a los ciudadanos. Estos aspectos se detallarán en las secciones siguientes.

3.2 Procedimientos metodológicos de la etapa cualitativa con el método Análisis de Contenido

El análisis cualitativo se implementó con los agentes del gobierno, con el fin de verificar los factores importantes en la coproducción de servicios públicos en las plataformas de Brasil y Colombia. Según Sautu et al. (2005), posibilita la indagación acerca de las opiniones, percepciones y testimonios de cada uno de los entrevistados. Además de mencionar que una de las ventajas de estos diseños cualitativos es que debido a su flexibilidad se experimentan y estudian campos desconocidos y el investigador puede establecer una relación mutua y continua entre las teorías y los datos o cifras. Adicionalmente, Jovchelovitch y Bauer (2002) expresan que la investigación

cualitativa tiene como propósito presentar una muestra del conjunto de ideas y explorar las opiniones y diversas representaciones sobre el tema abordado.

El método de análisis de contenido se refiere a un conjunto de técnicas de análisis de comunicaciones que utilizan procedimientos sistemáticos y objetivos para describir el contenido de los mensajes (Bardin, 2016). El análisis de contenido ha demostrado ser uno de los métodos más utilizados en el campo de la administración en Brasil, con técnicas de análisis de datos utilizadas especialmente en la investigación cualitativa (Mozzato y Grzybovski, 2011).

Para el análisis cualitativo, con el método de Analisis de Contenido, la recopilación de datos se realizó a través de investigación documental y la técnica usada fue la entrevista semiestructurada, con el fin de conocer cuáles son las estrategias utilizadas por los gobiernos brasilero y colombiano para incentivar la coproducción. Sautu et al. (2005) manifiestan que la técnica correcta para la recuperación de estos testimonios es la entrevista semiestructurada. Por otro lado, además de las entrevistas, se utilizó la encuesta con los ciudadanos usuarios de las plataformas para identificar, por medio de encuesta, los incentivos más eficientes que los motivan a coproducir y su evaluación sobre estos.

3.3 Procedimientos metodológicos con QCA

En relación a esta fase de la investigación, para el análisis cualitativo, el autor Ragin (1987) proporciona el método QCA - Análisis Comparativo Cualitativo o, en inglés, *Qualitative Comparative Analysis* (QCA), denominado *crisp-set* QCA (csQCA) análisis de conjuntos nítidos, propuesto por Charles C. Ragin, norteamericano que publicó *The Comparative Method* en 1987, considera que algunas veces las técnicas cualitativas o cuantitativas por sí solas, no alcanzan a responder por los objetivos de la investigación. Por tanto, el propósito del investigador de QCA, además de realizar una interpretación cualitativa, es buscar las relaciones de causalidad entre variables o condiciones. Este enfoque metodológico cuenta con dos etapas, en primer lugar, realiza un análisis cualitativo y en segundo lugar, un análisis sistémico (Rihoux & Ragin, 2008). Adicionalmente, el objeto de QCA es realizar comparaciones entre casos, específicamente cuando se tienen estudios con muestras pequeñas e intermediarias (5 a 50 casos) (Ragin, 1987).

Aunque Ragin (1987) informe que el método es una posibilidad a las técnicas cuantitativas y cualitativas convencionales, Ariza y Gandini (2012) aclaran que es precisamente la selección de

los casos de estudio y algunos supuestos epistemológicos los que inclinan este método más hacia el espectro de las perspectivas metodológicas cualitativas que cuantitativas, a saber: i) la validez del análisis no se sustenta en la variabilidad estadística, sino en la evaluación cualitativa del conjunto, condiciones y situaciones causales vinculadas con el resultado; ii) los casos observados no tienen importancia por su peso cuantitativo, sino por su singularidad, donde uno tiene el mismo peso o relevancia que muchos; iii) los casos examinados se tratan de manera holística, es decir, cada uno se ve como una unidad integrada por una compleja combinación de propiedades; iv) las combinaciones causales obtenidas son contextuales y adquieren inteligibilidad a través de un cuidadoso proceso de interpretación del investigador en estrecho diálogo con la teoría, que no son evidentes por sí mismas y tampoco constituyen un producto *per se* de los recursos técnicos empleados (álgebra booleana, paquetes computacionales); v) el énfasis del esfuerzo analítico se sitúa en la profundidad del conocimiento de los casos.

El objetivo de este método es realizar combinaciones de condiciones o variables necesarias o suficientes, para producir resultados (*outcome*) deseados (Rihoux & Ragin, 2008). Esta técnica de QCA, se realiza a través de álgebra booleana y teoría de conjuntos, la cuál traduce las soluciones por reglas de lógica con operaciones formales y algoritmos, y procura maximizar el número de comparaciones que se pueden hacer entre los casos investigados (Ragin, 1987). Un resultado positivo o exitoso se representa con 1 (uno) y un resultado negativo o de fracaso con 0 (cero).

Para Rihoux e Ragin (2008) una condición es **necesaria** si está presente en el resultado y una condición es **suficiente** si ocurre siempre cuando se presenta en el resultado. Ragin (1987) presenta la siguiente Tabla 6 para explicar la interpretación de ecuaciones lógicas y resultados de análisis booleanos.

Tabla 6. Interpretación de ecuaciones lógicas y resultados de análisis booleanos

Ecuaciones lógicas	Interpretación
$S = AC + Bc$ (Sin causa necesaria ni suficiente)	Ninguna de las cuatro condiciones causales de la ecuación (A, B, C, c) es necesaria o suficiente porque todos los términos contienen combinaciones de causas y no aparece ninguna condición causal en todos los términos.
$S = AC + BC$ (C es necesario pero no suficiente)	Se podría concluir que C es una condición necesaria pero no suficiente porque aparece en cada término, pero no sola (no es suficiente por sí sola).
Ejemplos que muestran otros patrones de causalidad necesaria y suficiente son:	
$S = AC$	(Tanto A como C son necesarios pero no suficientes)
$S = A + Bc$	(A es suficiente pero no necesario)
$S = B$	(B es a la vez, es decir, necesario y suficiente)

Fuente: Ragin (1987, p. 100)

Por otro lado, además del método csQCA, existen dos opciones más, 1) fsQCA (fuzzy set) que se refiere al QCA para conjuntos difusos, permite inserir valores de asociación entre 0 y 1, y 2) mvQCA (multi-value) el cuál permite variables de valores múltiples, que pueden ser 0, 1 y 2.

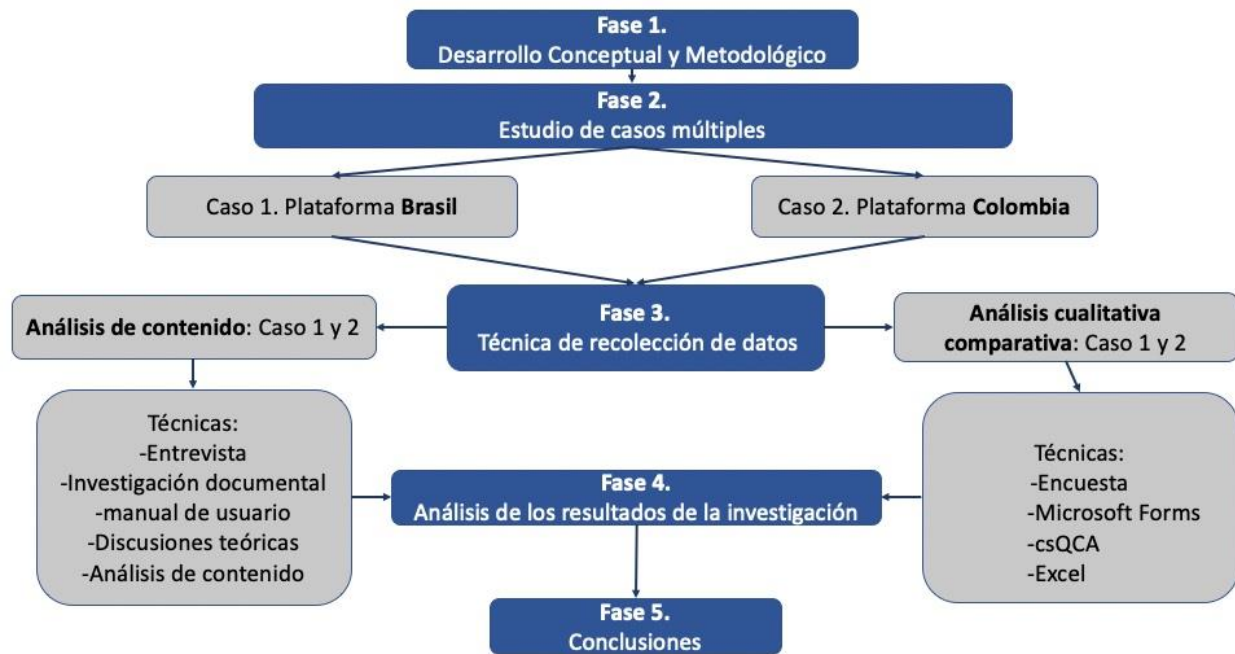
Sin embargo, según Ragin (2000), en el caso del fsQCA (conjuntos difusos), la definición de los valores difusos depende fuertemente del contexto. Por ejemplo, para determinar si un país es rico o no, seguramente se utilizarían grados diferentes si la atención se centra únicamente en los países africanos o solo en los países del continente europeo. Además, según Wagemann (2012), resulta difícil enmarcar el mvQCA en términos de una teoría. En este sentido, en este estudio se optó por considerar el *crisp-set* QCA (csQCA), basado en el método dicotómico booleano sugerido por Ragin (1987), considerando que se trata de una investigación comparativa entre dos países, Brasil y Colombia, lo que habilita el análisis de los distintos contextos.

El análisis QCA se implementó con los ciudadanos que utilizan las plataformas tanto en Brasil como en Colombia, con el objetivo de conocer su evaluación acerca de los incentivos gubernamentales usados para la coproducción y los factores más eficientes que los motivan a coproducir en las plataformas digitales y mejorar la calidad de los servicios públicos.

Dentro del análisis del QCA, la encuesta es una de las herramientas de investigación más importantes para la recopilación de datos (Rea & Parker, 2014) y es una de las principales herramientas de investigación a disposición de los investigadores sociales. Babbie (1999) refiere que aunque no proporcione el mejor enfoque, puede utilizarse de manera eficaz, particularmente cuando se combina con otros métodos.

Con el objetivo de ilustrar un poco mejor se presentará la Figura 6 sobre las etapas de investigación del proyecto.

Figura 6. Etapas de la investigación



Fuente: Elaboración propia (2024)

3.4 Caracterización del locus de la investigación

Debido a que este trabajo se centra en la coproducción de servicios públicos, se optó por la elección de plataformas digitales públicas en Brasil y Colombia como locus de estudio, para indagar el servicio público de solución alternativa de conflictos de los consumidores en estas plataformas.

Estas plataformas (Consumidor.gov.br y Sicfacilita), ofrecen un servicio gratuito y tienen como objetivo, permitir la comunicación entre empresas y consumidores en un ambiente público y transparente, e informar y capacitar al ciudadano consumidor en la solución de conflicto con las empresas, fomentando la competitividad del mercado, de manera justa y transparente en todos los servicios ofrecidos a los consumidores.

Por ejemplo, en el caso de Brasil, existe la plataforma digital de protección al consumidor llamada *consumidor.gov.br*, la cual presenta datos e informaciones respectivos de las reclamaciones y proporciona información primordial para el diseño e implementación de políticas públicas referentes a la protección del consumidor, estimulando la competitividad del mercado, en el sentido de mejorar los productos y servicios ofrecidos a los clientes. La citada plataforma fue creada en junio de 2014, cuenta con más de 5.575.816 usuarios registrados y 1406 empresas

participantes, resuelve el 80% de los casos y es supervisada por *Senacon (Secretaria Nacional do Consumidor)*, *Ministério da Justiça e Segurança Pública, Programa de Proteção e Defesa do Consumidor* - Procon, *Defensores, Promotores* y también por toda la sociedad.

Igualmente, en Colombia se tiene la plataforma www.sic.gov.co SIC Facilita (Superintendencia de Industria y Comercio), que es la autoridad nacional de protección de la competencia, los datos personales y la metrología legal, protege los derechos de los consumidores y administra el Sistema Nacional de Propiedad Industrial, a través del ejercicio de sus funciones administrativas y jurisdiccionales. En esta plataforma (Sic Facilita) los proveedores y consumidores se reúnen a través de un *chat* dirigido por la Superintendencia de Industria y Comercio, con el objetivo de resolver problemas de consumo (garantías, promociones y ofertas, publicidad engañosa, ventas a distancia), procurando lograr una solución rápida y eficaz sin necesidad de acudir a las instancias judiciales.

Estas herramientas facilitan la resolución de conflictos de los consumidores de una forma rápida y sin burocracia, sin la necesidad de acudir al poder judicial.

3.5 Procedimientos de recopilación de datos

La recopilación de datos, se realizó a través de la consecución de datos primarios, mediante entrevistas semiestructuradas a agentes gubernamentales en cada una de las plataformas brasileras y colombianas y, a través de una encuesta con los ciudadanos usuarios de las plataformas. Además, el proceso de recopilación de datos incluyó una validación por parte de expertos utilizando el instrumento de validación propuesto por Pasquali (2010). El objetivo principal de esta validación fue evaluar la capacidad del instrumento para alcanzar los objetivos planteados. Posteriormente, se llevó a cabo una prueba preliminar o pre-test con la participación de seis jueces especialistas en el tema en Brasil. A cada uno de ellos se les envió la planilla con el instrumento y una carta de presentación, con el fin de aumentar su viabilidad antes de su aplicación definitiva, siguiendo la metodología propuesta por Martins y Theóphilo en 2009. Y datos secundarios, a través de investigación documental, manual de usuario en cada una de las plataformas. Los instrumentos se elaboraron en portugués y español basados en Beaton et al. (2000), que proponen cinco etapas para asegurar las adaptaciones de los instrumentos de forma metodológicamente correcta, a saber: i) traducción inicial; ii) síntesis; iii) traducción al idioma original; iv) revisión por un comité o expertos; y v) realización de una prueba previa.

3.5.1 Investigación documental

Para los fines de esta investigación esto es: Describir la estructura de las plataformas digitales brasilera y colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo, siguiendo el manual de usuario; Verificar la influencia de los factores motivadores (accesibilidad, evaluación e incentivos) de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción de servicios públicos digitales desde la perspectiva del ciudadano usuario (utilizando el QCA); Verificar los factores que intervienen (beneficios, barreras y efectos) desde la perspectiva de los gobiernos, en la coproducción de servicios públicos en las plataformas de Brasil y Colombia, y por último, Identificar las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos a partir de la vision de gestores de las plataformas investigadas en Brasil y Colombia, mediante una triangulación de datos primarios y secundarios, se recurrió al manual de usuario de cada plataforma en Colombia y Brasil, ya que pone a disposición información relevante, respecto al servicio público que ofrecen los gobiernos y su funcionamiento a través de las plataformas digitales.

3.5.2 Entrevistas

En esta investigación se eligió la entrevista semiestructurada, ya que, tal como afirman Sautu et al. (2005), es la técnica más indicada para la recuperación de testimonios. Además, posibilita un guion para su aplicación y permite flexibilidad en los temas de mayor interés.

Los participantes entrevistados en esta investigación fueron funcionarios gubernamentales responsables de la administración de las plataformas digitales en Brasil y Colombia. En el caso de Colombia, se llevaron a cabo entrevistas con 10 gestores de la plataforma, identificados en este estudio como E1 al E10 y estas diez entrevistas fueron aplicadas en enero de 2023. Por otro lado, en Brasil, se entrevistaron a 7 gestores, designados como E1 al E7 y se aplicaron en julio y agosto de 2023. En (Apéndice 1) se proporciona el consentimiento informado que les fue entregado, con el objetivo de informarles sobre el proyecto y de autorizar la utilización de informaciones generadas durante las entrevistas. En la investigación cualitativa, la muestra puede ser definida después de la introducción a campo y también puede mudar durante el tiempo que se ejecuta el estudio (Sampieri et al., 2006). El guion de la entrevista para encargados del funcionamiento de las plataformas, se

elaboró con base en la literatura, específicamente tomando como referencia los autores: Sharp (1978), Alonso et al. (2019), Bovaird et al. (2015), Kessen, Nogueira y Gamito (2020), conforme a los temas generados en el guion de la entrevista, por ejemplo: las estrategias para involucrar al ciudadano en la coproducción, los determinantes en la coproducción de las plataformas y las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana, con el propósito de responder a los objetivos 3 y 4. De esta forma, desde la perspectiva de los gobiernos, se verificó cuáles factores hacen que los ciudadanos participen en las plataformas de Brasil y Colombia para finalmente, poder listar las estrategias gubernamentales que aumentan la participación ciudadana para coproducción de servicios públicos.

En Apéndice 2 se encuentra el guión que aplicado en la entrevista semiestructurada. Los participantes son los encargados de gestionar y administrar cada plataforma digital, es decir, las personas encargadas de su funcionamiento en Brasil y Colombia, los cuales incentivan a los ciudadanos a la coproducción en sus respectivos países.

3.5.3 Encuesta

Esta investigación utilizó la metodología QCA, como fue mencionado en la sección 3.3, también utilizó la encuesta con escala *likert* de 7 puntos para mejor medición del nivel de presencia de variables y posterior dicotomización y se construyó por medio de *microsoft forms*. Las encuestas, son cualquier actividad que recopila información de forma organizada de algunas unidades de una población utilizando conceptos, métodos y procedimientos claros, y la resume en una forma útil (Franklin & Walker, 2003).

La encuesta tuvo como objetivo estudiar las características, opiniones, creencias, de los usuarios de las plataformas digitales en Colombia (Sicfacilita) y en Brasil (*consumidor.gov.br*) acerca de su evaluación respecto al funcionamiento de las plataformas y sobre los incentivos gubernamentales que hacen que ellos coproduzcan en estas plataformas digitales.

La encuesta utilizó una muestra (un subconjunto relativamente pequeño de la población) para estudiar y hacer estimaciones sobre la naturaleza de la población total. Esta muestra se seleccionó adecuadamente para proporcionar suficiente información para ser utilizada en la decisión de manejo (Babbie, 2001; Ragin 1987). En Colombia la muestra incluyó 31 ciudadanos encuestados, identificados como R1 al R31 y en Brasil, se encuestó un total 18 participantes codificadas como RB1 al RB18, ambos cuestionarios fueron aplicadas en septiembre del año 2023.

En este sentido, se aplicó el método csQCA de Ragin (1987) con el propósito de explorar a fondo el fenómeno de estudio. Este enfoque es particularmente útil para realizar comparaciones entre casos, especialmente cuando se trata de estudios con muestras pequeñas e intermedias (5 a 50 casos), como es el caso de esta investigación que abarca un total de 49 casos (31 en Colombia y 18 en Brasil). En este contexto, la importancia radica no en la cantidad de casos, sino en la relevancia de cada uno de ellos.

El guión para la encuesta o cuestionario se construyó con base en la literatura de Linders (2012), Rotta *et al.* (2019), Stougaard (2020), Soares y Farias (2018),_Bovaird et al. (2015), Jakobsen (2012), Sharp (1980), Sunstein y Thaler (2008) y de Kessen, Nogueira y Gamito (2020) y, además, se compone por una secuencia de preguntas con el fin de obtener información y datos sobre el tema de interés. Los cuestionarios juegan un papel central en el proceso de recopilación de datos debido a su impacto en la calidad de los datos. Los cuestionarios pueden estar en papel o en formato computarizado (Franklin & Walker, 2003), para este estudio se eligió realizar el cuestionario computarizado. La muestra que se utilizó para la aplicación de la encuesta fueron los ciudadanos usuarios de las plataformas Consumidor.gov.br y Sicfacilita. Los temas abordados en la encuesta con los ciudadanos usuarios de las plataformas, se relacionan con la accesibilidad a las plataforma Consumidor.gov.br y Sicfacilita, la evaluación del usuario respecto de estas y los incentivos gubernamentales para aumentar la participación ciudadana en las plataformas. En Apéndice 3 se encuentra el formulario que será aplicado.

Respecto a las variables a ser estudiadas se identificó la variable dependiente (VD): La frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo, la cuál fue analizada a través de la Variable Dummy. Y tres grandes constructos como variables independientes (VI) los cuales son: P1. Accesibilidad a la plataforma Consumidor.gov.br o Sicfacilita, P2. Evaluación del usuario respecto a las plataformas Consumidor.gov.br o Sicfacilita, y P3. Incentivos gubernamentales para aumentar la coproducción de servicios públicos en las plataformas.

A partir de estos tres grandes constructos se desprendieron las preguntas de la encuesta, que están relacionadas con: facilidad para acceder a la plataforma; provisión de información en las plataformas; promoción de las plataformas por los gobiernos; confianza del usuario en las plataformas para solucionar conflictos; evaluación del usuario a las plataformas; disminución de costos y tiempo; incentivos material, solidario e intangible y actualización de datos en las

plataformas. A partir de estas variables independientes se formularon las proposiciones con el objetivo de ir respondiendo a los objetivos de la investigación. En la Tabla 7 se ilustraron los constructos, las variables e proposiciones que fueron estudiados.

Las variables fueron medidas a través de encuestas con la escala de medición *likert* para conocer lo que piensa el ciudadano sobre la información propuesta en la encuesta, como podrán ver en el Apéndice 3, las preguntas se desprenderán de los tres grandes constructos: accesibilidad a las plataformas Consumidor.gov.br y Sicfacilita: evaluación del usuario respecto de estas; y por último, incentivos gubernamentales para aumentar la participación ciudadana en las plataformas.

Tabla 7. Operacionalización de Variables

Variable Dependiente (VD)	Variable	Autores	Influencia
Frecuencia con la que los ciudadanos coproducen	Frecuencia de coproducción ciudadana en servicios públicos digitales para la solución de conflictos de consumo	Ferreira y Farias (2019)	Los factores que motivan a la coproducción pueden influenciar la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
Constructos de las variables independientes (VI)	Variables	Autores	Proposición
P1. Accesibilidad a plataformas digitales	Facilidad para acceder a la plataforma	Rotta et al., 2019; Chatfield y Reddick (2018a); Chatfield y Reddick (2018b)	P1.1. La facilidad de navegación en cada plataforma influye en la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
	Provisión de información en las plataformas	Soares y Farias 2018; Bovaird et al. 2015)	P1.2. La provisión de información influye positivamente en la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
P2. Evaluación del usuario	Promoción de las plataformas por los gobiernos	Soares y Farias (2018); (Jakobsen, 2013, Meijer, 2012; Thomsen & Jakobsen, 2015; Voorberg et al., 2018)	P2.1. La promoción de plataformas por parte del gobierno aumenta la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
	Confianza en el gobierno.	Stougaard 2020; Fledderus y Honingh 2016; Strokosch y Osborne 2016; y Vanleene et al. 2019)	P2.2. La confianza del usuario en el gobierno influencia la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
	Evaluación de satisfacción del usuario sobre las plataformas.	Redck 2019; Bovaird, 2007).	P2.3. La solución o no del conflicto de consumo influencia en la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.

P3. Incentivos gubernamentales	Disminución de costos y tiempo	Schmidt-Kessen, Nogueira & Cantero, 2019; Loeffler, Bovaird, & Ryzin, 2008).	P2.4. La disminución de costos y tiempo, influencia la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
	Contacto directo	Ostrom (1996); (Carlisle & Patton, 2013); Lember, Brandsen y Tönurist (2019); Alonso et al., (2019, p. 2)	P2.5. El contacto directo influencia la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
	Incentivos material, solidario e intangible	(Sharp, 1978; Alonso et al., 2019,p.1623; Bovaird et al., 2015; Kessen, Nogueira & Gamito, 2020; Soares y Farias 2018; Alford 2002, 2009; Van Eijk & Steen 2014, 2016). Bovaird (2007)	P3.1. Los incentivos materiales, solidarios e intangibles influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
			P3.2. Las actualizaciones hechas por los gobiernos en sus plataformas de solución de conflictos influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
	Actualización de datos en las plataformas	Schmidt-Kessen, Nogueira & Cantero, (2019) y Loeffler, Bovaird, & Ryzin, (2008)	P3.3 La resolución de conflictos influye la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas.
	Resolución de conflictos	Lember, Brandsen & Tönurist (2019) y Weng & Zhang, (2020)	P3.4 Indicadores generados influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
	Indicadores	Bovaird (2007) y Redck (2019)	
	Sugerencias de familiares o amigos	Jakobsen, (2013), Meijer, (2012); Thomsen & Jakobsen, (2015); Voorberg et al., (2018); Soares y Farias (2018)	P3.5 Sugerencias de familiares o amigos influyen la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas para la solución de conflictos de consumo.
	Divulgación		P3.6 Divulgación que tiene la plataforma influye la frecuencia con la que los ciudadanos coproducen para la solución de conflictos de consumo.
		Soares y Farias (2018), Bovaird <i>et al.</i> (2015)	

Fuente: Elaboración propia 2024

3.6 Procedimientos de análisis de datos

Los datos obtenidos en esta investigación se analizaron a través de varias técnicas: análisis QCA, análisis de contenido, y se recurrió al *Software Iramuteq* para el análisis de estadísticas textuales como herramienta de apoyo para el análisis de contenido de las respuestas de las entrevistas y facilitando la organización en la información durante la etapa cualitativa. También se utilizó la metodología QCA usando *Software Tosmana V1.6* para la realización de combinaciones de condiciones o variables necesarias o suficientes, para producir resultados deseados utilizando álgebra booleana y teoría de conjuntos, para traducir las soluciones por reglas de lógica con

operaciones formales y algoritmos, maximizando el número de comparaciones que se pueden hacer entre los casos investigados.

