



Disponible en [www.sciencedirect.com](http://www.sciencedirect.com)

[www.cya.unam.mx/index.php/cya](http://www.cya.unam.mx/index.php/cya)

Contaduría y Administración 61 (2016) 649–665



[www.contaduriayadministracionunam.mx/](http://www.contaduriayadministracionunam.mx/)

# Validación de la escala de comportamiento ciudadano de consumidores de servicios educativos

*Validation of the citizen consumer behavior in the area of private educational services in Mexico scale*

Francisca Cecilia Encinas Orozco<sup>a,\*</sup> y Judith Cavazos Arroyo<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Universidad de Sonora, Hermosillo, Sonora, México

<sup>b</sup> Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Puebla, México

Recibido el 17 de septiembre de 2014; aceptado el 26 de noviembre de 2015

Disponible en Internet el 11 de agosto de 2016

---

## Resumen

Considerar a los estudiantes como consumidores de servicios educativos e investigar sus diversos comportamientos es una práctica que ha ido en aumento, al igual que la aplicación del marketing en la estrategia de diversas instituciones educativas. Este artículo tuvo como objetivo validar una escala de comportamiento ciudadano de consumidores en el ámbito de educación superior privada en México. La aplicación de una investigación de tipo explicativo a través de un análisis factorial confirmatorio mostró que dicha escala puede ser utilizada en el ámbito del marketing educativo y de habla hispana.

Derechos Reservados © 2016 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0.

*Códigos JEL:* M310; I200

*Palabras clave:* Comportamiento ciudadano de consumidores; Marketing educativo; Participación de consumidores; Desempeño voluntario

---

\* Autor para correspondencia.

*Correo electrónico:* [ceciliaencinas@nogales.uson.mx](mailto:ceciliaencinas@nogales.uson.mx) (F.C. Encinas Orozco).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.cya.2016.03.001>

0186-1042/Derechos Reservados © 2016 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons CC BY-NC-ND 4.0.

## Abstract

Consider students as consumers of educational services and investigate their different behaviors is a practice that has been increasing as the implementation of the educational marketing strategy in various educational institutions. This paper aims to validate a scale of consumer citizenship behavior in the field of private higher education in Mexico. The application of an explanatory research type through a confirmatory factor analysis showed that the scale can be used in the field of educational marketing and Spanish speaking. All Rights Reserved © 2016 Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Contaduría y Administración. This is an open access item distributed under the Creative Commons CC License BY-NC-ND 4.0.

*JEL classification:* M310; I200

*Key words:* Customer citizenship behavior; Educational marketing; Customer participation; Voluntary performance

---

## Introducción

El comportamiento ciudadano tradicionalmente es analizado como una función de la educación cívica y su participación en la vida sociopolítica (Wilhem, 2014). Sin embargo, desde el ámbito de la mercadotecnia, recientemente se ha adaptado el concepto hacia el «comportamiento ciudadano del consumidor» para referirse a aquellas conductas por parte de un consumidor que, sin recibir una remuneración o incentivo por sus acciones, voluntariamente contribuye con actos de servicio a favor de otros consumidores, beneficiando con ello favorablemente la calidad, la eficiencia y la buena reputación de una organización (Groth, 2005).

En sí mismos, los comportamientos ciudadanos son relevantes para la generación de formas de vida democráticas, incentivando la crítica social, el compromiso, la búsqueda de equidad, justicia social, responsabilidad pública, participación y autonomía ciudadana. No obstante, extrapolado al ámbito de la mercadotecnia se justifica su importancia en la necesidad del rol de los consumidores como actores en la dinámica del mercado cada vez más empoderados, críticos, participativos, responsables e involucrados en la co-creación de productos y servicios (Bove, Pervan, Beatty y Shiu, 2009; Saren et al., 2007). Si bien, en años recientes se han desarrollado algunas escalas de comportamiento ciudadano del consumidor (Yang y Qin Hai, 2011), no se ha encontrado alguna que haya sido validada en el contexto mexicano.

El comportamiento ciudadano suele incorporarse en los enfoques curriculares incluyendo valores relacionados con el bien común y desarrollándose actividades intelectuales que contribuyen a empoderar tanto la agencia individual como colectiva a nivel local, nacional o incluso internacional (Goodman, 1992). Por su parte, el comportamiento ciudadano de los consumidores puede manifestarse en cualquier tipo de ámbito y organización. Así, esta investigación tiene por objetivo validar una escala de comportamiento ciudadano de los consumidores de servicios educativos universitarios en el contexto mexicano.

El uso del marketing, sus teorías y conceptos que han sido eficaces en el mundo de los negocios tienen un fuerte potencial en el campo de la gestión educativa, y poco a poco están siendo reconocidos por los investigadores (Hemsley-Brown y Oplatka, 2006). Los cambios que las universidades han pasado, entre ellos la mercantilización y la internacionalización, refuerzan la necesidad de aplicar el marketing educativo (Maringe y Mourad, 2012). El campo de investigación en marketing de educación superior se encuentra todavía en una etapa relativamente pionera, donde queda mucho por hacer (Hemsley-Brown y Oplatka, 2006), razón por la cual este artículo pretende hacer

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/1004461>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/1004461>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)