

**Methodological proposal for analyzing factors that integrate the balanced centrality and the co-creation of value among several actors in the management of services. Case of small and medium-sized restaurant companies in the metropolitan area of Puebla.**

**Propuesta metodológica de análisis de factores que integran la centralidad equilibrada y la cocreación de valor entre varios actores en la gestión de servicios: caso pequeñas y medianas empresas de la industria restaurantera de la zona conurbada de la ciudad de Puebla.**

**Víctor Ricardo Castillo Intriago**  
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla  
[victorricardo.castillo@upaep.edu.mx](mailto:victorricardo.castillo@upaep.edu.mx)

**Diana Barrón Villaverde**  
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla  
[diana.barron@upaep.mx](mailto:diana.barron@upaep.mx)

**Abstract**

Service science highlights the relevance of value co-creation studies that show a new paradigm of service management and marketing literature; value co-creation is limited in service research to dyadic relationships. The dyadic relationship has evolved into a multi-stakeholder context, does not guarantee harmony, nor does it ensure the fulfillment of the particular goals of the stakeholders, which can generate counterproductive results. The present research challenges proposing a factor analysis methodology that integrates balanced centrality and value co-creation among various stakeholders; studies on balanced centrality in the field of service research have been scarce. Despite being considered a high customer contact service, the restaurant industry has only a few studies of value co-creation without considering the balanced centrality of the actors. This study presents an exploratory scope with a mixed research approach with a qualitative preponderance based on multiple case studies; the research focuses on small and medium-sized restaurant companies in the metropolitan area of Puebla.

**Keywords**

Value co-creation, balanced centrality, mixed research, multiple case studies

**Resumen**

La ciencia de los servicios ha resaltado la relevancia de los estudios de cocreación de valor dado que ha conformado un nuevo paradigma de la literatura de gestión de servicios y marketing, la cocreación de valor está limitada en la investigación de servicios a relaciones diádicas. La relación diádica ha evolucionado a un contexto de múltiples actores, no garantiza la armonía, ni asegura el cumplimiento de las metas particulares de los actores, lo cual pueda generar resultados contraproducentes. La presente investigación asume el desafío de proponer una metodología de análisis de factores que integre la centralidad equilibrada y cocreación de valor

entre varios actores; los estudios sobre la centralidad equilibrada en el campo de la investigación de servicios han sido escasos. Este estudio presenta un alcance exploratorio con un enfoque de investigación mixta con preponderancia cualitativa basada en estudio de casos múltiples. A pesar de ser considerada como servicio de alto contacto con el cliente, la industria restaurantera solo cuenta con algunos estudios de cocreación de valor sin tomar en cuenta la centralidad equilibrada de los actores. La investigación está enfocada a las pequeñas y medianas empresas restauranteras de la zona conurbada de Puebla.

### **Palabras clave**

Cocreación de valor, centralidad equilibrada, investigación mixta, estudio de casos múltiples