En la etapa cualitativa, la técnica de análisis de contenido para Bardin (1977), comprende tres fases: (a) preanálisis; (b) exploración de materiales; (c) tratamiento de los datos e interpretación; en primer lugar, un preanálisis; el cual abarca la lectura de documentos, manuales de usuario con el fin de describir la estructura de las plataformas digitales Brasileira y Colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo; y, también, la transcripción de las entrevistas semi-estructuradas. En segundo lugar, exploración de materiales; se analizó el contenido y se clasificó de acuerdo con las temáticas respectivas de cada una de las preguntas, esta categorización se sistematizó a partir de los hallazgos en la literatura sobre el tema (*a priori*), variables relacionadas con la coproducción (Bovaird et al. 2015), accesibilidad, (Rotta et al., 2019; Chatfield y Reddick 2018a; Chatfield y Reddick 2018b), evaluación por parte de los ciudadanos (Ostrom 1996; Carlisle & Patton, 2013; Lember, Brandsen y Tõnurist 2019; Alonso et al., 2019; Soares y Farias 2018; Stougaard 2020), e incentivos gubernamentales en la coproducción de servicios públicos en las plataformas (Sharp, 1978; Alonso et al., 2019; Bovaird et al., 2015; Kessen, Nogueira & Gamito, 2020; Bovaird 2007).

Finalmente, en relación con la interpretación de los datos, se exponen los resultados de esta investigación en la siguiente sección, robusteciendo algunas proposiciones y desvelando información crucial en los procesos de coproducción, entre las cuales se destacan los factores motivadores, los incentivos eficaces desde la perspectiva tanto del ciudadano, como del gestor de las plataformas en ambos países, junto con otras informaciones de relevancia en este contexto.

Por otro lado, el análisis cualitativo por medio de este estudio realizado a través de encuesta con la herramienta de Microsoft forms para su aplicación (Apéndices 3 y 4), utilizó el método QCA con el objetivo de realizar combinaciones de variables necesarias o suficientes, para producir resultados deseados. Esto con el fin de conocer su percepción sobre las plataformas, e identificar los factores motivadores que aumentan su participación ciudadana en las plataformas y mejoran la calidad de los servicios públicos.

A continuación, en la Tabla 8 se presenta el resumen de métodos y técnicas de investigación utilizadas en el proyecto.

Tabla 8. Resumen de métodos y técnicas de investigación

Objetivos específicos	Fuente de datos	Clasificación, enfoque y método	Técnica e instrumento de recolección de datos.
1. Describir la estructura de las plataformas digitales Brasileira y Colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo, siguiendo el manual de usuario	Plataformas digitales de protección al consumidor en cada país de (secundaria)	Exploratorio, y Descriptivo, y Análisis de contenido	Investigación documental (planilla de Excel)
2. Verificar la influencia de los factores motivadores (accesibilidad, evaluación e incentivos) de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción de servicios públicos digitales desde la perspectiva del ciudadano usuario (QCA).	Evaluaciones realizadas a por los ciudadanos respecto a la plataforma. (primaria)	Exploratorio, y Descriptivo, Método QCA y Análisis de contenido	Encuestas con los ciudadanos usuarios de las plataformas en Brasil y Colombia
3. Verificar los factores que intervienen (beneficios, barreras y efectos) desde la perspectiva de los gobiernos, en la coproducción de servicios públicos en las plataformas de Brasil y Colombia.	Agentes responsables por el funcionamiento de cada una de las plataformas (primaria)	Exploratorio, cualitativo, estudio de caso y Análisis de contenido	Entrevistas con los agentes del gobierno (entrevista semiestructurada)
4. Identificar las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos a partir de la visión de gestores de las plataformas investigadas en Brasil y Colombia.	Agentes de gobierno responsables por cada una de las plataformas. (primaria y secundaria)		

Fuente: Elaboración propia 2024.

4. RESULTADOS Y DISCUSIONES

En este capítulo se presentarán y discutirán los resultados de esta investigación, de acuerdo con el orden de los objetivos específicos.

4.1 Descripción de estructura de las plataformas digitales consumidor.gov.br y Sicfacilita

Conforme al objetivo número 1 (Tabla 9) que busca describir la estructura de las plataformas digitales Brasileira y Colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo, siguiendo el manual de usuario, se elaboró una descripción entre los dos manuales (consumidor.gov.br y Sicfacilita), para analizar los procesos de reclamación en cada una de las plataformas y, así mismo, responder a las agendas encontradas sobre la necesidad de realizar más estudios comparativos, según Voorberg, Bekkers, y Tummers (2015); Ya Mees, Crabbé y Driessen (2017), y Chaebo y Medeiros (2017); Nastiti et al. (2017); Lember, Brandsen y Tönurist (2019); y mixtos sobre coproducción en diferentes países, conforme defendieron Svidronova, Meričková y Nemec (2019).

Tabla 9. Construcción del Objetivo 1

OBJETIVO 1	DOCUMENTOS ANALIZADOS	FUENTE TEÓRICA DE ANÁLISIS
Describir la estructura de las plataformas digitales Brasileira y Colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo, siguiendo el manual de usuario	Manual de usuario: Consumidor.gov Manual de usuario: Sicfacilita	Voorberg, Bekkers, y Tummers (2015); Mouraviev y Kakabadse (2015); Ya Mees, Crabbé y Driessen (2017); Chaebo y Medeiros (2017); Nastiti et al. (2017); Lember, Brandsen y Tönurist (2019); Svidronova, Meričková y Nemec (2019)

Fuente: Elaboración propia, 2024

Para la realización de este análisis se consultaron los manuales de usuario de las dos plataformas digitales, brasileira: Consumidor.gov.br y colombiana: Sicfacilita. Para iniciar, se realizó una breve descripción de los dos manuales y posteriormente se desarrolló el análisis respectivo de los procedimientos o pasos que realizan los usuarios de ambas plataformas Consumidor.gov/Sicfacilita para radicar o realizar una reclamación.

4.1.1 Manual del usuario de Consumidor.gov.br

El manual comienza con la imagen de la portada de la plataforma y la definición de esta. Está compuesto por capturas de pantalla de la plataforma en las que indican con cuadros rojos donde acceder y como continuar con el proceso para realizar la reclamación.

Inicia pidiéndole al consumidor que digite el nombre de la empresa para verificar si está registrada en la plataforma, seguidamente el consumidor informa como compró el producto o como contrató el servicio ingresando la información complementaria al reclamo e incluyendo documentos anexos. Luego, invita al consumidor a ingresar o a registrarse en la plataforma y a leer los términos y condiciones. Después de confirmar sus datos, deberá hacerles seguimiento a sus reclamaciones, además podrá incluir comentarios adicionales o responder a comentarios realizados por la empresa.

La empresa tendrá 10 días para dar una respuesta final al usuario y posteriormente el consumidor puede evaluarla dentro de 20 días informando si su problema fue solucionado o no, indicando el nivel de satisfacción con la empresa, y si el usuario no evalúa, la reclamación se considera resuelta.

4.1.2 Manual del usuario de Sicfacilita

En el documento del manual de usuario empieza proporcionando su objetivo, luego, expone sus destinatarios, el glosario donde definen términos como: acuerdo, desistimientos, facilitador, mediación, seguimiento, entre otros. Así mismo, expresa sus generalidades, descripción de actividades (punto número 5), documentos relacionados y un resumen de cambios respecto a la versión anterior del manual.

Ahora bien, el paso para registrarse en la plataforma Sicfacilita y radicar reclamos se encuentra de forma detallada y clara dentro del punto número 5 que dice respecto a la descripción de actividades, como se observa en la Tabla 10 y está acompañado de texto e imágenes señalizando con círculos rojos donde se debe dar clic y cuál paso es el siguiente.

La primera instrucción para el consumidor es sobre la activación de usuario, seguidamente se le direcciona hacia la radicación del reclamo y se le muestra que puede comunicarse con el facilitador a través de un mensaje en la plataforma. Posteriormente el usuario puede verificar el estado del reclamo y si este no recibe respuesta dentro de los primeros 6 días o el proveedor no la

acepta, el sistema programa un *chat* entre proveedor, consumidor y un facilitador de la plataforma el cual estará de forma neutral orientándolos a una posible solución. Los estados del reclamo pueden ser: activo, terminado con acuerdo, terminado sin acuerdo, *chat* reprogramado, pendiente de inicio o de cierre, etc. tal como se aprecia en la Tabla 10 de Sicfacilita. Adicionalmente, el consumidor podrá consultar sus agendas de *chat* de facilitación, visualizar los documentos adjuntos, cambiar la contraseña, y finalmente generar reportes e informes de sus reclamaciones. Para facilitar el análisis de la descripción se presenta la Tabla 10 a continuación.

Tabla 10. Manuales de usuarios Consumidor.gov.br / Sicfacilita

Manuales de usuarios	
Consumidor.gov.br	Sicfacilita
Imagen de la portada de la plataforma y la definición	Expone su objetivo, destinatarios, glosario, sus generalidades, Descripción de actividades (punto número 5), documentos relacionados y un resumen de cambios respecto a la versión anterior del manual.
Imágenes de la plataforma y cuadros rojos que señalizan donde acceder	Imágenes de la plataforma señalizando con círculos rojos donde acceder
Digitar el nombre de la empresa para verificar si está registrada	Activación de usuario o registro
Radicación del reclamo, Informar como compró el producto o contrató el servicio incluyendo documentos anexos.	Radicación del reclamo, se le muestra que puede comunicarse con el facilitador a través de un mensaje en la plataforma
Registrarse en la plataforma y a leer los términos y condiciones	Verificar el estado del reclamo
Confirmar sus datos	Plazo de respuesta de la empresa: 6 días
Realizar seguimiento a sus reclamaciones e incluir comentarios adicionales o responder a comentarios realizados por la empresa	Si el proveedor no la acepta, el sistema programa un chat entre el proveedor, consumidor y un facilitador para solucionar el conflicto
Plazo de respuesta de la empresa: 10 días	Presentación de los estados del reclamo
Evaluación del usuario: 20 días	El consumidor podrá consultar sus agendas de chat de facilitación, etc. y finalmente generar reportes e informes de sus reclamaciones.

Fuente: Elaboración propia 2024

A modo de análisis sobre consumidor.gov.br y Sicfacilita se encuentran algunas similitudes. Ambas plataformas ejemplifican e instruyen al usuario a través de imágenes claras y señalan los campos donde deben hacer clic para continuar con la reclamación de una manera didáctica, clara y sencilla.

Mientras que en la plataforma consumidor.gov.br se empieza ingresando el nombre de la empresa con la cual tiene el conflicto, luego radicando el reclamo informando su problema con el producto o servicio y posteriormente invitando al usuario a registrarse en la plataforma, en la plataforma SicFacilita la primera instrucción es para activar el usuario, después radicar el reclamo

y luego se escribe el nombre del proveedor o empresa contra quien se realiza el reclamo, como se muestra a continuación Tabla 11.

Tabla 11. Proceso de radicación del reclamo

Radicación del reclamo Instrucciones para usuarios	
Consumidor.gov.br.	Sicfacilita
1). Nombre de la empresa con la cual tiene el conflicto,	1). Registro en la plataforma
2). Radicación del reclamo	2). Radicación del reclamo
3). Registrarse en la plataforma	3). Nombre de la empresa contra quien realiza el reclamo

Fuente: Elaboración propia 2024

En ambas plataformas Consumidor.gov.br y Sicfacilita, es un requisito que las empresas contra las que los usuarios realizan el reclamo estén registradas, de lo contrario no podrá proceder la reclamación del usuario.

Por otra parte, respecto al plazo de respuesta, en la plataforma consumidor.gov.br la empresa tendrá 10 días para dar una respuesta final al usuario, mientras que en la plataforma Sicfacilita la empresa tendrá 6 días para responderle al usuario. Se considera que ambas plataformas determinan un tiempo favorable tanto para el consumidor como para el proveedor, disminuyendo los tiempos que demorarían si lo llevaran a instancias judiciales donde los tiempos son de 1 año, 1 año y medio o inclusive puede tardar más.

Por otro lado, además de contar con manuales para los usuarios, las plataformas consumidor.gov.br y Sicfacilita tienen a disposición del usuario una sección de preguntas frecuentes, en las cuáles se aclaran las dudas más comunes y se refuerza el proceso de solución del conflicto a través de la plataforma, como se puede observar en la Tabla 12, a continuación.

Tabla 12. Preguntas frecuentes Consumidor.gov.br/Sicfacilita

Consumidor.gov.br	Sicfacilita
1) Cómo registrarse?	1.¿cómo proceder cuando un operador de telefonía incumple con lo ofrecido al adquirir el servicio?
2) Cómo crear una cuenta en gov.br?	2.¿cómo proceder cuando un operador de telefonía no responde un recurso en 15 días hábiles?
3) Mi cuenta gov.br es de nivel bronce. ¿Qué debo hacer?	3.¿hay alguna opción de presentar el reclamo ante la sic, que no sea tan demorada?
4) Cómo cambiar/editar los datos personales registrados en consumidor.gov.br?	4. Reclamé ante un operador y respondió que me solucionaría en 15 días hábiles, pero incumplió. ¿qué puedo hacer?

5) Cómo ver el avance de la reclamación?	5. ¿cómo proceder cuando el operador de telefonía se niegue a recibir mi derecho de petición?
6) Cómo adjuntar archivos?	6. ¿cómo proceder cuando usted está en desacuerdo con la respuesta del operador a su reclamo?
7) ¿Cuál es el plazo para que la empresa responda y el consumidor evalúe la reclamación?	7.¿cuánto tiempo se demora el trámite que ya se encuentra radicado en la sic?
8) ¿Puedo eliminar la reclamación o cambiar mi evaluación?"	8.¿cuántos días tengo para presentar el recurso de reposición y en subsidio de apelación ante el operador?
9) ¿Si mi problema no se resuelve, puedo abrir una nueva reclamación?	9.¿qué pasa si la respuesta del operador al recurso de reposición en subsidio de apelación, sigue siendo negativa?
10) ¿Se puede cancelar mi reclamo?	10. ¿primero debo presentar el derecho de petición ante la sic y luego ante el operador?
11) ¿Cómo puedo reclamar sobre una empresa no registrada en la plataforma?"	11. ¿cómo presentar una reclamación?
12) Soy una empresa y me gustaría participar en consumidor.gov.br. ¿Cómo me registro?	12. ¿cuál es la diferencia entre una demanda y una reclamación?
13) ¿Cómo se calculan los indicadores de la empresa?	13. ¿puedo presentar una reclamación de manera anónima?

Fuente: Elaboración propia 2024

Un manual de usuario es efectivo cuando contiene una guía clara y detallada sobre la utilización de las plataformas desde el registro, radicación del reclamo, hasta el seguimiento de los mismos, y cuando, proporciona preguntas frecuentes, como se puede contemplar además de los manuales para los usuarios, estas preguntas frecuentes se disponibilizan en la web y plataformas a fin de proporcionar soluciones a las dudas presentadas en los procesos de reclamación en Consumidor.gov.br y Sicfacilita, las cuáles son de gran ayuda para los usuarios.

Ambas plataformas cuentan con 13 preguntas, en Consumidor.gov.br, están enfocadas en el registro, adjunto de archivos y seguimiento de la reclamación y en Sicfacilita se concentran generalmente hacia como proceder cuando el proveedor incumple, ofreciéndoles una orientación sobre lo que deberían hacer en este caso de obtener respuesta negativa o de no obtener ninguna respuesta. Por otro lado, tanto Sicfacilita como Consumidor.gov.br también les suministra información a los ciudadanos sobre sus derechos y responsabilidades a través de los términos y condiciones.

En términos generales sobre las informaciones en los manuales para los usuarios de las dos plataformas, se observa que ambos manuales son de fácil acceso para los consumidores ya que pueden ser consultados por medio del sitio web de la plataforma en formato PDF. Ambos ofrecen una información detallada y señalizada sobre como proceder en una reclamación, además, los pasos para registrar una reclamación realmente son los mismos, solo que en orden diferente como se observa en la Tabla 11; **Error! No se encuentra el origen de la referencia..** Consumidor.gov.br y Sicfacilita colocan al servicio de los usuarios todas las herramientas para que puedan reclamar e intentar resolver su conflicto a través de estos manuales de usuario. Adicionalmente, todas las dudas que pudieran tener están resueltas en este documento y en el de preguntas frecuentes, sin embargo, considero que la forma en que se presenta este manual de usuario en consumidor.gov.br es mucho más amigable y didáctico para el usuario puesto que, van directamente al punto y lo hacen a través de presentaciones sencillas, con capturas de pantalla utilizando imágenes grandes de la plataforma y si tanto texto, facilitando al usuario la identificación de cada paso, siguiendo las instrucciones en el proceso de reclamación.

Continuando con el desarrollo de los objetivos de esta investigación, en la próxima sección se presentarán los factores motivadores en la frecuencia de coproducción de servicios públicos.

4.2 Factores motivadores en la frecuencia de coproducción de servicios públicos.

Este apartado concentra los resultados y análisis de los cuestionarios con escala *likert* de 7 puntos, aplicados a los ciudadanos colombianos y brasileiros, registrados como usuarios de las plataformas Sicfacilita y Consumidor.gov.br. y para esta fase de la investigación se utilizó la metodología QCA con todas las respuestas de ambas plataformas como herramienta de análisis siguiendo los procedimientos dados por Ragin (2008) y Rihoux e Ragin (2008).

En primera instancia, se definieron las condiciones causales (VI) que hacen parte de la tabla de la verdad, las cuales son: Accesibilidad a la plataforma (AP); Evaluación del usuario (EU); Incentivos gubernamentales (IG), y la condición que será representado como resultado (*outcome*) que es nuestra VD, frecuencia con la que los ciudadanos coproducen en las plataformas (VD_FREC_COPRO). La construcción de la tabla de la verdad se realizó a través del software Tosmana versión 1.61 para el análisis de la crisp-set QCA y esta tabla de verdad enumera cada configuración o combinaciones de condiciones literales y su valor de resultado. Adicionalmente,

refleja las contradicciones (C) y estas se dan debido a que hubo casos que tuvieron éxito y casos que tuvieron fracaso con la misma configuración, por lo tanto, no explican el éxito y fracaso.

Las respuestas en Colombia fueron denominadas como RESCOL y fueron en total 31, designadas del R1 al R31 totalizando 31 encuestados y las respuestas en Brasil, fueron llamadas RESBRA con un total de 18, y fueron codificadas del RB1 al RB18, con un total 18 encuestados. Rihoux y Ragin (2008) declaran que se puede usar el promedio o la mediana cuando no es posible explicar teóricamente los casos de éxito y fracaso. En este estudio la dicotomización tomó como referencia el promedio de los resultados de cada una de las condiciones establecidas, determinando que 0 representa los resultados por debajo del promedio, y 1 los resultados encima del promedio, es decir, 0 representa presencia débil (fracaso en la coproducción) y 1 presencia fuerte (éxito en la coproducción). Las tablas dicotomizadas se pueden consultar en el Apéndice 4.

En el proceso de análisis, se utilizó como referencia el valor promedio de cada variable. Por ejemplo, el promedio de Accesibilidad a las Plataformas (Media_AP) se obtuvo al calcular la media de las dos variables independientes que la componen, a saber, la facilidad de acceso e información suficiente. Del mismo modo, el promedio de Evaluación de Usuario (Media_EU) se derivó del cálculo de las medias de las variables: reducción de costos, satisfacción, contacto directo, promoción y confianza. Finalmente, el promedio de Incentivos gubernamentales (Media_IG) se determinó al calcular la media de las variables: incentivos económicos, datos actualizados, resolución de conflictos, indicadores, sugerencias y divulgación. Estos promedios se utilizaron como punto de referencia para examinar su influencia en el resultado O (VD_FREC_COPRO). Este enfoque permitió simplificar la evaluación y comparación de las variables, destacando las que influyen en la frecuencia de la coproducción. Adicionalmente, utilizar los promedios de cada variable se mostró como una estrategia eficaz para evitar posibles bloqueos en el software Tosmana al procesar todas las variables simultáneamente. Además, al incorporar los *remainders* o remanentes lógicos, se excluyeron combinaciones innecesarias en el proceso de minimización, es decir, aquellas condiciones superfluas que aunque se eliminen no afectan el resultado, lo que permitió presentar los resultados de manera parsimoniosa mediante una ecuación simplificada y facilitó la interpretación de los resultados y agilizando el análisis.

Conforme al objetivo numero 2, verificar la influencia de los factores motivadores (accesibilidad, evaluación e incentivos) de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción de

servicios públicos digitales desde la perspectiva del ciudadano usuario utilizando QCA, se realizó la Tabla 13 para explicar la construcción e instrumento para alcanzar este objetivo.

Tabla 13. Construcción del Objetivo 2

OBJETIVO 2	INSTRUMENTO	VARIABLE	FUENTE
Verificar la influencia de los factores motivadores (accesibilidad, evaluación e incentivos) de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción de servicios públicos digitales desde la perspectiva del ciudadano usuario (QCA).	Cuestionario	Accesibilidad a la plataforma Sicfacilita	Ferreira y Farias (2019)
			Rotta et al., 2019; Chatfield y Reddick (2018a); Chatfield y Reddick (2018b)
			Soares y Farias 2018; Bovaird et al. 2015)
		Evaluación del usuario respecto a la plataforma Sicfacilita	Ostrom (1996); (Carlisle & Patton, 2013); Lember, Brandsen y Tönurist (2019); Alonso et al., (2019, p. 2)
			Soares y Farias (2018),
			Stougaard (2020)
		Incentivos gubernamentales para aumentar la participación ciudadana en la plataforma.	Sharp, 1978; Alonso et al., 2019; Bovaird et al., 2015; Kessen, Nogueira & Gamito, 2020
			Bovaird (2007)

Fuente: Elaboración propia 2024

En la Tabla 13 se presentó la construcción del objetivo 2. Los resultados arrojados, demuestran que para los ciudadanos usuarios de las plataformas Consumidor.gov.br y Sicfacilita, los factores que los motivan a coproducir se relacionan con las siguientes variables independientes (a) la accesibilidad a la plataforma; (b) evaluación del usuario respecto a la plataforma; e (c) incentivos gubernamentales para aumentar la participación, las cuáles comprenden varias temáticas.

Dentro de la Accesibilidad a las Plataformas tenemos: la facilidad para acceder; y la provisión de información; dentro de la Evaluación de Usuario está: la disminución de costos y tiempo, satisfacción de usuario, contacto directo, promoción de las plataformas y Confianza, por último, dentro de los Incentivos Gubernamentales, se tomó en consideración, el incentivo material o económico, actualización de datos en las plataformas, solución de conflictos, indicadores, sugerencias y divulgación. A continuación, en respuesta al modelo teórico planteado, se presentará el análisis sobre la influencia de cada variable en la frecuencia de coproducción en Colombia y Brasil.

4.2.1 Análisis comparativo sobre la influencia de las variables independientes en la frecuencia de coproducción en Colombia y Brasil

Para la realización de este análisis se unificaron las tablas con resultados dicotómicos de los 2 países: Colombia R1 al R31 y Brasil RB1 al RB18, con ecuaciones parsimoniosas para observar la influencia de cada condición o Variable independiente (accesibilidad, evaluación e incentivos) de ambos países en la frecuencia de coproducción.

En primer lugar, se observó la influencia que tenían las variables que comprenden la Accesibilidad separadamente (AP_FACIL y AP_INFO) en los dos países, tomando en cuenta las respuestas tanto de Colombia como de Brasil denominadas como RESCOLBRAS y se le solicitó incluir los *remainders*, que se refiere a la solución parsimoniosa, para explicar el éxito de los resultados de una manera simplificada. A continuación en la Tabla 14 se presentan los resultados generados en el csQCA.

Tabla 14. Tabla de la verdad: Influencia de la variable Aaccessibilidad de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción con solución parsimoniosa.

