

Variables que anteceden a la co-creación en el contexto de las instituciones de educación superior de Bogotá

Tercer avance

Línea de profundización: Gestión y Mercadeo de servicios

Grupo de Investigación Mercadeo I+2

Carlos Zuleta Castrillón (1714000010), Santander Abel Pérez Bertel (1412010755)

Asesor temático: Julián Eduardo Bucheli Sandoval

Supervisor metodológico: Julián Eduardo Bucheli Sandoval

Mayo de 2021

Resumen

Este estudio busca determinar cuál es la Influencia que ejercen las variables que anteceden a la co-creación: reputación percibida, competencia percibida, interacción con los estudiantes, satisfacción general y valor percibido, en el proceso de co-creación de valor en el contexto de las Instituciones de Educación Superior (IES) de Bogotá. Apoyados en la realización de una investigación de tipo cuantitativo, se aplicaron 878 encuestas a estudiantes de pregrado y posgrado, de instituciones públicas y privadas para revisar las correlaciones existentes entre las variables que anteceden al proceso y las variables que conforman el proceso per se, a saber, coproducción experiencia y relaciones. Los resultados arrojados demuestran mayor incidencia de la satisfacción general y la competencia percibida sobre el proceso de co-creación en el contexto local de la IES. Esta investigación es un primer acercamiento para la comprensión de los procesos de co-creación y base para futuras investigaciones. Busca la comprensión integral de la co-creación a través de la integración de los constructos desarrollados en los modelos de investigación realizados recientemente sobre el tema y contextualizados al medio local.

Palabras clave: co-creación de valor, coproducción, experiencia, relaciones, Instituciones de educación superior, satisfacción general, valor percibido, interacción de los estudiantes, competencia percibida, reputación percibida.