

# AMBIENTE DE SERVICIO Y CALIDAD PERCIBIDA DE UNA INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR (IES) PRIVADA EN BOGOTÁ

Entrega final

Línea de profundización: Comportamiento del Consumidor

Grupo de Investigación Mercadeo I+2

**Lina María Falla Cepeda (1520020007)**

Asesor temático: Oscar Javier Robayo Pinzón Msc.

Supervisor metodológico: Sandra Patricia Rojas Berrio Msc.

*Junio 2017*

---

## Resumen

Brindar servicios de calidad en el ámbito educativo es de gran importancia para que el país logre el objetivo de tener una Colombia más educada en 2025. En la literatura tanto internacional como nacional, se encuentran investigaciones orientadas a evaluar la calidad del servicio educativo, así como el nivel de satisfacción de los estudiantes. Sin embargo, estas evaluaciones suelen centrarse en el proceso formativo, y no en la experiencia de vinculación a la educación superior. Así mismo, no se encuentran muchos estudios enfocados a las necesidades, expectativas y percepciones de los estudiantes con respecto a la formación que van a recibir a partir del servicio recibido. El ambiente de servicio involucra variables físicas, simbólicas, sociales y naturales, con las cuales los sujetos entran en contacto en el momento de buscar un servicio.

El presente trabajo se enfocó en establecer si el ambiente de servicio ampliado de una sala de atención a estudiantes nuevos se relaciona con la percepción de calidad de la institución de educación superior a la cual ingresaron. Para poder encontrar esta relación, se realizó un estudio en dos fases. La primera: observación de la sala de atención para identificar elementos claves del servicescape. Y la segunda: una medición de las variables identificadas y su influencia en la percepción de calidad de la IES. El resultado de este proceso evidenció que el ambiente ampliado de servicio de la sala de atención de estudiantes nuevos, se relaciona con la percepción de calidad de los estudiantes sobre su institución de educación superior.

**Palabras clave:** Ambiente de servicio en la sala de atención, Educación Superior, Dimensión física, Dimensión social, Dimensión natural, Dimensión simbólica, Calidad percibida, Comportamiento del consumidor.

## Abstract

Providing quality services in the educational field is a key component for achieving the objective set by 2025 to have a more educated Colombia. In the literature, both international and national, there are investigations aimed at evaluating the quality of the educational service, as well as the level of student satisfaction. However, these evaluations focus on the educational process, rather than on the experiences associated with entering to higher education. Also, there are not many studies focused on the needs, expectations and perceptions of students regarding the quality of the university they are entering, using as cues, the service they have encounter. The service environment involves physical, symbolic, social and natural variables, with which the subjects come into contact at the time of seeking a service.

The present work pointed to find out if the extended service environment of a student attention room was related to the perception of quality of the university. In order to find this relation, a study was performed in two phases. The first: observation of the attention room, to identify key elements of the servicescape. And second: measurement of the variables identified and their influence on the perception of quality of the university. As a result, this study showed that the extended service environment of the student room, is related with the perception of quality students have of the institution.

**Key Words:** Servicescape in attention rooms, Higher Education, Physical dimension, Social dimension, Natural dimension, Symbolic dimension, Perceived quality, Consumer behavior.

---