Settings: **REMAINDERS**
Minimizing: 1
including R

Truth Table:
v1: AP_FACIL v2: AP_INFO
O: VD_FREC_COPRO id: RESCOLBRAS

v1	v2	O	id
0	0	C	R2(1), R3(0), R26(0), R30(1), RB1(0), RB2(0), RB3(0), RB4(1), RB6(0), RB7(0), RB8(0), RB9(0), RB10(0), RB12(1), RB13(1), RB14(1), RB15(0), RB16(0)
0	1	1	R20
1	0	C	R1(1), R23(1), RB17(0)
1	1	C	R4(0), R5(0), R6(1), R7(0), R8(1), R9(1), R10(1), R11(0), R12(0), R13(1), R14(0), R15(1), R16(1), R17(1), R18(1), R19(0), R21(1), R22(0), R24(0), R25(0), R27(0), R28(0), R29(0), R31(0), RB5(0), RB11(0), RB18(1)
v1	v2	O	id
0	0	C	R2(1), R3(0), R26(0), R30(1), RB1(0), RB2(0), RB3(0), RB4(1), RB6(0), RB7(0), RB8(0), RB9(0), RB10(0), RB12(1), RB13(1), RB14(1), RB15(0), RB16(0)
0	1	1	R20
1	0	C	R1(1), R23(1), RB17(0)
1	1	C	R4(0), R5(0), R6(1), R7(0), R8(1), R9(1), R10(1), R11(0), R12(0), R13(1), R14(0), R15(1), R16(1), R17(1), R18(1), R19(0), R21(1), R22(0), R24(0), R25(0), R27(0), R28(0), R29(0), R31(0), RB5(0), RB11(0), RB18(1)
v1	v2	O	id
0	0	C	R2(1), R3(0), R26(0), R30(1), RB1(0), RB2(0), RB3(0), RB4(1), RB6(0), RB7(0), RB8(0), RB9(0), RB10(0), RB12(1), RB13(1), RB14(1), RB15(0), RB16(0)
0	1	1	R20

1	0	C	R1(1), R23(1), RB17(0)
1	1	C	R4(0), R5(0), R6(1), R7(0), R8(1), R9(1), R10(1), R11(0), R12(0), R13(1), R14(0), R15(1), R16(1), R17(1), R18(1), R19(0), R21(1), R22(0), R24(0), R25(0), R27(0), R28(0), R29(0), R31(0), RB5(0), RB11(0), RB18(1)

Result(s):

AP_FACIL{0}AP_INFO{1}
(R20)

Fuente: Elaboración propia 2024

En este caso, tanto en Colombia como en Brasil, la falta de facilidad de uso de la plataforma AP_FACIL (o dificultad de acceso), cuando se combina con la presencia de información suficiente AP_INFO según R20, generan un resultado exitoso en la frecuencia de coproducción. En este contexto, la presencia de la información se considera una condición necesaria pero no suficiente. Esto significa que para que se dé un resultado positivo, la presencia de información suficiente debe ir de la mano con la ausencia de la variable de facilidad de uso de las plataformas. La Tabla 15 contiene un resumen de la explicación del resultado.

Tabla 15. Resumen del resultado de la influencia de la accesibilidad del usuario de Brasil y Colombia en la coproducción

Casos:	Ecuación:	Condicion necesaria:	Condición suficiente:	Condicion ni necesaria ni suficiente:
(R20)	La dificultad en el acceso de la plataforma, combinado con la presencia de la información suficiente, explican el éxito en los procesos de coproducción	Información suficiente, es la condición que explica el éxito en la coproducción.	No hay	No hay

Fuente: Elaboración propia 2024

Tal y como lo afirman los autores Soares y Farias (2018), la provisión de información por parte del gobierno es imperante para involucrar a la ciudadanía en los procesos de coproducción, puesto que, sin la divulgación adecuada y amplia de las políticas públicas sobre la coproducción, los usuarios no tendrían acceso a estas posibilidades. Declaraciones similares han sido corroboradas por Bovaird et al. (2015) sobre los factores relacionados con la coproducción en Inglaterra y Gales, donde concluyeron que la provisión de información aumenta la propensión a coproducir colectivamente.

En segundo lugar, se realizó una prueba verificando la influencia de la Evaluación de los usuarios en Colombia y Brasil sobre la frecuencia de coproducción, incluyendo los *remainders* o

la versión parsimoniosa para obtener una ecuación más reducida y el resultado se muestra en la Tabla 16.

Tabla 16. Tabla de la verdad: Influencia de la variable Evaluación de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción con solución parsimoniosa.

Settings: **REMAINDERS**
Minimizing: 1
including R

Truth Table:

v1: EU_REDU_COST v2: EU_SATISF
v3: EU_CONT_DIREC v4: EU_PROMOC
v5: EU_CONFI
O: VD_FREC_COPRO id: RESCOLBRAS

v1	v2	v3	v4	v5	O	id
0	0	0	0	0	C	R2(1), R3(0), RB2(0), RB4(1), RB7(0), RB8(0), RB9(0), RB13(1), RB14(1), RB16(0)
0	0	0	1	0	1	R1
0	0	0	1	1	0	RB5
0	1	1	1	1	0	R29
1	0	0	0	0	0	RB3
1	0	0	0	1	1	RB12
1	0	0	1	0	0	RB1
1	0	1	0	0	0	RB15, RB17
1	0	1	0	1	C	R20(1), R31(0)
1	1	0	0	1	1	R10
1	1	0	1	0	C	R23(1), RB6(0)
1	1	1	0	0	0	RB10, RB11
1	1	1	0	1	C	R5(0), R16(1), R24(0), R25(0), R30(1)
1	1	1	1	0	0	R26
1	1	1	1	1	C	R4(0), R6(1), R7(0), R8(1), R9(1), R11(0), R12(0), R13(1), R14(0), R15(1), R17(1), R18(1), R19(0), R21(1), R22(0), R27(0), R28(0), RB18(1)

Result(s):

EU_REDU_COST{0}EU_PROMOC {1}EU_CONFI{0}+
EU_REDU_COST{1}EU_CONT_DIREC{0}EU_CONFI{1}
(R1) (R10+RB12)

EU_REDU_COST{0}EU_PROMOC {1}EU_CONFI{0}+ EU_CONT_
DIREC{0}EU_PROMOC {0}EU_CONFI{1}
(R1) (R10+RB12)

Fuente: Elaboración propia 2024

Igualmente, para observar la influencia de cada variable en los dos países, se tomaron las VI de Evaluación (EU_REDU_COST; EU_SATISF; EU_CONT_DIREC; EU_PROMOC y EU_CONFI) de forma independiente para explicar los resultados positivos.

En este caso, el csQCA muestra que la ausencia de reducción de costos, combinada a la presencia de promoción de las plataformas y a la ausencia de confianza, o bien, la presencia de la reducción costos, acompañada de la ausencia de contacto directo y la presencia de la confianza para los casos (R1), (R10+RB12) generan un resultado exitoso. Además, la ausencia de la reducción de costos, combinada con la presencia de la promoción y la ausencia de confianza, o, la ausencia del contacto directo, con la ausencia de la promoción y combinada con la presencia de la confianza para los casos (R1) (R10+RB12), explican resultados positivos.

Tabla 17. Resumen del resultado de la influencia de la evaluación del usuario de Brasil y Colombia en la coproducción

Casos:	Ecuación:	Condicion necesaria:	Condición suficiente:	Condicion ni necesaria ni suficiente:
(R20)	La ecuación arroja varias combinaciones: -La ausencia de la reducción de costos, con la presencia de la promoción y ausencia de confianza, o bien, -la presencia de la reducción de costos, ausencia de contacto y presencia de confianza, son condiciones que explican el éxito en los procesos de coproducción. Así también, -la ausencia del contacto y de la promoción, combinadas con la presencia de confianza también generan resultados exitosos.	No hay. Ninguna se repite en las dos combinaciones	No hay	reducción de costos, puede estar o no, que de todas formas no influye en el resultado.

Fuente: Elaboración propia 2024

En la Tabla 17, se observan varias combinaciones para que se tengan resultados exitosos en la coproducción tanto en Brasil como en Colombia. Sin embargo, no son suficientes, visto que, una variable por sí sola no logra alcanzar el resultado deseado. De hecho estas necesitan estar acompañadas de la baja influencia o ausencia de otras variables como por ejemplo, en la primera combinación, la presencia de la promoción debe ir acompañada de la ausencia de la reducción de costos y la ausencia de confianza, para conseguir un óptimo resultado. Se destaca que la variable de reducción de costos puede estar tanto ausente como presente, ya que es una condición superflua que, aunque se elimine, aún puede generar resultados positivos en la coproducción.

A través de la literatura (Jakobsen, 2013, Meijer, 2012; Thomsen & Jakobsen, 2015; Voorberg et al., 2018; Soares y Farias 2018) se corrobora la importancia que tienen las estrategias

gubernamentales en cada país, cuando están dirigidas hacia la promoción de la coproducción de servicios públicos, puesto que abren las posibilidades a la ciudadanía para resolver sus conflictos de forma ágil, rápida y menos costosa. Ahora bien, de acuerdo con Stougaard (2020) la confianza en sus variadas expresiones resultó ser de gran importancia para entender los factores que llevan a que posibles coproductores quieran involucrarse y participar en una relación de coproducción. Además, Fledderus y Honingh (2016), Strokosch y Osborne (2016) y Vanleene et al. (2019), presentan afirmaciones parecidas, cuando aseveran que una relación basada en la confianza produce efectos positivos en la Coproducción, como se ratifica en este estudio.

Por otro lado, Carlisle y Patton, (2013) manifiestan que por medio de la naturaleza instantánea de la tecnología se permite una comunicación directa entre el gobierno y los ciudadanos a través de plataformas, dispositivos móviles, etc. rompiendo las barreras tradicionales, además, la coproducción, se enfoca en la contribución directa realizada por los ciudadanos en el proceso de producción y es asociada generalmente a los servicios que ellos reciben a lo largo de la activación del ciclo de producción, ayudando a los gobiernos a abordar los desafíos sociales (Lember, Brandsen & Tönurist 2019). Por otra parte, Weng y Zhang, (2020) declaran que la participación ciudadana contribuye con calidad en el servicio comunitario y disminuye los gastos públicos al contar con los recursos que ofrecen los propios ciudadanos, como el tiempo y su conocimiento, con lo que también concuerdan Loeffler, Bovaird, y Ryzin, (2008), cuando afirman que esta participación en coproducción genera disminución de costos y mayor satisfacción de las necesidades.

En tercer lugar, se solicitó explicar el éxito de cada una de las variables que comprenden los incentivos en Colombia y Brasil Tabla 18, con la inclusión de una solución parsimoniosa (*remainders*) para generar una combinación minimizada de las variables que producen un resultado ideal en la coproducción.

Tabla 18. Tabla de la verdad: Influencia de la variable Incentivos de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción con solución parsimoniosa

Settings:

Minimizing: 1

including R

Truth Table:

v1: IG_INCENT_ECONOM v2: IG_DATOS_ACTUA

v3: IG_RESOLV_CONFLI v4: IG_INDICA
v5: IG_SUGERE v6: IG_DIVULG
O: VD_FREC_COPRO id: RESCOLBRAS

v1	v2	v3	v4	v5	v6	O	id
0	0	0	0	0	0	0	RB2
0	0	0	0	0	1	0	R3, RB9
0	0	0	0	1	0	0	RB8, RB10
0	0	0	1	0	0	1	RB4
0	0	1	0	0	0	C	R26(0), RB13(1), RB18(1)
0	1	0	0	1	0	C	R19(0), R20(1)
0	1	0	1	0	0	C	R4(0), R5(0), R7(0), R8(1)
0	1	1	0	0	0	C	R6(1), R10(1), R12(0), R15(1), R16(1), R30(1), RB11(0)
1	0	0	0	0	0	1	R1
1	0	0	0	0	1	1	R2
1	0	1	0	0	0	C	R24(0), RB7(0), RB12(1), RB14(1)
1	1	0	0	0	1	0	RB16
1	1	0	0	1	0	C	R11(0), R13(1), R31(0), RB5(0)
1	1	0	1	0	0	C	R9(1), R14(0), RB1(0), RB3(0)
1	1	1	0	0	0	C	R17(1), R18(1), R21(1), R22(0), R23(1), R25(0), R27(0), R28(0), R29(0), RB6(0), RB15(0), RB17(0)
1	1	1	1		1	C	R4(0), R6(1), R7(0), R8(1), R9(1), R11(0), R12(0), R13(1), R14(0), R15(1), R17(1), R18(1), R19(0), R21(1), R22(0), R27(0), R28(0), RB18(1)

Result(s):

IG_DATOS_ACTUA{0}IG_INDICA{1}+
IG_INCENT_ECONOM{1}IG_DATOS_ACTUA{0}IG_RESOLV_CONFLI{0}
(RB4) (R1+R2)

Fuente: Elaboración propia 2024

Asimismo, se incluyeron las variables incentivos económicos; datos actualizados; resolución del conflicto; indicadores; sugerencias y divulgación, con el objetivo de conocer aquellas que causan los resultados positivos.

En este caso, la ausencia de IG_DATOS_ACTUA combinado con la presencia de IG_INDICA o, la presencia de IG_INCENT_ECONOM y la ausencia de IG_DATOS_ACTUA y la ausencia de G_RESOLV_CONFLI para los casos (RB4) (R1+R2) producen resultados positivos. A continuación en la Tabla 19, se indica un resumen del resultado de la representación visual sobre el análisis de la ecuación.

Tabla 19. Resumen del resultado de la influencia de los incentivos de Brasil y Colombia en la coproducción

Casos:	Ecuación:	Condicion necesaria:	Condición suficiente:	Condicion ni necesaria ni suficiente:
--------	-----------	----------------------	-----------------------	---------------------------------------

(RB4) (R1+R2)	La ecuación arroja dos combinaciones: -La ausencia o baja influencia de los datos actualizados, combinado con la presencia o fuerte influencia de indicadores en la plataforma, o bien, -la presencia de incentivos económicos, combinado con la ausencia de datos actualizados y de resolución de conflictos, son condiciones que explican el éxito en los procesos de coproducción.	No hay. Ninguna se repite en las dos combinaciones	No hay	Todas son. Ni necesarias, ni suficientes, ya que aparecen distintas variables en cada una de las combinaciones
---------------	---	--	--------	--

Fuente: Elaboración propia 2024

Se destaca que para (RB4) la presencia de los indicadores (resolución de conflictos, satisfacción del cliente, tiempo promedio de respuesta de la empresa, número de quejas respondidas) combinada con la ausencia de datos actualizados, es suficiente para alcanzar resultados de éxito. Pero no es una condición necesaria, debido a que para los casos (R1+R2), es suficiente la presencia de los incentivos económicos combinados con la ausencia de datos actualizados y la ausencia de resolución de conflictos para alcanzar el éxito de la coproducción. En consecuencia, para este caso, ninguna condición es necesaria o suficiente, porque todos los términos tienen combinaciones de causas y ninguna condición causal aparece en todos los términos.

En la coproducción se identifican tres tipos de incentivos; en primer lugar, los incentivos materiales; que puede ser representado en dinero y bienes, en segundo lugar, incentivos solidarios; que pueden ser socialización, diversión y sentido de pertenencia, y en tercer lugar, incentivos intangibles; se refieren a recompensas intrínsecas, al sentido de haber contribuido a una causa común, (Alford 2002, 2009; Sharp 1984; Van Eijk & Steen 2014, 2016; Alonso *et al.*, 2019, p.1623). Adicionalmente, esta información es corroborada en este estudio y también por los autores Bovaird *et al.*, (2015); Kessen, Nogueira y Gamito, 2020 y Soares y Farías (2018) los cuales también concuerdan.

Según Ostrom (1996), el gobierno es el coproductor del servicio público y contribuye con la provisión de la plataforma digital, su mantenimiento, guías para usuarios y organización de datos que son suministrados por los ciudadanos y las empresas, esto hace referencia al compromiso que tienen los entes gubernamentales al proporcionar una plataforma con datos actualizados e indicadores, que incentivan a los ciudadanos a participar en los procesos de coproducción. Asimismo, las empresas registradas en las plataformas contribuyen con la actualización de datos

de forma voluntaria, al responder a las reclamaciones de los usuarios y solicitar informaciones adicionales para darle continuidad a los procesos, Bovaird (2007).

A modo general, sobre la influencia de las variables independientes (Accesibilidad la plataforma, Evaluación del usuario e Incentivos gubernamentales) en la frecuencia de coproducción, se concluye que la Accesibilidad juega un papel crucial, puesto que enfatiza en la variable Información suficiente, la cuál debe estar presente y ser proporcionada por cada una de las plataformas en Colombia y en Brasil, para que ocurran procesos de coproducción que faciliten el acceso y procedimiento para la radicación de una reclamación. De igual forma, la Evaluación por parte de los usuarios es fundamental puesto que, la promoción de cada plataforma digital realizada en cada país y la confianza que tienen los usuarios en ellas para solucionar sus conflictos, son cruciales en la frecuencia de coproducción. Posteriormente, el papel de los Incentivos es trascendental debido a que, los indicadores generados en las plataformas permiten mejoras en los procesos de calidad y los incentivos económicos aumentan la propensión a coproducir, disminuyendo los procesos judiciales y beneficiando a los usuarios optimizando su calidad de vida y al gobierno. Esto corrobora la influencia e importancia de estos factores motivadores expresados en proposiciones, en la frecuencia de coproducción de los usuarios de las plataformas Consumidor.gov.br y Sicfacilita.

De forma complementar al método QCA, se desarrolló un análisis específicamente, sobre los incentivos que motivan a los ciudadanos a coproducir en las plataformas digitales. Dentro de la variable IG (incentivos gubernamentales) se encuentran: incentivos económicos, actualización de datos, resolución de conflictos, indicadores generados por las plataformas digitales, resolución del conflicto y divulgación.

En este estudio se evidenció que tanto en Brasil como en Colombia, los incentivos económicos juegan un papel fundamental en la motivación de la coproducción, de los 18 ciudadanos brasileiros encuestados, 10 destacaron la importancia fundamental de estos incentivos, mientras que en Colombia, la cifra fue aún más significativa, con 24 de los 31 encuestados respaldando esta perspectiva. Por otro lado, se observó que, en Colombia 28 de los 31 encuestados consideran crucial la disponibilidad de datos actualizados en las plataformas digitales para la gestión de sus reclamaciones, la obtención de información sobre proveedores y la agilización de procesos de resolución de conflictos. Este hallazgo es respaldado por el 11 de los 18 encuestados en Brasil.

Además, se identifica que la posibilidad que tienen los usuarios para resolver conflictos es un factor motivador adicional en la coproducción ciudadana. En Brasil, 9 de 18 participantes reconocieron esta importancia, mientras que en Colombia, 17 de 31 encuestados compartieron esta perspectiva. Se evidencia la relevancia significativa de los incentivos económicos y datos actualizados como motores clave en la coproducción ciudadana, destacando la importancia de abordar estos aspectos para fomentar una participación más activa y efectiva dentro de las plataformas.

Por contraste, fue verificado que los incentivos menos influenciables para los usuarios encuestados son: los indicadores, sugerencias y divulgación. Los indicadores en Brasil (3 de 18 encuestados) y en Colombia (6 de 31 encuestados), consideran este aspecto como un estímulo influyente para participar en la coproducción. Esto sugiere que, a pesar de su potencial utilidad, los indicadores no han logrado generar un impacto destacado en la decisión de coproducción para los usuarios. Asimismo, las sugerencias provenientes de familiares y amigos también se posicionan como un incentivo menos influyente. En Brasil, únicamente 3 de los 18 participantes mencionaron este aspecto como motivador, mientras que en Colombia, la cifra fue de 5 de los 31 encuestados. Esta baja participación señala que la recomendación personal no está siendo un factor determinante en los usuarios respecto a la coproducción.

Por otra parte, la divulgación gubernamental emerge como el incentivo menos efectivo, con tan solo 2 encuestados en Colombia y Brasil respectivamente. Este hallazgo sugiere una posible falta de conocimiento generalizado sobre las plataformas digitales de coproducción, la cual, a su vez, podría vincularse con la tímida acción por parte de las entidades gubernamentales para promover y dar a conocer estas iniciativas. Es crucial destacar que la insuficiente divulgación gubernamental limita el acceso a los beneficios potenciales de estas plataformas, ya que tanto usuarios como proveedores no podrán aprovecharlos si no tienen conocimiento de su existencia.

En resumen, la escasa influencia de los indicadores, sugerencias y divulgación gubernamental destaca la importancia de abordar la falta de conciencia y promoción de las plataformas digitales de coproducción, subrayando la necesidad de estrategias más efectivas para incentivar la participación y maximizar los beneficios de estos entornos colaborativos. Con el avance de la tecnología, es cada vez más común el empleo de redes sociales para la difusión y promoción de productos y servicios. Este método resulta bastante económico y ofrece un excelente

rendimiento en relación costos-beneficios, podría ser una herramienta que facilite la divulgación y promoción de las plataformas.

Se corrobora que es importante para los usuarios colombianos, obtener los datos actualizados dentro de la plataforma y por supuesto la posibilidad de resolver su conflicto de forma ágil y rápida y adicionalmente, se les impulsa en la coproducción con incentivos económicos. Para el caso Brasileiro, se constata que los incentivos que más influyen en la frecuencia de coproducción son los incentivos económicos y la actualización de datos, confirmando las declaraciones de los autores, Alford (2002), (2009); Sharp (1984); Van Eijk y Steen (2014), (2016); Alonso *et al.*, (2019); Bovaird et al. (2015); Bovaird (2007); Kessen, Nogueira y Gamito (2020); y Soares y Farías (2018); Schmidt-Kessen, Nogueira y Cantero (2019); (Loeffler, Bovaird, & Ryzin, 2008).

4.2.2 Análisis sobre la influencia de las variables independientes en la frecuencia de coproducción en Colombia.

En primera instancia (a) se le solicitó al csQCA, una solución compleja (general) que explicara el éxito de las tres VI en la frecuencia de coproducción, excluyendo las contradicciones y los *remainders* (solución parsimoniosa). A continuación, se presenta la tabla de la verdad en el caso de Colombia (Tabla 20) y el resultado arrojado en este análisis, el cuál explica: 1, denominado como éxito o fuerte influencia de las condiciones causales (AP, EU e IG) en el resultado (INTENSI_COPRO).

Tabla 20. Tabla de la verdad: Explicación del resultado de éxito de AP, EU e IG en la coproducción en Colombia..

Settings: **GENERAL**
Minimizing: 1
including

Truth Table:
v1: Media_AP v2: Media_EU
v3: Media_IG
O: VD_FREC_COPRO id: RESCOL

v1	v2	v3	O	id
0	0	0	C	R1(1), R2(1), R3(0), R20(1), R26(0)
0	0	1	1	R23, R30
1	0	0	C	R10(1), R16(1), R24(0)
1	0	1	0	R5, R25, R29, R31

1	1	0	C	R4(0), R6(1), R7(0), R8(1), R12(0), R19(0)
1	1	1	C	R9(1), R11(0), R13(1), R14(0), R15(1), R17(1), R18(1), R21(1), R22(0), R27(0), R28(0)

Result(s):

Media_AP{0} * Media_EU{0} * Media_IG{1}
(R23,R30)

Fuente: Elaboración propia 2024

Este resultado arroja una combinación que lleva a un resultado positivo en la coproducción, donde la ausencia de AP (Accesibilidad a la plataforma) combinada con la ausencia de EU (Evaluación de Usuario) y con la presencia de IG (Incentivos Gubernamentales) según las respuestas R23, R30 llevan al resultado 1, o al éxito en la frecuencia de coproducción.

Esto quiere decir que para los casos (R23, R30) la presencia de Incentivos Gubernamentales se considera una condición necesaria para el éxito de la coproducción, aunque no es suficiente por sí sola. Debe ir acompañada de la ausencia de Accesibilidad a la plataforma y Evaluación de Usuario para explicar y tener un impacto positivo en el éxito de la coproducción.

Ahora bien, en la Tabla 21, se le solicitó al csQCA una solución parsimoniosa que explicara el éxito. Esta vez incluyendo los *remainders*, que son aquellos que excluyen las combinaciones innecesarias para el proceso de minimización escribiéndolos de forma reducida.

Tabla 21. Tabla de la verdad: Explicación del resultado de éxito de AP, EU e IG en la coproducción en Colombia con solución parsimoniosa.

Settings: **REMAINDERS**

Minimizing: 1

including R

Truth Table:

v1: Media_AP v2: Media_EU

v3: Media_IG

O: VD_FREC_COPRO id: RESCOL

v1	v2	v3	O	id
0	0	0	C	R1(1), R2(1), R3(0), R20(1), R26(0)
0	0	1	1	R23, R30
1	0	0	C	R10(1), R16(1), R24(0)
1	0	1	0	R5, R25, R29, R31
1	1	0	C	R4(0), R6(1), R7(0), R8(1), R12(0), R19(0)
1	1	1	C	R9(1), R11(0), R13(1), R14(0), R15(1), R17(1), R18(1), R21(1), R22(0), R27(0), R28(0)

Result(s):

Media_AP{0}Media_IG{1}
(R23,R30)

Fuente: Elaboración propia 2024

Esta ecuación indica que la ausencia de AP (Accesibilidad a la plataforma) combinada con la presencia de IG (Incentivos gubernamentales) genera éxito e influyen positivamente en la coproducción según los casos R23, R30. Los Incentivos Gubernamentales (IG) representan una condición necesaria para el éxito de la coproducción, pero no suficiente, puesto que debe estar combinada con una baja influencia de la Accesibilidad a la Plataforma (AP) para generar este resultado. En contraste con la ecuación anterior (a), se observa que la Evaluación de Usuario queda excluida, ya que no se considera importante en el resultado. A continuación, una representación visual de la ecuación para facilitar la comprensión (Tabla 22).

Tabla 22. Resumen del resultado de éxito de AP, EU e IG en Colombia

Casos:	Ecuación:	Condicion necesaria:	Condición suficiente:	Condicion ni necesaria ni suficiente:
(R23,R30)	La ausencia de accesibilidad, combinado con la ausencia de evaluación y con la presencia de incentivos, son combinaciones que llevan al éxito	Incentivos gubernamentales son condiciones necesarias para traer resultados exitosos.	No hay	La evaluación del usuario es una condición que no es necesaria ni suficiente ya que puede excluirse y no afecta el resultado.

Fuente: Elaboración propia 2024

Se observa que para los casos (R23,R30), la ecuación generada propicia resultados exitosos. En síntesis, se verifica que para los usuarios de la plataforma Sicfacilita en Colombia, la variable que influye positivamente en su frecuencia de coproducción, son los incentivos gubernamentales (IG) debido a que, son estos los responsables de aumentar los procesos de coproducción de servicios públicos en la plataforma.

Corroborando las respuestas de los usuarios de Sicfacilita con la literatura (Alford 2002, 2009; Sharp 1984; Van Eijk & Steen 2014, 2016; Alonso et al., 2019, p.1623) los incentivos materiales, solidarios e intangibles influyen de forma positiva en la coproducción, haciendo que su frecuencia de coproducción sea mayor utilizando la plataforma para resolver su conflicto. Además, el deseo de pertenecer a un grupo puede resultar en un sentido de satisfacción asociado

con incentivos solidarios como servir al interés de una comunidad de personas o en un sentido más amplio contribuyendo al bienestar común (Perry & Hondghem, 2008; Clohesy, 2000; Alonso et al., 2019. p.1623). En síntesis, se confirma que los incentivos gubernamentales sirven de motivación para la coproducción ciudadana” con los cuales los autores Alford (2002), (2009); Sharp (1978) y Van Eijk y Steen (2014), (2016); Bovaird et al., (2015); Kessen, Nogueira y Gamito, 2020 y Soares y Farías (2018) también concuerdan.

4.2.3 Análisis sobre la influencia de las variables independientes en la frecuencia de coproducción en Brasil.

Para el análisis de Brasil (Tabla 23), se le solicitó al csQCA una solución compleja (general) que explicara el éxito de las variables independientes en la frecuencia de coproducción excluyendo las contradicciones y los *remainders*. En este caso, como se observa a continuación, no se obtuvieron resultados.

Tabla 23. Tabla de la verdad: Explicación del resultado de éxito de AP, EU e IG en la coproducción en Brasil

Settings: **GENERAL**
Minimizing: 1
including

Truth Table:

v1: Media_AP v2: Media_EU
v3: Media_IG
O: VD_FREC_COPRO id: RESBRA

v1	v2	v3	O	id
0	0	0	C	RB2(0), RB4(1), RB7(0), RB8(0), RB9(0), RB13(1)
0	1	0	0	RB10
0	1	1	0	RB1, RB15, RB16
1	0	1	C	RB3(0), RB14(1)
1	1	0	C	RB11(0), RB18(1)
1	1	1	C	RB5(0), RB6(0), RB12(1), RB17(0)

Result(s):

Fuente: Elaboración propia 2024

Al no generar resultados, esto quiere decir, que en este caso de Brasil no se presentan combinaciones de condiciones o variables que expliquen el éxito de la coproducción. Solo hay combinaciones que expliquen el fracaso.

De acuerdo con la anterior información, se le demandó al csQCA que explicara las condiciones para el fracaso excluyendo las contradicciones y los *remainders* y los resultados se pueden ver en la Tabla 24.

Tabla 24. Tabla de la verdad: Explicación del resultado de fracaso de AP, EU e IG en la coproducción en Brasil

Settings: **GENERAL**
 Minimizing: **0**
 including

Truth Table:

v1: Media_AP v2: Media_EU
 v3: Media_IG
 O: VD_FREC_COPRO id: RESBRA

v1	v2	v3	O	id
0	0	0	C	RB2(0), RB4(1), RB7(0), RB8(0), RB9(0), RB13(1)
0	1	0	0	RB10
0	1	1	0	RB1, RB15, RB16
1	0	1	C	RB3(0), RB14(1)
1	1	0	C	RB11(0), RB18(1)
1	1	1	C	RB5(0), RB6(0), RB12(1), RB17(0)

Result(s):

Media_AP{0} * Media_EU{1}
 (RB1,RB15,RB16+RB10)

Fuente: Elaboración propia 2024

Los resultados muestran que la ausencia de la AP (Accesibilidad a la Plataforma), combinado con la presencia de la EU (Evaluación del Usuario) para (RB1,RB15,RB16+RB10) llevan al fracaso en la coproducción. En otras palabras, la falta de información en la plataforma y su complejidad, las cuales son variables que comprenden la Accesibilidad a la Plataforma, combinadas con la fuerte influencia de la Evaluación del Usuario sobre la plataforma, por ejemplo; su percepción sobre la disminución de costos, satisfacción, participación directa, promoción y confianza, son condiciones necesarias para propiciar el fracaso. A continuación la Tabla 25 complementa un resumen del resultado de fracaso.

Tabla 25. Resumen del resultado de fracaso de AP, EU e IG en Brasil

Casos:	Ecuación:	Condicion necesaria:	Condición suficiente:	Condicion ni necesaria ni suficiente:
(RB1,RB15,RB16+RB10)	La dificultad en el acceso de la plataforma, combinado con la evaluación que el usuario tiene sobre esta, llevan al fracaso los procesos de coproducción	Evaluación del usuario, es la condición que genera fracaso.	No hay	No hay

Fuente: Elaboración propia 2024

De acuerdo con Rotta et al. (2019), las plataformas digitales deben servir como facilitadores para la colaboración entre ciudadanos y gobiernos, entendiendo sus necesidades y fomentando la transparencia. Asimismo, la evaluación que los usuarios realicen de estas plataformas será determinante para su éxito, dado que la percepción de estos juega un papel crucial. La participación activa y el compromiso por parte de los usuarios son elementos esenciales para el proceso de coproducción.

Adicionalmente, se realizó una prueba en el csQCA para que explicara las condiciones de fracaso, pero incorporando la solución parsimoniosa (*remainders*). Sin embargo, los resultados fueron consistentes con los obtenidos previamente. Esta coincidencia se debe a que la ecuación ya está minimizada, y el csQCA no puede reducirla aún más.

Result(s):

$$\text{Media_AP}\{0\}\text{Media_EU}\{1\}$$

$$(\text{RB1,RB15,RB16+RB10})$$

Resumiendo, según los datos arrojados por csQCA, lo que causa el fracaso para los usuarios de consumidor.gov.br en Brasil, son la falta de accesibilidad a la plataforma y la evaluación o percepción que tienen los usuarios sobre esta. Estas dos condiciones conducen a resultados negativos, lo que indica una gran preocupación en los ciudadanos en términos de facilidad y uso de la plataforma, lo cuál requiere una mayor atención para su calidad y mejora, debido a que, estas herramientas tecnológicas están en constante evolución y son medios fundamentales para que la coproducción exitosa acontezca.

Por lo tanto, resulta imperativo que la plataforma Consumidor.gov.br implemente estrategias enfocadas en su promoción y divulgación. Asimismo, debería llevar a cabo estrategias de inversión tecnológica para abordar aspectos relacionados con la accesibilidad, funcionamiento,

rapidez, entre otros, con el objetivo de restaurar su credibilidad ante los usuarios brasileiros y, por consiguiente, mejorar su funcionamiento para atraer a más coproductores, contribuyendo a la solución de conflictos y disminución de procesos judiciales.

En la coproducción de servicios públicos es importante resaltar las iniciativas o estrategias gubernamentales para promover coproducción de servicios públicos (Jakobsen, 2013, Meijer, 2012; Thomsen & Jakobsen, 2015; Voorberg et al., 2018). Según Schmidt-Kessen, Nogueira y Cantero (2019), las plataformas digitales son servicios prestados por los gobiernos de cada país que pueden solucionar sus conflictos de una forma más ágil menos costosa, y sin acudir al poder judicial. Además, en algunos casos, brindan la información necesaria para orientar al ciudadano, para que pueda reclamar ante la empresa de forma eficiente y solucionar su conflicto. Adicionalmente, la coproducción a través de plataformas digitales disminuye los costos y satisface las necesidades de los usuarios (Loeffler, Bovaird, & Ryzin, 2008). Bovaird (2007) expone que la evaluación realizada por el ciudadano sobre las reclamaciones realizadas en plataformas digitales relacionadas a las fallas que pudieron presentarse en la prestación de un servicio y con el objetivo de recuperarlo, es una forma mediante la cual los ciudadanos contribuyen en estas plataformas digitales, tal y como lo afirma Redck (2019).

Por otra parte, la pregunta numero 1 del guion de entrevista recolecta desde la perspectiva gubernamental o de los gestores de las plataformas digitales Consumidor.gov y Sicfacilita, las estrategias que motivan, en su visión, a los ciudadanos a coproducir dentro de ellas, las cuales están presentadas en la Tabla 26.

Tabla 26. Estrategias gubernamentales para motivar la coproducción ciudadana.

Preg 1. Estrategias para motivar a los ciudadanos a coproducir en las plataformas			
Consumidor.gov / Brasil		Sicfacilita / Colombia	
E:1	-Resolución de conflictos desde casa -Redes sociales -Material gráfico, carteles, tarjetas	E:1	-Brindar información sobre los beneficios -Difusión a través de redes sociales, programa de televisión sicTV y web.
E:2	-Resolución de conflictos -Hacer valer su derecho -Entorno de diálogo entre consumidor y empresa	E:2	-Informarles sobre la Disminución de tiempos al usar Sicfacilita
E:3	-Divulgación de indicadores, de resolución y satisfacción -Convenios de cooperación técnica	E:3	-Socialización a través de los canales, escritos telefónicos, videollamadas, chat presencial, etcétera.
E:4	-Resolución de conflictos de forma más rápida -Disminución de costos en tiempo y recursos -Disminución de judicialización	E:4	-Publicidad dentro de los canales de sic: televisión sictv, línea de atención, línea de llamada, chat,

Preg 1. Estrategias para motivar a los ciudadanos a coproducir en las plataformas			
		respuestas escritas a un derecho de petición y Manual de consumidor	
		-Rapidez en el tiempo de respuesta a la reclamación	
E:5	-Resolver el problema en 10 días.	E:5	-Divulgación por chat, Videollamada y sicTV -Presencialmente por los quioscos a través de la ciudad
E:6	-Disminución de tiempo y recursos.	E:6	Dialogo social
E:7	-Resolver conflictos -Resuelve el 80% de las demandas	E:7	-Redes sociales: Facebook, Twitter, tik Tok, Instagram y Vídeos interactivos de Youtube, Televisión y radio
		-Redes sociales de la institución	
		E:8	-A través de las respuestas a derechos de petición, reclamaciones y quejas -Voz a voz a través de personas que ya conocen
		E:9	-Canales de atención: videollamada, el chat, línea telefónica, diálogo social y sictV.
		E:10	-Canales de atención y redes sociales

Fuente: Elaboración propia 2024

En la coproducción de servicios públicos es importante destacar las estrategias gubernamentales para promover la participación ciudadana (Jakobsen, 2013, Meijer, 2012; Thomsen & Jakobsen, 2015; Voorberg *et al.*, 2018), y comprender los motivos, perfil y voluntad que tienen los brasileros para coproducir (Borges Jr. & Farias, 2020). Como se observa en la Tabla 26, en la mayoría de las respuestas de los gestores entrevistados de consumidor.gov.br la estrategia más relevante para motivar a los ciudadanos a coproducir en las plataformas, es la resolución de conflictos y disminución de tiempo, concordando con Loeffler, Bovaird, y Ryzin, (2008) quienes declaran que la coproducción de los ciudadanos contribuye a la disminución de costos y mayor satisfacción de sus necesidades.

Mientras que en Sicfacilita, la estrategia para incentivar a los ciudadanos en la coproducción de servicios públicos es la divulgación de la plataforma y sus beneficios a través de la tecnología por medio de las redes sociales y la disminución de tiempos, como lo afirman Chatfield y Reddick (2018a) y Chatfield y Reddick (2018b), la inclusión digital o adopción de tecnologías por parte del gobierno podría representar más oportunidades para que las personas coproduzcan, a través de las TIC, debido a que se ha vuelto una forma más práctica de participación, por su rapidez y fácil acceso para comunicarse con el gobierno.

Las personas son multiplicadoras de beneficios que solo coproducirán si superan los costos, estos beneficios deben estar relacionados con recompensas externas (Alford, 2009), es decir, las personas coproducen a cambio de un beneficio que debe compensar tiempo y esfuerzo.

Con el advenimiento de las TICs la utilización de redes sociales para divulgar y promocionar productos y servicios es cada vez más frecuente y es relativamente barato y con excelente costo-beneficio, como fue mencionado por los entrevistados 1, 7, 8, y 10. De acuerdo con Azevedo (2018), el crecimiento de las empresas está relacionado con la participación de las redes sociales ya que permite conocer las percepciones de sus usuarios y así mismo el índice de satisfacción hacia su producto o servicio. Respecto al tercer objetivo de este estudio, se realizará un análisis a continuación.

4.3 Factores que intervienen en la coproducción de servicios públicos desde la perspectiva de los gobiernos

Para responder al objetivo número 3: Verificar los factores que intervienen (barreras, beneficios y efectos) desde la perspectiva de los gobiernos, en la coproducción de servicios públicos en las plataformas de Brasil y Colombia., se construyó la Tabla 27 con el fin de explicar la realización de este objetivo que en primer lugar, busca extraer los impedimentos o barreras surgidos en la gestión de la plataforma; conocer los beneficios o facilidades para los ciudadanos registrados en la plataforma, y por último los efectos que tienen las empresas por una mayor participación en la plataforma.

Tabla 27. Construcción del objetivo 3

OBJETIVO 3	INSTRUMENTO	FUENTE
Verificar los factores que intervienen (beneficios, barreras y efectos) desde la perspectiva de los gobiernos, en la coproducción de servicios públicos en las plataformas de Brasil y Colombia.	Entrevista	Loeffler & Bovaird, 2019); Nesti (2018); Bovaird y Loeffler (2012); Bovaird et al. (2016)
		Osborne y Strokosch (2013); Allen, Tamindael, Bickerton y Cho (2019); Campanale, Mauro y Sancino (2020); Nabatchi et al. (2017, p. 769); (Alford, 2009); Brudney y England (1983); Soares y Farias (2018); Verschuere, Brandsen y Pestoff (2012); (Carlisle & Patton, 2013).
		Allen, Tamindael, Bickerton y Cho (2019); Bovaird et al. (2016)

Fuente: Elaboración propia 2024

Para facilitar la visualización de estos factores determinantes en la coproducción de las plataformas Consumidor.gov y Sicfacilita se crearon las Tabla 28, Tabla 29 y Tabla 30 que condensan las barreras que surgen en la coproducción de servicios públicos a través de las

plataformas, los beneficios ofrecidos a los ciudadanos registrados y los efectos para las empresas de una mayor participación ciudadana en ambas plataformas, Consumidor.gov.br y Sicfacilita.

Tabla 28. Barreras en la coproducción de servicios públicos

Preg 2. Barreras en la coproducción			
Consumidor.gov		Sicfacilita	
E:1	Presupuesto. Anteriormente cuando se lanzó consumidor.gov se realizaron varias campañas mediáticas y Televisivas, pero ahora no, por cuestión de presupuesto Dificultad de los recursos TI, recursos técnicos. Gestionamos todos estos acuerdos de cooperación técnica y les brindamos apoyo. Convencer empresas. Tuvimos que decirles a las empresas, miren, no hay truco en la manga, no hay trampa, necesitan unirse y eso es lo que está funcionando	E:1	Tema tecnológico para adultos mayores Adhesión voluntaria de los proveedores
E:2	Un aspecto de superación, de miedos del mercado de entender que eso no era una broma, una trampa para luego darle un martillazo a la empresa, porque había mucha preocupación al respecto. Decíamos así, solo necesitábamos traer 2, porque los otros 2 vendrán a cuestras. Cuando se habla de temas tecnológicos, entonces el ambiente de gestión y desarrollo de TI y dentro del gobierno es altamente complejo, porque es fuertemente formal. Había una posibilidad, con el apoyo de las empresas participantes, de poder hacer esa publicidad, esa publicación en TV, pero eso se acabó hace mucho, eso hoy no lo vemos.	E:2	Falta de Acceso a internet Dificultad en el manejo de las Tic en adultos mayores y personas con discapacidad visual
E:3	Imposibilidad de colocar todas las empresas. No tiene mucho sentido activar una empresa que tiene una denuncia al año, entonces analizamos todo esto, tenemos un límite en el tipo de empresa, Barrera tecnológica, que no podemos llegar toda la población	E:3	Dificultad para manejar un celular o computador Falta de internet Algunos consumidores nos confunden con un centro de conciliación y no de facilitación Ingreso de los proveedores ya que deben disponer un recurso humano que atienda la herramienta
E:4	Respuesta empresa: No existe ninguna barrera, por el contrario, la plataforma facilita el contacto con el consumidor y tengo varias personas a cargo solo de eso	E:4	Dificultad tecnológica con la población adulta mayor
E:5	El ciudadano no percibe que estamos involucrados en la plataforma de consumidor.gov.br	E:5	Acceso a Internet o conexión es limitado en zonas alejadas
E:6	La accesibilidad a Internet es una realidad en todo Brasil. Dificultad cultural: el brasileiro, está acostumbrado a que alguien le resuelva sus problemas, tiene esa dependencia. Carencia intelectual, es una mezcla de una jovial pereza de sentarme y hacerlo yo mismo y de no pude crear una construcción de “Érase una vez” compré aquí y etc., no puedo estructurarlo.	E:6	Manejo de las TIC Acceso a los servicios, energía e internet

Preg 2. Barreras en la coproducción			
Seguridad de los datos, por lo que el consumidor tiene que registrarse con el Gov y esto realmente interfirió mucho. Es muy difícil porque usamos nuestra propia computadora y luego está el reconocimiento facial. Vaya, sí, es difícil para nosotros incluso ayudar.			
E:7	En la tecnología, implementación en cuanto a particularidades de los asuntos.	E:7	A nivel tecnológico, a veces se puede llegar a caer la plataforma. Manejo de las TIC por parte de los ciudadanos
			La capacidad tecnológica
		E:8	Actitud del proveedor o representante del proveedor
		E:9	Manejo de las TIC adjuntar un documento, escribir dentro del chat,
			Acceso a la tecnología en Colombia
			Manejo de las TIC
			Desconocimiento de la ley, de sus derechos y deberes, falta de educación
		E:10	Desconocimiento de la función de la plataforma
			Vulneración de los derechos de los consumidores por desconocimiento de la ley por parte de los proveedores

Fuente: Elaboración propia 2024

Respondiendo a las agendas encontradas en la revisión de literatura, donde Bovaird et al. (2016) invitan a explorar las relaciones de causa y efecto en la coproducción sus correlatos y las barreras presentadas en su área de servicio, Jaspers y Steen (2019) proponen analizar los efectos de la coproducción; Allen, Tamindaël, Bickerton y Cho (2019) señalan que en la literatura se sabe poco sobre los impactos que tiene la coproducción ciudadana, a través de la tecnología para mejorar la prestación de servicios; y Nesti (2018) sugiere examinar las características, beneficios y limitaciones de la coproducción. Se presentarán, a continuación, las barreras a la coproducción dentro de las plataformas, los beneficios más citados ofrecidos a los ciudadanos registrados en las plataformas y los efectos para las empresas de una mayor participación ciudadana.

En relación con las barreras que se presentan en la coproducción de servicios dentro de estas plataformas, las más nombradas por los entrevistados de consumidor.gov.br son: Tecnología, Presupuesto, Adhesión de empresas, Falta de Internet y Carencia intelectual y cultural.

Y en Sicfacilita están las siguientes: Tecnología, Adhesión de empresas, Falta de Internet, Manejo de las TICs y Desconocimiento de la función de la plataforma. Se observa que ambas presentan similitud en la mayoría de las barreras, enfatizando propiamente en la barrera tecnológica, adhesión de empresas a la plataforma, falta de internet y carencia intelectual o dificultad en el manejo de la tecnología.

Las plataformas de gobierno electrónico proveen servicios, información, acceso e interacción con los ciudadanos, abren canales para la comprensión de sus necesidades, incrementan la transparencia y pueden ser herramientas que promueven el intercambio de conocimiento (Rotta *et al.*, 2019). Sin embargo, es importante destacar que como es corroborado por los entrevistados 1, 2, 3, 6 y 7 de consumidor.gov.br y todos los entrevistados de Sicfacilita, aún existen regiones en diversos países del mundo que no cuentan con acceso a internet, ni cuentan con el conocimiento del manejo de la tecnología lo que imposibilita la solución de sus conflictos de consumo. Por otro lado, se corrobora la afirmación de Bovaird y Loeffler (2012) cuando manifiestan que una de las barreras a la coproducción puede ser la falta de financiamiento, barrera mencionada por el entrevistado 1 de consumidor.gov.br.

Tabla 29. Beneficios en la coproducción de servicios públicos

Preg 3. Beneficios para usuarios de las plataformas			
Consumidor.gov		Sicfacilita	
E:1	Tratar tus conflictos de consumo de una forma más rápida, accesible y ágil, Puede aumentar su poder de elección,	E:1	Atención oportuna a su reclamo Disminución de tiempo, respuesta en 15 días hábiles
	Disminuye, digámoslo así, su vía crucis al intentar utilizar los canales de atención propios de la compañía, pero fracasó.		Reduce la judicialización de las demandas
E:2	Conveniencia o comodidad. Entonces él hace todo allí, no necesita ir a ningún lado,	E:2	Disminución de costos en desplazamiento Disminución de tiempo Comunicación directa entre proveedor y consumidor
			Contacto casi que inmediato que entre el proveedor y el consumidor Evitar el desgaste del aparato judicial Expedición de nuestros documentos, constancias de manera inmediata. Disminución de tiempos
E:3	Contacto directo entre el consumidor y la empresa, no hay intermediación, no hay un tercero en la forma. El consumidor, escribe, La empresa responde, el consumidor evalúa si se ha resuelto o no, si no se ha resuelto buscarán otra agencia de protección al consumidor.	E:3	Evitarle a los consumidores y proveedores procesos desgastantes
	Nos permite ver nuestras fallas como empresa		Eficiencia, gratuidad, voluntariedad y rapidez
E:4	La nota de solución que nos da el cliente Organización de todas las reclamaciones con sus motivos en un solo conjunto	E:4	Solución pronta a su reclamo
	La plataforma ya ha sido un gran beneficio. Mucha gente está logrando resolver su problema allí.		
E:5	logramos construir una política de protección al consumidor dentro del ministerio	E:5	Ingreso desde el lugar que deseen Evitar un desgaste procesal tanto para los consumidores como para los proveedores Evitar sanciones y mejorar la atención al consumidor
			Resolución de conflictos de manera sencilla e inmediata Contacto directo entre el consumidor y proveedor
E:6	Resolver un problema sin salir de casa,	E:6	
	Seguridad de ser respondido. La herramienta tendrá allí tu percepción, tu informe, los		

Preg 3. Beneficios para usuarios de las plataformas		
	documentos, la plataforma te da la seguridad de que también recibirás la respuesta a través de la plataforma. Interacción. Entonces existe la ventaja de esta plataforma en que te da permiso para interactuar, tienes más seguridad hoy, tienes los delitos de factura falsa y todo lo demás. Velocidad Confiabilidad en la plataforma para recibir una respuesta formalizada y segura a ese documento.	Acceso es gratuito Acompañamiento directo La mediación se desarrolla de manera neutral Las soluciones se plantean de parte de lo de los convocados,
E:7	Proporcionar transparencia y control social, hasta el punto de que la plataforma da Transparencia y emula una competencia, Quién atiende mejor al consumidor, qué consumidor está más satisfecho.	Dirimir sus controversias y evitar así un conflicto judicial o desgastar el mismo para todo judicial. Disminución ante la Superintendencia de Industria y Comercio en el número de demandas de conflictos Disminución de tiempos La plataforma es gratuita
		Practicidad, facilidad para radicar un reclamo Intervención o contacto directamente con el proveedor E:8 Solución directa del proveedor Mejorar los procedimientos del proveedor internamente en su atención al ciudadano, Descongestionar la vía jurisdiccional
		E:9 Disminución de tiempos para solucionar un conflicto tanto para el consumidor como para el proveedor Disminución de procesos judiciales
		E:10 Acceso gratuito y ágil sin tanta tramitología Acceso a la plataforma sin necesidad de abogado Disminución de tiempos de respuesta Contacto directo con el proveedor

Fuente: Elaboración propia 2024

Respecto a los beneficios más citados ofrecidos a los ciudadanos registrados en la plataforma consumidor.gov.br están los siguientes: Resolver sus conflictos de forma más rápida, accesible y ágil, disminución de tiempo al tratarlo desde casa, contacto directo con el consumidor, confiabilidad en ser respondido. Y los más mencionados en Sicfacilita fueron: Resolución oportuna al reclamo, disminución de tiempos, disminución de costos, contacto directo con el proveedor, disminución de procesos judiciales y gratuidad de la plataforma.

A modo de resumen, uno de los beneficios más importantes para los usuarios y destacado por los entrevistados 1, 3 y 6 de consumidor.gov.br y todos los de Sicfacilita, es la solución rápida a su problema contactándose directamente con su proveedor y sin la necesidad de acudir al poder judicial, optimizando así los recursos de tiempo y costos que podrían incurrir al no solucionar por este medio. Carlisle y Patton (2013) dicen que la tecnología posibilita la comunicación directa entre

el gobierno y los ciudadanos a través de plataformas, dispositivos móviles, etc. rompiendo las barreras tradicionales. También se corrobora que la coproducción a través de las TICs se ha vuelto una forma más práctica de participación, debido a su rapidez y fácil acceso para comunicarse con el gobierno (Chatfield & Reddick, 2018a; Chatfield & Reddick, 2018b) además de traer una disminución de costos y mayor satisfacción de las necesidades (Loeffler, Bovaird, & Ryzin, 2008).

Tabla 30. Efectos para las empresas de una mayor participación ciudadana

Preg 4. Efectos para las empresas de una mayor participación en las plataformas			
	Consumidor.gov		Sicfacilita
	una posibilidad de agregar valor diciendo mira, mis canales de atención están aquí, porque consumidor.gov no es un ambiente sancionador Poder rescatar a este consumidor, la empresa sigue hablando directamente contigo y tienen la posibilidad de rescatarlo Hablar directamente con su cliente. El ciudadano necesita ser tratado de la misma manera, porque al final, cuando hablo de indicadores, se cuentan juntos. No tengo esa distinción Tener transparencia ya sea para el consumidor, para nosotros o para esta empresa, pero creo que la transparencia también fomenta la competitividad. Los rankings son positivos, siempre los mostramos de mejor a peor. Reducción de gestión y costos, porque todo está en línea en un solo entorno, por lo que él ve toda la gestión, no hay papel físico, todo está en línea, por lo que puede acceder a él, puede verlo en tiempo real, puede controlarlo, puede medir sus indicadores.		Evitar al máximo reclamos al interior de la entidad. Disminución de procesos en las delegaturas y sanciones
E:1		E:1	Optimización de recursos financieros y humanos
	Tuvimos algunas empresas que decidieron que operarían en esa plataforma de otra manera, decidieron tener una política de solución muy agresiva. Si va a formar mi índice, será mejor que mis competidores. Entendemos el impacto que esto tuvo, hizo que todos los competidores fueran a la plataforma un mecanismo concreto para implementar una política para prevenir la resolución de conflictos judicializados, Disminución de costos. Deja de detenerse en entornos más costosos, demandas, Las multas son muy altas. Señala el indicador de reputación ahí, así que quiero esa reputación que está ahí, así que eso es un beneficio. nos transfiere credibilidad de la plataforma.		Respaldo de la sic y la confianza en las entidades
E:2		E:2	
	Desjudicialización, La empresa evita tener un aumento de casos judiciales, evita tener más casos en Procon, es mucho más fácil responder en consumidor.gov que responder en Procon Facilitación del contacto con el consumidor. La empresa tiene 10 días para responder, el consumidor tiene 20 días para evaluar, dentro de		Control rápido del motivo de sus reclamaciones
E:3		E:3	Identificación del producto, nombre del consumidor, ciudad en que está ubicado, almacén donde compró

Preg 4. Efectos para las empresas de una mayor participación en las plataformas			
estos 20 días la empresa también puede dialogar con el consumidor.			
Reduce el número de denuncias en otros canales.		Arreglo sin necesidad de que se de llegar a la sesión de chat Estadísticas diarias, semanales o mensuales, sobre las reclamaciones generadas a través de la plataforma	
E:4	Conocer y extraer los motivos de las reclamaciones de una sola vez para mitigarlos Disminución de judicialización Resolución de conflictos de forma más rapida a través de la plataforma Disminución de costos en tiempo y recursos para la empresa en caso de ir a un tribunal	E:4	Disminución de costos y tiempo al no estar presente en una acción de protección al consumidor, en una denuncia Rapidez e inmediatez
E:5	Resolver ese problema en 10 días.	E:5	Colaboración por parte de Sicfacilita para resolver el inconveniente Generar los contratos de transacción para que se cumpla lo acordado para resolver el problema
E:6	Disminución de tiempo y recursos.	E:6	Disminución de costos de un personal que se encargue de atender al consumidor Sicfacilita se convierte en un canal adicional a su portafolio de servicio
E:7	Resolver conflictos. Resolución del 80% de las demandas Reduce en gran medida el esfuerzo de la empresa de llegar a otras instancias.	E:7	Evitar cualquier tipo de demandas No genera una mala imagen porque a través de la plataforma le garantiza defender sus derechos Optimiza la atención al ciudadano, optimiza, dando una solución pronta y eficaz. Brindar un espacio de contacto directo con el consumidor para solucionar el conflicto
		E:8	Agilidad y Mejora en su respuesta al consumidor Retroalimentación en el manejo de la atención al ciudadano
		E:9	Disminución de procesos judiciales
		E:10	Evitar sanciones ante la superintendencia Evitar un desgaste procesal Garantiza un respaldo de la superintendencia

Fuente: Elaboración propia 2024

Sobre los efectos para las empresas de una mayor participación ciudadana en las plataformas, los entrevistados de consumidor.gov.br indicaron las siguientes: buena reputación al estar registradas en la plataforma, contacto directo con el cliente para rescatarlo, disminución de costos y tiempo, disminución de judicializaciones y resolución de conflictos de forma rápida. En Sicfacilita se refirieron a: Disminución de procesos en las delegaturas y sanciones, contacto directo con su cliente, optimización de recursos financieros y humanos, rapidez e inmediatez en la

resolución de conflictos, Estadísticas sobre las reclamaciones, respaldo de sic, mejora de su reputación.

Entre las respuestas de los entrevistados de ambas plataformas, se observa una mayor incidencia en la disminución de procesos judiciales, en donde se evita un desgaste procesal para la empresa y el ciudadano, y un aumento de recursos financieros y de tiempo. Como fue mencionado por los entrevistados 1, 2, 3, 4, 6, y 7 de consumidor.gov.br, y los entrevistados 1, 4, 6, 7, 9 y 10 de Sicfacilita, de acuerdo con Alford (2009), las personas coproducen a cambio de un beneficio que debe compensar tiempo y esfuerzo, de la misma forma, las plataformas digitales son servicios prestados y mantenidos por el gobierno para proporcionar un ambiente favorable, en el cual estos actores pueden solucionar sus conflictos de una forma más ágil, menos costosa, y sin acudir al poder judicial (Schmidt-Kessen, Nogueira & Cantero, 2019).

Otro efecto encontrado fue la posibilidad de rescatar esos clientes al contactarse con ellos y resolver su problema con el objetivo de recuperar el servicio a través de la coproducción de solución, tal y como lo expresa Redck(2019), que señala que la participación se debe dar a través del intercambio de ideas y decisiones sobre cómo se debe recuperar el servicio o resolver el conflicto.

La adopción de TIC por parte del gobierno puede ser beneficiosa dado que, de acuerdo con Allen, Tamindael, Bickerton y Cho (2019), ciudadanos con habilidades tecnológicas estarían interesados en coproducir y colaborar, por medio de plataformas digitales, aplicaciones móviles, redes sociales, entre otras, con el objetivo de ser partícipe de los cambios generados en la prestación de servicios (Bonson et al., Akbar, 2015; Lee & Porumbescu, 2019). Por tanto, la inclusión digital o adopción de tecnologías por parte del gobierno representa más oportunidades para que las personas coproduzcan en estas plataformas y solucionen sus conflictos de una manera fácil y rápida.

A continuación, se analizarán las estrategias de coproducción por parte de los gestores de las plataformas.

4.4 Estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos

Se identificó a través de la literatura que aún eran esenciales los estudios respecto a este tema. Mees et al. (2018) expresan que es necesario identificar diversos tipos de coproducción, su

impacto y estrategias e igualmente, Sorrentino, Sicilia y Howlett (2018) demandan investigaciones sobre estrategias para evaluar políticas de coproducción. Del mismo modo, van Eijk, Steen y Verschuere (2017) y Soares y Farias (2018) sugirieron estudiar la diversidad de incentivos y la efectividad de acciones para incentivar la coproducción.

Por consiguiente, en esta última sección y de acuerdo con el objetivo número 4: Identificar las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos a partir de la vision de gestores de las plataformas investigadas en Brasil y Colombia., se elaboró la Tabla 31 presentada a continuación para explicar su construcción.

Tabla 31. Construcción del objetivo 4

OBJETIVO 4	INSTRUMENTO	FUENTE
Identificar las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos a partir de la vision de gestores de las plataformas investigadas en Brasil y Colombia.	Entrevista	Soares y Farias (2018); Stougaard 2020; Fledderus y Honingh 2016; Strokosch y Osborne 2016; y Vanleene et al. 2019); Redck 2019; Bovaird, 2007); Schmidt-Kessen, Nogueira & Cantero, 2019; Loeffler, Bovaird, & Ryzin, 2008). Rotta et al., 2019; Chatfield y Reddick (2018a); Chatfield y Reddick (2018b) Soares y Farias 2018; Bovaird et al. 2015)

Fuente: Elaboración propia 2024

Los entrevistados de consumidor.gov.br y Sicfacilita fueron cuestionados sobre las estrategias que utilizaban para alcanzar la calidad y efectividad en las plataformas; además, se les preguntó sobre los planes de mejora de los servicios ofrecidos y, finalmente, acerca de las estrategias de aumento en la participación ciudadana. A continuación, se presentarán las Tabla 32, Tabla 33 y Tabla 34 que condensan las tres preguntas correspondientes al objetivo 4

Tabla 32. Estrategias gubernamentales de calidad y eficacia en las plataformas

Preg 5. Estrategias de calidad y eficacia en las plataformas			
Consumidor.gov		Sicfacilita	
	La transparencia al de poner datos públicos		Capacitaciones constantes para consumidores y proveedores.
	Monitorear aquellos que no responden y que tienen una tasa de resolución ruin		Evitar rotación del equipo de facilitadoras del Sic
E:1	Cursos de formación para empresas, ya sea para órganos de gestión o de control en consumidor.gov, y cursos en la escuela nacional de protección del consumidor	E:1	Soporte tecnológico a los requerimientos de la plataforma.
	Asociaciones con organismos de protección del consumidor, con ministerios, con agencias,		Contact Center de orientación a consumidores que lo requieran

E:2	Crear incentivos para que todas las empresas reguladas terminen en consumidor.gov. Eso es lo que hicieron. Entonces esto fue genial, ella produce boletines periódicos hablando sobre quién en este sector, cuál es la mejor empresa,	E:2	Vincular proveedores con incidencias altas para que el consumidor pueda radicar su reclamación
E:3	Al tratarse de una plataforma tecnológica, las estrategias siempre van encaminadas a mejorar la infraestructura tecnológica. Para que esta plataforma esté disponible 24 horas al día, 7 días a la semana	E:3	Voluntariedad de los proveedores que ingresan a la plataforma Soluciones Rápidas Aumentar la participación a todos los proveedores
E:4	Respuesta de empresa: Extraer las fallas como empresa y comenzar a trabajar en ellas para mejorar los procesos	E:4	Acompañamiento total por parte de la plataforma y mediador encargado Estar actualizados que la plataforma sea de un fácil acceso Aclaración a los consumidores sobre la función de la plataforma
E:5	Consolidar algunas acciones que ya tenemos en marcha hoy	E:5	Ingreso desde cualquier lugar Fácil acceso y registro Aumento de registro de proveedores en Sicfacilita Tiempo para resolver el inconveniente Acompañamiento a través de la línea telefónica para realizar el reclamo Recordatorios para los consumidores de la fecha y hora de la mediación Dialogo social dirigido a poblaciones vulnerables
E:6	La plataforma nació de un incentivo positivo, y que las empresas debían sumarse de forma espontánea debido a la pandemia. Esto se ha vuelto obligatorio para algunos segmentos. No creo que sea un aspecto positivo, no lo creo. No se puede perder la esencia y el propósito de la plataforma. La plataforma debe seguir siendo liviana, con incentivos positivos y adhesión voluntaria y utilización de manera positiva. Es un facilitador de resolución de conflictos, no un juez, no un organismo regulador.	E:6	Capacitaciones generales de la superintendencia 3 veces a la semana y de Sicfacilita 1 vez por semana Estudiar otros modelos de plataformas en otros países para tomarlos como ejemplo
E:7	Utilizar datos e indicadores de la plataforma consumidor.gov para generar incentivos.	E:7	Promocionar la plataforma a más proveedores Agilizar los contactos entre el proveedor y el consumidor, para solucionar más rápido Aclararle el procedimiento en la plataforma al ciudadano
		E:8	Diálogo social: acompañamiento al consumidor Bus del consumidor que va a regiones, ciudades a pueblos y se va dando ese voz a voz
		E:9	Traslado del reclamo por el módulo correcto, cuando son mal ingresados por el consumidor Verificación de cada proceso o caso para orientarlos a lo que es viable Acompañamiento y apoyo durante todo el proceso de reclamación para conocer el resultado de la mediación
		E:10	La capacitación de los mediadores a través de reuniones

Fuente: Elaboración propia 2024

A modo de síntesis, entre las estrategias de calidad y eficacia aplicadas por los gestores de las plataformas de consumidor.gov.br tenemos las siguientes: Transparencia de datos públicos; monitoreo; capacitaciones a proveedores/consumidores; asociaciones; generación de incentivos de participación; inversión tecnológica; mejoramiento de fallas en los procesos y adhesión voluntaria; y respecto a Sicfacilita expresaron: Capacitaciones proveedores/consumidores y gestores de las plataformas; evitar rotación de personal; soporte tecnológico y de *contact center*; Vinculación de proveedores con incidencias altas; adhesión voluntaria; soluciones rápidas y acompañamiento total al consumidor; estar actualizados, plataforma de fácil acceso; divulgación sobre la función de la plataforma; diálogo social; Bus del consumidor a través del voz a voz; y verificación de procesos.

Entre las respuestas de los entrevistados de ambas plataformas sobre las estrategias de calidad y eficacia, se observa una mayor dirección hacia las capacitaciones como lo refiere el entrevistado 1 de consumidor.gov.br y los entrevistados 1, 6 y 10 de Sicfacilita. Schmidt-Kessen, Nogueira y Cantero, (2019) mencionan que las plataformas digitales en algunos casos, brindan la información y capacitación necesaria para informar adecuadamente al ciudadano, con el fin de que este pueda reclamar ante la empresa de forma eficiente y solucionar su conflicto. Además, mencionan estrategias de inversiones a nivel tecnológico tanto en consumidor.gov.br (entrevistado 3), como en Sicfacilita (entrevistado 1), puesto que cuando el gobierno adopta las TIC, los ciudadanos con habilidades tecnológicas estarían interesados en coproducir y colaborar en la prestación de servicios (Allen, Tamindaël, Bickerton & Cho, 2019).

Respecto a planes implementados para mejorar la calidad y la eficacia en las plataformas consumidor.gov.br y Sicfacilita, se presentan en la Tabla 33 a continuación.

Tabla 33. Planes implementados para mejorar la calidad y la eficacia en la plataforma

Preg 6. Planes implementados para mejorar la calidad y la eficacia en la plataforma			
Consumidor.gov		Sicfacilita	
E:1	Mejorar la aplicación consumidor.gov de una manera más efectiva y rápida, con la implementación del inicio de sesión único,	E:1	Mejora de área tecnológica: evolucionar el chat en videochat
	También pensamos en el <i>chatbot</i> , pasamos por otras experiencias, en otros canales que ya tengo, como un <i>robot</i> ahí diciendo tu duda, para guiar a ese ciudadano		

Una construcción con la UnB, de una inteligencia artificial de consumidor.gov. Esto no es para afuera, sino para nosotros aquí internamente, es tratar de optimizar el potencial de datos que se tienen y entender los problemas que están sucediendo	
E:2	Para mí esta integración es con otros gobiernos o autoridades que trabajan en temas relacionados, más especializados y mejor apoyados, pero que tienen correlación con el tema de la agenda del consumidor.
E:2	Ampliación del horario del chat de mediación Capacitación a los consumidores sobre la plataforma
E:3	Los planes aquí siempre son más alianzas, más acuerdos, nos ayudan con la publicidad, publicitan, y hacemos acciones juntos, hacemos conferencias, tenemos más posibilidades de promocionar la plataforma. queremos integrarnos con el PJ y con todos los estados, con todas las empresas, integración con otros sistemas
E:3	Continuar trabajando de la mano con un grupo de calidad Implementación de monitoreos en tiempo real en la sesión de <i>chat</i> Revisión diaria de contratos de transacción generados través de la herramienta
E:4	Respuesta de empresa: No tengo nada que necesite implementar. Doy un tip para todas las empresas. Contratamos una empresa, creamos un robot, creamos una RPA que se conecta con la plataforma y automáticamente me llega la reclamación. Así estudio los informes y datos
E:4	Elevar esa calidad al tema de tecnología Vincular la mayor cantidad de proveedores posibles Dialogo social para la población vulnerable Ampliar el acceso a internet en el país
E:5	Cuando notamos algo fuera de lo normal, un rendimiento deficiente, actuamos rápidamente con ese proveedor de servicios.
E:5	Mejorar en la parte tecnología el adjunto de los documentos y envío desde un celular Facilitar la manera de escribir una mediación Promocionar la plataforma, dar a conocer sus beneficios en las zonas alejadas del país
E:6	Como política pública, la obligación de divulgar siempre la plataforma, monitorearla, e incluirla dentro de las acciones
E:6	El canal de diálogo social
E:7	Dar ese incentivo económico adicional para que las empresas atiendan bien a sus consumidores
E:7	Capacitar al ciudadano de forma presencial y al proveedor sobre la función de la plataforma Promoción de la plataforma por parte de la Superintendencia
E:8	Ampliar la cobertura en las condiciones para reclamar por parte de los proveedores Mayor capacidad de conectividad de la plataforma, para facilitar la conexión al consumidor
E:9	Canal del dialogo social
E:10	Por parte de la sic, dar a conocer más la plataforma, a través de los canales qué más ve la gente en horarios familiares

Fuente: Elaboración propia 2024

Dentro de los planes que implementan para mejorar la calidad y la eficacia en las plataformas, consumidor.gov.br mencionó: Mejorar la rapidez de la plataforma; implementar el *chatbot*; construcción de inteligencia artificial para el interior de la plataforma; integración con otros gobiernos en temas de consumidor; alianzas y acuerdos para promocionar la plataforma; rapidez en la resolución de conflictos; política pública para divulgación de la plataforma e incentivos económicos a empresas para mejorar la atención ciudadana y Sicfacilita:

implementación del *videochat*; Ampliación del horario del chat de mediación; Capacitación/proveedores/consumidores sobre la plataforma; trabajo conjunto con grupo de calidad; monitoreos en tiempo real en la sesión de *chat*; revisión diaria de contratos; vinculación de proveedores; dialogo social; Ampliación del acceso a internet en el país, mejoramiento tecnológico de la plataforma; facilitación de la redacción de la mediación; divulgación de la plataforma; Ampliación de cobertura en las condiciones para reclamar por parte de los proveedores y promoción de la plataforma a través de canales con mayor audiencia.

Siendo la plataforma una herramienta 100% digital, los planes de mejora identificados están volcados hacia mejoramiento en el ámbito tecnológico, señalados por el entrevistado 1 de consumidor.gov.br y los entrevistados 1, 4, 5 y 8 de Sicfacilita. También declararon en Sicfacilita, que la pandemia fue lo que los catapultó y los dio a conocer como plataforma digital haciendo que ganaran muchos usuarios y proveedores ya que el contacto o presencia física era inadmisible en este periodo.

Adicionalmente, hay un interés por mejorar la divulgación y promoción de la plataforma, como han mencionado los entrevistados 3 y 6 de consumidor.gov.br y los entrevistados 7 y 10 de Sicfacilita. Soares y Farias (2018) afirman que sin la divulgación adecuada y amplia de las políticas públicas sobre la coproducción, los usuarios no tienen acceso a estas posibilidades y Bovaird *et al.* (2015) concluyen que la provisión de información aumenta la propensión a coproducir colectivamente. Por tanto, las políticas públicas de promoción y divulgación de estos servicios públicos como lo son las plataformas, deberían existir y posicionarse con más impulso puesto que es un beneficio mutuo entre el gobierno y sus ciudadanos, sean esos proveedores o consumidores.

Entre las estrategias que aumentan la participación ciudadana en las plataformas digitales, se mencionaron las siguientes recopiladas en la Tabla 34.

Tabla 34. Estrategias para aumentar la participación ciudadana

Preg 7. Estrategias para aumentar la participación ciudadana			
Consumidor.gov		Sicfacilita	
		Evolucionar a videochat	
		Ampliar el acceso a internet en todas las regiones del país	
E:1	Reformular un poco el AP para llegar a un concepto más rápido y leve	E:1	Promocionar la plataforma en regiones apartadas: comunidades étnicas, indígenas afrocolombianos, etc. Implementación de otros módulos, como el módulo de servicios postales
E:2	Necesita tener una inversión y perfeccionamiento en el aspecto de usabilidad.	E:2	Dialogo social, acompañamiento en los procesos Videochat y transcripción automática del habla del consumidor

	Hay facilitadores ahí para que la gente entienda un servicio y puedan reclamar.		Reuniones para dar a conocer la plataforma a más personas
E:3	Hay sectores de la sociedad que no tienen acceso a la tecnología y no pueden reclamar. Esta es una característica de la plataforma. Al mismo tiempo, lo que hace que sea más fácil para algunos, lo hace más difícil para otros. Pero creo que es parte del proceso evolutivo, incluso de las políticas públicas, que son cada vez más digitales.	E:3	Incrementar la publicidad en las redes sociales de la entidad de manera periódica que abarque todo tipo de consumidor Hacer una alianza con el comercio electrónico para promocionar la plataforma en sus webs A través de ese botón peticiones, quejas y reclamos tomar las peticiones realizadas por escrito por los consumidores Acompañamiento telefónico para que radique su reclamación Crear una alianza con el sector del turismo para que promocionen a Sicfacilita
E:4	Respuesta de empresa: Nada, ya dije todo.	E:4	Dialogo social Ampliación de nuevos módulos o temas para atender algunas otras reclamaciones La publicidad La manera en cómo planteamos la herramienta al consumidor crea más usuarios
E:5	Ampliar el perfil del proveedor de servicios dentro de la plataforma,	E:5	Promoción de Sicfacilita por parte de los proveedores a través de sus páginas de atención al ciudadano
E:6	La plataforma debe contar con una publicidad intensiva por parte de los organismos.	E:6	Ampliación del canal de diálogo social. La calidad humana y profesional del mediador. Divulgación de nuestros beneficios
E:7	Sería genial para nosotros si hubiera un botón en la propia plataforma consumidor.gov para hacer clic en caso de no resolver en la plataforma. que dijera quiero la intervención del agente regulador, hacer clic y abrir la plataforma de reclamaciones de la agencia reguladora.	E:7	Brindarle un poco más de capacitación de la plataforma a los consumidores por medios digitales o presenciales sobre el uso debido y correcto de la plataforma
			Claridad al ciudadano sobre la función de Sicfacilita Promoción de la plataforma por parte de los proveedores
		E:8	Ampliación de la condición tecnológica o capacidad de conectividad para los consumidores Divulgación de la plataforma por medio de alcaldías locales, municipales, los consejos locales, para que capaciten a los ciudadanos Seguir innovando en tecnología para disminuir los tiempos de solución
		E:9	Ampliación del canal de diálogo social. Publicidad a través de la sic en sus canales de atención: sictv, YouTube, voz a voz y su página

Fuente: Elaboración propia 2024

Finalmente, dando continuidad y respuesta al objetivo número 4, presentaremos la lista de estrategias para aumentar la participación ciudadana en la coproducción de servicios públicos nombradas en la plataforma consumidor.gov.br: Aplicación más rápida y ligera; inversión y perfeccionamiento en usabilidad dentro de la plataforma; ampliación de acceso a la tecnología; ampliación del perfil de proveedores dentro de la plataforma; publicidad intensiva; botón que direcciona a la agencia reguladora. Y en Sicfacilita: videochat transcripción automática, ampliación de acceso a internet; promoción de la plataforma en redes y canales de atención; implementación del módulo de servicios postales; diálogo social; alianza de divulgación con el comercio electrónico, sector de turismo, alcaldías y consejos; acompañamiento telefónico en la radicación del reclamo; calidad humana y profesional del mediador; capacitación a consumidores sobre la plataforma e innovación tecnológica para disminuir los tiempos de solución.

La inversión tecnológica ha sido una constante en el desarrollo de este objetivo 4, además de mejorar los procesos de calidad y eficacia dentro de las plataformas, también se considera como estrategia fundamental para el aumento de la participación ciudadana, como lo manifiestan los entrevistados 1, 2, 3 y 7 de consumidor.gov.br y los entrevistados 1, 2 y 8 de Sicfacilita.

Asimismo, hay un interés de publicitar y divulgar aún más las plataformas en ambos contextos, como mencionaron el entrevistado 6 de consumidor.gov.br y los entrevistados 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 9 de Sicfacilita.

Ahora bien, de forma general, en las respuestas de las preguntas 5, 6 y 7 se identifican varias incidencias en ambas plataformas. En primera instancia, la preocupación por una mejora e inversión en el aspecto tecnológico, la cual se evidencia en la literatura y se corrobora a través de autores como Zheng (2017), que denota que la participación ciudadana por medio de las TIC, contribuye a la mejora en la prestación de servicios por parte del gobierno. También, Rotta *et al.* (2019) y Schmidt-Kessen, Nogueira y Cantero (2019), señalan que estas plataformas digitales actúan como bienes comunes y son consideradas como espacios digitales en los que los ciudadanos y los agentes públicos interactúan y colaboran, dado que son servicios prestados y mantenidos por el gobierno de cada país, los cuales tienen como objetivo ofrecer un ambiente favorable en el cual

los consumidores pueden solucionar sus conflictos de una forma más ágil menos costosa, y sin acudir al poder judicial.

Además, se verificó en sus respuestas que los gobiernos deben promocionar y divulgar aún más las plataformas en ambos contextos, como lo exponen los autores Soares y Farias (2018) y Bovaird *et al.* (2015) al resaltar la importancia de la divulgación adecuada y provisión de información como estrategia clave para aumentar la coproducción ciudadana. En consecuencia, se considera primordial la divulgación y promoción en canales importantes de los países y en horarios de mayor *rating* para llegar a la mayor cantidad de ciudadanos.

Igualmente, se constató la importancia de los incentivos, nombrados por los entrevistados 2, 6 y 7 de consumidor.gov.br para apoyar los procesos de coproducción, y de acuerdo con Sharp (1978) hay 3 factores que sirven de motivación para la coproducción: i) incentivos materiales (dinero y bienes), ii) incentivos solidarios (socialización, diversión y sentido de pertenencia), iii) incentivos expresados (sentido de haber contribuido a una causa común) con los cuales los autores Alonso *et al.*, 2019; Van Eijk y Steen (2014), (2016); Bovaird *et al.*, (2015); Kessen, Nogueira y Gamito, 2020 y Soares y Farias (2018) también concuerdan, confirmando la relevancia de los incentivos para llevar al ciudadano a coproducir, e inclusive como mencionado por el entrevistado 7 a mejorar la atención al cliente.

En síntesis, las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana en la coproducción de servicios públicos recopiladas en Brasil (consumidor.gov.br) y Colombia (Sicfacilita) se agrupan en varias categorías por ejemplo: la tecnológica, la de promoción y divulgación, la de incentivos y estrategias de calidad y extensión, presentadas a continuación de forma detallada (Tabla 35).

Tabla 35. Estrategias gubernamentales por categorías

Categoría Tecnológica	Categoría de Promoción y Divulgación	Categoría de Incentivos	Categoría Estrategias de calidad y extensión
Inversión a nivel tecnológico en las plataformas respecto a: usabilidad de la plataforma, rapidez en los tiempos de solución, creación de aplicaciones más leves,	Políticas de Divulgación de la plataforma a mayor audiencia; Asociaciones, alianzas y acuerdos de divulgación con el comercio electrónico, sector de	Incentivos económicos y solidarios para aumentar la participación y mejorar la atención al ciudadano. Capacitaciones desde la Superintendencia de Industria y Comercio	Mejora en los procesos internos, implementación de otros módulos, soporte de <i>contact center</i> , evitar rotación de personal; ampliación del horario del <i>chat</i> de mediación; -Trabajo

videochat, transcripciones automáticas, <i>chatbot</i> , inteligencia artificial, actualización de datos, facilidad de acceso y radicación de reclamos, y ampliación del acceso a internet.	turismo, alcaldías y	(Sicfacilita) en Colombia y la Secretaria Nacional del Consumidor - SENACON (consumidor.gov.br) en Brasil, sobre la plataforma tanto para proveedores, como para consumidores y agentes en los procesos de mediación.	conjunto con grupo de calidad; monitoreos en tiempo real en las sesiones de <i>chat</i> ; calidad humana y profesional del mediador; Transparencia al proporcionar datos públicos, vinculación voluntaria de proveedores en la plataforma y ampliación de condiciones; acompañamiento a Poblaciones vulnerables a través del diálogo social.
---	----------------------	---	--

Fuente: Elaboración propia 2024

Se crean estas categorías para facilitar la comprensión de estrategias gubernamentales necesarias para fomentar la participación ciudadana en la coproducción de servicios públicos, las cuales expresan una necesidad de inversión tecnológica y de divulgación a una mayor parte de la población y ofreciendo un servicio público de calidad, en donde los usuarios al hacer uso de estas plataformas digitales, descongestionan la vía jurisdiccional disminuyendo las demandas y además solucionando sus problemas en pocos días de una manera ágil, rápida, gratuita y directamente con el proveedor.

La inversión tecnológica es fundamental en estas plataformas ya que al ser cien por ciento (100%) digitales, deben contar con mejoras continuas que faciliten su funcionamiento y que los procesos de reclamación para los usuarios sean cada vez más simples y rápidos a través de estas plataformas, debido a que como fue mencionado por los entrevistados, aún se puede mejorar la experiencia de navegación para los usuarios.

Adicionalmente, la promoción y divulgación se considera vital, ya que si desde el gobierno no se da a conocer este servicio público a través de canales con mayor cobertura, muy difícilmente va tener un aumento de participación ciudadana tanto a nivel de proveedores como de usuarios, de la misma forma en que no se van a disminuir los procesos judiciales que son tan costosos en términos de tiempo y recursos para las partes involucradas.

Estas plataformas digitales son medios alternativos y eficientes de solución de conflictos de consumo, los cuales ofrecen ventajas/beneficios tanto para usuarios como para el gobierno. Por tanto, se considera necesaria una mayor atención, compromiso y apoyo económico desde el ámbito gubernamental, quien es el responsable de conducir al mejoramiento continuo de estos servicios públicos a través de plataformas digitales y a la satisfacción de usuarios y descongestionamiento de la vía judicial.

La coproducción de servicios públicos debe ser un proceso gratificante, ameno y fácil para los involucrados, donde cada vez más personas se incentiven a realizar un compromiso que contribuya la mejora de su calidad de vida, obteniendo servicios públicos eficientes y de excelencia que satisfagan sus necesidades y contribuyan al desarrollo económico y social.

CONCLUSIONES

Para dar respuesta al propósito central de este trabajo fueron planteados un objetivo general y cuatro objetivos específicos, que juntos extraen informaciones acerca de la coproducción desde la perspectiva gubernamental y del ciudadano. El objetivo general de este estudio fue, analizar la coproducción de servicios públicos digitales para solución de conflictos de consumo en Brasil y Colombia respecto a la frecuencia de coproducción a partir de la accesibilidad, evaluación e incentivos percibidos por el ciudadano.

El primer objetivo, describir la estructura de las plataformas digitales Brasileira y Colombiana, con relación a la coproducción del servicio público de solución alternativa de conflicto de consumo, siguiendo el manual de usuario, se desarrolló a través de los manuales de usuarios de las dos plataformas, las cuales mostraron que son de fácil acceso debido a que pueden ser descargables en formato PDF a través del sitio web. Estos manuales presentan varias similitudes a la hora de instruir al usuario hacia la radicación de su reclamo, ofreciendo de forma detallada y señalizada como proceder. Estos pasos consisten en registrarse, radicar el reclamo y buscar la empresa con la que se tiene el conflicto, solo que en un orden diferente en cada plataforma. Adicionalmente, todas las dudas que los usuarios pudieran tener están resueltas en este documento y en el de preguntas frecuentes. Asimismo, se consideró que el manual de usuario brasileiro se presenta de forma más amigable y clara, ya que permite visualizar solo lo que es necesario a la hora de radicar una reclamación.

Por otro lado, el segundo objetivo específico: verificar la influencia de los factores motivadores (accesibilidad, evaluación e incentivos) de Colombia y Brasil en la frecuencia de coproducción de servicios públicos digitales desde la perspectiva del ciudadano usuario (QCA), agenda propuesta por los autores Borges Jr. y Farias (2020), se alcanzó a través de cuestionarios online aplicados a usuarios de Consumidor.gov.br y Sicfacilita, los cuáles trajeron resultados variados, mencionando que los factores más eficientes a la hora de coproducir son los incentivos económicos, los datos actualizados ofrecidos en las plataformas digitales y la resolución de sus conflictos, aspectos que fueron declarados por más de la mitad de la población encuestada en ambos países (Brasil y Colombia).

El tercer objetivo, verificar los factores que intervienen (beneficios, barreras y efectos) desde la perspectiva de los gobiernos, en la coproducción de servicios públicos en las plataformas

de Brasil y Colombia, se realizó a través de entrevistas aplicadas a los gestores de las dos plataformas y se encontró que, las barreras más mencionadas en ambos países son la barrera tecnológica, la adhesión de empresas a la plataforma, la falta de internet y la carencia intelectual o dificultad en el manejo de la tecnología que tienen los usuarios para coproducir en las plataformas. Así mismo, sobre los beneficios encontrados para los usuarios es la solución rápida a su conflicto, contactándose directamente con su proveedor y sin la necesidad de acudir al poder judicial, reduciendo así los recursos de tiempo y costos y finalmente en relación a los efectos para las empresas de una mayor participación ciudadana, declararon que el principal es la disminución de procesos judiciales, debido a que al utilizar las plataformas digitales se evita un desgaste procesal para la empresa y para el ciudadano, y por consiguiente esto genera un aumento de recursos financieros y de tiempo para las partes involucradas.

Finalmente, el cuarto objetivo, identificar las estrategias gubernamentales de fomento y participación ciudadana para coproducción de servicios públicos a partir de la visión de gestores de las plataformas investigadas en Brasil y Colombia, sugerido por diferentes autores (Jakobsen, 2013, Meijer, 2012; Thomsen & Jakobsen, 2015; Voorberg *et al.*, 2018), se alcanzó con las entrevistas aplicadas a los gestores de las dos plataformas en Brasil y Colombia, las cuáles dieron a conocer las siguientes categorías: la tecnológica, la de promoción y divulgación, la de incentivos y estrategias de calidad y extensión, presentadas de forma detallada en la sección 4.5 de este estudio.

Como contribución teórica, este estudio ofrece una visión detallada sobre la dirección que está tomando la coproducción de servicios públicos. Esta perspectiva se ha construido mediante la revisión de 91 documentos en la literatura, el cuál reveló la necesidad de ampliar la investigación en diversos aspectos, como el desarrollo de la coproducción ciudadana, el papel gubernamental, incentivos y estudios comparativos a nivel internacional. En respuesta a estas brechas identificadas, este trabajo se centró en identificar los factores motivadores e incentivos más efectivos, desde la perspectiva del ciudadano, para motivar su participación en plataformas de coproducción. Entre los incentivos destacados se encuentran los económicos, la actualización de datos y la resolución de conflictos. Además, se logró identificar las barreras, efectos e frecuencia de coproducción previamente mencionados.

Adicionalmente, se incorporó la perspectiva gubernamental sobre estos incentivos, destacando diversas estrategias categorizadas para fomentar la participación ciudadana en las plataformas. Este

análisis se llevó a cabo en el contexto de dos países específicos, Brasil y Colombia, permitiendo así una comprensión más detallada de las dinámicas regionales y nacionales en la coproducción de servicios públicos. En conjunto, este estudio contribuye a llenar los vacíos identificados en la literatura y ofrece una base sólida para futuras investigaciones y prácticas en el ámbito de la coproducción.

Como se puede observar, esta tesis no solo aporta al ámbito científico, sino que también presenta contribuciones gerenciales puesto que la investigación podrá generar un impacto en la gestión local y pública de cada plataforma en ambos países. El estudio ha proporcionado orientaciones útiles para reflexionar sobre estrategias efectivas que impulsen la participación ciudadana y fomenten la resolución de conflictos, contribuyendo así al aumento de usuarios y proveedores y al descongestionamiento de la vía judicial, un beneficio fundamental para el gobierno ofrecido a través de estas plataformas digitales.

Igualmente, este estudio presenta como contribución metodológica la aplicación, en estudios sobre la coproducción de servicios públicos, de la *Qualitative Comparative Analysis* (QCA por sus siglas en inglés), específicamente el *crisp-set* QCA (csQCA) desarrollado por Ragin (1987). Esta metodología, más allá de realizar una interpretación cualitativa, busca establecer relaciones de causalidad entre variables o condiciones. Permite identificar y medir las diversas combinaciones de condiciones causales capaces de generar un mismo resultado, característica que destaca en su capacidad para analizar la frecuencia de la coproducción. Además, facilita un análisis contrafactual basado en enfoques de investigación orientados a casos (Ragin, 2008).

Por otro lado, también se presentaron limitaciones, como fue la restricción para alcanzar un mayor número de ciudadanos registrados en las plataformas derivada de políticas de protección de datos que impidieron un acceso más extenso. No obstante, a pesar de esta limitación, se lograron recopilar respuestas significativas en Colombia y Brasil, que han enriquecido considerablemente este estudio. Pese a las dificultades, priorizamos escuchar la perspectiva del ciudadano, y sus contribuciones resultaron valiosas para la investigación.

Se sugieren más estudios futuros comparativos e internacionales sobre estas plataformas donde se puedan conocer las percepciones ciudadanas sobre los incentivos que les motivan a participar y las estrategias que los hacen tomar parte en la prestación de servicios públicos digitales. Adicionalmente, se estimula la realización de más estudios con enfoques mixtos, utilizando la metodología QCA, la cuál puede ser de mucha utilidad en la interpretación de datos cualitativos,

buscando relaciones de causalidad entre variables, realizando comparaciones y dando justicia a su complejidad especialmente con muestras pequeñas (5 a 50 casos) (Ragin 2008).

Estas plataformas permiten a los consumidores presentar quejas y reclamos relacionados con productos y servicios, de manera sencilla y rápida, ofreciendo herramientas para dar seguimiento a los casos y brindando una orientación al ciudadano sobre sus derechos como consumidores. Al ser plataformas 100% digitales la cobertura es a nivel nacional, claro, siempre y cuando el sector cuente con recursos de internet para posibilitar su funcionamiento, puesto que, como fue identificado durante el estudio, aún existen algunas regiones en Brasil y Colombia que no cuentan con conexión a internet, lo que imposibilita a estos residentes acceder a estas posibilidades. Respecto a su regulación, ambas plataformas están respaldadas por entidades gubernamentales encargadas de proteger los derechos de los consumidores en sus respectivos países, en Brasil es administrada por el Ministerio de Justicia y Seguridad Pública y cuenta con la participación de varios órganos de defensa del consumidor y en Colombia por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Finalmente, tanto Sicfacilita como consumidor.gov.br son plataformas digitales que buscan proteger los derechos de los consumidores y facilitan la resolución de reclamos relacionados con productos y servicios, además de que se consideran una herramienta útil a la hora de resolver problemas. Sin embargo, es importante destacar que estas plataformas necesitan de una constante actualización, inversión y mejora para garantizar su eficacia y utilidad a largo plazo.

REFERENCIAS

- Abrahamse, W., Steeg, L., Vlek, C., & Rothengatter, T. (2005). A review of intervention studies aimed at household energy conservation. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 271–291.
- Akbar, D. (2015). Qlue: Cara mudah curhat kondisi seputar Ibukota. (PCPlus Online, April 20).
- Alford, J. (1998). A Public Management Road Less Travelled: Clients as Co-Producers of Public Services. *Australian Journal of Public Administration*, 57(4): 128-37.
- Alford, J. (2002). Why do public-sector clients coproduce? Toward a contingency theory. *Administration & Society*, 34(1), 32-56.
- Alford, J. (2009). *Engaging Public Sector Clients: from service-delivery to co-production*. Londres: Palgrave.
- Alford, J., & Yates, S. (2016). Co-Production of public services in australia: The roles of government organisations and Co-Producers. *Australian Journal of Public Administration*, 75(2), 159-175.
- Allen, B., Tamindael, L. E., Bickerton, S. H., & Cho, W. (2019). Does citizen coproduction lead to better urban services in smart cities projects? An empirical study on e-participation in a mobile big data platform. *Government Information Quarterly*, 101412.doi:10.1016/j.giq.2019.101412
- Alonso, J. M., Andrews, R., Clifton, J., & Diaz-Fuentes, D. (2019). Factors influencing citizens' co-production of environmental outcomes: a multi-level analysis. *Public Management Review*, 1-26
- Annala, L. (2021). Co-producing drinking water in rural Ethiopia: Governmentality in the name of community management. *Water Alternatives*.
- Andfossen, N. B. (2020). Co-production between long-term care units and voluntary organisations in Norwegian municipalities: a theoretical discussion and empirical analysis. *Primary Health Care Research & Development*, 21.
- Andrews, R., & Brewer, G. A. (2010). Social capital and fire service performance: Evidence from the US States. *Social Science Quarterly*, 91(2), 576-591.
- Ansell, C. and Gash, A. (2007) Collaborative Governance in Theory and Practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18: pp544–71.
- Ariely, G (2013) Public administration and citizen satisfaction with democracy: Cross-national evidence. *International Review of Administrative Sciences* 79(4): 747–766.

- Ariza, Marina; & Gandini, Luciana (2012). El análisis comparativo cualitativo como estrategia metodológica, in: Ariza, Marina; Velasco, Laura. (Eds.). *Métodos cualitativos y su aplicación empírica: por los caminos de la investigación sobre la migración internacional*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Arshad, S., & Khurram, S. (2020). *Can government's presence on social media stimulate citizens' online political participation? Investigating the influence of transparency, trust, and responsiveness*. *Government Information Quarterly*, 37(3), 101486. doi:10.1016/j.giq.2020.101486
- Babbie, E., 1999. Métodos de pesquisas de survey (Vol. 1). Belo Horizonte: Ed. da UFMG.
- Babbie, E. (2001). Métodos de pesquisas de survey Belo Horizonte. UFMG. 519p.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. Macmillan.
- Bardin, L. (2016). *Análise de conteúdo*. (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trad.). São Paulo: Edições 70.
- Barbera, C., Sicilia, M., & Steccolini, I. (2016). What Mr. Rossi wants in participatory budgeting: two R's (responsiveness and representation) and two I's (inclusiveness and interaction). *International Journal of Public Administration*, 39(13), 1088-1100.
- Beaton, D. E., Bombardier, C., Guillemin, F., & Ferraz, M. B. (2000). Guidelines for the process of cross-cultural adaptation of self-report measures. *Spine*, 25(24), 3186-3191.
- Bier, C. A., Feuerschütte, S. G., Schmitz, L. C., Bousfield, R., Simm, T. A., & Pena, F. T. G. (2010). Sociedade, empresa e governo: uma experiência de implementação de um novo paradigma de democracia participativa. *Cadernos Ebape. BR*, 8(4), 580-599.
- Boix, C. (1994). Hacia una Administración Pública eficaz: Modelo institucional y cultura profesional en la prestación de servicios públicos. *Gestión y análisis de políticas públicas*, (1). <https://doi.org/10.24965/gapp.v0i1.5>
- Borges, J. (2016). A coprodução de serviços públicos na perspectiva do cidadão: um estudo no Distrito Federal brasileiro. Monografia (Bacharelado em Administração)—Universidade de Brasília, Brasília.
- Borges, J. M., & Farias, J. S. (2020). Factors influencing citizens' willingness to co-produce: a study from the perspective of citizens residing in the Brazilian Federal District. *Organizações & Sociedade*, 27, 726-756.

- Boyle, D., & M. Harris. (2009). *The Challenge of Co-Production: How Equal Partnerships between Professionals and the Public Are Crucial to Improving Public Services*. London: Nesta.
- Bovaird, T. (2007). Beyond Engagement and Participation: User and Community Coproduction of Public Services. *Public Administration Review*, 67(5), 846-860.
- Bovaird, T. & Loeffler, E. (2012). From Engagement to Co-production: The Contribution of Users and Communities to Outcomes and Public Value. *Voluntas* (2012) 23:1119–1138. International Society for Third-Sector Research and The Johns Hopkins University.
- Bovaird, T. & Loeffler, E. (2016). User and Community Co-Production of Public Services: What Does the Evidence Tell Us? *International Journal of Public Administration*, 39(13), 1006-1019.
- Bovaird, T., Stoker, G., Jones, T., Loeffler, E., & Roncancio, M. (2015). Activating collective co-production of public services: influencing citizens to participate in complex governance mechanisms in the UK. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 47-68.
- Bovaird, T., Stoker, G., Jones, T., Loeffler, E., & Pinilla Roncancio, M. (2016). Activating collective co-production of public services: influencing citizens to participate in complex governance mechanisms in the UK. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 47-68.
- Brandsen, T., & Honingh, M. (2016). Distinguishing Different Types of Coproduction: A Conceptual Analysis Based on the Classical Definitions. *Public Administration Review*, 76(3), 427-435.
- Brix, J., Krogstrup, H. K., & Mortensen, N. M. (2020). Evaluating the outcomes of co-production in local government. *Local Government Studies*, 46(2), 169-185.
- Brudney, J., & England, R. (1983). Toward a Definition of the Coproduction Concept. *Public Administration Review*, 43 (1), 59-65.
- Bryson, J. M., Crosby, B. C. and Stone, M. M. (2006) The Design and Implementation of Cross-Sector Collaborations: Propositions From the Literature. *Public Administration Review*, 66:(Special Issue) pp44–55.
- Byung-Kwon Kim. (2019). Social Innovation and Community: The Evolution of Local Community based on Social Innovation in Seoul. *IDI Urban Studies*, (15), 7-29.

- Campanale, C., Mauro, S. G., & Sancino, A. (2020). *Managing co-production and enhancing good governance principles: insights from two case studies*. *Journal of Management and Governance*.doi:10.1007/s10997-020-09508-y
- Carlisle, J. E., & Patton, R. C. (2013). Is social media changing how we understand political engagement? An analysis of Facebook and the 2008 presidential election. *Political Research Quarterly*, 66(4), 883–895.
- Cepiku, D., Giordano, F., Bovaird, T., & Loeffler, E. (2020). New development: Managing the Covid-19 pandemic—from a hospital-centred model of care to a community co-production approach. *Public Money & Management*, 1-4.
- Cervera, G. E. V., & Parra, V. R. (2019). Coproduciendo en español: hallazgos y nuevas preguntas al estudiar la literatura sobre coproducción de políticas en lengua española. *Revista Opera*, (24), 95-116.
- Chaebo, G., & Medeiros, J. J. (2017). Participação direta em coprodução é democrática? Controle vetorial da dengue em Campo Grande—MS. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, 22(71).
- Chatfield, A. T., & Reddick, C. G. (2017). A longitudinal cross-sector analysis of open data portal service capability: The case of Australian local governments. *Government Information Quarterly*, 34(2), 231-243.
- Chatfield, A. T., & Reddick, C. G. (2018a). All hands on deck to tweet #sandy: Networked governance of citizen coproduction in turbulent times. *Gov. Inf. Q.* 35(2), 259–272.
- Chatfield, A. T., & Reddick, C. G. (2018b). Customer agility and responsiveness through big data analytics for public value creation: A case study of Houston 311 on-demand services. *Gov. Inf. Q.* 35(2), 336–347.
- Christensen, T., and P. Lægreid. (2005). “Trust in Government: The Relative Importance of Service Satisfaction, Political Factors, and Demography.” *Public Performance & Management Review* 28 (4): 487–511.
- Clohesy, W. W. (2000). “Altruism and the Endurance of the Good.” *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* 11 (3): 237–253. doi:10.1023/A:1008923809507.
- Cluley, V. and Radnor, Z. (2019), “Progressing the conceptualization of value Co-creation in public service organizations”, *Perspectives on Public Management and Governance*, pp. 1-11.

- Congress, T. U. (2013). Making co-production work-lessons from local government. In *A report by APSE on behalf of the TUC. Trades Union Congress*.
- Copestake, P., Sheikh, S., Johnston, S., & Bollen, A. (2014). Removing barriers, raising disabled people's living standards. *OPM and Ipsos MORI*.
- Correia, Aldenísio Moraes (2017). A coprodução nos serviços de mediação comunitária do Ceará: as condições contextuais para eficácia. 2017. 68 f. TCC (Graduação) - Curso de Administração Pública, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-brasileira-Ceara, Redenção.
- Cosimato S, Faggini M, Prete Md, The co-creation of value for pursuing a sustainable happiness: The analysis of an Italian prison community, *Socio-Economic Planning Sciences* (2020), doi: <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100838>.
- Craig, SC, Niemi, RG, Silver, GE (1990) Political efficacy and trust: A report on the NES pilot study items. *Political Behavior* 12(3): 289–314.
- Denhardt JV and Denhardt RB (2015) The new public service revisited. *Public Administration Review* 75(5): 664–672.
- Departamento Administrativo de la Función Pública, República de Colombia. (2019) Guía sobre cómo implementar acciones en la gestión pública con la participación de la ciudadanía. Bogotá, Colombia. Disponible en: https://www.funcionpublica.gov.co/web/eva/biblioteca-virtual/-/document_library/bGsp2IjUBdeu/view/35766683
- De Abreu Ronconi, L. F., Debetir, E., & De Mattia, C. (2011). Conselhos gestores de políticas públicas: potenciais espaços para a coprodução dos serviços públicos. *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, 14(3).
- Dias, G., & Farias, J. (2021). Quem tem competência para fazer, você ou eu? proposição de uma agenda de pesquisa para o estudo da coprodução de serviços no e-gov. *Revista de Administração da Unimep*, v. 19, p. 32-49.
- Dong, B., Sivakumar, K., Evans, K. R., & Zou, S. (2016). Recovering coproduced service failures: antecedents, consequences, and moderators of locus of recovery. *Journal of Service Research*, 19(3), 291-306.
- Dudau, A., Glennon, R., & Verschuere, B. (2019). Following the yellow brick road?(Dis)enchantment with co-design, co-production and value co-creation in public services.

- Durose, C., Needham, C., Mangan, C., & Rees, J. (2017). Generating 'good enough' evidence for co-production. *Evidence & Policy: A Journal of Research, Debate and Practice*, 13(1), 135-151.
- Edelmann, N., & Mergel, I. (2021). Co-production of digital public services in Austrian public administrations. *Administrative Sciences*, 11(1), 22.
- Eriksson, E. M. (2019). Representative co-production: broadening the scope of the public service logic. *Public Management Review*, 21(2), 291-314.
- Falco, E., & Kleinhans, R. (2019). Digital participatory platforms for co-production in urban development: A systematic review. *Crowdsourcing: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 663-690.
- Ferreira, G. de D., & Farias, J. S. (2019). Hackathons in brazilian public sector: purposes and results from the perspective of public agents promoting the initiatives. *Contextus - Contemporary Journal of Economics and Management*, 17(1), 195-216. <https://doi.org/10.19094/contextus.v17i1.39555>
- Fledderus, J., & Honingh, M. (2016). Why people co-produce within activation services: the necessity of motivation and trust—An investigation of selection biases in a municipal activation programme in the Netherlands. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 69-87. <https://doi.org/10.1177/0020852314566006>.
- Fleishman, R. (2009) 'To Participate or Not to Participate? Incentives and Obstacles for Collaboration' in R. O'Leary and L. B. Bingham (eds) *The Collaborative Public Manager: New Ideas for the 21st Century*. Washington, DC: Georgetown University Press.
- Flemig, S. S., & Osborne, S. (2019). The dynamics of co-production in the context of social care personalisation: testing theory and practice in a Scottish context. *Journal of Social Policy*, 48(4), 671-697.
- Franklin, S., & Walker, C. (2003). Survey methods and practices. Statistics Canada. *Social Survey Methods Division, Ottawa*.
- Freitas, H., Oliveira, M., Saccol, A. Z., & Moscarola, J. (2000). O método de pesquisa survey. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 35(3).
- Fung, Archon. 2006. Varieties of Participation in Complex Governance. *Public Administration Review* 66 (s1): 66-75.

- Gallowj, F., Rubalcaba, L., Toivonen, M., & Windrum, P. (2018). Understanding social innovation in services industries. *Industry and Innovation*, 25(6), 551-569.
- Gazley, B., LaFontant, C., & Cheng, Y. (Daniel). (2020). *Does Coproduction of Public Services Support Government's Social Equity Goals? The Case of U.S. State Parks*. *Public Administration Review*.doi:10.1111/puar.13161
- Giest, S. (2020). *Do nudgers need budging? A comparative analysis of European smart meter implementation*. *Government Information Quarterly*, 37(4), 101498.doi:10.1016/j.giq.2020.101498
- Gomes, A. O., & Moura, W. J. F. (2018). O conceito de coprodução de serviços: proposta de aplicação no Judiciário brasileiro. *Cad. EBAPE.BR*, 16(3), 469-485.
- Gouveia, A., Júnior, Bezerra, J. C. V., & Cavalcante, C. E. (2023). Typologies of co- production of public services: A scale proposal. *Contextus – Contemporary Journal of Economics and Management*, 21, e82156. <https://doi.org/10.19094/contextus.2023.82156>
- Hair Jr., J. F.; Babin, B.; Money, A. H.; Samuel, P. (2005). Fundamentos de métodos de pesquisa em administração. Porto Alegre: Bookman.
- Hart, C. W., Heskett, J. L., & Sasser, J. W. (1990). The profitable art of service recovery. *Harvard business review*, 68(4), 148-156.
- Hjortskov, M., Andersen, S. C., & Jakobsen, M. (2018). Encouraging Political Voices of Underrepresented Citizens through Coproduction: Evidence from a Randomized Field Trial. *American Journal of Political Science*, 62(3), 597-609.
- Hood, C. (1995). The “new public management” in the 1980s: Variations on a theme. *Accounting, organizations and society*, 20(2-3), 93-109.
- Holgersson, J., & Karlsson, F. (2014). Public e-service development: Understanding citizens' conditions for participation. *Gov. Inf. Q.* 31(3), 396–410.
- Islam, M. S. (2008). Towards a sustainable e-participation implementation model. *Eur. J. ePract.* 5(10), 1–12.
- Jakobsen, M. (2012). Can government initiatives increase citizen coproduction? Results of a randomized field experiment. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 23(1), 27-54

- Jakobsen, M. (2013). Can Government Initiatives Increase Citizen Coproduction? Results of a Randomized Field Experiment. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 23(1), 27-54.
- Jaspers, S., & Steen, T. (2019). The sustainability of outcomes in temporary co-production. *International Journal of Public Sector Management*.
- Jo, S., & Nabatchi, T. (2020). *Different Processes, Different Outcomes? Assessing the Individual-Level Impacts of Public Participation*. *Public Administration Review*.doi:10.1111/puar.13272
- Joshi, A., & Moore, M. (2004). Institutionalised Co-production: Unorthodox Public Service Delivery in Challenging Environments. *The Journal of Development Studies*, 40(4), 31-49.
- Jovchelovitch, S. y Bauer, MW (2002). Entrevista narrativa. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático* , 4 , 90-113.
- Jue Young Mok (2019): Proposed non-linear relation between satisfaction with government performance and co-production: an initial empirical test, *Public Management Review*, DOI: 10.1080/14719037.2019.1599060
- Jukić, T., Pevcin, P., Benčina, J., Dečman, M., & Vrbeč, S. (2019). Collaborative Innovation in Public Administration: Theoretical Background and Research Trends of Co-Production and Co-Creation. *Administrative Sciences*, 9(4), 90.
- Klein Jr, V. H., Salm, J. F., Heidemann, F. G., & Menegasso, M. E. (2012). Participação e coprodução em política habitacional: estudo de um programa de construção de moradias em SC. *Revista de Administração Pública*, 46, 25-48.
- Laboratorio de Innovacion Publica (2017). La co-producción del usuario en los servicios públicos. Documento de Trabajo N°1. Santiago, Chile.
- Lee, J. B., & Porumbescu, G. A. (2019). Engendering inclusive e-government use through citizen IT training programs. *Gov. Inf. Q.* 36(1), 69–76.
- Leleux, C., & Webster, W. (2018). Delivering smart governance in a future city: The case of Glasgow. *Media and Communication*, 6(4), 163-174.
- Lember, V., Brandsen, T., & Tönurist, P. (2019). The potential impacts of digital technologies on co-production and co-creation. *Public Management Review*, 21(11), 1665-1686.
- Levine, C. H., & Glenn F. (1984). Citizenship and Service Delivery: The Promise of Coproduction. *Public Administration Review*, 44, 178-89.

- Linders, D. (2012). From e-government to we-government: Defining a typology for citizen coproduction in the age of social media. *Government Information Quarterly*, 29(4), 446-454.
- Lindsay, C., Pearson, S., Batty, E., Cullen, A. M., & Eadson, W. (2018). Street-level practice and the co-production of third sector-led employability services. *Policy & Politics*, 46(4), 571-587.
- Lloyd, E. (2014). Co-producing early years policy in England under the Coalition Government. *Management in Education*, 28(4), 130-137.
- Loeffler, E. & Bovaird, T. (2019) Co-commissioning of public services and outcomes in the UK: Bringing co-production into the strategic commissioning cycle, Public Money & Management, DOI: 10.1080/09540962.2019.1592905.
- Loeffler, E., Bovaird, T., & Ryzin, G. (2008). If you want to go fast, walk alone. If you want to go far, walk together”. Citizens and the co-production of public services. *Report to the EU Presidency, Ministry of Finance, Budget and Public Services*, Paris.
- Lopes, A. V., & Farias, J. S. (2020). *How can governance support collaborative innovation in the public sector? A systematic review of the literature. International Review of Administrative Sciences*, 0020852319893444.doi:10.1177/0020852319893444
- Lu, H., & Sidortsov, R. (2019). Sorting out a problem: A co-production approach to household waste management in Shanghai, China. *Waste management*, 95, 271-277.
- McClosky, H., 1969. Political inquiry: the nature and uses of survey research. Macmillan
- Martins, I. M., Farias, J. S., & Angelo Junior, L. A. (2019). Segurança cidadã: Formas de envolvimento e propensão do cidadão à coprodução de segurança pública no distrito federal. *Contextus: Revista Contemporânea de economia e gestão*, 17(2), 160-189.
- McBride, K., Aavik, G., Toots, M., Kalvet, T., & Krimmer, R. (2019). How does open government data driven co-creation occur? Six factors and a ‘perfect storm’; insights from Chicago's food inspection forecasting model. *Gov. Inf. Q.* 36(1), 88–97.
- McGuire, M. (2006) Collaborative Public Management: Assessing What We Know and How We Know It. *Public Management Review*, 66:(Special Issue) pp34–43.
- Mees, H., Alexander, M., Grapois, M., Matczak, P., & Mees, H. (2018). Typologies of citizen co-production in flood risk governance. *Environmental Science & Policy*, 89, 330-339.
- Mees, H., Crabbé, A., & Driessen, P. P. (2017). Conditions for citizen co-production in a resilient, efficient and legitimate flood risk governance arrangement. A tentative framework. *Journal of Environmental Policy & Planning*, 19(6), 827-842.

- Meijer, A. (2012). Co-production in an information age: Individual and community engagement supported by new media. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(4), 1156-1172.
- Meijer, A. (2016). Coproduction as a structural transformation of the public sector. *International Journal of Public Sector*, 29(6), 596-611.
- Meuter, M. L., & Bitner, M. J. (1998). Self-Service Technologies: Extending Service Frameworks and Identifying Issues for Research. *AMA Winter Educators' Conference: Marketing Theory*, Chicago, USA, 12.
- Mok, J. Y. (2019): Proposed non-linear relation between satisfaction with government performance and co-production: an initial empirical test, *Public Management Review*, DOI: 10.1080/14719037.2019.1599060
- Moon, M. J. (2018). Evolution of co-production in the information age: crowdsourcing as a model of web-based co-production in Korea. *Policy and Society*, 37(3), 294-309.
- Mori, K., Fujii, T., Yamashita, T., Mimura, Y., Uchiyama, Y., & Hayashi, K. (2015). Visualization of a City Sustainability Index (CSI): Towards transdisciplinary approaches involving multiple stakeholders. *Sustainability*, 7(9), 12402-12424.
- Mouraviev, N., & Kakabadse, N. K. (2015). Legal and regulatory barriers to effective public-private partnership governance in Kazakhstan. *International Journal of Public Sector Management*.
- Mozzato, A. Rebelato, & Grzybovski, Denize (2011). Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios. *RAC. Revista de Administração Contemporânea*, 15, 731-747.
- Mukherjee, I., & Mukherjee, N. (2018). Designing for sustainable outcomes: espousing behavioural change into co-production programmes. *Policy and Society*, 37(3), 326-346.
- Nabatchi, T., Sancino, A., & Sicilia, M. (2017). Varieties of Participation in Public Services: the Who, When, and What of Coproduction. *Public Administration Review*, 77(5), 766-776.
- Nastiti, A., Meijerink, S. V., Oelmann, M., Smits, A. J. M., Muntalif, B. S., Sudradjat, A., & Roosmini, D. (2017). Cultivating innovation and equity in co-production of commercialized spring water in peri-urban Bandung, Indonesia. *Water Alternatives*, 10(1), 160.
- Nesti G (2017) Co-production for innovation: the urban living lab experience. *Policy Soc* 37:310–325. <https://doi.org/10.1080/14494035.2017.1374692>

- Nesti, G. (2018). Co-production for innovation: the urban living lab experience. *Policy and Society*, 37(3), 310-325.
- Newig, J., Gunther, D. and Pahl-Wostl, C. (2010) Synapses in the Network: Learning in Governance Networks in the Context of Environmental Management. *Ecology and Society*, 15:4 pp1–14.
- Nyland, J. (1995). Issue networks and nonprofit organizations. *Review of Policy Research*, 14(1-2), 195-204.
- Olivier de Sardan, J. P. (2011). Local powers and the co-delivery of public goods in Niger. *IDS Bulletin*, 42(2), 32-42.
- Osborne, S. P. (2006). The new public governance. *Public Management Review*, 8(3), 377-387.
- Osborne, S. P., & Brown, L. (2011). Innovation, Public Policy and Public Services Delivery in the UK. The Word that Would Be King? *Public Administration*, 89(4), 1335-1350.
- Osborne, S. P., & Strokosch, K. (2013). It takes two to tango? Understanding the co-production of public services by integrating the services management and public administration perspectives. *British Journal of Management*, 24.
- Osborne, S. P., Radnor, Z. & Nasi, Greta. (2012). A New Theory for Public Service Management? Toward a (Public) Service-Dominant Approach. *American Review of Public Administration*, 43(2), 135-158.
- Osborne, S. P., Radnor, Z., & Strokosch, K. (2016). Co-production and the co-creation of value in public services: a suitable case for treatment?. *Public Management Review*, 18(5), 639-653.
- Ostrom, E. (1996). Crossing the great divide: coproduction, synergy, and development. *World Development*, 24(6), 1073-1087.
- Ostrom, V. & Ostrom, E. (1971). A Different Approach to the Study of Public Administration. *Public Administration Review*, 31 (2), 203-216.
- Ott Velsberg, Ulrika H. Westergren & Katrin Jonsson (2020): Exploring smartness in public sector innovation - creating smart public services with the Internet of Things, *European Journal of Information Systems*, DOI: 10.1080/0960085X.2020.1761272
- O'Toole, L. J. (1997) Treating Networks Seriously: Practical and Research Based Agendas. *Public Administration Review*, 57:1 pp45–52.
- Padley, M. (2013). Delivering localism: the critical role of trust and collaboration. *Social Policy and Society*, 12(3), 343-354.

- Parés, M. & Servicio de Convivencia, Diversidad y Participación Ciudadana de la Diputación de Barcelona (2017). Repensar la participación de la ciudadanía en el mundo local. Serie Bienestar y Ciudadanía. Disponible en: <https://www1.diba.cat/uliep/pdf/58740.pdf> , consultado 23/12/2019
- Parks, R. B., Baker, P. C., Kiser, L., Oakerson, R., Ostrom, E., Ostrom, V., Percy, S. L., Vandivort, M. B., Whitaker, Gordon P., & Wilson, R. (1981). Consumers as coproducers of public services: Some economic and institutional considerations. *Policy Studies Journal*, 9(7), 1001-1011.
- Parrado, S., Van Ryzin, G. G., Bovaird, T., & Löffler, E. (2013). Correlates of co-production: Evidence from a five-nation survey of citizens. *International Public Management Journal*, 16(1), 85-112.
- Penny, J., Slay, J., & Stephens, L. (2012). People powered health: Co-production catalogue. *NEF/NESTA: London, UK. NESTA*, 3.
- Percy, S. L. (1984). Citizen Participation in the Coproduction of Urban Services. *Urban Affairs Quarterly*, 19(4), 431-446. <https://doi.org/10.1177/004208168401900403>
- Perry, J. L., and A. Hondeghem. (2008). "Building Theory and Empirical Evidence about Public Service Motivation." *International Public Management Journal* 11 (1): 3-12. doi:10.1080/10967490801887673.
- Pestoff, V. (2006). Citizens and co-production of welfare services. *Public Management Review*, 8(4), 503-519.
- Pestoff, V. (2009). Towards a Paradigm of Democratic Participation: Citizen Participation and Co-Production of Personal Social Services in Sweden. *Annals of Public and Cooperative Economics*, 80(2), 197-224.
- Pestoff, V. (2012). Co-production and third sector social services in Europe: Some concepts and evidence. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(4), 1102-1118.
- Pestoff, V., Osborne, S., & Brandsen, T. (2006). Patterns of co-production in public services. *Public Management Review*, 8(4), 591-595.
- Pollitt, C. (1990). *Managerialism and the public services: The Anglo-American experience*. Blackwell.
- Poocharoen, O. O., & Ting, B. (2015). Collaboration, co-production, networks: Convergence of theories. *Public Management Review*, 17(4), 587-614.

- Powell, W. W. (1990). Neither market nor hierarchy: Network Forms of organisation, research in *Organizational Behavior*, Vol. 12. *LL Cummings and B. Slaw (eds.)*, 295-336.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and schuster.
- Radl-Karimi, C., Nicolaisen, A., Sodemann, M., Batalden, P., & von Plessen, C. (2020). Under what circumstances can immigrant patients and healthcare professionals co-produce health?-an interpretive scoping review. *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being*, 15(1), 1838052.
- Radnor, Z., Osborne, S. P., Kinder, T., & Mutton, J. (2014). Operationalizing co-production in public services delivery: The contribution of service blueprinting. *Public Management Review*, 16(3), 402-423.
- Rea, L.M. and Parker, R.A., 2014. Designing and conducting survey research: A comprehensive guide. John Wiley & Sons.
- Realpe, A., & Wallace, L. M. (2010). What is co-production. *London: The Health Foundation*, 1-11.
- Redck, D., Franceschetto, I., Rech, L., Pacheco, N. A., & Wagner, R. L. (2019). Faltou integridade ou competência? Efeitos da coprodução da recuperação de serviços de acordo com o tipo de falha. *Revista Brasileira de Marketing*, 18(2), 221-239.
- Ragin, C. (1987). *The Comparative Method.Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. Berkeley, Los Angeles and London: University of California Press.
- Ragin, C. C (2000). *Fuzzy-Set Social Science*. Chicago, IL: Chicago University Press, 2000.
- Ribeiro, M. (2019). Digital Commons and Citizen Coproduction in Smart Cities: Assessment of Brazilian Municipal E-Government Platforms. *Energies* 2019, 12, 2813; doi:10.3390/en12142813.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas.
- Rihoux, B.; Ragin, C. (2008). *Configurational Comparative Methods: Qualitative Comparative Analysis (QCA) and Related Techniques*. London and Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rodrigues, D. A., Rossatto, L. Q., Santos, T. P., & Meirelles, F. S. (2020). Análise sociomaterial do uso de TI em coprodução de serviço público: o caso do Simulador de Direção Veicular. *Cadernos Gestão Pública e Cidadania*, 25(80).
- Ronconi, L. F. D. A. (2003). Gestão social e economia solidária: desafios para o serviço social.

- Rotta, MJR, Sell, D., Pacheco, RCDS y Yigitcanlar, T. (2019). Digital Commons y Coproducción ciudadana en ciudades inteligentes: evaluación de las plataformas de gobierno electrónico municipal brasileño. *Energías*, 12 (14), 1-18.
- Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon). Disponível em: <https://www.consumidor.gov.br/pages/principal/?1571257728587>. Acesso em 16 de outubro de 2019 e 12 de dezembro de 2019.
- Saghai, Y. (2013). Salvaging the concept of nudge. *Journal of medical ethics*, 39(8), 487-493.
- Salm, J. F., & Menegasso, M. E. (2009). Os Modelos de Administração Pública como Estratégias Complementares para a Coprodução do Bem Público. *Revista de Ciências da Administração*, 11(25), 97-120.
- Sampieri, H. R., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2006). Los enfoques cualitativo y cuantitativo en la investigación científica. *RH Sampieri, CF Collado, & PB Lucio, Metodología de la investigación Cuarta edición (págs. 16-182). México: McGraw-Hill.*
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., & Elbert, R. (2005). Manual de metodología: construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología.
- Scherer, S., Wimmer, M. A., & Strykowski, S. (2015). Social government: A concept supporting communities in co-creation and co-production of public services. *Proceedings of the 16th annual international conference on digital government research* (pp. 204–209). ACM.
- Schmidt-Kessen, M. J., Nogueira, R., & Cantero, M. (2019). Success or Failure? – Effectiveness of Consumer ODR Platforms in Brazil and in the EU. *Copenhagen Business School Law*, 19 (17), 1-23.
- Schommer, P. C. (2003). Gestão pública no Brasil: notícias do teatro de operações. *Revista de Administração de Empresas*, 43(4), 102-107.
- Schubert, C. (2017). Green nudges: Do they work? Are they ethical? *Ecological Economics*, 132, 329–342.
- Sharp, E. B. (1978). Citizen organization in policing issues and crime prevention. *J. of Voluntary Action Research*, 7 (special issue): 45-58.
- Sharp, E. (1980). Toward a new understanding of urban services and citizen participation: The coproduction concept. *Midwest Review of Public Administration*, 14(2), 105–118
- Sharp, E. B. (1984). “Exit, Voice, and Loyalty” in the Context of Local Government Problems.” *Western Political Quarterly* 37 (1): 67–83. doi:10.1177/106591298403700106

- Shihong Weng & Yunxiang Zhang (2020) Coproduction of community public service: evidence from china's community foundations, *Journal of Chinese Governance*, 5:1, 90-109, DOI: 10.1080/23812346.2019.1710048
- Shove, E. (2010). Beyond the ABC: Climate change policy and theories of social change. *Environment & Planning A*, 42, 1273–1285.
- Sicilia, M., Guarini, E., Sancino, A., Andreani, M., & Ruffini, R. (2016). Public services management and co-production in multi-level governance settings. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 8-27.
- Silvestre, H. C., Catarino, J. R., & Araujo, J. F. F. (2016). Evidence of co-production in public service provision: the case of the administrative arbitration center in Portugal. *Revista de Administração*, 51, 355-365.
- Svidronova, M. M., Merickova, B. M., & Nemec, J. (2019). Inclusion by Co-Production of Social Housing: The Slovak Experience. *Cent. Eur. Pub. Admin. Rev.*, 17, 205.
- Soares, G. F., & Farias, J. S. (2018). Vem educar com a gente: o incentivo de governo e escolas à coprodução da educação por familiares de alunos. *Ensaio: Avaliação e Políticas Públicas em Educação*, 26(101), 1347-1371.
- Soares, F. S. & Farias, J. S. (2019). Com quem a escola pode contar? A coprodução do Ensino Fundamental público por familiares de estudantes. *Revista de Administração Pública*, 53 (2), 310-330.
- Sorrentino, M., Sicilia, M., & Howlett, M. (2018). Understanding co-production as a new public governance tool.
- Southerton, H., Chappells, H., & Van Vliet, B. (2004). *Sustainable consumption: The implications of changing infrastructures of provision*. London: Edward Elgar.
- Steiner, A., & Teasdale, S. (2019). Unlocking the potential of rural social enterprise. *Journal of Rural Studies*, 70, 144-154.
- Stewart, J. (1993). The limitations of government by contract. *Public money & management*, 13(3), 7-12.
- Stougaard, M. S. (2020). *Co-producing Public Welfare Services with Vulnerable Citizens: A Case Study of a Danish-Somali Women's Association Co-producing Crime Prevention with the Local Authorities*. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*.doi:10.1007/s11266-020-00235-4

- Strokosch, K., & Osborne, S. P. (2016). Asylum seekers and the co- production of public services: Understanding the implications for social inclusion and citizenship. *Journal of Social Policy*, 45(4), 673–690. <https://doi.org/10.1017/S0047279416000258>.
- Surva, L., Tõnurist, P., & Lember, V. (2016). Co-production in a network setting: providing an alternative to the national probation service. *International Journal of Public Administration*, 39(13), 1031-1043.
- Sunstein, C., & Thaler, R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*.
- Tambovtsev V.L., Rozhdestvenskaya I.A. (2023). Concept of public services coproduction: Creating prerequisites of development or streetlight effect? *Terra Economicus* 21(1), 19–31 (in Russian). DOI: 10.18522/2073-6606-2023-21-1-19-31
- Teixeira, J. A., Rêgo, M. C. B., & Silva, A. I. D. (2020). Innovation in justice: co-production, competence and user satisfaction in judicial mediation. *Revista de Administração Pública*, 54, 381-399.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New York: Penguin Books.
- Thijssen, P., & Van Dooren, W. (2016). Who you are/where you live: do neighbourhood characteristics explain co-production?. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 88-109.
- Thomsen, M. K., & Jakobsen, M. (2015). Influencing Citizen Coproduction by Sending Encouragement and Advice: a Field Experiment. *International Public Management Journal*, 18(2), 286-303.
- Tombi, W. C., Salm, J. F., & Menegasso, M. E. (2006). Responsabilidade social, voluntariado e comunidade: estratégias convergentes para um ambiente de co-produção do bem público. *Organizações & Sociedade*, 13(37), 125-141.
- Valdivieso, G., & Rangel Parra, V. (2019). Coproduciendo en español: hallazgos y nuevas preguntas al estudiar la literatura sobre coproducción de políticas en lengua española (Co-Producing in Spanish: Findings and New Questions when Studying the Spanish-language Literature on Policy Co-production).

- Van Damme, J., Caluwaerts, D., & Brans, M. (2016). Coproduction in Health Planning: Challenging the Need for “Open” Policy-Making Processes. *International Journal of Public Administration*, 39(13), 1056-1066.
- van Eijk, C. (2018). Helping Dutch neighborhood watch schemes to survive the rainy season: Studying mutual perceptions on citizens’ and professionals’ engagement in the co-production of community safety. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 29(1), 222-236.
- Van Eijk, C. J., & Steen, T. P. (2014). Why people co-produce: Analysing citizens’ perceptions on co-planning engagement in health care services. *Public Management Review*, 16(3), 358-382.
- van Eijk, C., & Steen, T. (2015). Why is this citizen layman entering my domain?!’The effect of autonomy, organizational support, and red tape on openness towards co-production. In *IIAS Study group on Coproduction of Public Services*, Date: 2015/06/08-2015/06/09, Location: Nijmegen.
- Van Eijk, C., & Steen, T. (2016). Why engage in co-production of public services? Mixing theory and empirical evidence. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 28-46.
- van Eijk, C., Steen, T., & Torenvlied, R. (2019). Public Professionals’ Engagement in Coproduction: The Impact of the Work Environment on Elderly Care Managers’ Perceptions on Collaboration With Client Councils. *The American Review of Public Administration*, 0275074019840759.
- Van Eijk, C., Steen, T., & Verschuere, B. (2017). Co-producing safety in the local community: A Q-methodology study on the incentives of Belgian and Dutch members of neighbourhood watch schemes. *Local Government Studies*, 43(3), 323-343.
- Van Ryzin, G. G. (2007). Pieces of a puzzle: Linking government performance, citizen satisfaction, and trust. *Public Performance & Management Review*, 30(4), 521-535.
- Vanleene, D., Voets, J., & Verschuere, B. (2019). The co-production of public value in community development: Can street-level professionals make a difference? *International Review of Administrative Sciences*. <https://doi.org/10.1177/0020852318804040>.
- Van Kleef, D., & van Eijk, C. (2016). In or out: Developing a categorization of different types of co-production by using the critical case of Dutch food safety services. *International Journal of Public Administration*, 39(13), 1044-1055.

- Veiko Lember, Taco Brandsen & Piret Tõnurist (2019): The potential impacts of digital technologies on co-production and co-creation, *Public Management Review*, DOI: 10.1080/14719037.2019.1619807
- Vergara, Sylvia C. *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. 16ª ed. São Paulo: Atlas, 2016.
- Verschuere, B., Brandsen, T. & Pestoff, V. (2012). Co-production: The State of the Art in Research and the Future Agenda. *Voluntas*, 23(4), 1083-1101.
- Villalba, J. (1996). *Menú estratégico: El arte de la guerra competitiva*. Ediciones Iesa.
- Voorberg, W. H., Bekkers, V. J. J. M., & Tummers, L. G. (2015). A Systematic Review of Co-Creation and Co-production: Embarking on the social innovation journey. *Public Management Review*, 17(9), 1333-1357.
- Voorberg, W. H., Jilke, S., Tummers, L., & Bekkers, V. (2018). Financial Rewards Do Not Stimulate Coproduction: Evidence from Two Experiments. *Public Administration Review*, 78(6), 864-873.
- Wagemann, Claudius (2012). ¿Qué hay de nuevo en el Método Comparado?: QCA y el análisis de los conjuntos difusos. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, 1(1), 51-75.
- Webster, C. W. R., & Leleux, C. (2018). Smart governance: Opportunities for technologically-mediated citizen co-production. *Information Polity*, 23(1), 95-110.
- Weiyang Peng & Michael Keane (2019): China's soft power conundrum, film coproduction, and visions of shared prosperity, *International Journal of Cultural Policy*, DOI: 10.1080/10286632.2019.1634062
- Weng, S., & Zhang, Y. (2020). Coproduction of community public service: evidence from china's community foundations. *Journal of Chinese Governance*, 5(1), 90-109.
- Whicher, A., & Crick, T. (2019). Co-design, evaluation and the Northern Ireland innovation lab. *Public Money & Management*, 39(4), 290-299.
- Whitaker, G. P. (1980). Coproduction: Citizen Participation in Service Delivery. *Public Administration Review*, 40(3), 240-46.
- Williams, O., Sarre, S., Papoulias, S. C., Knowles, S., Robert, G., Beresford, P., ... Palmer, V. J. (2020). *Lost in the shadows: reflections on the dark side of co-production*. *Health Research Policy and Systems*, 18(1). doi:10.1186/s12961-020-00558-0

- Wybron, I., & Paget, A. (2016). Pupil power.
- Zarina, S. (2020). Co-Production from the Viewpoint of Design and Computing Education Development. *Baltic Journal of Modern Computing*, 8(4), 484-495.
- Zelezny, L. C., P. P. Chua, and C. Aldrich (2000). “New Ways of Thinking about Environmentalism: Elaborating on Gender Differences in Environmentalism.” *Journal of Social Issues* 56 (3): 443–457. doi:10.1111/0022-4537.00177.
- Zheng, Y. (2017). Explaining citizens' e-participation usage: Functionality of e-participation applications. *Adm. Soc.* 49(3), 423–442.

APÉNDICES

Apéndice 1: Formulario de consentimiento informado - Español

El proyecto de Investigación titulado **LA COPRODUCCIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS DE SOLUCIÓN DE CONFLICTOS DE CONSUMO EN BRASIL Y COLOMBIA: un análisis respecto a la frecuencia de coproducción a partir de la accesibilidad, evaluación e incentivos percibidos por el ciudadano**, desarrollado en la Universidad de Brasilia – UnB, tiene como objetivo analizar las estrategias gubernamentales y su evaluación, por parte de los ciudadanos, para incentivar la coproducción de servicios públicos dedicado a la solución de los conflictos de consumo, por medio de las plataformas digitales de Brasil y Colombia, mediante la entrevista semiestructurada.

Los datos serán registrados en formato audio para interpretarse y compararse con fuentes teóricas acordes al objeto de estudio y diferentes perspectivas teórico-metodológicas sobre el mismo. Por tanto, la información suministrada en el instrumento, será utilizada de forma parcial o total en la redacción del aparatado de resultados como fuente de interpretación y contraste frente al marco referencial estructurado.

En razón a este proceso de publicación, Andrea Juliet Celis León, estudiante del programa de pos graduación en Administración - PPGA, de la Universidad de Brasilia, matrícula 190002263, recalca la impronta de una conducta ética en cuanto a la confidencialidad en el manejo de la información personal de los participantes (que no será revelada en la tesis resultante de esta investigación) y los resultados derivados de esta técnica de recolección de información.

En relación a esta política de confidencialidad, Usted puede de manera voluntaria desistir de ser partícipe de la muestra poblacional apelando a salvedades sobre su postura, diferencia o impedimento para contestar en su totalidad o algunos apartados del instrumento.

La aceptación de las anteriores salvedades, se reflejan con la firma y aceptación de participación en el diligenciamiento del cuestionario, siendo importante su consentimiento sobre el uso de la información recolectada, el conocimiento del proyecto de investigación y la finalidad con la cual se recolectan los datos en aras de contribuir a la investigación previamente mencionada. Con base en este acatamiento voluntario:

¿Permite que se divulgue en documentos y socializaciones los resultados de la investigación en curso?

SI ____ NO ____

Firma del participante

Apêndice 1.1: Termo de Consentimento Livre y Esclarecido - Português

O projeto de pesquisa intitulado A COPRODUÇÃO DE SERVIÇOS PÚBLICOS PARA A SOLUÇÃO DE CONFLITOS DE CONSUMO NO BRASIL E NA COLÔMBIA: uma análise sobre a frequência da coprodução baseada na acessibilidade, avaliação e incentivos percebidos pelo cidadão, desenvolvido na Universidade de Brasília – UnB, tem como objetivo Analisar a coprodução de serviços públicos digitais para a solução de conflitos de consumo no Brasil e na Colômbia quanto à frequência da coprodução baseada na acessibilidade, avaliação e incentivos percebidos pelo cidadão, por meio das plataformas digitais do Brasil e da Colômbia, por meio da entrevista semiestruturada.

Os dados serão gravados em formato de áudio para serem interpretados e comparados com fontes teóricas de acordo com o objeto de estudo e diferentes perspectivas teórico-metodológicas sobre o mesmo. Portanto, as informações fornecidas no instrumento serão utilizadas parcial ou totalmente na redação da seção de resultados como fonte de interpretação e contraste com o referencial teórico estruturado.

Em razão desse processo de publicação, Andrea Juliet Celis León, aluna do programa de pós-graduação em Administração - PPGA, da Universidade de Brasília, matrícula 190002263, ressalta uma conduta ética quanto à confidencialidade no tratamento das informações pessoais dos participantes (o que não será revelado na tese resultante desta pesquisa) e os resultados derivados desta técnica de coleta de informações.

Em relação a esta política de confidencialidade, você pode desistir voluntariamente de ser participante da amostra populacional apelando a reservas sobre sua posição, diferença ou impedimento para responder na íntegra ou em algumas seções do instrumento.

A aceitação das ressalvas acima é refletida com a assinatura e aceitação da participação no preenchimento do questionário, sendo importante o seu consentimento sobre a utilização da informação recolhida, o conhecimento do projeto de investigação e a finalidade para a qual os dados são recolhidos. a fim de contribuir para a pesquisa mencionada anteriormente. Com base nesta conformidade voluntária:

Permite que os documentos, socializações e resultados da pesquisa em andamento sejam divulgados?

SIM ____ NÃO ____

Assinatura do Participante _____

Apéndice 2: Guion de entrevista con agentes gubernamentales -Español

Apertura: Introducción sobre el tema de investigación y el método de recolección de datos sobre las estrategias de influencia utilizadas por el gobierno para la coproducción de servicios públicos

Temas para las preguntas:

Tema 1: Estrategias para involucrar al ciudadano en la coproducción.

1. Cuáles son las estrategias que se utilizan para motivar al ciudadano a participar en la plataforma digital, podría nombrarlas?

Tema 2: Determinantes en la coproducción

2. ¿Qué barreras o impedimentos han surgido en la gestión de la plataforma Sicfacilita?

3. ¿Podría mencionar los beneficios o facilidades que se ofrecen a la sociedad a través de la plataforma Sicfacilita?

4. Desde el punto de vista de Sicfacilita, ¿cuáles son los efectos para las empresas de una mayor participación ciudadana en la plataforma?

Tema 3: Estrategias gubernamentales de fomento y participacion ciudadana

5. ¿Cuáles son las estrategias de Sicfacilita para lograr calidad y eficacia en relación a los servicios que ofrece la plataforma?

6. ¿Qué planes implementaría para mejorar la efectividad y calidad de los servicios ofrecidos en la plataforma Sicfacilita?

7. ¿Qué otras formas, estrategias o medios cree que se podrían implementar para incrementar la participación ciudadana en la plataforma Sicfacilita?

Apêndice 2.1: Roteiro de Entrevista Semiestruturada com Agentes Governamentais – Português

Abertura: Introdução sobre o tema de pesquisa e o método de coleta de dados sobre as estratégias de influência utilizadas pelo governo para a coprodução de serviços públicos

Tópicos para as perguntas:

Tema 1: Estratégias para envolver o cidadão na coprodução.

1. Quais são as estratégias utilizadas para motivar os cidadãos a participarem da plataforma digital, você poderia nomeá-las?

Tópico 2: Determinantes na coprodução

2. Quais as barreiras ou dificultadores que surgem no cotidiano da gestão da plataforma digital do consumidor?

3. Você poderia citar as facilidades oferecidas aos cidadãos por meio da plataforma?

4. Do ponto de vista da Senacon/MIN. JUSTIÇA, ¿Quais são os benefícios para as empresas de uma maior participação cidadã na plataforma?

Tópico 3: Estratégias governamentais para promoção e participação cidadã

5. Quais são as estratégias governamentais (do MJ/Senacon) para alcançar qualidade e eficácia em relação aos serviços oferecidos pela plataforma?

6. Que planos e ações pretendem implementar, no futuro, para melhorar a eficácia e a qualidade dos serviços oferecidos pela plataforma?

7. Que outras formas, estratégias ou meios você acha que poderiam ser implementados para aumentar a participação do **cidadão** na plataforma digital?

8. Que outras estratégias você acha que poderiam ser implementadas para aumentar a participação das **empresas** na plataforma digital

Apéndice 3: Encuesta con ciudadanos usuarios de las plataformas - Español

Temas para las preguntas

1. ¿Estás de acuerdo con tu participación en esta encuesta?

SI

NO

Tema 1: Accesibilidad a la plataforma Sicfacilita

2. ¿Cuántas reclamaciones abriste en la plataforma Sicfacilita?

(1) Solo una

(2) Más de una

3. Cuando tengo un problema, me resulta fácil utilizar la plataforma Sicfacilita en los procesos de reclamación y resolución de conflictos.

Donde 1 es “Fuertemente en desacuerdo” y 7 es “Fuertemente de acuerdo”.

Respuesta:

(1) Fuertemente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Bastante en desacuerdo

(4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

(5) Bastante de acuerdo

(6) De acuerdo

(7) Fuertemente de acuerdo

4. La plataforma Sicfacilita proporciona información suficiente para resolver mi conflicto de consumo. Donde 1 es “Fuertemente en desacuerdo” y 7 es “Fuertemente de acuerdo”.

Respuesta:

(1) Fuertemente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Bastante en desacuerdo

(4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

(5) Bastante de acuerdo

(6) De acuerdo

(7) Fuertemente de acuerdo

Tema 2: Evaluación del usuario respecto a la plataforma Sicfacilita

5. Al utilizar la plataforma Sicfacilita, reduzco posibles costos de tiempo y dinero que gastaría si acudiera a los tribunales para resolver el conflicto. Donde 1 es “Fuertemente en desacuerdo” y 7 es “Fuertemente de acuerdo”. Kessen, Nogueira y Gamito (2020)

Respuesta:

- (1) Fuertemente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Bastante en desacuerdo
- (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (5) Bastante de acuerdo
- (6) De acuerdo
- (7) Fuertemente de acuerdo

6. Estoy satisfecho con los resultados obtenidos en mi interacción con la plataforma Sicfacilita. Donde 1 es “Fuertemente en desacuerdo” y 7 es “Fuertemente de acuerdo”. Redck (2019).

Respuesta:

- (1) Fuertemente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Bastante en desacuerdo
- (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (5) Bastante de acuerdo
- (6) De acuerdo
- (7) Fuertemente de acuerdo

7. Considero que mi participación y contacto directo con la empresa a través de la plataforma Sicfacilita es importante para solucionar mi problema.

Respuesta:

- (1) Fuertemente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Bastante en desacuerdo
- (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (5) Bastante de acuerdo
- (6) De acuerdo
- (7) Fuertemente de acuerdo

8. Creo que el gobierno está promoviendo debidamente la plataforma Sicfacilita, con miras a incentivar a los ciudadanos a utilizarla para resolver conflictos de consumo.

Donde 1 es “Fuertemente en desacuerdo” y 7 es “Fuertemente de acuerdo”. Soares y Farias (2018),

Respuesta:

- (1) Fuertemente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Bastante en desacuerdo
- (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (5) Bastante de acuerdo
- (6) De acuerdo
- (7) Fuertemente de acuerdo

9. Confío en la plataforma Sicfacilita para resolver conflictos de consumo entre la empresa y el consumidor/ciudadano.

Donde 1 es “Fuertemente en desacuerdo” y 7 es “Fuertemente de acuerdo”. Stougaard (2020)

Respuesta:

- (1) Fuertemente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Bastante en desacuerdo
- (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (5) Bastante de acuerdo
- (6) De acuerdo
- (7) Fuertemente de acuerdo

Tema 3: Incentivos gubernamentales para aumentar la participación ciudadana en la plataforma.

10. Utilizaría más la plataforma Sicfacilita si recibiera algún incentivo material o económico (dinero o bienes).

Donde 1 es “Fuertemente en desacuerdo” y 7 es “Fuertemente de acuerdo”. Sharp, 1978; Alonso *et al.*, 2019; Bovaird *et al.*, 2015; Kessen, Nogueira & Gamito, 2020

Respuesta:

- (1) Fuertemente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Bastante en desacuerdo
- (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (5) Bastante de acuerdo
- (6) De acuerdo
- (7) Fuertemente de acuerdo

11. Creo que la plataforma Sicfacilita incentiva mi participación proporcionando datos actualizados.

Donde 1 es “Fuertemente en desacuerdo” y 7 es “Fuertemente de acuerdo”.

Respuesta:

- (1) Fuertemente en desacuerdo
- (2) En desacuerdo
- (3) Bastante en desacuerdo
- (4) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- (5) Bastante de acuerdo
- (6) De acuerdo
- (7) Fuertemente de acuerdo

12. Cual fue el incentivo para utilizar la plataforma Sicfacilita?

Respuesta:

- (1) La necesidad de resolver el conflicto

- (2) Indicadores proporcionados por la plataforma (resolución de conflictos, satisfacción del cliente, tiempo promedio de respuesta de la empresa, número de quejas respondidas)
- (3) Sugerencia de un familiar o amigo
- (4) Divulgación de la plataforma por cualquier medio de comunicación
- (5) Otro(s). Cuáles: _____

13. De acuerdo con la pregunta anterior: si marco "otros" describa ¿Cual o cuales fueron los incentivos?
 Cuáles: _____

Apêndice 3.1: Questionário com cidadãos usuários da plataforma - Português

Tópicos para as perguntas

1. Você concorda com sua participação na pesquisa?

SIM

NÃO

Tema 1: Acessibilidade à plataforma Consumidor.gov.br

2. Quantas reclamações você abriu na plataforma "consumidor. gov. br"?

(1) Apenas uma vez

(2) Mais de uma vez

3. Quando tenho um problema considero fácil o uso da plataforma "consumidor. gov. br", nos processos de reclamação e resolução de conflitos.

Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”.

Resposta:

- (1) Discordo fortemente
- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

4. A plataforma "consumidor. gov. br" fornece informações suficientes para resolver meu conflito de consumo
Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”.

Resposta:

- (1) Discordo fortemente
- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

Tópico 2: Avaliação do usuário sobre a plataforma Consumidor.gov.br

5. Ao utilizar a plataforma "consumidor. gov. br" reduzo possíveis custos de tempo e dinheiro que gastaria se recorresse à justiça para resolução do conflito.

Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”.

Kessen, Nogueira e Gamito (2020)

Resposta:

- (1) Discordo fortemente
- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

6. Estou satisfeito com os resultados obtidos da minha interação com a plataforma "consumidor. gov. br"

Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”.

Redck (2019).

Resposta:

- (1) Discordo fortemente
- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

7. Considero que a minha participação e contato direto com a empresa por meio da plataforma "consumidor. gov. br" é importante para a resolver meu problema.

Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”.

Resposta:

- (1) Discordo fortemente
- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

8. Acredito que o governo está promovendo devidamente a plataforma "consumidor. gov. br", visando incentivar os cidadãos a utilizá-la para a solução de conflitos de consumo.

Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”. Soares e Farias (2018),

Resposta:

- (1) Discordo fortemente
- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

9. Confio na plataforma "consumidor. gov. br" para solucionar conflitos de consumo entre a empresa e o consumidor/cidadão.

Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”. Stougaard (2020)

Resposta:

- (1) Discordo fortemente
- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

Tópico 3: Incentivos governamentais para aumentar a participação do cidadão na plataforma Consumidor.gov.br

10. Eu utilizaria mais a plataforma "consumidor. gov. br" se recebesse algum incentivo material ou econômico (dinheiro ou bens).

Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”.

Sharp, 1978; Alonso et al., 2019; Bovaird et al., 2015; Kessen, Nogueira e Gamito, 2020

Resposta:

- (1) Discordo fortemente

- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

11. Eu acredito que a plataforma "consumidor. gov. br" estimula minha participação ao fornecer dados atualizados.

Onde 1 é “Discordo fortemente” e 7 é “Concordo fortemente”.

Resposta:

- (1) Discordo fortemente
- (2) Discordo
- (3) Discordo parcialmente
- (4) No se opinar
- (5) Concordo parcialmente
- (6) Concordo
- (7) Concordo fortemente

12. Qual foi o incentivo para utilizar a plataforma "consumidor. gov. br"?

Resposta:

(1) A necessidade de resolver o conflito

(2) Indicadores fornecidos pela plataforma (solução de conflitos, satisfação do cliente, tempo médio de resposta da empresa, quantidade de reclamações respondidas)

(3) Sugestão de um familiar ou amigo

(4) Divulgação da plataforma por algum meio de comunicação

(5) Outro(s). Quais: _____

13. De acordo com a questão anterior: se marcou “outros”, descreva quais ou quais foram os incentivos?

Quais: _____

Apêndice 4: Tablas dicotomizadas

Tabla dicotomizada Brasil

RESBRA	AP_FACIL	AP_INFO	Media_AP	EU_REDU_COST	EU_SATISF	EU_CONT_DIRECT	EU_PROMOC	EU_CONFI	Media_EU	IG_INCENT_ECONOM	IG_DATOS_ACTUA	Media_IG	IG_RESOLV_CONFU	IG_INDICA	IG_SUGERE	IG_DIVULG	VD_INTENSI_COPRO
RB1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0
RB2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RB3	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0
RB4	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
RB5	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
RB6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
RB7	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
RB8	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
RB9	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
RB10	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
RB11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
RB12	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1
RB13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
RB14	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1
RB15	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
RB16	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0
RB17	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
RB18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1

Tabla dicotomizada Colombia

RESCOL	AP_FACIL	AP_INFO	Media_AP	EU_REDU_COST	EU_SATISF	EU_CONT_DIRECT	EU_PROMOC	EU_CONFI	Media_EU	IG_INCENT_ECONOM	IG_DATOS_ACTUA	Media_IG	IG_RESOLV_CONFU	IG_INDICA	IG_SUGERE	IG_DIVULG	VD_INTENSI_COPRO
R1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
R2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
R3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
R4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0
R5	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0
R6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1
R7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0
R8	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1
R9	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1
R10	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
R11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
R12	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
R13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0
R14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1
R15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1
R16	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1
R17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
R18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
R19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0
R20	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1
R21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
R22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R23	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1
R24	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
R25	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0
R26	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
R27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R29	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0
R30	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1
R31	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	1	0	0

Tabla dicotomizada Colombia – Brasil

RESCOLBRAS	AP_FACIL	AP_INFO	Media_AP	EU_REDU_COST	EU_SATISF	EU_CONT_DIRECT	EU_PROMOC	EU_CONFI	Media_EU	IG_INCENT_ECONOM	IG_DATOS_ACTUA	Media_IG	IG_RESOLV_CONFU	IG_INDICA	IG_SUGERE	IG_DIVULG	VD_INTENSI_COPRO
R1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
R2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
R3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
R4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0
R5	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0
R6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1
R7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0
R8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1
R9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1
R10	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0
R11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
R12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0
R13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1
R14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0
R15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1
R16	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
R17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
R19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0
R20	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1
R21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R23	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1
R24	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0
R25	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R26	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
R27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
R30	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
R31	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0
R32	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
R33	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
R34	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
R35	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0
R36	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0
R37	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
R38	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
R39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
R40	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
R41	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
R42	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
R43	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
R44	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
R45	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
R46	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
R47	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
R48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
R49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
R50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1